กลุ่มงานวิจัย
สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

กระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาการแกะรูปหนังตะลุงของ นายอิ่ม จันทร์ชุม

TRANSFERRING PROCESS OF LOCAL WISDOM IN PUPPET MAKING BY MR. IM CHANCHUM

ศิริรัตน์ เทพมณี

นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

E-mail : lakapon_039@hotmail.com

อุทิศ สังขรัตน์

ดร. อาจารย์ประจำคณะศิลปศาตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

E-mail : Utit.s@psu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาการแกะรูปหนังตะลุงของ นายอิ่ม จันทร์ชุม บรมครูการแกะรูปหนังตะลุงของภาคใต้ โดยผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก การสนทนากลุ่มย่อยใช้วิธีการพูดคุยกับกลุ่มประชากร คือ นายอิ่ม จันทร์ชุมผู้ให้ข้อมูลหลัก และผู้ให้ข้อมูลรอง คือ นายฉลอง จันทร์ชุม รวมไปถึงผู้ที่ได้รับการถ่ายทอดและผู้นำชุมชน โดยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในการศึกษากระบวนการถ่ายทอดศิลปหัตถกรรมการแกะรูปหนังตะลุงของ นายอิ่ม จันทร์ชุม

ผลการวิจัยพบว่า นายอิ่ม จันทร์ชุม มีกระบวนการในการถ่ายทอดภูมิปัญญาการแกะรูปหนังตะลุงมีกระบวนการสำคัญ 3 ประการ คือ 1) ให้ความรู้ทางด้านการทำรูปหนังรวมทั้งให้ตระหนักถึงคุณค่าของภูมิปัญญาในท้องถิ่นไว้ 2) การใช้เครื่องมือแกะรูปหนังตะลุง และ 3) วิธีการและขั้นตอนในการแกะรูปหนังตะลุง ซึ่ง จะมี 6 ขั้นตอน ดังนี้ 3.1) ขั้นเตรียมหนังวัว 3.2) ขั้นออกแบบและร่างภาพลงบนแผ่นหนัง 3.3) ขั้นแกะหนัง 3.4) ขั้นลงสี 3.5) ขั้นลงน้ำมันชักเงา 3.6) ขั้นตกแต่ง

คำสำคัญ : กระบวนการถ่ายทอด การแกะรูปหนังตะลุง นายอิ่ม จันทร์ชุม

ABSTRACT

The objective of this qualitative study was to investigate the process of transferring local wisdom in puppet making by Mr. Im Chanchum who is a master in puppet making in the Southern part of Thailand. The data were collected through in-depth interviews and focus group discussions with the population of the study consisting of Mr. Im Chanchum, the key informant and Mr. Chalong Chanchum, the secondary informant, and

people who were transferees of the wisdom, and community leader. Participatory observations were also used to investigate the process of transferring the art of making puppets by Mr. Im Chanchum.

The results of the study revealed that in transferring the wisdom of puppet making Mr. Im Chanchum used three processes: 1) providing knowledge in puppet making and in preserving the local wisdom; 2) how to use puppet-making tools; and 3) the methods and steps in puppet making consisting of six steps: 3.1) preparing the leather, 3.2) designing and drawing the design on the leather, 3.3) punching the leather to make a puppet; 3.4) coloring the puppet; 3.5) coating the puppet to make it shiny; and 3.6) decorating the puppet.

KEYWORDS : transferring process, leather puppet making, Mr. Im Chanchum

บทนำ

"หนังตะลุง" เป็นศิลปะการแสดงพื้นบ้านภาคใต้ที่ให้ความบันเทิงแก่คนในท้องถิ่นมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ประวัติความเป็นมาของหนังตะลุงนั้น สันนิษฐานว่าอาจจะได้รับอิทธิพลมาจากหนังใหญ่สมัยอยุธยา หรืออาจจะได้รับแบบอย่างมาจากชวา แต่ก็มีหลักฐานโบราณคดี และประวัติศาสตร์แสดงให้เห็นว่า ภาคใต้ในอดีตเคยมีอาณาจักรโบราณที่รุ่งเรือง และหลายคนเชื่อว่า หนังตะลุงมีกำเนิดที่ภาคใต้ของไทยนี่เอง (http://www.manager.co.th 2556) และอาชีพช่างแกะหนังตะลุงในพื้นที่ จ.พัทลุง ในสมัยก่อนนั้นมีจำนวนน้อยอย่างยิ่ง เพราะอาชีพนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนคณะหนังตะลุง หากมีคณะหนังตะลุงมาก อาชีพแกะหนังตะลุงก็พลอยดีตามไปด้วย แต่หากช่วงใดสังคมให้ความสนใจต่อมหรสพแขนงนี้น้อย อาชีพช่างแกะหนังก็ซบเซาลงไปด้วย ดังนั้นหนังตะลุงเปรียบเสมือนเป็นพื้นภูมิวัฒนธรรมในวิถีชีวิตที่เสมือนเบ้าหลอมหรือรากเง้าของคนในเขตวัฒนธรรมหนังตะลุง อันได้แก่ชุมชนบริเวณลุ่มทะเลสาบสงขลา คือพัทลุง สงขลาและนครศรธรรมราชอันเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมแห่งหนึ่งของภาคใต้ที่หนังตะลุงได้ก่อตัวขึ้น ปัจจุบันใน จ.พัทลุง มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น ทำให้รายได้ของช่างแกะหนังตะลุงพลอยกระเตื้องขึ้นตามไปด้วย เพราะนอกจากรูปหนังตะลุงที่แกะขึ้นจะถูกนำไปใช้ในการแสดงแล้ว ยังกลายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวด้วย เจ้าของร้านขายของที่ระลึก หรือพ่อค้าคนกลางก็ได้มีส่วนร่วมในการเผยแพร่งานฝีมือแขนงนี้ให้กว้างขวาง ทำให้อาชีพแกะหนังตะลุงลืมตาอ้าปากได้มากกว่าแต่ก่อน คนหนุ่มสาวในบางหมู่บ้านจึงหันมาฝึกหัดงานแกะหนังกันอย่างขะมักเขม้น เพราะเห็นช่องทางทำมาหาเลี้ยงชีพอยู่รำไร

อย่างไรก็ดี หนังตะลุงกลายเป็นเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมของภาคใต้ และได้วิวัฒนาการพัฒนาเนื้อเรื่องให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน แต่ก็ยังคงลักษณะของศิลปะดั้งเดิมไว้โดยเฉพาะรูปหนังซึ่ง ปัจจุบัน รูปหนังตะลุงไม่เพียงแต่จะใช้เพื่อการแสดงอย่างเดียว แต่ยังเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศนิยมซื้อเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เช่น พวงกุญแจ ภาพประดับฝาผนัง และของใช้ต่างๆ เป็นต้น

เมื่อพูดถึงการแกะสลักหนังตะลุง บุคคลที่ถูกกล่าวถึง และมีความสำคัญต่อวงการแกะสลักหนังตะลุงอย่างมากคนหนึ่งคือ "บรมครูอิ่ม" หรือ นายอิ่ม จันทร์ชุม ช่างแกะสลักหนังตะลุงจาก จ.พัทลุง ที่มีฝีมือแกะสลักสวยงามเป็นที่เลื่องลือ ได้แสดงฝีมือแกะตัวหนังตะลุงป้อนโรงหนังในภาคใต้มาตลอดเกือบ 60 ปี จนได้รับยกย่องให้เป็นปราชญ์ชาวบ้าน ในปี จากช่างแกะหนังตะลุงมาเป็นบรมครูของลูกศิษย์ มีศูนย์ศิลปหัตถกรรมแกะหนัง

ตะลุง อ.บางแก้ว จ.พัทลุง เป็นสถานที่บ่มเพาะลูกศิษย์มากกว่าพันคน เพื่อสนองเบื้องพระยุคลบาทในการสืบทอดศิลปะการแกะหนังตะลุงของชาติ ครั้งหนึ่ง มีชาวต่างชาติมาติดต่อว่าจ้างให้ครูอิ่มเดินทางไปสอนการแกะสลักที่ประเทศเยอรมนี โดยให้ค่าจ้างเป็นเงิน 5 ล้านบาท แต่ด้วยอุดมการณ์ และจิตสำนึกในความเป็นไทย ทำให้ครูอิ่มรู้สึกหวงแหนเสียดาย และต้องการอนุรักษ์ศิลปกรรมที่สืบต่อจากบรรพบุรุษไว้ให้ลูกหลานชาวไทยเท่านั้น ครูอิ่มจึงปฏิเสธที่จะไปร่วมงานดังกล่าว ทั้งที่ได้ค่าตอบแทนเป็นเงินจำนวนไม่น้อยทีเดียว (อุทิศ สังขรัตน์. 2553)

ต่อมา เมื่อครูอิ่มได้มีโอกาสเข้ามาเฝ้า สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ท่านได้มีรับสั่งให้ครูอิ่มอนุรักษ์ศิลปหัตถกรรมเพื่อสอนเป็นวิทยาทานต่อไป ทำให้ครูอิ่มมีปณิธาน และกำลังใจที่จะอนุรักษ์ และสืบทอดศิลปะเพื่อการสร้างสรรค์งานศิลป์ที่ทรงคุณค่า และถ่ายทอดความรู้ให้แก่อนุชนรุ่นหลังสืบมา และในปี 2524 ครูอิ่มได้เริ่มสอนการแกะสลักหนังให้แก่ชาวบ้าน และเด็กนักเรียนที่สนใจ ควบคู่ไปกับการผลิตรูปหนังของครูอิ่มเอง โดยใช้วัดเป็นศูนย์การสอน ก่อนจะสร้างสถานที่ใช้เป็นศูนย์ฝึกอบรมอยู่ใกล้ๆ บ้าน โดยใช้ชื่อว่า “ศูนย์ศิลปหัตถกรรมรูปหนังบางแก้ว”

ปัจจุบัน ครูอิ่มมีรายได้หลักจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนังแกะสลัก โดยแกะเป็นรูปตัวละครในวรรณคดี หรือตัวละครในหนังตะลุง แกะลวดลายที่วิจิตรพิสดาร หนังที่นิยมใช้มักเป็นหนังวัว เนื่องจากมีความนิ่ม และมีความกว้างพอ วัวตัวหนึ่งจะได้หนังประมาณ 7 กิโลกรัม สามารถแกะเป็นตัวหนังตะลุงได้ประมาณ 20 ตัว และเศษที่เหลือยังสามารถแกะเป็นของชำร่วยที่ระลึกได้อีก นายอิ่ม จันทร์ชุม จึงได้รับการยกย่องว่าเป็น “บรมครูแกะหนังตะลุงของภาคใต้” เป็นผู้เห็นคุณค่าของศิลปะพื้นบ้านด้านการแกะหนังตะลุง อันเป็นศิลปะเก่าแก่ซึ่งนับวันจะถูกลดคุณค่าและหมดความนิยมในที่สุด ครูอิ่มได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้สาธิตการแกะหนังตะลุงถวายพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ รวมทั้งสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ได้รับการยกย่องว่าเป็นผู้แกะหนังตะลุงฝีมือเยี่ยม นอกจากผลงานจะเป็นที่ยอมรับในประเทศไทยแล้วก็ยังเป็นที่สนใจและต้องการของชาวต่างประเทศ ดังจะเห็นได้จากมีการติดต่อให้ครูอิ่มไปสอนการแกะสลักรูปหนังตะลุง และกนกลายไทยโดยจะให้ค่าตอบแทนเป็นมูลค่าหลายล้านบาท แต่ครูอิ่มเห็นความสำคัญของภูมิปัญญาด้านการแกะหนังตะลุงที่บรรพบุรุษได้ถ่ายทอดสืบต่อกันมาจนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญ ครูอิ่มจึงต้องการจะสืบทอดมรดกอันล้ำค่านี้ไว้ให้แก่คนไทยสืบไป(อุทิศ สังขรัตน์. 2553)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษากระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาการแกะรูปหนังตะลุงของ นายอิ่ม จันทร์ชุม

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาการแกะรูปหนังตะลุงของ นายอิ่ม จันทร์ชุม เป็นเรื่องของกรรมวิธีและกระบวนการถ่ายทอดการแกะรูปหนังตะลุงในรูปแบบของนายอิ่ม จันทร์ชุม ซึ่ง การที่มนุษย์สามารถดำรงเผ่าพันธุ์ได้ ก็เพราะมีการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ที่สั่งสมมาเป็นอารยะธรรมที่สืบเนื่องมาช้านานให้แก่สมาชิกรุ่นใหม่ของสังคม ซึ่งความรู้และประสบการณ์ที่ถ่ายทอดนั้นจะมีความละเอียดซับซ้อน โดยจะเกี่ยวข้องกับการทำงานมาหากินและอุดมการณ์วัฒนธรรมของกลุ่มและรูปแบบในการถ่ายทอดนั้นจะต้องมี

ความสอดคล้องสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของผู้เรียนอย่างใกล้ชิดเพื่อวิถีแนวทางชีวิตของชุมชนอย่างเป็นปกติ (นิธิ เอียวศรีวงศ์ 2531, 25-27)

ปฐม นิคมานนท์(2535,34) อธิบายว่า การถ่ายทอดความรู้ หมายถึง วิธีการส่งต่อความรู้ความชำนาญ หรือค่านิยมที่มีอยู่ไปยังบุคคลอื่นอาจเป็นเครือญาติ หรือสมาชิกคนอื่นในชุมชนเป็นการถ่ายทอดทางตรงหรือทางอ้อม ด้วยการจงใจหรือไม่จงใจ มีการเรียกค่าตอบแทน หรือไม่มีก็ได้ โดยเทียบเคียงการถ่ายทอดความรู้คำว่า สอน สั่งสอน อบรม ฝึกงาน ฝึกสอน ฝึกหัด หรือฝึกฝน

ประเวศ วะสี (2532,23) ได้กล่าวถึงการถ่ายทอดความรู้ว่า การถ่ายทอดความรู้ในครอบครัวมีความสำคัญกับลูกมาก การที่ลูกได้ทำงานร่วมกับพ่อแม่นั้น มีความสำคัญยิ่ง เพราะเป็นการพัฒนาทั้งทางสติปัญญา ทักษะ และอารมณ์ร่วมอยู่ด้วย แต่น่าเสียดายที่ปัจจุบันนี้อาชีพใหม่ๆที่เกิดขึ้นได้ทำให้ชีวิตของพ่อแม่ลูกต้องแยกจากกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาการแกะรูปหนังตะลุงของ นายอิ่ม จันทร์ชุมเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Method) การศึกษาครั้งนี้ครอบคลุมในอำเภอบางแก้ว ตำบลท่ามะเดื่อ จังหวัดพัทลุง โดยผู้วิจัยมีแนวทางและขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1.การสัมภาษณ์เชิงลึก (ln-depth interview) โดยใช้วัตถุประสงค์และขอบเขตของงานวิจัยในการจัดทำแนวทางการสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล ใช้วิธีโดยการสัมภาษณ์จากนายอิ่ม จันทร์ชุม ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก และมี นายฉลอง จันทร์ชุม เป็นผู้ให้ข้อมูลรอง และก็ยังได้สัมภาษณ์ประชากรในชุมชน 3 คน ที่เคยได้รับการถ่ายทอดจากนายอิ่ม จันทร์ชุม จนประสบความสำเร็จสามารถประกอบอาชีพได้จนถึงปัจจุบันนี้ โดยทำการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล เพื่อรวบรวมรายละเอียดเกี่ยวกับการสร้างองค์ความรู้และการเตรียมความพร้อมก่อนการถ่ายทอดภูมิปัญญาการแกะรูปหนังตะลุง การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ วิธีการในการถ่ายทอด รวมไปถึงขั้นตอนแต่ละขั้นตอนในการแกะรูปหนังตะลุง

2. การสนทนากลุ่มย่อย (Group discussion) โดยใช้วิธีการให้กลุ่มเป้าหมาย คือ นายอิ่ม จันทร์ชุม โดยในขณะนั้นก็มี นายฉลอง จันทร์ชุมและดาบตำรวจสำราญ เดชะลูกศิษย์ของนายอิ่ม จันทร์ชุม รวมไปถึงผู้นำในชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เข้าร่วมแลกเปลี่ยน แสดงความคิดเห็น ในประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาการแกะรูปหนังตะลุง วิธีการและขั้นตอนการแกะ รูปหนังตะลุง ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการถ่ายทอดภูมิปัญญาการแกะรูปหนังตะลุง

3.การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory observation) เป็นการศึกษาโดยร่วมดำเนินการกับผู้มีส่วนร่วมในการเข้าไปร่วมสังเกต ซักถาม และสอบถามกระบวนการและขั้นตอนในการแกะรูปหนังตะลุง จากผู้มีส่วนร่วมที่อยู่ ณ ศูนย์ศิลปหัตถกรรมรูปหนังบางแก้ว ตำบลทามะเดื่อ อำเภอบางแก้ว พร้อมกับได้ร่วม/ฝึกขั้นตอนการแกะรูปหนังตะลุง โดยการฝึกหัดการออกแบบและร่างภาพลงบนแผ่นหนัง ซึ่งรูปที่วาดในตอนนั้น ก็คือ รูปฤาษี ทั้งนี้ยังมีการใช้เครื่องบันทึกภาพ เพื่อรวบรวมขั้นตอนแต่ละขั้นตอนในการแกะรูปหนังตะลุงอีกด้วย

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษา กระบวนการถ่ายทอดการแกะรูปหนังตะลุงของนายอิ่ม จันทร์ชุมนั้น ได้จัดให้มีการรวมตัวของสมาชิก จัดเป็นกลุ่มอาสาสาธิตผลิตภัณฑ์การแกะหนังตะลุงเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาการแกะหนัง และถ่ายทอดความรู้ให้แก่บุตร ศิษย์ เยาวชน และผู้สนใจทั่วไป โดยมีกระบวนการถ่ายทอดดังนี้

1.) ให้ความรู้ทางด้านการทำรูปหนังรวมทั้งให้ตระหนักถึงคุณค่าของภูมิปัญญาในท้องถิ่นไว้ ซึ่งการถ่ายทอดนั้นจะเป็นการถ่ายทอดในลักษณะของการสอน การสาธิตการแกะและการวาดทุกขั้นตอน พร้อมทั้งบรรยาย อย่างไรก็ดี หนังตะลุงกลายเป็นเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมของภาคใต้ และได้วิวัฒนาการพัฒนาให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน แต่ก็ยังคงลักษณะของศิลปะดั้งเดิมไว้โดยเฉพาะรูปหนังซึ่ง ปัจจุบัน รูปหนังตะลุงไม่เพียงแต่จะใช้เพื่อการแสดงอย่างเดียว แต่ยังเป็นผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศนิยมซื้อเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เช่น พวงกุญแจ ภาพประดับฝาผนัง และของใช้ต่างๆ เป็นต้น

2.) การใช้เครื่องมือแกะรูปหนังตะลุง เช่น มีด, ค้อน, ตุดตู่ ฯลฯ โดยบอกถึงรายละเอียดวิธีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่สำคัญในการผลิตจะต้อง ประกอบด้วย เหล็กแหลมหรือเหล็กขีด ใช้สำหรับร่างแบบเป็นรูปต่าง ๆ บนหนัง , ค้อน ใช้ตอกตุ๊ดตู่ (มุก) เป็นค้อนเหล็ก ,ไม้รองตอก (เขียง) ไม้เนื้อแข็ง ใช้ไม้หยี สำหรับใช้รองตอกรูปหนัง ไม้เนื้ออ่อน ใช้ไม้สะทัง สำหรับรองการตัดรูปหนัง , มีดแกะ ต้องมีความคมมาก ใช้สำหรับตัดหนังเป็นรูปต่าง ๆ ,หินลับมีด ใช้สำหรับลับมีด ,สบู่ขิง ใช้สำหรับจิ้มปลายเครื่องมือหรือตุ๊ดตู่ เพื่อให้เกิดความลื่นเวลาตอก ,มุก หรือ ตุ๊ดตู่ ใช้ตอกลวดลาย ซึ่งมีอยู่หลายแบบ เช่น มุกสามเหลี่ยม,มุกเหลี่ยม , สีต่าง ๆ ใช้ระบายสีตัวหนังตะลุง เช่น สีแดง,สีเขียว,สีน้ำเงิน,สีดำ หรือสีตามความต้องการ

3.) วิธีการและขั้นตอนในการแกะรูปหนังตะลุง ซึ่ง จะมีขั้นตอนดังนี้

3.1 ขั้นเตรียมหนัง หนังที่ช่างทั่ว ๆ ไปนิยมใช้คือหนังวัว เพราะหนังชนิดนี้ มีคุณลักษณะพิเศษกว่าหนังสัตว์อื่น ๆ มีความหนาบางพอเหมาะ มีความแข็งและปรับตัวดี เหนียวและมีความคงทนเมื่อฟอกแล้วจะโปร่งแสง เมื่อระบายสีและนำออกเชิดจะให้สีสันสวยงามและหนังทั้งสองชนิดนี้จะไม่บิดงอหรือพับง่าย ช่างจะนำหนังสด ๆ มาวางบนแผ่นกระดานหรือพื้นที่ที่เตรียมไว้เพื่อฟอกหนัง ขั้นการฟอกหนังจะนำหนังที่ตากแห้งโดยใช้ความร้อนจากพลังงานแสงอาทิตย์มาหมักในน้ำหมักสับปะรด น้ำผลมะเฟืองใบส้มป่อย ใบชะมวง หรือส้มอื่น ๆ และข่า การฟอกแบบนี้จะสะดวก เพราะในพื้นที่ท้องถิ่นหาได้ง่าย และอีกวิธีหนึ่งคือ การฟอกด้วยน้ำส้มสายชูจากนั้นก็นำไปขูดขนออก ล้างด้วยน้ำสะอาดแล้วนำไปตากให้แห้งอีกครั้งหนึ่ง และที่สำคัญ นายอิ่ม จันทร์ชุม ทำเช่นนี้ไปหลายๆรอบจนหนังวัวไม่มีกลิ่นเลย

3.2. ขั้นออกแบบและร่างภาพลงบนแผ่นหนังของนายอิ่ม จันทร์ชุม ซึ่งจะ เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดในการแกะหนัง เป็นงานประณีตต้องมีความสามารถในการออกแบบ ใช้ทั้งความรู้ จินตนาการ ฝีมือ และทักษะประกอบกัน การร่างภาพอาจจะร่างบนหนังเลยหรือแกะฉลุร่างบนกระดาษ แล้วนำไปเป็นแบบวางทาบบนแผ่นหนัง ช่างแกะหนังทุกคนจะต้องมีความสามารถร่างภาพได้จึงจะได้ชื่อว่า ช่างแกะหนังที่แท้จริง การร่างภาพในแต่ละภาพก็จัดว่าสำคัญ เพราะถือว่ารูปหนังแต่ละตัว เป็นการเขียนหน้า เขียนตาให้ถึงบทและให้ตัวละครมีลักษณะให้เหมือนจริงมากที่สุด และช่างก็ต้องเข้าใจกายวิภาค ลักษณะรูปร่างสรีระของร่างกาย ของตัวรูปหนังนั้น ๆ ด้วย และที่สำคัญจะต้องเข้าใจว่าจะร่างส่วนไหนของรูปก่อนและช่างจะต้องมีองความรู้เรื่องกนกลวดลายไทยด้วย เพื่อให้รูปมีความอ่อนโยน สวยงามตามลักษณะของรูปหนังแต่ละตัว

3.3 ขั้นแกะหนัง ขั้นตอนนี้นายอิ่ม จันทร์ชุม กล่าวว่า จะต้องใช้ความชำนาญและพิถีพิถันมาก เครื่องมือที่ใช้แกะประกอบด้วยเขียงไม้เนื้ออ่อนและไม้เนื้อแข็ง มีด ตุ๊ดตู่หรือมุกลักษณะต่าง ๆ เช่น กลม เหลี่ยม โค้ง ซึ่งจะต้องใช้มุกให้สัมพันธ์กับลวดลาย เช่น ถ้าเป็นดอกลายต่าง ๆ หรือเส้นประ ก็จะใช้มุกดอกตามลักษณะของปากมุกแต่ละแบบ ซึ่งช่างต้องใช้ความชำนาญและต้องพิถีพิถันมาก เพื่อให้ได้ดอกลายที่อ่อน งดงาม ช่วงจังหวะของดอกลายแต่ละตัวก็ขึ้นอยู่กับตัวรูปหนัง ส่วนมากรูปกนกลายที่มีความสวยงามจะเป็นรูปตัวพระ ตัวนาง รูปพระราชา พระราชินีและรูปเจ้าเมือง หลังจากแกะส่วนภายในของรูปเสร็จก็ใช้มีดขุดแกะหนังตามเส้นรอบนอกก็จะได้รูปหนังแยกออกเป็นตัว ถ้าเป็นรูปหนังเชิด ช่างจะใช้หมุดร้อยส่วนต่าง ๆ ที่ต้องการให้เคลื่อนไหวได้ตามส่วนต่าง ๆ ของรูป ซึ่งมีส่วนของมือ แขนและปาก เป็นต้น ส่วนเครื่องมือประกอบเพิ่มเติมที่ขาดไม่ได้ คือ สบู่หรือเทียนไข นับเป็นองค์ความรู้ของช่างที่ได้นำสบู่ หรือเทียนไข มาใช้จิ้มปลายมีดหรือปลายมุก เพื่อกันมีดและมุกมีลักษณะฝืดและไม่ลื่นไหล สบู่ หรือเทียนไข จะทำให้มีดมุกตอกลงบนหนังทะลุง่าย ลื่น ทำลวดลายได้เร็วขึ้น ก่อนเริ่มต้นการแกะรูปหนังตะลุงในแต่ละวัน ช่างแกะหนังตะลุงจะต้องตั้งจิตระลึกถึงครูบาอาจารย์และพระพิฆเณศวร์พระผู้ประสาทวิชาศิลป์ แล้วจรดปลายมีดแกะลงบนผืนหนัง เพื่อแกะรูปตัวแรก พร้อมกับกล่าวคาถาเบิกตาเปิดหู เสร็จแล้วกล่าวคาถาเบิกปากรูป เป็นอันว่ารูปตัวต่อ ๆ ไปที่ทำในวันนั้น ทำต่อไปได้ไม่ต้องว่าคาถาแล้ว แต่พอเริ่มวันใหม่ก็ต้องว่าคาถาเหมือนเดิมอีก

3.4 ขั้นลงสีในกระบวนการถ่ายทอดในรูปแบบของนายอิ่ม จันทร์ชุม การลงสีรูปหนังขึ้นอยู่กับลักษณะรูป ลักษณะของหนังและประโยชน์ใช้สอย รูปหนังเพื่อใช้เชิดต้องใช้สีฉูดฉาดเด่นสะดุดตา การลงสีของรูปหนังตะลุงบางครั้งต้องลงสีตามเนื้อเรื่องที่นายนายมาสั่งทำ โดยเฉพาะการระบายสีเสื้อผ้า ต้องคำนึงเป็นพิเศษ ตามสมัยนิยม ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี เช่น ตัวตลกแต่งตัวเป็นข้าราชการ เป็นตำรวจ ทหาร ครู กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เป็นต้น ส่วนรูปหนังที่ใช้ประดับตกแต่ง มีการลงสีที่จาง ๆ ไม่เข้ม เช่น สีน้ำตาล และสีดำ หรือไม่ลงสีเลย

3.5 ขั้นลงน้ำมันชักเงา เมื่อลงสีรูปหนังเสร็จก็ถือว่ารูปหนังเสร็จสมบูรณ์แล้ว แต่ถ้าลงน้ำมันชักเงาจะทำให้รูปหนังเป็นมันงาม โดยเฉพาะหนังเชิด เมื่อออกจอผ้าขาวจะดูสวยงามยิ่งขึ้น และจะช่วยรักษาสภาพหนังมิให้ชำรุดเร็วเกินไป

3.6 การประกอบตัวหนังและการเข้าตับรูปหนัง รูปหนังที่แกะเป็นประเภทตกแต่ง เพื่อประโยชน์ใช้สอย เมื่อระบายสีเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะนำไปเข้ากรอบหรือฉาก ตามความต้องการขอผู้ใช้ แต่รูปหนังประเภทที่ใช้เชิด โดยเฉพาะหนังตะลุง จะต้องมีการประกอบชิ้นส่วนอวัยวะของรูปหนังบางส่วนที่ต้องการให้เคลื่อนไหวได้ เช่น แขน มือ ปาก ตา เท้า เป็นต้น จึงต้องเอาชิ้นส่วนเหล่านี้มาเจาะร้อยเข้าด้วยกันเป็นช่วง ๆ ในช่วงที่มีการพับ งอ ใช้ไม้ผูกสำหรับเคลื่อนไหวแสดงท่าทางเพื่อให้ดูมีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น แล้วนำมาเข้าตับรูปหนัง โดยใช้ไม้ไผ่เหลาผ่าปลายลงมาไม่ตลอด ใช้คีบตัวหนัง เจาะแล้วผูกให้แน่นด้วยเชือก

อภิปรายผล

จากการศึกษา เรื่องกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาการแกะรูปหนังตะลุงของ นายอิ่ม จันทร์ชุม การอภิปรายผลพบว่า

กระบวนการที่เกิดจากการสืบทอด ถ่ายทอด องค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมในชุชนท้องถิ่นต่างๆแล้วพัฒนาเลือกสรรและปรับปรุงองค์ความรู้เหล่านั้นจนเกิดทักษะและความชำนาญที่สามารถแก้ไขปัญหา และพัฒนาชีวิตได้อย่างเหมาะสมกับยุคสมัย จึงเกิดองค์ความรู้ใหม่ๆที่เหมาะสมและสืบทอดพัฒนาต่อไปอย่างไม่สิ้นสุด เช่น ภาษาไทย แพทย์แผนไทย เป็นต้น ทั้งนี้ จักรกฤษณ์ ดาวไธสง (2552) ได้จำแนกการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้ 1.วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาไปสู่เด็ก มักกระทำด้วยวิธีง่ายๆไม่ซับซ้อนสามารถดึงดูดใจให้กระทำโดยไม่รู้ตัว เช่น การละเล่น การเล่านิทาน กระทำตามแบบอย่าง การเล่นคำทายปริศนา เป็นต้น วิธีการดังกล่าวล้วนเป็นการเสริมสร้างนิสัยและบุคลิกภาพตามแนวทางที่สังคมประสงค์จะให้สมาชิกของสังคมเป็นอยู่ส่วนใหญ่จะเน้นในเรื่องจริยธรรม ค่านิยม โลกทัศน์ ปรัชญาชีวิตและกฎเกณฑ์ การดำเนินชีวิตในสังคมทั่วไป 2. วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาไปสู่ผู้ใหญ่ ผู้ใหญ่ถือว่าเป็นบุคคลที่มีวัยวุฒิและประสบการณ์มากและอยู่ในวัยทำงาน วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาจึงกระทำโดยการผ่านกระทำ เช่น การบอกเล่าในขณะที่มีการทำพิธีกรรมทั้งที่เป็นพิธีสู่ขวัญ พิธีทางศาสนา พิธีกรรมตามขนบธรรมเนียมท้องถิ่น พิธีแต่งงาน เป็นต้น

กระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาการแกะรูปหนังตะลุงนี้ ก็ยังมีบุคคลท่านหนึ่ง ชื่อนายอิ่ม จันทร์ชุม ปราชญ์ชาวบ้านสาขาศิลปะและหัตถกรรมพื้นบ้าน ซึ่งถือได้ว่าเป็น “ช่างแกะหนังตะลุงของภาคใต้ชั้นครู” เป็นผู้เห็นคุณค่าของศิลปะพื้นบ้านด้านการแกะรูปหนังตะลุงและสามารถพัฒนารูปแบบเพิ่มมูลค่าและคุณค่าแก่ผลิตภัณฑ์ โดยปรับรูปแบบให้มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยสามารถนำรูป “หนังตะลุง” ไปประดับตกแต่งไว้ตามสถานที่ต่าง ๆ ให้มีผู้รักและชื่นชมอย่างแพร่หลายด้วยแนวคิดดังกล่าวทำให้รูปหนังตะลุงเป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ สามารถสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ได้ (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม 2548, 200-201)

ในการประดิษฐ์สร้างสรรค์งานศิลปหัตถกรรมการแกะรูปหนังตะลุงนี้ จะเห็นได้ว่าจากรูปหนังที่ได้ผลิตขึ้นมานั้น มีขั้นตอน วิธีการที่ซับซ้อนมากในการผลิตให้ออกมาเป็นตัวหนังตะลุงได้ และการที่ช่างได้พัฒนาภูมิปัญญา เพื่อสร้างมูลค่าให้เกิดขึ้นนั้น ช่างต้องใช้ฝีมือในการผลิต โดยไม่ต้องอาศัยเครื่องจักรกล หรือเทคโนโลยีในการผลิต นำวัสดุเหลือใช้ที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาสร้างสรรค์ผลงาน จนสามารถประกอบเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนหลายครัวเรือนและมีการรวมกลุ่มเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ก่อให้เกิดความรักสามัคคี สามารถสร้างเสริมให้สังคมสันติสุขและยั่งยืนได้ ทั้งในอดีต ปัจจุบัน รวมถึงอนาคตอีกด้วย ดังที่ จักรกฤษณ์ ดาวไธสง (2552) ได้กล่าวไว้ว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมีความสำคัญที่ควรศึกษาเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันทั้งภูมิปัญญาที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม โดยการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นต่างๆสู่คนในชุมชนเพื่อเกิดความรู้ความเข้าใจ และตระหนักถึงคุณค่าที่แท้จริงในการถ่ายทอด

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานของรัฐ และท้องถิ่นควรเข้ามามีส่วนร่วมสนับสนุน ส่งเสริมศิลปะการแกะรูปหนังตะลุงเพื่อเป็นการอนุรักษ์ศิลปะพื้นบ้านให้อยู่คู่กับท้องถิ่นจังหวัดพัทลุงสืบไป

2. ควรนำองค์ความรู้ในการแกะรูปหนังตะลุงของนายอิ่ม จันทร์ชุม เข้าสู่ระบบการศึกษาโดยจัดทำเป็นหลักสูตรท้องถิ่นของสถานศึกษาในจังหวัดพัทลุงเพื่อเป็นการอนุรักษ์สืบสานศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นให้เยาวชนรุ่นหลังได้สืบทอดต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม 2548, 200-201 เข้าถึงได้จาก : http://www.deqp.go.th/ สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2556.

จักรกฤษณ์ ดาวไธสง. 2552 **ภูมิปัญญาท้องถิ่น** เข้าถึงได้จาก: https://sites.google.com/site/jakkritworldcass/ สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2556.

นิธิ เอียวศรีวงศ์. 2536 **ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการจัดการทรัพยากร.**วารสารทิศทางไท 2536

ปฐม นิคมานนท์ 2535. **ผลการวิจัยเรื่องการค้นหาความรู้และระบบการถ่ายทอดความรู้ในชุมชนชนบทไทย.** กรุงเทพ:สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

ประเวศ วะสี และคณะ.2532 **ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชนบท** เล่ม1.กรุงเทพ:บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งกรุ๊พ จำกัด.

สุทธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์. 2540. **ภูมิปัญญาชาวบ้านภาคใต้.** ว.ทักษิณคดี. 4(3), 21-41.

อุทิศ สังขรัตน์. 2553. **กระบวนการสร้างปราชญ์ชาวบ้านลุ่มทะเลสาบสงขลาในกระแสการพัฒนาแนววัฒนธรรมชุมชน.** ดุษฎีนิพนธ์ สาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา มหาวิทยาลัยทักษิณ.

กลวิธีการถามคำถามของผู้สื่อข่าวและกลวิธีการตอบคำถามของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี

QUESTIONING STRATEGIES OF REPOTERS AND ANSWERING STRATEGIES OF PRIME MINISTER YINGLUCK SHINAWATRA

ณัฐนันท์ ฐิตะสัทธาวรกุล

นักศึกษาปริญญาโท ภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: mink_knim@hotmail.com

ดียู ศรีนราวัฒน์

รองศาตราจารย์ ภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: dsrinarawat@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ เพื่อศึกษากลวิธีการถามคำถามนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีของผู้สื่อข่าวและศึกษากลวิธีการตอบคำถามของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี โดยเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ www.youtube.com www.nationchannel.com และ www.asiaupdate.tv ผลการศึกษาพบกลวิธีการถามคำถามของผู้สื่อข่าวทั้งหมด 4 กลวิธี ได้แก่ การถามเพื่อต้องการทราบข้อมูล การถามแบบคาดคะเนเหตุการณ์ การถามโดยเสนอประเด็นนำ และการถามแบบให้ตอบใช่/ไม่ใช่ ส่วนการตอบคำถามของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีมี 8 กลวิธี ได้แก่ การตอบอธิบายให้เหตุผล การตอบชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติม การตอบปฏิเสธสมมติฐานผู้สัมภาษณ์ การตอบเลี่ยงประเด็น การตอบปฏิเสธ การตอบแบบสั้นโดยไม่ขยายความ การตอบยืนยันความเหมาะสม และการตอบปฏิเสธโดยอ้างว่าไม่มีข้อมูลเพียงพอ ทั้งนี้ ในการถามคำถามของผู้สื่อข่าวมีทั้งการใช้กลวิธีเดียวและการใช้กลวิธีผสม ในทำนองเดียวกัน การตอบคำถามของนายกรัฐมนตรีมีทั้งการตอบด้วยกลวิธีเดียวและการตอบด้วยกลวิธีผสม

คำสำคัญ: กลวิธีการถาม กลวิธีการตอบ การสัมภาษณ์ทางการเมือง กลวิธีเดียว กลวิธีผสม

ABSTRACT

This research has 2 main objectives: to determine the questioning strategies of journalists in asking questions to Prime Minister Ms.Yingluck Shinawatra**,** and to study the Prime Minister's answering strategies. The data were obtained from 3 websites: www.youtube.com, www.nationchannel.com and www.asiaupdate.tv. It is found that the journalists used 4 main strategies, they were information-seeking questions, situation-assuming questions, prefacing questions and yes-no questions. In answering questions, the Prime Minister was

found to use 8 strategies, i.e. giving reasons, giving detailed information, denying the interviewer's hypothesis, evasive answering, denying to give answers, giving short answers without clarification, confirming having performed suitable duty and refusing to answer owing to insufficient information. However, both the question and answer patternings were found to use either single or mixed strategies.

KEYWORDS: Questioning strategies, Answering strategies, Political interviews, Single strategies, Mixed strategies

1. บทนำ

การถามคำถามและตอบคำถามเป็นวิธีการหนึ่งในกระบวนการสื่อสารทางสังคม การถามคำถามมีหลากหลายหน้าที่ เช่น ถามเพื่อต้องการทราบข้อมูล ถามเพื่อทดสอบความเข้าใจในเนื้อหา ถามเพื่อต้องการทราบความคิดเห็นของผู้ฟัง เป็นต้น ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าการถามคำถามเป็นวิธีการใช้ภาษาเพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามต้องการ การเมืองในปัจจุบัน การถามคำถามเป็นวิธีหนึ่งที่ผู้สื่อข่าวใช้เมื่อต้องการทราบความคิดเห็นและข้อมูลต่างๆของนักการเมือง ซึ่งการถามคำถามของผู้สื่อข่าวอาจแสดงการคุกคามหน้าหรือกระทบต่อความรู้สึกของนักการเมือง นักการเมืองจึงจำเป็นที่ต้องมีกลยุทธ์ในการตอบคำถามของสื่อ สำหรับประเทศไทย มีการวิพากษ์วิจารณ์ลักษณะการตอบคำถามของผู้นำทางการเมือง โดยมีการวิจารณ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ว่านักการเมืองมักเลี่ยงตอบคำถามหรือตอบคำถามแบบเบี่ยงเบนประเด็น ยกตัวอย่างกรณีของหนังสือพิมพ์แนวหน้า (ฉบับวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2555) ที่วิจารณ์การตอบคำถามของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีว่าพยายามเบี่ยงเบนประเด็นและกลบเกลื่อนหลีกเลี่ยงที่จะตอบคำถามของสื่อ อย่างไรก็ตาม ลักษณะการตอบคำถามของนักการเมืองย่อมเกี่ยวเนื่องกับลักษณะการถามคำถามของผู้สื่อข่าวด้วย แม้ว่านักการเมืองมักจะเลี่ยงตอบคำถาม อีกทั้งเมื่อนักข่าวถามคำถามที่ยากหรือแสดงการคุกคามหน้านักการเมืองมากเท่าไร นักการเมืองก็มักให้ข้อมูลหรือรายละเอียดที่ไม่ชัดเจนหรือตอบเลี่ยงประเด็นคำถาม (Dillon, 1990)

ด้วยเหตุที่งานวิจัยเกี่ยวกับกลวิธีการถามคำถามของผู้สื่อข่าวในประเทศไทยมักมุ่งเน้นเรื่องโครงสร้างและรูปแบบของประโยคคำถามเป็นหลัก โดยยังไม่ปรากฏการศึกษากลวิธีการถามคำถามของผู้สื่อข่าว ส่วนกลวิธีการตอบคำถามของนายกรัฐมนตรีไทยยังไม่มีผู้ใดศึกษามาก่อน ผู้วิจัยจึงเห็นว่าเป็นเรื่องน่าสนใจที่จะศึกษากลวิธีการถามคำถามของผู้สื่อข่าวและกลวิธีการตอบคำถามของนายกรัฐมนตรีไทย โดยเฉพาะการตอบคำถามของนายกรัฐมนตรีหญิงคนแรกของประเทศไทย นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร

2. กรอบแนวคิดและทฤษฎี

1. การวิเคราะห์กลวิธีการถามคำถามของผู้สื่อข่าวอ้างอิงแนวคิดของบุลและเวลส์ (Bull and Wells, 2002)

2. การวิเคราะห์กลวิธีการตอบคำถามของนักการเมืองอ้างอิงแนวคิดของบุลและไมเออร์ (Bull and Mayer, 1993)

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษากลวิธีการถามคำถามนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ของผู้สื่อข่าว
2. ศึกษากลวิธีการตอบคำถามของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี

4. วิธีการดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยได้คัดเลือกข้อมูลจาก 3 เว็บไซต์ได้แก่ www.youtube.com www.nationchannel.com และ www.asiaupdate.tv ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่สามารถดูข้อมูลย้อนหลังได้และครอบคลุมระยะเวลาตามกำหนดการเก็บข้อมูล โดยเป็นการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2555 - เดือนมีนาคม พ.ศ. 2556 ซึ่งผู้วิจัยพบคลิปวีดีโอทั้งหมดจำนวน 77 คลิป แบ่งออกเป็นเว็บไซต์ www.asiaupdate.tv 37 คลิป เว็บไซต์ www.nationchannel.com 30 คลิป และเว็บไซต์ www.youtube.com 10 คลิป

สำหรับข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์เป็นการถามคำถามของผู้สื่อข่าวและการตอบคำถามของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีเท่านั้น โดยเป็นการสัมภาษณ์สดของผู้สื่อข่าวทั้งหมดและไม่มีการแสดงความคิดเห็นจากสถานีโทรทัศน์และผู้สื่อข่าว แต่เป็นการรายงานข่าวประจำวัน ซึ่งข้อมูลที่นำมาถ่ายถอดบทสนทนาจะต้องเข้าใจเนื้อความในการสัมภาษณ์ของผู้สื่อข่าวและการตอบคำถามของนายกรัฐมนตรีอย่างสมบูรณ์ และมีการถามคำถามและการตอบคำถามที่จบประโยค ทั้งนี้ เนื้อหาในการถามคำถามและตอบคำถามจะเกี่ยวกับประเด็นทางการเมืองเท่านั้นไม่มีการถามเรื่องส่วนตัว

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการพิจารณารูปภาษาเป็นหลัก ซึ่งรูปภาษามักปรากฏในรูปของคำ ถ้อยคำ และประโยค โดยตัดสินว่ารูปภาษาที่พบนั้นสื่อเจตนาแบบใดแล้วจึงนำมาจัดประเภทกลวิธีการถามคำถามและการตอบคำถามคำนวณเป็นค่าความถี่และร้อยละ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลอยู่ในรูปตารางและการบรรยาย

5. สรุปผลการวิจัย

1. กลวิธีการถามคำถามของผู้สื่อข่าว

ผลการศึกษาพบกลวิธีการถามทั้งหมด 4 กลวิธี ได้แก่ การถามเพื่อต้องการทราบข้อมูล (information-seeking questions) การถามแบบคาดคะเนเหตุการณ์ (situation-assuming questions) การถามโดยเสนอประเด็นนำ (prefacing questions) และการถามแบบให้ตอบใช่/ไม่ใช่ (yes-no questions) ดังตารางที่ 1.1

ตาราง 1.1 กลวิธีการถามคำถามของผู้สื่อข่าว

กลวิธีการถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. การถามเพื่อต้องการทราบข้อมูล	104	55.02
2. การถามแบบคาดคะเนเหตุการณ์	55	29.10
3. การถามโดยเสนอประเด็นนำ	17	9.00
4. การถามแบบให้ตอบใช่/ไม่ใช่	13	6.88
รวม	189	100.00

ตาราง 1.1 แสดงให้เห็นว่าผู้สื่อข่าวใช้กลวิธีการถามเพื่อต้องการทราบข้อมูลมากที่สุดคือร้อยละ 55.02 รองลงมาเป็นการใช้กลวิธีการถามแบบคาดคะเนเหตุการณ์ คิดเป็นร้อยละ 29.10

ทั้งนี้ ในการถามแต่ละกลวิธี มีทั้งการถามด้วยกลวิธีเดียวและถามด้วยกลวิธีผสม ดังตารางที่ 1.2

ตาราง 1.2 เปรียบเทียบการถามด้วยกลวิธีเดียวและการถามด้วยกลวิธีผสม

กลวิธีการถาม		จำนวน	ร้อยละ	เฉลี่ย
การถามโดยกลวิธีเดียว	1. เพื่อต้องการทราบข้อมูล	74	69.90	48.98
	2. คาดคะเนเหตุการณ์	33	30.10	21.09
	รวม	107	100.00	**70.07**
การถามกลวิธีผสม	1. เสนอประเด็นนำ + ทราบข้อมูล	15	36.37	10.89
	2. คาดคะเนเหตุการณ์ + ถามให้ตอบใช่/ไม่ใช่	12	27.27	8.16
	3. ทราบข้อมูล + คาดคะเนเหตุการณ์	8	22.73	6.80
	4. คาดคะเนเหตุการณ์ +ทราบข้อมูล	5	11.36	3.40
	5. อื่นๆ	1	2.27	0.68
	รวม	41	100.00	**29.93**
รวม		147	100	100

ตารางข้างต้นแสดงให้เห็นชัดเจนว่า การถามโดยกลวิธีเดียวเป็นกลวิธีที่พบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.07 เมื่อเปรียบเทียบกับการถามด้วยกลวิธีผสมซึ่งมีร้อยละ 29.93 ในการถามคำถามด้วยกลวิธีเดียว ผู้สื่อข่าวใช้กลวิธีการถามเพื่อต้องการทราบข้อมูลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.90 ส่วนการถามแบบคาดคะเนเหตุการณ์พบร้อยละ 30.10 ตามลำดับ และหากพิจารณาการถามด้วยกลวิธีผสมซึ่งพบมากที่สุดสองอันดับแรกจะพบว่าได้แก่ การเสนอประเด็นนำ + ทราบข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 36.37 และรองลงมาคือคาดคะเนเหตุการณ์ + ถามให้ตอบใช่/ไม่ใช่ คิดเป็นร้อยละ 27.27 ส่วนการถามกลวิธีผสมแบบอื่นๆ ซึ่งพบเป็นอันดับที่ 5 พบ 1 แบบ คือ การเสนอประเด็นนำ + ถามให้ตอบใช่/ไม่ใช่ + ทราบข้อมูล

2. กลวิธีการตอบคำถามของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร

ผลการศึกษาพบกลวิธีการตอบคำถามของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี 8 กลวิธี ได้แก่ การตอบอธิบายให้เหตุผล (giving reasons) การตอบชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติม (giving detailed information) การตอบปฏิเสธสมมติฐานผู้สัมภาษณ์ (denying the interviewer's hypothesis) การตอบเลี่ยงประเด็น (evasive answering) การตอบปฏิเสธ (denying to give answers) การตอบแบบสั้นโดยไม่ขยายความ (giving short answers without clarification) การตอบยืนยันความเหมาะสม (confirming having performed suitable duty) และการตอบปฏิเสธโดยอ้างว่าไม่มีข้อมูลเพียงพอ (refusing to answers owing to insufficient information) ดังตารางที่ 2.1

ตาราง 2.1 กลวิธีการตอบคำถามของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร

กลวิธีการตอบ	จำนวน	ร้อยละ
1. การตอบอธิบายให้เหตุผล	96	39.83
2. การตอบชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติม	54	22.41
3. การตอบปฏิเสธสมมติฐานผู้สัมภาษณ์	29	12.03
4. การตอบเลี่ยงประเด็น	22	9.13
5. การตอบปฏิเสธ	19	7.88
6. การตอบแบบสั้นโดยไม่ขยายความ	9	3.74
7. การตอบยืนยันความเหมาะสม	9	3.74
8. การตอบปฏิเสธโดยอ้างว่าไม่มีข้อมูลเพียงพอ	3	1.24
รวม	241	100.00

จากตาราง 2.1 จะพบว่านายกฯใช้กลวิธีการตอบอธิบายให้เหตุผลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.83 รองลงมาคือ การตอบชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติม คิดเป็นร้อยละ 22.41 ส่วนการตอบปฏิเสธโดยอ้างว่าไม่มีข้อมูลเพียงพอ พบน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.24

นอกจากนี้ ในการตอบแต่ละกลวิธี มีทั้งการตอบด้วยกลวิธีเดียวและตอบด้วยกลวิธีผสม ดังตารางที่ 2.2

ตาราง 2.2 เปรียบเทียบการตอบด้วยกลวิธีเดียวและการตอบด้วยกลวิธีผสม

	กลวิธีการตอบ	จำนวน	ร้อยละ	เฉลี่ย
การตอบด้วยกลวิธีเดียว	1. ตอบอธิบายให้เหตุผล	32	47.06	22.07
	2. ตอบชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติม	10	14.71	6.90
	3. ตอบเลี่ยงประเด็น	9	13.24	6.20
	4. ตอบสั้นไม่ขยายความ	8	11.76	5.52
	5. ตอบปฏิเสธสมมติฐานผู้สัมภาษณ์	5	7.35	3.45
	6. ตอบปฏิเสธ	3	4.41	2.07
	7. ตอบปฏิเสธโดยอ้างว่าไม่มีข้อมูลเพียงพอ	1	1.47	0.69
	รวม	68	100	**46.90**
การตอบด้วยกลวิธีผสม	1. อธิบายให้เหตุผล+ ชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติม	20	25.97	13.79
	2. ปฏิเสธสสมติฐานผู้สัมภาษณ์+อธิบายให้เหตุผล	11	14.29	7.59
	3. ปฏิเสธสสมติฐานผู้สัมภาษณ์+อธิบายให้เหตุผล + ชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติม	9	11.69	6.20
	4. ปฏิเสธ+ อธิบายให้เหตุผล	8	10.39	5.52
	5. เลี่ยงประเด็น+ อธิบายให้เหตุผล	6	7.79	4.14
	6. ปฏิเสธ+ ชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติม	3	3.90	2.07
	7. อื่นๆ	20	25.97	13.79
	รวม	77	100.00	**53.10**
รวม		145	100.00	100.00

หากเปรียบเทียบการตอบด้วยกลวิธีเดียวและการตอบด้วยกลวิธีผสม จากตารางที่ 2.2 จะพบว่าการตอบด้วยกลวิธีผสมมีมากกว่าการตอบด้วยกลวิธีเดียว คิดเป็นร้อยละ 53.10 และ 46.90 ตามลำดับ โดยการตอบอธิบายให้เหตุผลและการตอบชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติมเป็นการตอบแบบกลวิธีเดียวที่พบมากที่สุดสองอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 47.06 และ14.71 ตามลำดับ ส่วนการตอบด้วยกลวิธีผสมที่ใช้มากที่สุด คือ การตอบอธิบายให้เหตุผล + ชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติม คิดเป็นร้อยละ 25.97 รองลงมาคือการตอบปฏิเสธสมมติฐานผู้สัมภาษณ์ + อธิบายให้เหตุผล คิดเป็นร้อยละ 14.29 ส่วนกลวิธีผสมอื่นๆที่พบเป็นอันดับสุดท้าย พบ 20 กลวิธี เช่น การตอบปฏิเสธ + เลี่ยงประเด็น และการตอบอธิบายให้เหตุผล + ปฏิเสธสมมติฐานผู้สัมภาษณ์ และการตอบยืนยัน + ปฏิเสธ เป็นต้น

ต่อไปนี้เป็นตัวอย่างการถามคำถามของผู้สื่อข่าวและการตอบคำถามของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ด้วยกลวิธีต่างๆ โดยในการถามคำถามมีทั้งการถามด้วยกลวิธีเดียวและถามด้วยกลวิธีผสม เช่นเดียวกับการตอบคำถามซึ่งพบว่ามีการตอบด้วยกลวิธีเดียวและตอบด้วยกลวิธีผสม ต่อไปนี้เป็นตัวอย่างการ

ถามและการตอบคำถาม โดยข้อความในวงเล็บเป็นการสรุปข่าวของผู้ประกาศข่าวในโทรทัศน์ ส่วนข้อความในวงเล็บเหลี่ยมเป็นการเพิ่มเติมเนื้อหาของผู้วิจัยเพื่อให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น

1. การถามด้วยกลวิธีเดียวและการตอบด้วยกลวิธีเดียว

<u>ตัวอย่างที่ 1</u> **การถามแบบคาดคะเนเหตุการณ์ และการตอบเลี่ยงประเด็น**

สถานการณ์: **นายกฯชี้แจงประชาชนเรื่องการจัดการน้ำ** (DNN, 14/08/55)
(นายกฯพร้อมชี้แจงประชาชนและหน่วยงานต่างๆในการป้องกันน้ำท่วม รวมถึงการเตรียมการรองรับน้ำ)

ผู้สื่อข่าว: "ท่านนายกคะ โดยเฉพาะนักวิจารณ์ทั้งหลายออกมาประเมินว่าปีนี้น้ำจะมากกว่าปีที่แล้ว แล้วมันทำให้ประชาชนเกิดความตกใจ"

นายกฯ: "เดี๋ยวรอฟังฝ่ายวิชาการพูดดีกว่านะคะ นะคะ ในวันนั้น นะคะ"

จากตัวอย่างนี้ ผู้สื่อข่าวถามแบบคาดคะเนเหตุการณ์โดยอ้างอิงคำพูดของนักวิจารณ์ด้วยประโยคที่ว่า *"...นักวิจารณ์ทั้งหลายออกมาประเมินว่าปีนี้น้ำจะมากกว่าปีที่แล้ว แล้วมันทำให้ประชาชนเกิดความตกใจ"* ส่วนนายกฯตอบเลี่ยงประเด็นคำถามโดยการอ้างถึงหน่วยงานราชการว่า *"เดี๋ยวรอฟังฝ่ายวิชาการพูดดีกว่า..."*

<u>ตัวอย่างที่ 2</u> **การถามเพื่อต้องการทราบข้อมูล และการตอบปฏิเสธโดยอ้างว่าไม่มีข้อมูลเพียงพอ**

สถานการณ์: **นายกฯชี้แจงอภิปรายไม่ไว้วางใจ** (Nation, 31/07/55)
(นายกฯระบุไม่กังวล หากถูกฝ่ายค้านยื่นอภิปรายไม่ไว้วางใจคนเดียว และพร้อมชี้แจงทุกข้อสงสัย)

นักข่าว: "ฟังเจตนาของฝ่ายค้านยังไงคะ ที่มีการยื่นจะขออภิปรายนายกเพียงท่านเดียวโดยไม่มีคนอื่นรู้สึกกับเหตุการณ์นี้ยังไง"

นายกฯ: "ก็ ก็ต้องดูที่เนื้อหาอย่างที่บอกว่าถ้ามีเนื้อหา มี มีอะไรนะคะ ซึ่งดิฉันเองก็ยังไม่ทราบว่าจะมีหัวข้ออะไรนะคะ ก็เราก็มีหน้าที่ตอบอะค่ะ นะคะ ขอบคุณค่ะ"

ในตัวอย่างนี้ ผู้สื่อข่าวถามโดยใช้คำบ่งชี้แสดงการถามเพื่อต้องการทราบข้อมูลด้วยคำว่า *"ยังไง"* ส่วนนายกฯตอบปฏิเสธโดยอ้างว่าไม่มีข้อมูลเพียงพอด้วยประโยคที่ว่า *"...ก็ต้องดูที่เนื้อหา..."* และ *"...ดิฉันเองก็ยังไม่ทราบว่าจะมีหัวข้ออะไร..."*

2. การถามด้วยกลวิธีเดียวและการตอบด้วยกลวิธีผสม

<u>ตัวอย่างที่ 3</u> **การถามแบบคาดคะเนเหตุการณ์ และการตอบยืนยันความเหมาะสม + การตอบปฏิเสธสมมติฐานผู้สัมภาษณ์ + การตอบชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติม**

สถานการณ์: **นายกฯอ้างมติบอร์ดปลด "ปิยสวัสดิ์"** (Nation, 22/05/55)
(นายกฯยันปลด "ปิยสวัสดิ์" ไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง อีกทั้งมติของกรรมการบอร์ดเป็นเอกฉันท์)

นักข่าว: "มีการมองกันว่ามีการเมืองเข้ามาแทรกแซงอะค่ะ"

นายกฯ: "ก็นี่ค่ะ ที่ยังยืนยันว่าการเมืองไม่ได้เข้ามายุ่งเกี่ยวเป็นเรื่องของคณะกรรมการ แล้วก็ทั้งหมดนี้ คณะกรรมการที่ผลออกมาก็คือเสียงเป็นเอกฉันท์ นะคะอย่างที่เรียน แล้วก็เจ็ดเสียงในของกรรมการทั้งหมด ก็มาจากคณะกรรมการที่แต่งตั้งโดยรัฐบาลชุดที่ผ่านมาค่ะ"

ในตัวอย่างข้างต้น ผู้สื่อข่าวมีการตั้งสมมติฐานถามแบบคาดคะเนเหตุการณ์ว่า *"มีการมองกันว่ามีการเมืองเข้ามาแทรกแซง..."* แต่นายกฯใช้คำว่า *"ยืนยัน"* เป็นการแสดงการยืนยันความเหมาะสม และมีการตอบปฏิเสธสมมติฐานของผู้สื่อข่าวว่าการปลดนายปิยสวัสดิ์ไม่มีเรื่องการเมืองมาแทรกแซงด้วยประโยคที่ว่า *"...การเมืองไม่ได้เข้ามายุ่งเกี่ยวเป็นเรื่องของคณะกรรมการ"* รวมทั้งมีการตอบชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติมว่า *"คณะกรรมการที่ผลออกมาก็คือเสียงเป็นเอกฉันท์...แล้วก็เจ็ดเสียงในของกรรมการทั้งหมด ก็มาจากคณะกรรมการที่แต่งตั้งโดยรัฐบาลชุดที่ผ่านมา..."*

<u>ตัวอย่างที่ 4</u> **การถามเพื่อต้องการทราบข้อมูล และการตอบปฏิเสธ + การตอบอธิบายให้เหตุผล**

สถานการณ์: **นายกฯตรวจความคืบหน้าแก้ปัญหาน้ำท่วม** (DNN, 28/02/55)
(นายกฯลงพื้นที่ตรวจสอบความคืบหน้าในพื้นที่ปลายน้ำ พร้อมยอมรับว่าในส่วนของการแก้ปัญหาน้ำท่วมในกรุงเทพฯยังไม่คืบหน้า)

นักข่าว: "อย่างวันนี้กรุงเทพเนี่ย ทำไปได้กี่เปอร์เซนต์แล้วอะคะ"

นายกฯ: "อันนี้ยัง ยังไม่เริ่ม ไม่ได้เยอะอะค่ะ เพราะว่าแต่เท่าที่ติดตามดู ก็มีการเริ่ม เริ่มไปหลายคลองแล้ว นะคะ แต่ว่าถามว่าเสร็จทั้งหมดหรือเปล่า ก็คงต้องรอรายงานนิดนึง"

จากตัวอย่างที่ 4 จะพบว่าผู้สื่อข่าวใช้กลวิธีการถามเพื่อต้องการทราบข้อมูลว่า *"ทำไปได้กี่เปอร์เซนต์แล้วอะคะ"* ส่วนนายกฯตอบปฏิเสธ สังเกตได้จากการใช้คำว่า *"ยัง ยังไม่เริ่ม ไม่ได้เยอะ"* พร้อมกับตอบอธิบายให้เหตุผลว่า *"...เพราะว่าแต่เท่าที่ติดตามดู ก็มีการเริ่ม...ก็คงต้องรอรายงานนิดนึง"*

3. การถามด้วยกลวิธีผสมและการตอบด้วยกลวิธีเดียว

<u>ตัวอย่างที่ 5</u> **การถามโดยเสนอประเด็นนำ + การถามเพื่อต้องการทราบข้อมูล + การถามแบบคาดคะเนเหตุการณ์ และการตอบอธิบายให้เหตุผล**

สถานการณ์: **นายกเชื่อรัฐสภาเป็นเวทีเจรจาปรองดองที่ดีที่สุด** (DNN, 29/03/55)
(นายกฯยันรัฐสภาเป็นเวทีที่เหมาะสมที่สุด ในการสร้างความปรองดองให้เดินหน้าต่อไป)

นักข่าว: "แต่ถ้าในเมื่อฝ่ายค้านไม่ร่วมด้วยเนี่ย ตรงนี้มันจะเป็นปัญหาไหมคะ ในตอนหลังว่ามันไม่ปรองดอง"

นายกฯ: "ก็คงต้องเรียนว่าอยากขอให้ทุกคนช่วยกันในการที่จะหาทางออกอะค่ะ คือถ้า ถ้ามันไม่มีทางออก ประเทศก็ไม่สามารถที่จะก้าวไปสู่ความปรองดองได้นะคะ ซึ่งจริงๆก็เรียกว่าต้องคุยกันแล้ว ก็เรียนว่าอย่างที่เรียนว่าขั้นตอนของขบวนการปรองดองนั้นยังมีอีกหลายขั้นตอนนะคะ คือตรงนี้ก็กลไกต่างๆ ก็คงจะต้องช่วยกันทำงาน แล้วก็หาทางออกมากกว่า การที่เออเห็น

ด้วยกับไม่เห็นด้วยคิดว่าตรงนี้อะค่ะ ที่เราจะต้องมานั่งคุยกัน แล้วก็ใช้เวทีของระบอบประชาธิปไตยที่เป็นเสียงส่วนของสภาให้เหมาะสม แล้วก็ทำให้เต็มที่ค่ะ"

ในตัวอย่างที่ 5 ผู้สื่อข่าวถามโดยเสนอประเด็นนำว่า *"แต่ถ้าในเมื่อฝ่ายค้านไม่ร่วมด้วยเนี่ย"* และมีการถามเพื่อต้องการทราบข้อมูล สังเกตได้จากการใช้คำว่า *"ไหม"* อีกทั้งมีการถามแบบคาดคะเนเหตุการณ์ว่า *"ในตอนหลังว่ามันไม่ปรองดอง"* ซึ่งนายกฯตอบอธิบายให้เหตุผล โดยกล่าวว่า *"...อย่างที่เรียนว่าขั้นตอนของขบวนการปรองดองนั้นยังมีอีกหลายขั้นตอนนะคะ...แล้วก็ใช้เวทีของระบอบประชาธิปไตยที่เป็นเสียงส่วนของสภาให้เหมาะสม แล้วก็ทำให้เต็มที่ค่ะ"*

<u>ตัวอย่างที่ 6</u> **การถามแบบคาดคะเนเหตุการณ์ + การถามแบบให้ตอบใช่/ไม่ใช่ และการตอบแบบสั้นโดยไม่ขยายความ**

สถานการณ์: **นายกฯชี้แจงประชาชนเรื่องการจัดการน้ำ** (DNN, 14/08/55)
(นายกฯพร้อมรวบรวมข้อมูลในการชี้แจงประชาชนเรื่องการจัดการน้ำ)

นักข่าว: " … [นายกจะมีการแถลงข้อมูลเรื่องการจัดการน้ำ] ทั้งหมดเลยใช่ไหมคะ"

นายกฯ: "จะมีข้อมูลชี้แจงให้ค่ะ นะคะ"

ตัวอย่างข้างต้น ผู้สื่อข่าวใช้กลวิธีการถามแบบคาดคะเนเหตุการณ์ว่าจะมีการชี้แจงข้อมูลทั้งหมดในเรื่องการจัดการน้ำด้วยคำว่า *"ทั้งหมดเลย..."* และมีการถามแบบให้ตอบใช่/ไม่ใช่ โดยมีการใช้คำบ่งชี้แสดงการถามคำว่า *"ใช่ไหม"* ซึ่งนายกฯตอบแบบสั้นโดยไม่ขยายความว่า *"จะมีข้อมูลชี้แจงให้ค่ะ"*

4. การถามด้วยกลวิธีผสมและการตอบด้วยกลวิธีผสม

<u>ตัวอย่างที่ 7</u> **การถามแบบคาดคะเนเหตุการณ์ + การถามแบบให้ตอบใช่/ไม่ใช่ และการตอบอธิบายให้เหตุผล + การตอบชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติม**

สถานการณ์: **นายกฯมั่นใจระบายน้ำไม่ทำให้เกิดปัญหาภัยแล้ง** (DNN, 26/08/55)
(นายกฯยันคณะกรรมการได้มีการพิจารณาเรื่องน้ำท่วมและน้ำแล้งให้เกิดความสมดุลในการระบายน้ำ และการปล่อยน้ำออกจากเขื่อนจะไม่ทำให้เกิดภัยแล้ง)

นักข่าว: "ปล่อยน้ำออกจากเขื่อนมากเกินไปใช่ไหมคะที่เนี่ย"

นายกฯ: "ก็ต้อง ก็ต้อง เรียนว่าปล่อยระดับหนึ่งนะคะ เพราะว่าถ้าเราเองเนี่ย เนื่องจากวันนี้การพยากรณ์ต่างๆเนี่ย ถ้าสมมุติว่าเราไม่ ไม่ปล่อยเลยเลย นะคะ ก็คงจะอาจจะมีปัญหา ว่าถ้าเกิดฝนมาการที่จะให้น้ำระบายหาที่ ก็จะมีปัญหาเหมือนครั้งที่แล้ว แต่ในส่วนขณะเดียวกัน เราก็คำนึงถึงภัยแล้งด้วย นะคะ"

ในตัวอย่างข้างต้น จะพบว่าผู้สื่อข่าวถามแบบคาดคะเนเหตุการณ์ว่า *"ปล่อยน้ำออกจากเขื่อนมากเกินไป"* และถามแบบให้ตอบใช่/ไม่ใช่ โดยสังเกตได้จากการใช้คำว่า *"ใช่ไหม"* ในการตอบนายกฯตอบอธิบายให้เหตุผลด้วยประโยคที่ว่า *"ก็ต้อง ก็ต้อง เรียนว่าปล่อยระดับหนึ่งนะคะ เพราะว่าถ้าเราเองเนี่ยเนื่องจากวันนี้...จะ*

มีปัญหาเหมือนครั้งที่แล้ว" พร้อมทั้งมีการตอบแบบชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติมว่า *"...แต่ในส่วนขณะเดียวกัน เราก็คำนึงถึงภัยแล้งด้วย นะคะ*

6. อภิปรายผล

1. ผลจากการวิเคราะห์กลวิธีการถามคำถามของผู้สื่อข่าวทำให้เห็นลักษณะการถามคำถามที่เด่นชัด คือ ในการถามคำถามมีการใช้ทั้งกลวิธีเดียวและกลวิธีผสม โดยพบการถามด้วยกลวิธีเดียวมากกว่ากลวิธีผสม ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าผู้สื่อข่าวต้องการได้คำตอบที่ชัดเจนและตรงประเด็นจึงถามคำถามที่มีประเด็นคำถามเดียว ส่วนการถามด้วยกลวิธีผสมอาจเนื่องจากระยะเวลาในการถามคำถามที่จำกัด อีกทั้งผู้สื่อข่าวต่างต้องแข่งขันกันถามคำถามนักการเมืองเพื่อให้ได้ข้อมูลมากที่สุดจึงพบการถามด้วยกลวิธีผสมด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของราซาห์ (Rasiah, 2010) ที่พบว่าในการถามคำถามจะพบการถามคำถามเดียวและคำถามย่อยในผลัดเดียวกัน

2. จากการวิเคราะห์การตอบคำถามของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี พบว่านายกรัฐมนตรีใช้การตอบกลวิธีผสมมากกว่ากลวิธีเดียว ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากว่าในบางครั้งนักการเมืองจำเป็นต้องตอบคำถามที่มีหลายประเด็น จึงตอบคำถามโดยใช้หลายกลวิธี ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของบุลและเวลส์ (Bull and Wells, 2011) ที่ว่ากลวิธีการตอบคำถามมีหลายวิธี เราสามารถเลือกใช้การตอบเพียงกลวิธีเดียวหรือการตอบแบบกลวิธีผสมได้ และบุลและไมเออร์ (Bull and Mayer, 1993) ที่พบว่าการตอบคำถามในหนึ่งกลวิธีสามารถแบ่งออกเป็นกลวิธีย่อยๆในผลัดเดียวกันได้

3. สำหรับกลวิธีการตอบคำถามของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี พบว่านายกรัฐมนตรีใช้กลวิธีการตอบแบบอธิบายให้เหตุผลมากที่สุด รองลงมาคือการตอบชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่นายกรัฐมนตรีมักมีการให้เหตุผลหรืออธิบายรายละเอียดของข้อมูลในการตอบคำถามอยู่เสมอ และมีการให้ข้อมูลใหม่ในเนื้อหาเพิ่มเติมเพื่อให้คำตอบมีความน่าเชื่อถือและชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งทั้งสองกลวิธีการตอบนี้ถือว่าเป็นลักษณะเฉพาะในการตอบคำถามผู้สื่อข่าวของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี

7. ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษากลวิธีการถามคำถามและตอบคำถามในแวดวงสื่ออื่นๆ เช่น การถามและการตอบในการสนทนาระหว่างบุคคลกลุ่มต่างๆเช่น พิธีกร นักร้อง นักแสดง และนักจัดรายการวิทยุ เป็นต้น

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการตอบคำถามระหว่างนักการเมืองหญิงและนักการเมืองชายว่ามีการใช้ภาษาแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

8. รายการอ้างอิง

Bull, P. and Mayer, K. (1993). How Not to Questions in Political Interviews. **Political Psychology** 14: 651-666.

Bull, P. and Wells, P. (2012). Adversarial Discourse in Prime Minister's Questions. **Journal of Language and Social Psychology** 31(1) : 30-48.

Dillon, J. T. (1990). **The practice of questioning**. London: Routledge.

Rasiah, P. (2010). A framework for the systematic analysis of evasion in parliamentary discourse. **Journal of Pragmatics** 42: 664-680.

www.asiaupdate.tv

www.nationchannel.com

www.youtube.com

กลวิธีการนำเสนอข่าวเหตุการณ์อุทกภัย ในหนังสือพิมพ์รายวัน พ.ศ. 2485 และ พ.ศ. 2554

REPORTING TECHNIQUES OF FLOOD NEWS IN THAI DAILY NEWSPAPERS IN 1942 AND 2011

ลลิตา สกลชลชวลิต
นักศึกษาปริญญาโท ภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Email: lalita7777@gmail.com, me_dupont@hotmail.com

บทคัดย่อ

เหตุการณ์อุทกภัยทั้งในปีพ.ศ.2485 และพ.ศ.2554 เป็นเหตุการณ์ที่ทำให้ผู้คนหวาดกลัวและตื่นตระหนก ประชาชนต่างต้องการรับข่าวสารอุทกภัย ถึงกระนั้น ข่าวอุทกภัยที่ปรากฏเราจะเชื่อได้หรือไม่ว่าจะไม่ถูกปรุงแต่งหรือคัดสรรมาอย่างมีระเบียบแบบแผนจากผู้เขียนข่าว ดังนั้น ในบทความชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีในการนำเสนอข่าวอุทกภัยในหนังสือพิมพ์รายวันในปีพ.ศ.2485 และ พ.ศ.2554 และตีความกลวิธีในการนำเสนอข่าวกับแนวคิดทางสังคมในการรายงานข่าวอุทกภัยในหนังสือพิมพ์รายวันในปีพ.ศ.2485และพ.ศ.2554 โดยเก็บรวบรวมและคัดเลือกข้อมูลเกี่ยวกับอุทกภัยใหญ่ในปีพ.ศ.2485 และพ.ศ.2554 ใน หนังสือพิมพ์เท่านั้น ปีพ.ศ.2485 คือ หนังสือพิมพ์นิกร และปีพ.ศ.2554 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ผลการศึกษา เบื้องต้นในบทความนี้ผู้วิจัยจะหยิบยกส่วนกลวิธีการนำเสนอโครงสร้างในพาดหัวข่าวมาอภิปราย พบว่า โครงสร้างข้อความที่ใช้ในข่าวน้ำท่วมดังกล่าวมีโครงสร้างข้อความ 3 โครงสร้าง คือ โครงสร้างข้อความที่ปรากฏข้อความหัวเรื่องร่วมกับเนื้อความมี 1 หัวเรื่อง โครงสร้างข้อความที่ปรากฏข้อความหัวเรื่องร่วมกับเนื้อความมี 2 หัวเรื่อง และโครงสร้างข้อความที่ปรากฏข้อความหัวเรื่องร่วมกับเนื้อความมี 3 หัวเรื่อง โครงสร้างข้อความที่ปรากฏข้อความเรื่องร่วมกับเนื้อความมี 1 เรื่อง ปรากฏ 6 รูปแบบ โครงสร้างข้อความที่ปรากฏข้อความเรื่องร่วมกับเนื้อความมี 2 เรื่องปรากฏ 1รูปแบบ โครงสร้างข้อความที่ปรากฏข้อความเรื่องร่วมกับเนื้อความมี 3 เรื่อง ปรากฏ 1 รูปแบบ

คำสำคัญ: อุทกภัย วิถีปฏิบัติของสื่อมวลชน ผู้เขียนข่าว กลวิธีการนำเสนอข่าวอุทกภัย แนวคิดทางสังคม

ABSTRACT

Flood situation both in 1942 and 2011 is the worst situation which causes people dread and nervous. People would like to get news through all communication especially newspaper . Although, how can I believe all the flood news, they may be written or chosen orderly by writer. Although, this research has two main objects: 1. to study reporting techniques of flood news in Thai daily Newspapers in 1942 and 2011 and 2. to

interpret reporting techniques of flood news with social concept. For collecting data, this research collects only the flood data in newspaper in 1942 and 2011, 1942: Nikorn, 2011: Thairath. Introductory for this journal, I emphasize reporting techniques of flood news in the structure of headline. The result found that the structure that used in flood's headline has three structures, the structure which has one topic with comment (six patterns), the structure which has two topics with comment (one pattern) and the structure which has three topics with comment (one pattern).

KEYWORDS : Flood Communicator's practice Writer Reporting techniques of flood news Social concept

บทนำ

จากเหตุการณ์มหาอุทกภัยในปีพ.ศ. 2485 และ พ.ศ.2554 ที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่าสื่อสารมวลชนนั้นมีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งในการนำเสนอข้อมูล โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอข่าวประชาชนประสบความเดือดร้อน หรือสถานการณ์น้ำต่างๆ แต่ถึงกระนั้นก็ยังเป็นที่สังเกตว่า ถึงแม้หนังสือพิมพ์จะมีบทบาทที่สำคัญในการนำเสนอข้อมูลให้ประชาชนได้รับทราบข่าวสาร แต่ข่าวที่ปรากฏผ่านหน้าหนังสือพิมพ์นั้นอาจเป็นเครื่องมือหนึ่งที่นักข่าว หรือผู้ผลิตสื่อสร้างขึ้นเพื่อทำให้ผู้อ่านเชื่อในสิ่งใดสิ่งหนึ่งก็ได้

ด้วยเหตุผลที่ว่า ภาษาในหนังสือพิมพ์เป็นภาษาที่ใช้ถ้อยคำเร้าความสนใจของผู้อ่าน โดยไม่คำนึงถึงความถูกต้องในเรื่องหลักภาษาหรือการใช้ภาษานักโดยเฉพาะภาษาพาดหัวข่าว อาจเป็นเพราะว่าภาษาพาดหัวข่าวเป็นภาษาในหนังสือพิมพ์ที่มีหน้าที่สำคัญหลายประการ (ประภัสสร ภัทรนาวิก, 2541) เช่น มีหน้าที่รายงานข่าวโดยย่อเพื่อแจ้งให้ทราบว่าหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นมีข่าวอะไรบ้าง หรือมีหน้าที่ดึงดูดเร้าความสนใจของผู้อ่านข่าวหรือเพื่อตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น (Pattama, P., Yupaporn, P., John, S. K., 2009) ดังนั้นเมื่อพาดหัวข่าวมีหน้าที่เช่นนี้ ประกอบกับปรากฏร่วมกับเหตุการณ์อุทกภัยใหญ่ ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ประชาชนให้ความสนใจ การวิเคราะห์พาดหัวข่าวจึงเป็นสิ่งสำคัญหลักประการแรกที่จะทำให้ทราบว่า สิ่งที่ผู้เขียนต้องการแสดงผ่านกลวิธีการเขียนพาดหัวข่าวนั้นต้องการสื่อถึงอะไร โดยในอดีตหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยเริ่มพาดหัวข่าวในหน้าแรกของหนังสือพิมพ์ในสมัยรัชกาลที่ 7 (สุภาพันธ์ บุญสะอาด, 2517) พาดหัวข่าวจะทำหน้าที่ย่อเรื่องของข่าวให้แก่ผู้อ่านสรุปเนื้อข่าวว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร แต่ถึงกระนั้นก็เป็นที่น่าตั้งข้อสังเกตว่า แล้วในยุคเกิดเหตุการณ์อุทกภัยปีพ.ศ.2485 พาดหัวข่าวยังคงมีหน้าที่ย่อเรื่องของข่าวให้แก่ผู้อ่านอยู่หรือไม่ เช่นเดียวกันกับในปีพ.ศ.2554 ผู้เขียนข่าวมีเจตจำนงค์อย่างไรในการเลือกใช้กลวิธีต่างๆเพื่อใช้ในการเขียนพาดหัวข่าว ซึ่งในบทความนี้จะทำการศึกษาส่วนของพาดหัวข่าวซึ่งเป็นตัวบทว่าหนังสือพิมพ์ใช้ภาษาพาดหัวข่าวเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดเหตุการณ์อุทกภัยอย่างไร

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical discourse analysis) (Fairclough, 1995)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.ศึกษาโครงสร้างขององค์ประกอบพาดหัวข่าวอุทกภัยในหนังสือพิมพ์หน้า 1 ในหนังสือพิมพ์รายวันปี พ.ศ. 2485 และ พ.ศ. 2554

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยได้คัดเลือกข้อมูลจากเก็บข้อมูลเฉพาะช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์อุทกภัยใหญ่ตามที่กำหนดเท่านั้น ซึ่งระยะเวลาที่กำหนดนี้เป็นช่วงเวลาที่อยู่ในช่วงของเหตุการณ์อุทกภัยใหญ่ได้มีการปรากฏและสิ้นสุด ซึ่งเกณฑ์ของการปรากฏและสิ้นสุดนั้น ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ความถี่ของการเกิดอุทกภัยเป็นเกณฑ์ กล่าวคือ พิจารณาจากช่วงระยะเวลานั้นมีความถี่ของการเกิดอุทกภัยในเขตท้องที่กรุงเทพฯและปริมณฑลมากหรือน้อยเพียงใด ช่วงเริ่มต้นของการปรากฏข่าวอุทกภัยที่ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูล จะพิจารณาจากช่วงของการเกิดอุทกภัยในเขตท้องที่กรุงเทพฯและปริมณฑลที่มีความเดือดร้อนมาก คือ เดือดร้อนเกือบทั่วทั้งประเทศ ส่วนช่วงสิ้นสุดของการเกิดอุทกภัยพิจารณาจากความถี่ของการเกิดอุทกภัยทั้งเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลที่เริ่มมีความเดือดร้อนเบาบางลง คือ เป็นช่วงที่น้ำลดลงแล้ว

จากเกณฑ์ข้างต้นที่ผู้วิจัยได้กำหนด ผู้วิจัยได้ระบุช่วงเวลาแต่ละปีพุทธศักราชไว้ ดังนี้

- พ.ศ. 2485: ช่วงวันที่ 23 เดือนกันยายน – วันที่ 31 เดือนตุลาคม พ.ศ.2485
- พ.ศ. 2554: ช่วงวันที่ 17 เดือนกันยายน – วันที่ 15 เดือนธันวาคม พ.ศ. 2554

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล โดยการพิจารณาตัวบท คือ ข่าวอุทกภัย เป็นหลัก ข่าวอุทกภัยที่ผู้วิจัยศึกษาต้องเป็นเนื้อข่าวที่บ่งบอกถึงความเดือดร้อนของประชาชนในวงกว้าง หากเป็นเนื้อข่าวที่กล่าวถึงบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ผู้วิจัยจะไม่นำมาศึกษา โดยหลักๆผู้วิจัยจะศึกษาพาดหัวข่าวเป็นหลัก

สรุปผลการวิจัย

การแสดงให้เห็นถึงโครงสร้างขององค์ประกอบพาดหัวข่าวอุทกภัยในหนังสือพิมพ์หน้า 1 จะทำให้เห็นถึงวิธีการหนึ่งที่ผู้เขียนข่าวเลือกใช้ในการนำเสนอข่าวอุทกภัย เนื่องจากโครงสร้างขององค์ประกอบพาดหัว-ข่าวอุทกภัยถือเป็นกลวิธีหนึ่งที่มีอยู่แล้ว โดยในหัวเรื่องนี้จะแสดงให้เห็นว่าผู้เขียนข่าวเลือกใช้โครงสร้างใดมาเป็นสิ่งที่ใช้นำเสนอข่าวอุทกภัย โครงสร้างขององค์ประกอบพาดหัวข่าวอุทกภัยในหนังสือพิมพ์หน้า 1

1. โครงสร้างขององค์ประกอบพาดหัวข่าวอุทกภัยในหนังสือพิมพ์หน้า 1

ผลของการวิเคราะห์โครงสร้างของข้อความที่ใช้ในพาดหัวข่าวอุทกภัยในหนังสือพิมพ์หน้า 1 พบว่าข้อความที่ใช้ในข่าวอุทกภัยดังกล่าวมีโครงสร้างข้อความมี 2 โครงสร้าง คือ โครงสร้างข้อความที่ปรากฏข้อความหัวเรื่องร่วมกับเนื้อความมี 1 หัวเรื่อง และโครงสร้างข้อความที่ปรากฏข้อความหัวเรื่องร่วมกับเนื้อความมี 2 หัวเรื่อง ซึ่งทั้งสองโครงสร้างนี้เรื่องจะปรากฏร่วมกับเนื้อความ ส่วนมากโครงสร้างข้อความที่ปรากฏข้อความหัว

เรื่องร่วมกับเนื้อความจะแสดงให้เห็นว่าเรื่อง (topic) จะเป็นภาคประธาน และเนื้อความ (comment) จะเป็นภาคแสดง หรือเป็นภาคแสดงที่ปรากฏควบคู่กับส่วนขยายหรือนามวลี กริยาวลี

ในส่วนของโครงสร้าง ผู้วิจัยสังเกตว่า จากข้อมูลพาดหัวข่าวอุทกภัยที่ปรากฏล้วนปรากฏในรูปแบบโครงสร้างรูปแบบที่ 5 ทั้งสิ้น โดยมีกลวิธีการเขียนที่เหมือนกับปีพ.ศ.2554 ในเรื่องของการนำมติของผู้นำประเทศมาเขียนนำในพาดหัวข่าว และมีการพูดถึงการช่วยเหลือประชาชนในเหตุการณ์อุทกภัย รายละเอียดจะได้อภิปรายต่อไปนี้

1.1 โครงสร้างข้อความเรื่อง 1 เรื่อง และมีเนื้อความ 1 เนื้อความขึ้นไปไม่เกิน 2 เนื้อความ

ข้อความเรื่องที่ปรากฏร่วมกับเนื้อความมี 1 หัวเรื่อง หมายถึง หัวเรื่องของข่าวน้ำท่วมที่ปรากฏ 1 เรื่อง (topic) ในเรื่องหนึ่งๆ พร้อมกับมีการปรากฏร่วมกับเนื้อความ (comment) ซึ่งเนื้อความจะเป็นภาคแสดง และคำนามที่แสดงถึงสถานที่หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์อุทกภัยเป็นส่วนใหญ่ ถึงกระนั้น ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าในข่าวอุทกภัยปีพ.ศ.2485 และพ.ศ.2554 มีกลวิธีโครงสร้างที่คล้ายคลึงกันตรงที่มีโครงสร้างข้อความเรื่องที่ปรากฏ 1 เรื่อง และมีเนื้อความ 1 เนื้อความขึ้นไปไม่เกิน 2 เนื้อความ สามารถจัดรูปแบบโครงสร้างพาดหัวข่าวอุทกภัยตามความหมายของข้อมูลที่ปรากฏในพาดหัวข่าวได้จำนวน 7 รูปแบบ ดังนี้

ตาราง 1.1 รูปแบบโครงสร้างขององค์ประกอบพาดหัวข่าวอุทกภัยในหนังสือพิมพ์หน้า 1

รูปแบบ	เรื่อง (topic)	เนื้อความ (comment)
1	ชื่อสถานที่ประสบอุทกภัย	คำแสดงอารมณ์
2	ชื่อสถานที่ประสบอุทกภัย	การแสดงการกระทำของน้ำ + ส่วนขยาย
3	ที่มาของมวลน้ำ	คำแสดงการปรากฏของน้ำ + สถานที่ที่ประสบภัย
4	คำแสดงการเตือน+คำแสดงขนาดของมวลน้ำ คำแสดงการเตือน+ สถานที่ประสบเอุทกภัย	คำแสดงความรุนแรงของมวลน้ำ+สถานที่ประสบอุทกภัย+ข้อมูลเกี่ยวกับอุทกภัย คำแสดงการเตือน + การแสดงการกระทำของน้ำ
5	มติผู้นำประเทศ	การช่วยเหลือในเหตุการณ์น้ำท่วม
6	ผู้นำประเทศ+ส่วนขยาย	การยอมรับเกี่ยวกับอุทกภัย

จากตาราง 1.1 เป็นตารางที่แสดงถึงรูปแบบของโครงสร้างองค์ประกอบข่าวอุทกภัยในหนังสือพิมพ์หน้า 1 จากข้อมูลปรากฏ 5 รูปแบบด้วยกัน ซึ่งจะอธิบายพร้อมยกตัวอย่างประกอบแต่ละโครงสร้าง ดังนี้

<u>โครงสร้างรูปแบบที่ 1</u> คือ การใช้กลวิธีแสดงการเขียนพาดหัวข่าวที่บรรยายว่าสถานที่ประสบภัยเกิดขึ้นที่ไหนเป็นหัวเรื่อง และใช้กลุ่มคำที่แสดงการปรากฏของน้ำ ได้แก่ จ่อ วิกฤต ทะลัก เพื่อแสดงการปรากฏของน้ำร่วมกับสถานที่ที่ประสบเหตุการณ์น้ำท่วม

เรื่อง (topic)	**เนื้อความ (comment)**
สถานที่ประสบเหตุการณ์อุทกภัย	คำแสดงอารมณ์

ตัวอย่าง

(1) นนท์-ปทุมสุดเศร้า (ไทยรัฐ, 21 ตุลาคม 2554)

จากตัวอย่าง จะเห็นได้ว่า พาดหัวข่าวอุทกภัยมีการใช้กลวิธีทางโครงสร้างโดยการกล่าวถึงชื่อสถานที่ประสบเหตุการณ์อุทกภัยก่อนเพื่อแสดงถึงความเป็นหัวเรื่องหลักและตามด้วยคำแสดงอารมณ์ ซึ่งโดยทั่วไปคำแสดงอารมณ์นี้จะใช้กับสิ่งมีชีวิตไม่ใช่กับสถานที่ สิ่งนี้จึงถือเป็นโครงสร้างที่ผู้เขียนข่าวเลือกใช้เพื่อทำให้พาดหัวข่าวมีจุดสนใจ โดดเด่น และน่าติดตาม

<u>โครงสร้างรูปแบบที่ 2</u> คือ การใช้กลวิธีแสดงการเขียนพาดหัวข่าวที่บรรยายโดยการเริ่มต้นด้วยการพูดถึงชื่อสถานที่ประสบเหตุการณ์อุทกภัยเป็นเรื่องหลักโดยจะเป็นภาคประธาน ส่วนเนื้อความจะตามด้วยภาคแสดงที่ปรากฏเป็นคำแสดงระดับน้ำและอาจปรากฏร่วมกับรูปแบบประโยคที่แสดงถึงการกระทำของน้ำ

เรื่อง (topic)	เนื้อความ (comment)
สถานที่ประสบเหตุการณ์อุทกภัย	การแสดงการกระทำของน้ำ คำแสดงระดับน้ำ+การแสดงการกระทำของน้ำ

ตัวอย่าง

(2) 5 แยกลาดพร้าว
น้ำทะลวง (ไทยรัฐ, 4 พฤศจิกายน 2554)

(3) “นครสวรรค์” มิด
น้ำทะลวงทั่ว (ไทยรัฐ, 13 ตุลาคม 2554)

จากตัวอย่าง จะเห็นได้ว่า พาดหัวข่าวอุทกภัยมีการใช้กลวิธีทางโครงสร้างโดยการกล่าวถึงชื่อสถานที่ประสบเหตุการณ์อุทกภัยก่อน ดังตัวอย่างที่ (4) “นครสวรรค์” เพื่อแสดงถึงความเป็นเรื่องหลักและเพื่อเพิ่มกลวิธีให้โครงสร้างข่าวอุทกภัยน่าสนใจจึงมีการเพิ่มคำแสดงระดับน้ำ คือ มิด ถึงกระนั้น ก็ยังพบว่าพาดหัวข่าวอุทกภัยยังปรากฏเรื่องหลัก คือ 5 แยกลาดพร้าว และตามด้วยเนื้อความที่เป็นรูปประโยคเลย คือ น้ำทะลวงทั่ว

<u>โครงสร้างรูปแบบที่ 3</u> คือ การใช้กลวิธีแสดงการเขียนพาดหัวข่าวที่บรรยายโดยการเริ่มต้นด้วยการพูดถึงที่มาของมวลน้ำเป็นเรื่องหลักโดยจะเป็นภาคประธาน ส่วนเนื้อความจะเป็นภาคแสดงตามด้วยสถานที่ประสบภัย

เรื่อง (topic)	**เนื้อความ (comment)**
ที่มาของมวลน้ำ	คำแสดงความรุนแรงของมวลน้ำ+สถานที่ประสบภัย

ตัวอย่าง

(4) น้ำจาก "เมืองนนท์"

โจมตีฝั่งธน (ไทยรัฐ, 25 ตุลาคม 2554)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่า พาดหัวข่าวอุทกภัยมีการใช้กลวิธีทางโครงสร้างโดยการกล่าวถึงที่มาของมวลน้ำก่อนเพื่อแสดงถึงความเป็นหัวเรื่องหลักและใช้โครงสร้างที่เป็นภาคแสดงอธิบายถึงเนื้อความเพื่อแสดงถึงเนื้อเรื่องพอสังเขป โดยมีการใช้คำที่แสดงความรุนแรงของมวลน้ำ เช่น โจมตี ทะลัก เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการจูงใจผู้อ่านให้น่าติดตามมากยิ่งขึ้น

<u>โครงสร้างรูปแบบที่ 4</u> คือ การใช้กลวิธีแสดงการเขียนพาดหัวข่าวที่บรรยายโดยการเริ่มต้นด้วยการพูดถึงคำแสดงการเตือนร่วมกับบอกเล่าข้อมูลเกี่ยวกับขนาดของมวลน้ำเป็นเรื่องหลักโดยจะเป็นภาคประธาน ส่วนเนื้อความจะเป็นภาคแสดงตามด้วยสถานที่ประสบภัย ตลอดจนจะกล่าวถึงวันที่ประสบเหตุการณ์ที่ได้มีการคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าแล้ว

เรื่อง (topic)	**เนื้อความ (comment)**
คำแสดงการเตือน+คำแสดงขนาดของมวลน้ำ	คำแสดงความรุนแรงของมวลน้ำ+สถานที่ประสบ-อุทกภัย+ข้อมูลเกี่ยวกับอุทกภัย
คำแสดงการเตือน+ สถานที่ประสบเหตุการณ์อุทกภัย	คำแสดงการเตือน + การแสดงการกระทำของน้ำ

ตัวอย่าง

(5) เตือนน้ำก้อนใหญ่

ถล่มกรุง

28-30 ต.ค. หนักแน่ (ไทยรัฐ, 18 ตุลาคม 2554)

(6) เตือน 7 เขตกทม.

อันตราย!

มวลน้ำยักษ์ถล่ม (ไทยรัฐ, 20 ตุลาคม 2554)

จากตัวอย่าง (7) และ (8) จะเห็นได้ว่า พาดหัวข่าวอุทกภัยมีการใช้กลวิธีทางโครงสร้างโดยการใช้การเตือนขึ้นก่อน จากนั้นในตัวอย่างที่ (7) กล่าวถึงขนาดของมวลน้ำ ส่วนในตัวอย่างที่ (8) กล่าวถึงสถานที่ที่ประสบเหตุการณ์อุทกภัย เพื่อแสดงถึงความเป็นหัวเรื่องหลัก ต่อมาในตัวอย่างที่ (7) ใช้โครงสร้างที่เป็นภาคแสดงกล่าวถึงการปรากฏของน้ำ ร่วมกับสถานที่ประสบอุทกภัย คือ กรุง โดยมีการใช้คำที่แสดงความรุนแรงของมวลน้ำ

คือ ถล่ม จากนั้น เพื่อเพิ่มอรรถรสทั้งข้อมูลและแรงจูงใจในการชี้ชวนให้ติดตามของผู้อ่านมากขึ้น ผู้เขียนจึงให้ข้อมูลเพิ่มเติม คือ 28-30 ต.ค. หนักแน่ แต่ในตัวอย่างที่ (8) ในเนื้อความเป็นการใช้คำแสดงการเตือนประกอบกับเครื่องหมายอัศเจรีย์ คือ อันตราย! และตามด้วยรูปประโยค คือ มวลน้ำยักษ์ถล่ม

เมื่อมากล่าวถึงโครงสร้างรูปแบบที่ 5 เป็นที่น่าสังเกตว่า จากข้อมูลพาดหัวข่าวอุทกภัยที่ปรากฏล้วนปรากฏในรูปแบบโครงสร้างรูปแบบที่ 5 ทั้งสิ้น โดยมีกลวิธีการเขียนที่เหมือนกับปีพ.ศ.2554 ในเรื่องของการนำมติของผู้นำประเทศมาเขียนนำในพาดหัวข่าว ซึ่งเป็นเนื้อหาที่เป็นไปในเรื่องของการช่วยเหลือเหตุการณ์อุทกภัยทั้งสิ้น

<u>โครงสร้างรูปแบบที่ 5</u> คือ การใช้กลวิธีแสดงการเขียนพาดหัวข่าวที่บรรยายโดยการเริ่มต้นด้วยการพูดถึงมติของผู้นำประเทศหรือการตัดสินใจของผู้นำประเทศเกี่ยวกับเหตุการณ์อุทกภัย จะเป็นการเริ่มด้วยภาคประธาน และตามด้วยเนื้อความคือ การช่วยเหลือในเหตุการณ์น้ำท่วม ซึ่งจะเป็นภาคแสดง

รูปแบบ	**เรื่อง (topic)**	**เนื้อความ (comment)**
5	มติผู้นำประเทศ	การช่วยเหลือในเหตุการณ์น้ำท่วม

ตัวอย่าง

(7) บัญชานายกฯปู 15 วันเสร็จ
ซ่อมบางโฉมศรี (ไทยรัฐ, 20 ตุลาคม 2554)

(8) ตั้งผู้อำนวยการช่วยน้ำท่วม (นิกร, 9 ตุลาคม 2554)

(9) ตั้งเงินช่วยแก้น้ำท่วม (นิกร, 2 ตุลาคม 2554)

จากตัวอย่าง (7) (8) และ (9) จะเห็นได้ว่า ผู้เขียนใช้กลวิธีนำมติผู้นำประเทศมาใช้เป็นหนึ่งในรูปแบบของโครงสร้างพาดหัวข่าว โดยมีความแตกต่าง คือ ในพาดหัวข่าวของนิกร (7) และ (8) เรื่องจะใช้ภาคแสดง คือ ตั้งผู้อำนวยการและตั้งเงิน ส่วนในตัวอย่าง (7) เรื่องจะเป็นภาคประธาน คือ บัญชานายกฯปู ส่วนเนื้อความใน (7) (8) และ (9) มีความคล้ายคลึงกัน โดยแสดงให้เห็นในส่วนของการช่วยเหลือในเหตุการณ์น้ำท่วม เป็นภาคแสดง คือ ซ่อมบางโฉมศรี ซึ่งบางโฉมศรี คือ ชื่อของประตูกั้นน้ำที่สำคัญแห่งหนึ่ง และช่วยน้ำท่วม ตามลำดับ

<u>โครงสร้างรูปแบบที่ 6</u> คือ การใช้กลวิธีแสดงการเขียนพาดหัวข่าวที่บรรยายโดยการเริ่มต้นด้วยการพูดถึงมติของผู้นำประเทศหรือการตัดสินใจของผู้นำประเทศเกี่ยวกับเหตุการณ์อุทกภัย จะเป็นการเริ่มด้วยภาคประธาน และตามด้วยเนื้อความคือ การช่วยเหลือในเหตุการณ์น้ำท่วม ซึ่งจะเป็นภาคแสดง

รูปแบบ	เรื่อง (topic)	เนื้อความ (comment)
6	ผู้นำประเทศ+ส่วนขยาย	การยอมรับเกี่ยวกับอุทกภัย

ตัวอย่าง

(10) "ยิ่งลักษณ์" ถึงน้ำตาคลอ
รับกทม.วิกฤต (ไทยรัฐ, 28 ตุลาคม 2554)

จากตัวอย่าง (8) ผู้เขียนใช้กลวิธีการเขียนโครงสร้างที่ใช้การกล่าวถึงผู้นำประเทศตามด้วยส่วนขยาย คือ ยิ่งลักษณ์ถึงน้ำตาคลอ เป็นภาคประธาน และตามด้วยเนื้อความที่เป็นภาคแสดงซึ่งเกี่ยวกับการยอมรับเรื่องอุทกภัย คือ รับกทม.วิกฤติ

1.2 โครงสร้างข้อความเรื่องที่ปรากฏร่วมกับเนื้อความมี 2 เรื่อง

ข้อความหัวเรื่องที่ปรากฏร่วมกับเนื้อความมี 2 หัวเรื่อง หมายถึง หัวเรื่องของข่าวน้ำท่วมที่ปรากฏ 2 เรื่อง (topic) ในเรื่องหนึ่งๆ พร้อมกับมีการปรากฏร่วมกับเนื้อความ (comment) ซึ่งเนื้อความจะเป็นภาคแสดงทั้งหมด โดย*โครงสร้างข้อความหัวเรื่องที่ปรากฏร่วมกับเนื้อความมี 2 หัวเรื่องนี้จะปรากฏในพาดหัวข่าวอุทกภัยปี 2554 เท่านั้น* และรูปแบบนั้นจะเป็นการพูดถึงเกี่ยวกับเรื่องของการบอกเหตุการณ์อุทกภัย และการแสดงความช่วยเหลือเกี่ยวกับอุทกภัย เช่น การตั้งศูนย์อพยพ เป็นต้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง

(11) 5 คลองอันตราย
วิกฤติหนัก
กทม.เร่งอพยพ (ไทยรัฐ, 30 ตุลาคม 2554)

(12) กรุงจ่อจมบาดาล
ตั้งศูนย์อพยพ (ไทยรัฐ, 11 ตุลาคม 2554)

จากตัวอย่าง (9) (10) ผู้เขียนใช้กลวิธีการเขียนโครงสร้างที่ใช้การกล่าวถึงการบอกเหตุการณ์อุทกภัยคือ 5 คลองอันตราย วิกฤติหนัก ซึ่ง 5 คลอง เป็นเรื่อง และอันตราย วิกฤตหนัก เป็นเนื้อความ และในตัวอย่างที่ (10) ปรากฏในโครงสร้างประโยค คือ กรุง เป็นเรื่อง ตามด้วยเนื้อความ คือ จ่อจมบาดาล ส่วนในเรื่องที่ 2 ของตัวอย่างที่ (9) คือ กทม. ซึ่งหมายถึง คนกรุงเทพฯ เนื้อความ คือ เร่งอพยพ และใน (10) เรื่อง คือ ตั้งศูนย์อพยพ

1.3 โครงสร้างข้อความเรื่องที่ปรากฏร่วมกับเนื้อความมี 3 เรื่อง

ข้อความหัวเรื่องที่ปรากฏร่วมกับเนื้อความมี 3 เรื่อง หมายถึง เรื่องของข่าวน้ำท่วมที่ปรากฏ 3 เรื่อง (topic) ในเรื่องหนึ่งๆ ซึ่งมีการปรากฏร่วมกับเนื้อความ (comment) ซึ่งเนื้อความจะเป็นภาคแสดงทั้งหมด โดย

โครงสร้างข้อความหัวเรื่องที่ปรากฏร่วมกับเนื้อความมี 2 หัวเรื่องนี้จะปรากฏในพาดหัวข่าวอุทกภัยปี 2554 เท่านั้น และรูปแบบนั้นจะเป็นการพูดถึงเกี่ยวกับเรื่องของการบอกเหตุการณ์อุทกภัยแทบทั้งสิ้น ดังตัวอย่าง ตัวอย่าง

(13) ส่อจม 3 นิคมยักษ์
ท่วมถนน
อัมพาตสายเหนือ (ไทยรัฐ, 7 ตุลาคม 2554)

(14) ล้นวิภาวดี!
จ่อจมดอนเมือง
คนกรุงหนี (ไทยรัฐ, 23 ตุลาคม 2554)

จากตัวอย่าง (11) (12) ผู้เขียนใช้กลวิธีการเขียนโครงสร้างที่ใช้การกล่าวถึงการบอกเหตุการณ์อุทกภัยทั้งสองตัวอย่าง โดยมี 3 เรื่องใน 1 พาดหัวข่าว คือ ส่อจม 3 นิคมยักษ์วิกฤติหนัก ท่วมถนน อัมพาตสายเหนือ เช่นเดียวกันกับในตัวอย่างที่ (12) เรื่อง คือ ล้นวิภาวดี! จ่อจมดอนเมือง คนกรุงหนี

ทั้งนี้ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ในกรณีที่ผู้เขียนข่าวใช้โครงสร้าง 2 หัวเรื่องและ 3 หัวเรื่องนั้น ผู้เขียนใช้เพื่อเขียนข่าวที่สำคัญเป็นพิเศษ โดยเป็นที่สนใจของประชาชน อาจเพราะว่าต้องการดึงดูดให้หนังสือพิมพ์สามารถขายได้เป็นหลัก และทำให้พาดหัวข่าวนั้นๆดูโดดเด่น เช่น น้ำท่วมนิคมอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ หรือน้ำท่วมสถานที่ที่สำคัญในกรุงเทพฯ เช่น ถนนวิภาวดี ดอนเมือง เป็นต้น

อภิปรายผล

1. การวิเคราะห์โครงสร้างขององค์ประกอบพาดหัวข่าวอุทกภัยในหนังสือพิมพ์หน้า 1 จะทำให้เห็นถึงวิธีการหนึ่งที่ผู้เขียนข่าวเลือกใช้ในการนำเสนอข่าวอุทกภัย เนื่องจากโครงสร้างขององค์ประกอบ พาดหัวข่าวอุทกภัยถือเป็นกลวิธีหนึ่งที่มีอยู่แล้วและผู้เขียนข่าวได้เลือกสรรมาอย่างมีระเบียบแบบแผนเพื่อนำมาเขียนข่าวอาจเรียกได้ว่าเป็น วิถีปฏิบัติของสื่อมวลชน เนื่องจากมีการคำนึงถึงการปฏิบัติการทางวาทกรรม (discourse practice) ที่ว่าเป็นการวิเคราะห์กระบวนการสร้าง/แพร่กระจาย/บริโภคตัวบท ว่ามีวิธีการอย่างไร โดยนำเอาปัจจัยทางสังคมเข้ามาวิเคราะห์ อาทิเช่น ในการนำเสนอข่าวผ่านโทรทัศน์ ต้องคำนึงถึงคุณค่าของข่าวว่าเป็นประเด็นที่กำลังได้รับความสนใจของคนส่วนใหญ่หรือไม่ และยังต้องคำนึงถึงคุณค่าของข่าวว่าเป็นประเด็นที่กำลังได้รับความสนใจของคนส่วนใหญ่หรือไม่ตามแนวความคิดของแฟร์เคลาฟ์ (Fairclough, 1995)

2. การใช้โครงสร้างขององค์ประกอบข่าวอุทกภัยในหนังสือพิมพ์หน้า 1 แสดงให้เห็นว่า การเลือกใช้รูปแบบโครงสร้างนั้นมีสิ่งที่อยู่เบื้องหลังการเลือกใช้โครงสร้างที่แตกต่างกัน นั่นคือ การจัดการตัวบท (text) โดยในปีพ.ศ.2485 มีรูปแบบโครงสร้างที่น้อยกว่าในปีพ.ศ.2554 เนื่องมาจากในปีพ.ศ.2485 ผู้เขียนข่าวไม่ได้เน้นการขายข่าวหรือขายหนังสือพิมพ์เช่นในปีพ.ศ.2554 แต่เป็นความต้องการที่จะเผยแพร่เสียงสะท้อนของรัฐบาลผ่านโครงสร้างพาดหัวข่าวให้เห็นว่า รัฐบาลแสดงความช่วยเหลืออุทกภัย ไม่ให้ประชาชนตื่นตระหนก ส่วนในพ.ศ. 2554 นั้นมีหลากหลายรูปแบบโครงสร้าง ส่วนมากแสดงให้เห็นถึงความน่ากลัวของอุทกภัย และชี้เฉพาะสถานที่

ที่เป็นที่สำคัญ เป็นการชี้ให้เห็นถึงความต้องการทางพาณิชย์ของหนังสือพิมพ์ที่ต้องการให้ผู้อ่านเลือกหนังสือพิมพ์ตน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษากลวิธีการนำเสนอเหตุการณ์อุทกภัยในสื่อโทรทัศน์ เช่น รายการข่าว เป็นต้น

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกลวิธีการนำเสนอเหตุการณ์อุทกภัยในหนังสือพิมพ์รายวันระหว่างปีพ.ศ. 2485 และพ.ศ.2554

รายการอ้างอิง

บัณฑิต ทิพย์เดช. 2553. "วาทกรรมการเมืองในงานวรรณกรรมของ เสกสรรค์ ประเสริฐกุล." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาภาษาไทย.

ประภัสสร ภัทรนาวิก. 2541. "ภาษาพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย พ.ศ. 2474 และ พ.ศ. 2475." **วารสารปาริชา ต**, 11, 1: 1-11.

สุภาพันธ์ บุญสะอาด. 2517. **ประวัติหนังสือพิมพ์ประเทศไทย.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บรรณกิจ.

อรพรรณ มูลจันทร์. 2535. "การนำเสนอพาดหัวข่าวหน้าหนึ่งในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย." วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Fairclough, N. 1995. **Media discourse**. Edward Amold: New York.

Kress, Gunther and Leeuwen, Theo van. 2006. **Reading Images: The Grammar of Visual Design.** New York: Routledge.

Milapides, M. and Kitis, E. 1996. "Read it and believe it: How metaphor constructs ideology in news discourse." **Journal of Pragmatics,** 28: 557-590

Pattama, P., Yupaporn, P., John, S. K. 2009. ข่าวหน้าหนึ่ง (Khao naa nung): A multimodal analysis of Thai-language Newspaper front pages. Monika Bednarek (editor), **New discourse on language: Functional Perspectives on Multimodality, Identity, and Affiliation.** 80-110. USA: Bloomsbury Academic.

การแก้ไขการกัดเซาะชายฝั่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา: บ้านพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

THE RESOLUTION'S PROBLEM OF COASTAL EROSION'S THE LOCAL ADMINISTRATIVE: CASE STUDY BAN PUNTAINORASING MUANG SAMUTSAKORN

กนกพร ภิรมย์รัก
เขมิกา วงศ์ไชย
ทิฆัมพร เชื้อกรด
มลธิชา นิรมาน
สิริพงษ์ เทยสงวน
นักศึกษาสาขารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
E-mail : sri.wara@hotmail.com
วราภรณ์ ศรีบุญ
อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐประศาสนสาตร์ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

บทคัดย่อ

ในการศึกษาเรื่องการป้องกันและแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา : บ้านพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีการศึกษาโดยใช้การศึกษาเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ในการได้แก่ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของการกัดเซาะชายฝั่ง กรณีศึกษา บ้านพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร2) เพื่อศึกษาการแก้ไขการกัดเซาะชายฝั่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) ได้แก่ ผู้นำชุมชนที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการและมีผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรสาคร องค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ ปราชญ์ชาวบ้าน และชาวบ้านมาเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (indepth interview) และมีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านบุคคล เพื่อเป็นตรวจสอบความถูกต้องข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า การป้องกันและการแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งได้รับความร่วมมือจากประชาชนที่ได้รับผลกระทบและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยองค์กรบริหารส่วนจังหวัดสมุทรสาครได้สนับสนุนงบประมาณเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง ในด้านการจัดซื้ออุปกรณ์ การจัดจ้างผู้รับเหมาใน การดำเนินการก่อสร้าง นอกจากนี้ยังพบว่าชาวบ้านยังมีความร่วมมือในการป้องกันและแก้ไขปัญหาในพื้นที่ โดยมี

ปัจจัยแก้ไขปัญหาได้แก่ ความตระหนักถึงปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นร่วมกัน นอกจากนี้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นยังมีส่วนสำคัญในการแก้ไขปัญหาอย่างต่อเนื่อง

ปัญหาที่พบชาวบ้านไม่ตระหนักและให้ความสำคัญในระยะแรกของการป้องกันและแก้ไขจึงขาดความร่วมมือไม่คำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ การเข้ามาจึงมาแบบการว่าจ้างแต่หลังจากที่ได้รับกระทบจึงเห็นความสำคัญและเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา

คำสำคัญ : การกัดเซาะชายฝั่ง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผลกระทบ

ABSTRACT

Research on “Resolution’s problem of coastal erosion’s the Local Administrative : case study Ban Puntainorasing Muang Samutsakorn” This research was qualitative methodology. The objective of this study were ;1) to study the situation’s problem of coastal erosion by the local administrative 2) to study the resolution’s problem of coastal erosion’s the Local Administrative . This study was used 1) collected sampling by purposive sampling were ; community leader, staff, headmen administration, people are key informant interview ; 2) collected data by indepth interviews 3) check data by data triangulation.

The research found that 1) the problem of coastal erosion with the participation of the public and affected local government. Local Administrative are supported by budget, equipment, hiring contractors to perform construction .

The problem of people were ;the first step for revention and resolution lack of awarness’s people ;lack of cooperation of people, lack of awareness for public benefits.

KEYWORDS: coastal erosion, local administration, impact

บทนำ

พื้นที่ชายฝั่งทะเลนับเป็นฐานเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ เนื่องจากเป็นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่ทรงคุณค่ามากมาย เช่น ป่าชายเลน หญ้าทะเล แนวปะการัง เป็นต้น อีกทั้งยัง เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง ดังนั้นพื้นที่จึงได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์เป็นอย่างมากมีการบุกรุก เปลี่ยนแปลงสภาพพื้นที่ด้วยปัจจัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งชุมชน การประกอบอาชีพ การนันทนาการและการท่องเที่ยว ผลที่ตามมาก็คือ การพัฒนาโครงสร้างและพื้นที่ในรูปแบบต่างๆ เช่น การถมทะเล การขุดลอกร่องน้ำ การสร้างท่าเทียบเรือ นิคมอุตสาหกรรม โรงแรม รีสอร์ท เขื่อนกันคลื่น

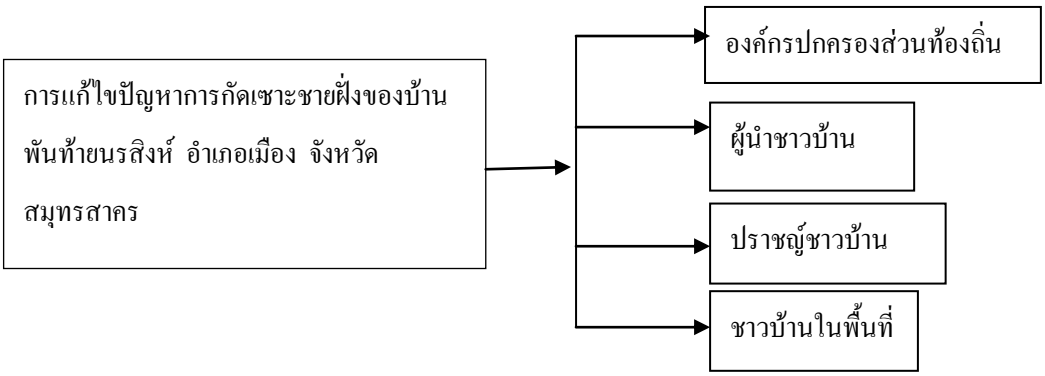
การพัฒนาโครงสร้างและพื้นที่ การทำลายทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้เกิดการกัดเซาะบริเวณชายฝั่ง ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรและระบบนิเวศชายฝั่ง กล่าวคือ เมื่อคลื่นเคลื่อนตัวเข้ากระทบชายฝั่งทะเล จะพัดพาทรายและตะกอนอื่นๆ ออกสู่ทะเล ทำให้ชายฝั่งบริเวณนั้นเปลี่ยนสภาพ เสียสมดุล ส่วนในบริเวณที่ราบน้ำขึ้นถึง รวมถึงพื้นที่ป่าชายเลน ผิวหน้าดินประกอบด้วยตะกอนเม็ดละเอียดจำพวกดินเหนียวและทรายแป้ง เมื่อคลื่น

เคลื่อนตัวเข้ากระทบชายฝั่งทะเล ก็จะทำให้ตะกอนเหล่านี้เคลื่อนตัวออกไป ในขณะเดียวกันคลื่นก็นำทรายและเปลือกหอยมาสะสมอยู่ส่วนบนของป่าชายเลน ทำให้หาดเลนเปลี่ยนสภาพ ต้นไม้ในป่าชายเลนล้มตาย การกัดเซาะชายฝั่งยังก่อให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งปลูกสร้าง การสูญเสียที่ดินและทรัพย์สินทั้งของรัฐและเอกชน นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและวิถีชุมชน ตลอดจนส่งผลกระทบต่อความสวยความงามของชายฝั่งทะเล

โดยจังหวัดสมุทรสาครเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งทะเลส่งผลต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่อย่างยิ่ง ซึ่งพื้นที่ที่กลุ่มของคณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษานั้นคือพื้นทีชายฝั่งทะเลของตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร บริเวณดังกล่าวได้รับผลกระทบจากปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งทะเลจนชาวบ้านในพื้นที่ต้องร่วมมือกันเพื่อเร่งแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งที่นับวันจะยิ่งทวีความรุนแรงขึ้น โดยชาวบ้านได้นำเอาภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีมาแต่อดีตประยุกต์ใช้ เป็นการสร้างแนวไม้ไผ่ปักชะลอคลื่น ซึ่งนอกจากจะเป็นการชะลอคลื่นที่จะเข้ามากระทบฝั่งได้แล้วยังสามารถช่วยชะลอคลื่นเพื่อกรองตะกอนดินไว้ป้องกันอีกชั้นหนึ่งด้วย

ดังนั้น การศึกษาถึงแนวคิดในด้าน การจัดการ การบริหารงาน ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของจังหวัดสมุทรสาครกับการแก้ไขปัญหาการกัดเซาะและฟื้นฟูพื้นที่ชายฝั่งทะเลกรณีศึกษาบ้านพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งผลของการศึกษาครั้งนี้จะทำให้เป็นประโยชน์แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาการดำเนินงานในอนาคต

2. กรอบแนวคิดทฤษฎี



3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของการกัดเซาะชายฝั่ง กรณีศึกษา บ้านพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

2. เพื่อศึกษาการแก้ไขการกัดเซาะชายฝั่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4. วิธีการดำเนินวิจัย

4.1 การเลือกพื้นที่ศึกษาและผู้ให้ข้อมูล พื้นที่ที่ได้เลือกมาศึกษา คือ ชุมชนพันท้ายนรสิงห์ ต.พันท้ายนรสิงห์อ.เมือง จ.สมุทรสาคร เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ประสบกับปัญหาและมีวิธีการแก้ไขปัญหาอย่างเห็นได้

4.2 เก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลจะทำการเก็บรวบรวมจาก2แหล่ง ดังนี้ 1) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) หรือการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม จากผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ คุณประสาน เอี่ยมวิจารณ์ ประชาชนที่อาศัยในชุมชนบ้านพันท้ายนรสิงห์ ต.พันท้ายนรสิงห์อ.เมือง จ.สมุทรสาคร จำนวน 6 ท่าน โดยมีแบบสัมภาษณ์ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก นอกจากนี้ยังใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยใช้คำถามที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ 2) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ ตำรา บทความ เอกสาร งานวิจัย กฎหมายต่างๆและเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล 1) แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ 2) เครื่องบันทึกเสียง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและแม่นยำ3) สมุดจดบันทึก การจดบันทึกประกอบการเก็บข้อมูล 4) กล้องถ่ายรูป ใช้ในการบันทึกภาพ เพื่อประกอบการศึกษาให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายและสามารถสื่อรายละเอียดต่างๆของข้อมูลให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล 1) รวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากแนวคำถามที่ทำการสัมภาษณ์และการถอดเทปบันทึกเสียง 2).นำข้อมูลที่ได้มาจัดหมวดหมู่ตามประเด็นของการศึกษา3) วิเคราะห์ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การศึกษาโดยเขียนบรรยายตามข้อมูลที่ได้และตรวจสอบความสมบูรณ์อีกครั้ง 4) สรุปและเรียบเรียงผลการศึกษา

5. สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 สถานการณ์ปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งของพื้นที่ศึกษาบ้านพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

ปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งของบ้านพันท้ายนรสิงห์ จัดอยู่ในพื้นที่ที่วิกฤตที่มีความเสี่ยงในการเกิดปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งในระดับสูง โดยอัตราการเกิดการกัดเซาะชายฝั่งเกิดขึ้นอย่างรุนแรงที่ระดับ 5 เมตรต่อปี ตามรายงานของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง (2551: 10) รวมถึงระบบนิเวศชายฝั่งทะเลในพื้นที่ที่ทำการศึกษานั้นเป็นพื้นที่ต่อเนื่องระหว่างระบบนิเวศบกและทะเล (Ecotone) ซึ่งมีลักษณะทางกายภาพของโครงสร้างระบบนิเวศที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมมนุษย์ รวมทั้งมีความหลากหลายทางชีวภาพสูง ซึ่ง กระบวนการเปลี่ยนแปลงสภาพพื้นที่ชายฝั่งทะเล มีกระบวนการตามธรรมชาติและกิจกรรมของมนุษย์ นอกจากจะส่งผลกระทบและทำให้เกิดการสูญเสียแนวกำแพงธรรมชาติแล้ว ยังเป็นสาเหตุสำคัญของปัญหาและก่อให้เกิดสภาวะสูญเสียพื้นที่ชายฝั่งทะเล หรือชายหาด อีกทั้งยังอาจทำให้พื้นที่ชายฝั่งทะเลบางแห่งเกิดการทับถมของตะกอนและเกิดการตื้นเขิน โดยเฉพาะในบริเวณพื้นที่ บ้านพันท้ายนรสิงห์ ทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นทุกปี

ส่วนที่ 2 ด้านเศรษฐกิจ

บริเวณชายฝั่งทะเลที่ประสบกับปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพทางกายภาพรวมถึงสูญเสียพื้นที่ชายฝั่งและความสวยงามตามธรรมชาติ ส่งผลกระทบต่อการลงทุนในการพัฒนาประเทศทั้งภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ โดยเฉพาะการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งทะเลยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในระดับครัวเรือนด้วยเนื่องจากประชาชนต้องสูญเสียพื้นที่การเกษตร และไม่สามารถประกอบอาชีพได้ดังเดิม ทำให้มีรายได้ลดลง ขณะเดียวกันต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เพื่อให้การใช้ชีวิตเป็นไปตามปกติ ดังเช่น พื้นที่บ้านพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งแต่เดิม ชาวบ้านเคยทำการประมง

สามารถหาสัตว์ทะเลได้มากมาย ทำให้เลี้ยงตัวเองและครอบครัวได้อย่างดี แต่ในปัจจุบันเมื่อเกิดปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งขึ้น ระบบนิเวศถูกทำลายลงไป อาชีพประมงที่เคยทำก็เลี้ยงตัวเองละครอบครัวได้ไม่ดีเหมือนแต่ก่อน เพราะสัตว์น้ำนั้นหายไป ไม่ชุกชุมเหมือนเดิม นอกจากนี้ยังต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในการรับซื้อสัตว์ทะเลจากเรือประมงลำอื่นเนื่องจากสัตว์ทะเลบริเวณชายฝั่งหายไป พบแต่บริเวณน่านน้ำลึก เรือประมงลำเล็กไม่สามารถออกไปได้ จึงเป็นเหตุให้ต้องรับซื้อสัตว์ทะเลจากเรือประมงลำอื่น เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ด้านสังคม

ชุมชนที่ตั้งถิ่นฐานบริเวณชายฝั่งทะเลในพื้นที่ บ้านพันท้ายนรสิงห์ ประสบกับปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง ไม่สามารถอยู่อาศัยในพื้นที่เดิมต่อไปได้ ต้องอพยพย้ายไปยังพื้นที่อื่น ส่งผลให้เกิดการสูญเสียวิถีชีวิตของชุมชน รวมทั้งวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิม โดยในพื้นที่บ้านพันท้ายนรสิงห์ นั้นมีการอพยพของชาวบ้านมากกว่า10 หลังคาเรือน (กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, 2551: 12) โดยมีการอพยพเข้าไปอยู่ในพื้นที่ของตำบล บางกระเจ้า อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครนอกจากนี้ ยังทำให้เกิดการสูญเสียงบประมาณในการซ่อมแซมสถานที่ที่มีความสำคัญ อาทิ บ้านรือนของชาวบ้าน โรงเรียน ซึ่งโรงเรียนพันท้ายนรสิงห์วิทยาได้รับผลกระทบอย่างมากจากปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง โดยในฤดูฝน เมื่อเกิดน้ำหลากโรงเรียนจะถูกน้ำท่วม ทำให้นักเรียนไม่สามารถไปเรียนหนังสือได้ และเมื่อน้ำลดลงโรงเรียนก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการฟื้นฟูและซ่อมแซมโรงเรียนที่ได้รับผลกระทบจากน้ำท่วมอีกด้วย

ส่วนที่ 4 ด้านระบบนิเวศ

บริเวณชายฝั่งทะเลบ้านพันท้ายนรสิงห์ ได้แก่ ระบบนิเวศชายหาด ระบบนิเวศแหล่งหญ้าทะเล ระบบนิเวศป่าชายเลน จะได้รับผลกระทบจากการกัดเซาะโดยตรงทั้งทางโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของระบบนิเวศ ส่งผลต่อความอุดมสมบูรณ์ของสิ่งมีชีวิตในทะเล และความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงห่วงโซ่อาหาร ดังจะเห็นได้จากข้อมูลจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตสัตว์น้ำรวม(กุ้ง ปลา และปู) กับการเปลี่ยนแปลงสภาพป่าชายเลน จังหวัดสมุทรสาคร รวมถึงการเกิดปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งในพื้นที่ชายฝั่งทะเลบ้านพันท้ายนรสิงห์มีผลทำให้ผลผลิตสัตว์น้ำโดยรวมลดลงในช่วงระยะเวลา 10 ปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2526-2536 พบว่า ผลผลิตประมงของจังหวัดสมุทรสาครลดลงประมาณครึ่งหนึ่งจากผลผลิตสัตว์น้ำในปีพ.ศ.2526 มีปริมาณเท่ากับ 185,220 ตัน ในปีพ.ศ.2536 (ณิฏฐารัตน์ ปภาวสิทธิ์ และคณะ, 2540 :70) พื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลในบริเวณนี้จึงมีระบบนิเวศที่เสื่อมโทรม การสูญเสียพื้นที่อนุบาลสัตว์น้ำชายฝั่งทะเลจากกระบวนการกัดเซาะชายฝั่ง ทำให้ความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายของระบบนิเวศในพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลบ้านพันท้ายนรสิงห์ ลดลงไปอย่างมาก

ส่วนที่ 5 การดำเนินการการจัดการแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งในพื้นที่ศึกษา

ในอดีต จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการรวมถึงชาวบ้านในพื้นที่พบว่า ในอดีตองค์กรที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เช่น ผู้นำท้องถิ่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่และชาวบ้านยังไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อหาแนวทางในการป้องกันปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง มีเพียงชาวบ้านที่มีพื้นที่ทำกินติดกับชายฝั่งทะเล ที่ได้รับผลกระทบจากการกัดเซาะชายฝั่ง ได้ก่อสร้างแนวป้องกันชั่วคราวเช่น การถมหิน การใช้ไม้ไผ่ปักชะลอคลื่น การสร้างกำแพงจากวัสดุต่างๆที่หาได้ในท้องถิ่น เพื่อรักษาพื้นที่ทำกินของตนเองตามแนวชายฝั่ง ไม่ให้ถูกกัดเซาะจากความแรงของคลื่น โดยยังไม่มีหน่วยงานเข้ามาดูแลอย่างจริงจัง เพียงแต่เกิดจากความ

จำเป็นของชาวบ้านในการป้องกันชีวิตความเป็นอยู่และอาชีพของตนเองจากการกัดเซาะชายฝั่งเท่านั่น ยังไม่ใช้เกิดจากการการตระหนักถึงปัญหาอย่างแท้จริง

ในปัจจุบัน จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการรวมถึงชาวบ้านในพื้นที่พบว่า ในปัจจุบันองค์กรที่เกี่ยวข้องในพื้นที่เช่น กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง องค์กรปกครองท้องถิ่นในจังหวัด เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรสาคร องค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ ภาคเอกชน และชาวบ้านในพื้นที่ได้รับทราบและตระหนักถึงปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญในระดับชาติ ตามมติคณะรัฐมนตรี ปี2553 จึงได้มีการร่วมมือหาแนวทางและได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง โดยวิธีการเข้าไปให้ความรู้และรับทราบปัญหาที่เกิดขึ้นในทันที รวมถึงหาแนวทางที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการกัดเซาะชายฝั่ง ให้กับชุมชนในพื้นที่ชายฝั่งบ้านพันท้ายนรสิงห์ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน จัดสรรงบประมาณเพื่อจัดสร้างแนวป้องกันชายฝั่งร่วมกับชุมชนชายฝั่ง โดยมีการสร้างกำแพงชะลอคลื่นด้วยไม้ไผ่ ซึ่งมีฐานแนวความคิดมาจากการสังเกตที่พบว่าบริเวณที่ปักโพงพางและคอกหอยแมลงภู่จะมีการสะสมของตะกอนดินเลนเกิดขึ้น และนำมาพัฒนาต่อยอดโดยภูมิปัญญาชาวบ้านในการฟื้นฟูพื้นที่และระบบนิเวศชายฝั่งทางทะเลที่ถูกกัดเซาะพังทลายและเสื่อมโทรมให้กลับคืนสู่สภาพที่อุดมสมบูรณ์และความสมดุลทางธรรมชาติดังเดิม ถือปืนการประยุกต์ใช้กระบวนการทางธรรมชาติสู้กับธรรมชาติ และเป็นวิธีที่สอดคล้องกับสภาพสังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนประมงชายฝั่ง(กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, 2552 :10)

ในอนาคต นโยบายขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรสาคร องค์การบริหารส่วนตำบลพันท้ายนรสิงห์ รวมถึงนโยบายขององค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง รวมถึงชาวบ้านในพื้นที่บ้านพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ได้กำหนดนโยบายและวางแผนการดำเนินการแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง โดยวิธีการดังต่อไปนี้ 1) การสร้างแนวไม้ไผ่ชะลอคลื่นและซ่อมแซมแนวชะลอคลื่นตามแนวชายฝั่ง 2)การเพิ่มแนวชะลอคลื่นตามธรรมชาติโดยการปลูกป่าชายเลนหลังแนวไม้ไผ่ 3)การเพิ่มพื้นที่โดยการสร้างการเกิดตะกอนดินโดยธรรมชาติ 4) การติดตามและเฝ้าระวังปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชาวบ้านในพื้นที่ นอกจากวิธีดำเนินการต่างเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งดังกล่าวข้างต้นแล้ว จังหวัดสมุทรสาครยังได้มีการจัดทำกฎหมายเพื่อใช้เป็นแนวทางหนึ่งในการป้องกันและแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งซึ่งอาจเกิดจากกิจกรรมของมนุษย์ เช่น การทำประมงที่ผิดวิธี การบุกรุกพื้นที่ชายฝั่ง การลักลอบตัดไม้โกงกางในป่าชายเลน เป็นต้น โดยจะมีการใช้กฎหมายเป็นมาตรการในการดำเนินการกับผู้กระทำความผิดและฝ่าฝืน ทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกันและรักษาชายฝั่งในพื้นที่บ้านพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ให้เกิดการดูแลอย่างจริงจังและยั่งยืน

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

5.2.1 ด้านสถานการณ์ปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง

พื้นที่บริเวณบ้านพันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาคร ได้รับผลกระทบรุนแรงกว่าในจังหวัดอื่นๆที่มีปัญหาในลักษณะเดียวกันได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่องและรุนแรงขึ้น โดยปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งได้ส่งผลกระทบไปในด้านต่างๆ อาทิ การดำการดำรงชีวิตของชาวบ้านในพื้นที่ วิถีชีวิตของชาวบ้านเปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งยังส่งผลกระทบไปสู่อาชีพหลักของชาวบ้านด้วยนั่นคือ อาชีพประมง

ประชาชนบางครอบครัวต้องเสียพื้นที่ทำกินรวมถึงสูญเสียพื้นที่อยู่อาศัย เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรชัย คล้ายทอง (2554:บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาผลกระทบจากปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งที่มีต่อชุมชนบ้านชายทะเล ต.พันท้ายนรสิงห์ อ.เมือง จ.สมุทรสาคร ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อชุมชนและประชาชนในพื้นที่ ได้รับความเดือดร้อนต้องอพยพย้ายถิ่นและถอยร่นเข้ามาอยู่ในพื้นที่ที่สามารถใช้ประกอบอาชีพในชีวิตประจำวัน ส่งผลกระทบต่อพื้นที่อยู่อาศัยและพื้นที่ทำกินบางส่วน การสูญเสียโดยตรงอันได้แก่ การสูญเสียที่ดิน อาคาร ปัจจัยการผลิตที่ติดกับพื้นที่ เช่นการเพาะเลี้ยง ตลอดจนสาธารณูปโภคที่รัฐได้ลงทุนไว้ ได้แก่ ถนน สะพาน เสาไฟฟ้า ผลกระทบทางด้านอื่นๆคือด้านธรรมชาติภาวะเสื่อมโทรมของระบบนิเวศชายฝั่ง เสียโอกาสในการใช้และพัฒนาที่ดิน ปัญหาความเครียดของผู้สูญเสียที่ดินต้องหาพื้นที่ใหม่ซึ่งจะมีราคาสูงมาก หรือครอบครัวที่กลายเป็นผู้ไร้ที่ดินเนื่องจากไม่สามารถหาที่ดินผืนอื่นทดแทนได้ โดยชาวบ้านได้รับความเดือดร้อนจากปัญหาเหล่านี้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากยังไม่มีหน่วยงานใดเห็นถึงความสำคัญละผลกระทบที่เกิดขึ้นจากปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งอย่างแท้จริงอีกทั้งชาวบ้านเองยังไม่ได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นมากเท่าใด เนื่องจากชาวบ้านมองว่าปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งนั้นไม่ได้เกิดขึ้นกับพวกเขาโดยตรงจึงเป็นสาเหตุที่ยังคงทำให้ปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งนั้นไม่ได้รับการแก้ไขอย่างจริงจัง

5.2.2 ด้านผลกระทบของปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งที่มีต่อชุมชน

ชุมชนนั้นได้รับผลกระทบจากทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งชุมชนเองต้องปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตไปโดยชัดเจนทั้งเรื่องของวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงเรื่องการทำมาหากิน การเปลี่ยนอาชีพ การสูญเสียที่ดินของตนไป การอพยพย้ายถิ่นหรือแม้กระทั่งการไร้ที่อยู่ ซึ่งผลกระทบที่ชุมชนได้รับยังคงไม่ได้รับการแก้ไขจากหน่วยงานใด บางหลังคาเรือนไม่มีไฟฟ้า ประปา หรือถนนที่จะเข้าบ้าน เนื่องจากได้ผลกระทบจากปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง นอกจากนี้ผลกระทบในด้านอื่นๆที่เห็นชัดเจนนั้นคือผลกระทบต่อระบบนิเวศในพื้นที่ใกล้เคียง สัตว์น้ำบางชนิดต้องอพยพเนื่องจากไม่มีอาหาร แผ่นดินถูกกลืนหายไปจากน้ำกัดเซาะ อีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญคือ ระบบนิเวศที่มีความสำคัญที่เป็นแหล่งอาหารเพื่อให้ชาวบ้านสามารถทำประมงต่อไปได้นั้นเริ่มหมดลง เนื่องจากระบบนิเวศที่เปลี่ยนแปลงไป ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรชายฝั่งลดลง

5.2.3 ด้านการดำเนินการแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง

การดำเนินการแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งนั้นในเบื้องต้นยังไม่ได้รับความร่วมมือในการแก้ไขมากเท่าใดนัก อีกทั้งชาวบ้านยังไม่ได้เห็นถึงความสำคัญ เพราะไม่ใช่ปัญหาที่เกิดขึ้นกับตนเองอย่างแท้จริง แต่ในปัจจุบันหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำหมู่บ้านทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ รวมถึงตัวชาวบ้านเองเริ่มเข้าใจเห็นถึงสภาพปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นเพราะปัญหาเหล่านี้ส่วนหนึ่งได้ส่งผลกระทบต่อตนเองและอาชีพที่ตนเองได้ทำอยู่ โดยสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ศศินันต์ สุวรรณโมลี (2552:บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติโดยชุมชนเป็นฐานจากภาคประชาสังคม : กรณีศึกษาชุมชนบ้านน้ำเค็ม ต.บางม่วง อ.ตะกั่วป่า จ.พังงาที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม การที่ประชาชนมีความตระหนักและตื่นตัวในผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งต่อตนเองและชุมชน จนนำไปสู่การร่วมมือกันเพื่อแก้ปัญหาของชาวบ้านและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดย ชาวบ้านในพื้นที่บ้านพันท้ายนรสิงห์ ก็ได้รับทราบและตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและร่วมมือกันแก้ปัญหาดังกล่าวด้วยวิธีการปักไม้ไผ่ชะลอคลื่น ซึ่งเกิดจากการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในการทำประมง เลี้ยง

หอยแครง โดยชาวบ้านสังเกตจากการที่การเลี้ยงหอยแครงนั้นต้องมีการปักไม้และบริเวณหลังแนวไม้ปักเลี้ยงหอยแครงนั้นเกิดตะกอนดินอยู่ด้านหลังแนวไม้จำนวนมาก ชาวบ้านจึงนำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้กับการสร้างแนวไม้ไผ่ชะลอคลื่น จนปัจจุบันชาวบ้านได้สร้างแนวไม้ไผ่ชะลอคลื่นจนสามารถแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งได้อย่างเป็นรูปธรรม

นอกจากนี้ทางองค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรสาครได้มีการสนับสนุนงบประมาณจำนวนหนึ่งเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ รวมถึงจัดจ้างผู้รับเหมามาดำเนินการวางรูปแบบการปักไม้ไผ่ชะลอคลื่น แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นชาวบ้านในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาอย่างแท้จริงในการเป็นกำลังหลักเพื่อดำเนินการสร้างแนวไม้ไผ่ชะลอคลื่น นอกจากจะสร้างแนวไม้ไผ่ชะลอคลื่นแล้วชาวบ้านและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้ร่วมกันปลูกโกงกางด้านหลังแนวไม้ไผ่เพื่อเป็นตัวกรองตะกอนและดักตะกอนให้ตกอยู่บริเวณหลังแนวไม้ไผ่ เป็นการเพิ่มแนวธรรมชาติอีกชั้นหนึ่งในการลดแรงของคลื่นที่จะรุกคืบเข้ามากัดเซาะชายฝั่ง สำหรับไม้โกงกางนั้นนอกจากจะช่วยดักกรองตะกอนไว้อีกชั้นหนึ่งแล้วยังช่วยสร้างให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศและยังก่อให้เกิดสภาพภูมิทัศน์ที่สวยงามอีกด้วย

5.3.ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1) เน้นการสร้างความร่วมมือร่วมใจของชาวบ้านในชุมชนให้เกิดความรักความสามัคคีรวมถึงมีการให้ความรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นต่อคนในชุมชน 2) ส่งเสริมโครงการในลักษณะของการอนุรักษ์บ้านเกิดหรือโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อให้คนในชุมชนเกิดความตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นโดยไม่คิดว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นไม่ใช่ปัญหาของตนเอง

รายการอ้างอิง

กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง. 2554.**การจัดการการกัดเซาะชายฝั่งทะเลในประเทไทย** เอกสารประกอบการสัมมนาวิชาการนานาชาติด้านการจัดการการกัดเซาะชายฝั่งทะเลในประเทศไทย.ระหว่างวันที่ 27-29 เมษายน 2554

กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง. 2551.**ยุทธศาสตร์การจัดการป้อกันและแก้ปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง.** พิมพ์ครั้งที่ 1.กรุงเทพฯ:พลอยมีเดีย.

ธวัต แทนไฮ.2549. “การศึกษาป้องกันการกัดเซาะชายฝั่งและการทับถมของตะกอนดินโดยใช้ไม้ไผ่รวกบริเวณป่าชายเลน ตำบลคลองด่าน อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ”วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการจัดการลุ่มน้ำและสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกษตรศาตร์.

ศิรินันต์ สุวรรณโมลี. 2552. “การศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติโดยชุมชนเป็นฐานรากภาค

ประชาสังคม : กรณีศึกษาชุมชนบ้านน้ำเค็ม ต.บางม่วง อ.ตะกั่วป่า จ.พังงา” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรชีวภาพ บัณฑิตวายลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

สุรชัย คล้ายทอง. 2554. “การศึกษาผลกระทบจากปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งที่มีต่อชุมชนบ้านชายทะเล ต.พันท้ายนร

สิงห์ อ.เมือง จ.สมุทรสาคร" วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

การจัดแสดงสินค้าแฟชั่นของร้านในห้างสรรพสินค้า ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า

EFFECT OF FASHION DISPLAY IN DEPARTMENT STORES ON CUSTOMER BUYING DECISION

อรุณศรี ตันอรชร

นิสิตปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ (การตลาด) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail: a.minitiger@gmail.com

พันตำรวจโท ดร.วัชรพงษ์ พนิตธำรง

อาจารย์พิเศษ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail: visionwpg@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) การตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นของลูกค้า (2) ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น (3) ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับการจัดแสดงสินค้าแฟชั่น และ (4) การจัดแสดงสินค้าแฟชั่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงพรรณนาและเทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ชุด โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติอนุมานในการทดสอบสมมติฐาน ด้วยวิธีการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันและการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งในประเด็นลูกค้าเข้าร้านที่มีป้ายส่วนลดอยู่หน้าตู้โชว์หน้าร้านเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือสีมีความสำคัญต่อการจัดแสดงสินค้า และเห็นด้วยอย่างยิ่งในประเด็นราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น และการจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์หน้าร้านที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นเมื่อจำแนกลูกค้าตามอายุ และรายได้ การจัดแสดงสินค้าภายในร้านแตกต่างกันที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นเมื่อจำแนกลูกค้าตามอายุ ส่วนแสงและสีกับการจัดแสดงสินค้าที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นเมื่อจำแนกลูกค้าตามเพศและอายุ การจัดแสดงสินค้าแฟชั่นมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น

คำสำคัญ: การจัดแสดงสินค้าแฟชั่น สินค้าแฟชั่น การตัดสินใจซื้อ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดแสดงสินค้า

ABSTRACT

This research aim to study (1) Department stores customer buying decision (2) Differences in personal factors of customers with fashion products buying decision (3) Differences in personal factors of customers with fashion display and (4) Effect of fashion display on buying decision Differences in personal factors of customers with fashion display. The study is a quantitative research by using descriptive and survey research. Questionnaires used to collect from samples are 385 sets. The data set is analyzed by applying descriptive statistics including frequency, percentage, mean, and standard deviation. And inference statistics used in this study are Pearson‘s Correlation Coefficient and Regression Analysis test at a significant level of 0.05. The results show that the majority samples agreed with fashion display in department stores is very positive. Samples strongly agree in the customer enters the store with a sign in front of a showcase for the most important and the second is colors importance for fashion display. Samples opinion in fashion products buying decisions for strongly agree in the price toward fashion products buying decisions, buy more if the price is low. Hypothesis tests are found that the age and average income per month of the personal factors toward fashion products buying decisions, window display toward fashion products buying decisions on the classification of customers according to age and average income per month, interior display toward fashion products buying decisions on age, and the light and colors in display toward fashion products buying decisions on the classification of customers according to gender and age. Fashion display in department stores had the positive correlate fashion products buying decision.

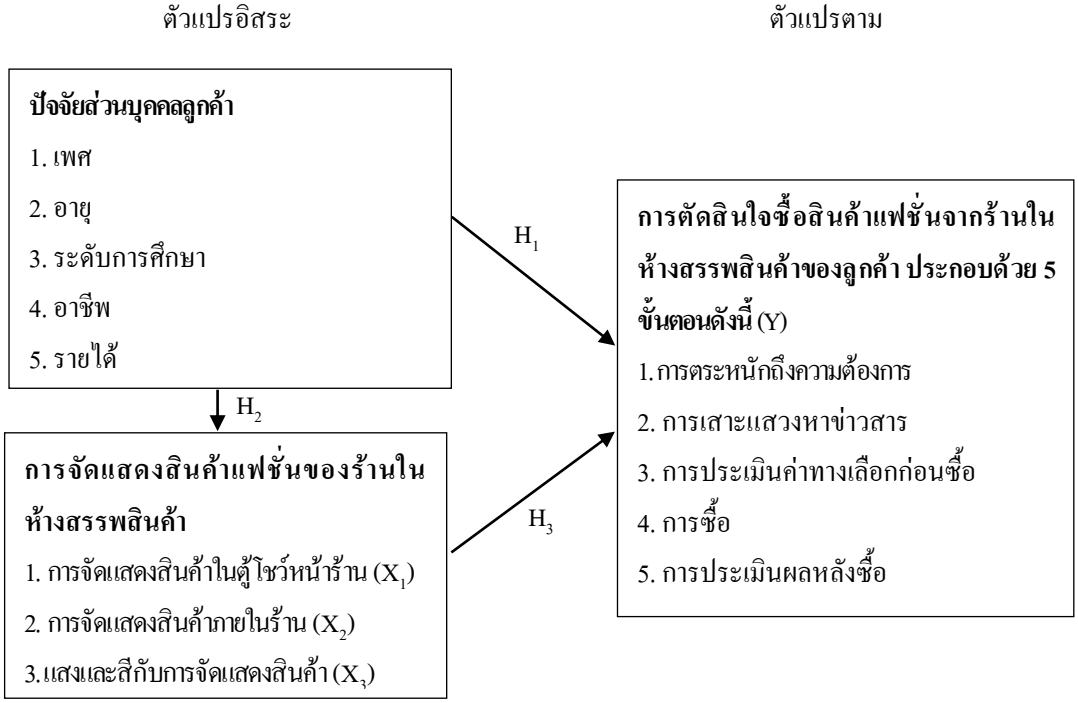
KEYWORDS: Fashion display, Fashion product, Buying decision and Opinion about display

1.บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยมีห้างสรรพสินค้าที่เปิดตัวอย่างเป็นทางการ 74 แห่ง คิดเป็น 1 ห้างสรรพสินค้าต่อประชากร 9 แสนคน เทียบกับประเทศญี่ปุ่นที่มีสัดส่วน 1 ห้างสรรพสินค้าต่อประชากร 4.3 หมื่นคน สะท้อนว่าตลาดในไทยยังเติบโตได้อีกมาก และในขณะที่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คาดว่านักลงทุนจากจีน ญี่ปุ่นจะเข้ามาลงทุนในไทย ผู้ประกอบการควรหาวิธีรับมือการแข่งขันทั้งเชิงรุกและเชิงรับ (สำนักข่าวอินโฟเควสท์, 2556) สำหรับตลาดสินค้าแฟชั่นในไทยมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้มีตราสินค้าแฟชั่นเกิดขึ้นมากมาย แต่ในขณะเดียวกัน แบรนด์ไทยไม่มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน คล้ายว่าทำแฟชั่นตามความชอบส่วนตัว ในขณะที่แบรนด์ที่ประสบความสำเร็จทั่วโลก จะมีเป้าหมายที่ชัดเจน (Kiss, 2013) ด้วยสถานการณ์ในธุรกิจแฟชั่นมีการแข่งขันสูง จากการศึกษาชี้ให้เห็นว่าร้อยละ 80 ของร้านค้าแฟชั่นที่ล้มเหลวส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก แต่สำหรับร้านค้าในห้างสรรพสินค้า ต้องอาศัยประสบการณ์ ความชำนาญ และเทคนิคการดึงดูดลูกค้าเพื่อแข่งขันกัน (Fulbright, 2013) ซึ่งการจัดแสดงสินค้าเป็นวิธีการหนึ่งที่สร้างเอกลักษณ์ให้แก่ร้าน เนื่องจากทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจและดึงดูดลูกค้าให้เข้าร้าน และช่วยในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้อย่างง่ายขึ้น นอกจากนี้การจัดแสดงสินค้ายังเป็นตัวสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆ (Kaur, 2013) ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาการจัดแสดงสินค้า

แฟชั่น และการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดแสดงสินค้าให้มีความดึงดูดและเกิดความน่าสนใจแก่ลูกค้า โดยสามารถอธิบายเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้

2.กรอบแนวคิดและทฤษฎี



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากกรอบแนวคิดของการวิจัยในครั้งนี้จะอธิบายถึงความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวแปร โดย ตัวแปรอิสระ (Dependent Variable) ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลลูกค้า ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการจัดแสดงสินค้าแฟชั่นซึ่งประกอบไปด้วย การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์หน้าร้าน การจัดแสดงสินค้าภายในร้าน และแสงและสีกับการจัดแสดงสินค้า ส่วนตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นจากร้านในห้างสรรพสินค้าของลูกค้า (Y)

สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นของร้านในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่กับการจัดแสดงสินค้าแฟชั่นของร้านในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 การจัดแสดงสินค้าแฟชั่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของร้านในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจซื้อ

เป็นกระบวนการที่ดำเนินการโดยผู้บริโภคเกี่ยวกับกิจกรรมทางตลาดอย่างมีศักยภาพ เริ่มตั้งแต่ก่อน ระหว่าง และหลังจากการซื้อสินค้าหรือบริการ (Kerin, 2012) โดยขั้นก่อนการซื้อเป็นขั้นตอนในการจัดหาสินค้า โดยเริ่มจากผู้บริโภครับรู้ถึงความต้องการ เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเกิดจากการที่บุคคลรู้สึกถึงความแตกต่างของสิ่งที่ปรารถนาจะให้เกิดขึ้นกับสภาพที่ตอนเป็นอยู่ ณ เวลาหนึ่ง และผู้บริโภค มีความเห็นว่าความแตกต่างดังกล่าวมีความสำคัญมากที่จะต้องแก้ไข แล้วจึงสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า มักเริ่มต้นจากการหาข่าวสารจากแหล่งภายในก่อนโดยผู้บริโภคจะพิจารณาว่าตนมีความรู้หรือความทรงจำเกี่ยวกับทางเลือกต่างๆ มากพอหรือไม่ที่จะทำการซื้อสินค้า แล้วจึงประเมินทางเลือกเป็นกระบวนการที่ทางเลือกได้รับการประเมิน และเลือกสรรให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อเข้าสู่ขั้นการซื้อมักจะเกิดในร้านค้าปลีก หรือช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์บางประเภท การจำหน่ายต้องอาศัยพนักงานขายที่มีความรู้และความชำนาญสูงในการแนะนำสินค้าประกอบ และสุดท้ายคือขั้นหลังการซื้อ ประกอบด้วยการใช้สินค้า และพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยเกี่ยวข้องกับความพอใจหรือไม่ในตัวสินค้า (Blackwell, 2009)

การจัดแสดงสินค้าแฟชั่น

เป็นวิธีการนำเสนอสินค้าแฟชั่นให้ประจักษ์ทางสายตาแก่กลุ่มชน โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปะมาช่วยในการออกแบบ (Morgan, 2011) โดยจัดแสดงให้ผู้ชมได้เห็นตัวสินค้าจริงๆ เหมือนกับเป็นพนักงานที่ทำหน้าที่ขายโดยไม่ส่งเสียง โดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1. การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์หน้าร้าน เปรียบเสมือนเวทีของการจัดแสดงสินค้าที่เป็นแม่เหล็กดึงดูดให้ผู้คนสัญจรไปมาเกิดความสนใจ สามารถแบ่งตามลักษณะของตู้ได้ 3 ประเภทดังนี้ คือ ตู้โชว์แบบแบนราบ คือตู้โชว์เดี่ยวตามหน้าร้านต่างๆ ลักษณะมีมุมมองมากจากด้านหน้าเพียงด้านเดียว ตู้โชว์แบบมุม คือการจัดตู้โชว์ที่อยู่มุมร้าน มีมุมมองมาจาก 2 ด้านด้วยกัน และตู้โชว์แบบเกาะ คือตู้โชว์แบบนี้เป็นตู้โชว์ที่แยกตัวเป็นอิสระ ลูกค้าสามารถมองได้จากทุกๆด้าน นอกจากการแบ่งตู้โชว์ตามลักษณะของตู้แล้ว ยังมีการแบ่งตู้โชว์ตามลักษณะของสินค้าและโอกาสของการจัดแสดง ได้แก่ ตู้โชว์สินค้าตามเทศกาล ตู้โชว์สินค้าอย่างเดียว ตู้โชว์สินค้าที่สัมพันธ์กันเป็นชุด ตู้โชว์สินค้าที่สัมพันธ์ต่างชุดกัน ตู้โชว์สินค้าตามประเภท ตู้โชว์สินค้าหลายประเภท และตู้โชว์สินค้าในวาระพิเศษ

2. การจัดแสดงสินค้าภายในร้าน เป็นการตกแต่งภายในร้านให้น่าสนใจ ต้องสะดวก สะอาด สบาย เพื่อกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการซื้อขึ้น สามารถพิจารณาตามกลุ่มสินค้า 3 ประเภท คือ สินค้าประเภทหรูหราจำเป็นต้องจัดตั้งไว้ด้านหน้าของร้านเพื่อให้คนเดินผ่านและเห็นบ่อยๆ เพื่อที่จะดึงดูดและยั่วยุให้ลูกค้าซื้อ สินค้าประเภททั่วไป จำเป็นต้องตั้งไว้ช่วงกลางของร้านเพื่อสะดวกแก่การซื้อหา และสินค้าประเภทเฉพาะเจาะจง ต้องมีพนักงานขายไว้คอยบริการ ฉะนั้นจึงสามารถวางไว้ในสุดของทางเดินได้ เพราะตัวสินค้าและความต้องการอยู่ในระดับสมดุลกันอยู่แล้ว

การจัดแสดงสินค้าต้องคำนึงถึงแสงและสีของการจัดแสดงสินค้า เพราะการจัดองค์ประกอบสีในการแสดงสินค้าตามหลักเกณฑ์สากลของการออกแบบ คือ สัดส่วน สมดุล จังหวะ จุดสนใจ และเอกภาพ ซึ่งถ้าสามารถใช้สีสันของสินค้าและร้านค้าที่โดดเด่น น่าสนใจ และเหมาะสม ก็จะช่วยส่งเสริมการขายสินค้าได้โดยปริยาย (Fontanilla and Boubeta, 2010) และการใช้แสงควรคำนึงถึงความเหมาะสมแก่ตัวสินค้าด้วย โดยมีเกร็ด

เล็กๆว่าการให้แสงที่รุนแรงและเปลี่ยนแปลงความเข้มอยู่เรื่อยๆ จะก่อให้เกิดความรู้สึกของการเปลี่ยนทิศทางอย่างรวดเร็ว แสงที่กระจายจะลดความน่าสนใจของตัวสินค้า แสงเฉพาะจุดก่อให้เกิดแรงดึงดูด อย่างไรก็ตาม การให้แสงไม่ควรเน้นหรือใช้สีมากจนเกินไปจนทำให้สีของวัตถุที่แสดงนั้นแปลกไป (Levy and Weitz, 2009)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีผู้วิจัยหลายท่านชี้ให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นจากร้านในห้างสรรพสินค้าของลูกค้าเกิดขึ้น อาทิ งานวิจัยของ Kouchekian and Gharibpoor (2012) ที่พบว่า การใช้แสงไฟและสีในการจัดแสดงสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น และการจัดแสดงสินค้าและการตกแต่งในร้านมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อของลูกค้าในห้างสรรพสินค้า งานวิจัยของ Kaur (2013) พบว่า การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์ การจัดแสดงสินค้าภายในร้าน และแสงสีที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นของลูกค้า

3.วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับการจัดแสดงสินค้าแฟชั่นของร้านในห้างสรรพสินค้าและการจัดแสดงสินค้าแฟชั่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

4.วิธีการดำเนินวิจัย

วิธีการ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเริ่มจากการวิจัยสืบค้น (Exploratory Research) ข้อมูลทุติยภูมิจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และใช้วิธีการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และใช้เทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยซื้อสินค้าแฟชั่นจากร้านสินค้าแฟชั่น ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งมีจำนวนประชากรไม่แน่นอน โดยสูตรคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2552) คือ

จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง $= \dfrac{Z^2}{4e^2}$

Z คือ ค่าปกติมาตรฐาน ซึ่งขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่น โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% (เท่ากับ 1.96)

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมรับได้ โดยกำหนดที่ 5% (หรือ 0.05)

ผลการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 385 ชุด ผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามทั้งหมดด้วยตนเอง โดยก่อนแจกแบบสอบถามจะสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามก่อนว่าเป็นลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าแฟชั่นจากร้านห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่ เพื่อคัดเลือกแต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าแฟชั่นจากร้านห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

การสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยต้องการกระจายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างในการเก็บแบบสอบถาม จึงใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) ประกอบไปด้วย การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากการสุ่มตัวอย่างผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจาก 6 เขต ได้แก่ เขตบางกอกน้อย จตุจักร บางกะปิ ห้วยขวาง ปทุมวัน และบางขุนเทียน โดยเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ใน 6 เขตดังกล่าวตามสะดวก จนกระทั่งครบ 385 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1.ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549)

1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อแปลความหมายของข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ค่าร้อยละ = ความถี่ของข้อมูล/ ความถี่รวม

1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean)

ค่าเฉลี่ย = ผลรวมของคะแนนทั้งหมด/ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = $\sqrt{\dfrac{n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2}{n(n-1)}}$

$\sum x_i$ แทน ผลรวมทั้งหมดของคะแนนแต่ละตัว

n แทน จำนวนข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

2.การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics)

2.1 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ T-test ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติร้อยละ 95 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551) สำหรับการวิจัยครั้งนี้จะใช้ทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ กับการจัดแสดงสินค้าแฟชั่นและการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น

$$t = \frac{\overline{x_1} - \overline{x_2}}{\sqrt{\dfrac{S_1^2}{n_1} + \dfrac{S_2^2}{n_2}}}$$

t แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา t – distribution

$\overline{x_1}, \overline{x_2}$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

S_1^2, S_2^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มที่ 1 และ กลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

n_1, n_2 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

2.2 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551) สำหรับการวิจัยครั้งนี้จะใช้ทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ กับการจัดแสดงสินค้าแฟชั่นและการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}$$

F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F – distribution

MS_B แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_W แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

2.3 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรมากกว่า 2 ตัวแปรขึ้นไป (Multiple factors) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

เมื่อ Y แทน การตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นจากร้านในห้างสรรพสินค้าของลูกค้า

X_1, X_2, X_3 แทน ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ได้แก่ การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์หน้าร้าน การจัดแสดงสินค้าภายในร้าน และแสงและสีกับการจัดแสดงสินค้า

b_1, b_2, b_3 แทน แทนสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ b_1 เป็นค่าที่แสดงการเปลี่ยนแปลงของ Y เมื่อ X_1 เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย โดยตัวแปรอิสระอื่น ๆ มีค่าคงที่

k แทน จำนวนตัวแปรอิสระที่ได้รับการเลือกเข้าสมการถดถอยเชิงพหุ

a แทน ค่าคงที่

5.สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 และ 0.0002 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น

เมื่อจำแนกลูกค้าตามเพศ พบว่าการใช้แสงและสีกับการจัดแสดงสินค้าที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น เมื่อจำแนกลูกค้าตามอายุ พบว่าการจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์หน้าร้าน การจัดแสดงสินค้าภายในร้าน และการใช้แสงและสีกับการจัดแสดงสินค้าที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น และเมื่อจำแนกลูกค้าตามรายได้ พบว่าการจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์หน้าร้านที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น ส่วนการจำแนกลูกค้าตามอาชีพและระดับการศึกษาพบว่าการจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์หน้าร้าน การจัดแสดงสินค้าภายในร้าน และการใช้แสงและสีกับการจัดแสดงสินค้าที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น

ผลการตรวจสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุในงานวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามเงื่อนไข ของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ได้แก่ ตัวแปรตามและตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง ค่าแปรปรวนเป็นค่าคงที่ ค่าคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงปกติและเป็นอิสระต่อกัน และตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ด้วยวิธี Enter

ตัวแปรที่ใช้ในการทดสอบ	F	R Square	Standardized Coefficients Beta	Unstandardized Coefficients		Sig.
	47.744 Sig.(0.000)	0.273				
(Constant)				1.561	0.167	0.000*
การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์หน้าร้าน (X_1)			0.313	0.274	0.047	0.000*
การจัดแสดงสินค้าภายในร้าน (X_2)			0.167	0.144	0.045	0.002*
แสงและสีกับการจัดแสดงสินค้า (X_3)			0.156	0.117	0.039	0.003*

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุพบว่า มีตัวแปรอิสระ 3 ตัวที่มีความสัมพันธ์กับกับการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น ได้แก่ การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์หน้าร้านมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นมากที่สุด (0.313) รองลงมา คือ การจัดแสดงสินค้าภายในร้าน (0.167) และแสงและสีกับการจัดแสดงสินค้า (0.156) ตามลำดับ ด้วยค่า Sig. 0.000 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และมีค่าความสัมพันธ์ R-Square เท่ากับ 0.273 หรือ ร้อยละ 27.30 ซึ่งสร้างเป็นสมการทางคณิตศาสตร์ได้ $Y = 1.561 + 0.274(X_1) + 0.144(X_2) + 0.117(X_3)$

6.อภิปรายผล

ประเด็นปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น ซึ่งสอดคล้องตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Alooma and Lawan (2013) ที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ และรายได้ มีผลต่อการซื้อสินค้าแฟชั่น แต่ไม่สอดคล้องในเรื่องปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ โดยไม่มีผลต่อการซื้อสินค้าแฟชั่น และจากทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ และรายได้ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น ประเด็นการจัดแสดงสินค้าแฟชั่น ซึ่งสอดคล้องตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tinne (2011) ที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น ประเด็นการจัดแสดงสินค้าแฟชั่น จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า การจัดแสดงสินค้าแฟชั่นมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น ซึ่งสอดคล้องตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kouchekian and Gharibpoor (2012) ที่พบว่า การใช้แสงไฟและสีในการจัดแสดงสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น และการจัดแสดงสินค้าและการตกแต่งในร้านมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อของลูกค้าในห้างสรรพสินค้า และผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaur (2013) พบว่า การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์ การจัดแสดงสินค้าภายในร้าน และแสงและสีที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นของร้านในห้างสรรพสินค้า

7.ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

ผลจากการวิจัยครั้งนี้พบว่าการจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์หน้าร้านมีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการกิจการสินค้าแฟชั่นควรให้ความสำคัญต่อการจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์หน้า โดยอาจจะจัดแสดงสินค้าเป็นเรื่องราวตามเทศกาล โดยมีสินค้าแฟชั่นหลายชิ้นจัดรวมกันในตู้โชว์ ทำให้ลูกค้าเกิดการหยุดมอง และดึงดูดความสนใจให้ลูกค้าเข้าร้าน แต่ก็ต้องให้ความสำคัญกับการจัดแสดงสินค้าภายในร้านและการใช้แสงและสีในการจัดแสดงสินค้าเช่นเดียว โดยการจัดแสดงสินค้าภายในร้านให้ลูกค้าสามารถจับต้องสินค้าได้เอง ทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงสินค้าได้โดยตรง และจัดเป็นเรื่องราวสอดคล้องกับตู้โชว์หน้าร้าน โดยใช้แสงไฟและสีมาช่วยในดึงดูดความสนใจของลูกค้า ซึ่งต้องทำให้มีความโดดเด่นกว่าร้านอื่น เพื่อกระตุ้นลูกค้าให้เกิดความสนใจ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยตั้งใจที่จะค้นหาการจัดแสดงสินค้าแฟชั่นของร้านในห้างสรรพสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า ซึ่งปัจจุบันการจัดแสดงสินค้าเป็นกลยุทธ์สำคัญอย่างหนึ่งในการเรียกลูกค้าเข้าร้าน ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าควรมีการศึกษาการจัดแสดงสินค้าแฟชั่นกับเรื่องอื่น เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าใจความคิดของลูกค้าในหลายมุม เช่น ศึกษาการจัดแสดงสินค้าแฟชั่นกับทัศนคติในการชีวิตของคนเมือง เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมโดยขยายขอบเขตการจัดแสดงสินค้าแฟชั่นในสถานที่อื่น เช่นการจัดแสดงสินค้าแฟชั่นของร้านในคอมมูนิตี้มอลล์ เพื่อเป็นการเปรียบเทียบและยืนยันผลการศึกษาถึงการจัดแสดงสินค้าแฟชั่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าในแหล่งการค้าที่แตกต่างการ

9.รายการอ้างอิง

กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2549. **หลักสถิติ.** พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. 2551. **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล**. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2552. **การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์.** กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักพิมพ์อินโฟเควสท์. 2556. **ข่าวเศรษฐกิจ**. สืบค้นเมื่อ14 มีนาคม 2556, จาก www.ryta.com

Blackwell, R. D. 2009. **Consumer Behaviur**. Cengage Learning India Private Limited.

Fontanilla, C. C. and A. I. B. Boubeta. 2010. **Design Techniques for Window Dressing.** Ideaspropias Editorial.

Fulbright, J. 2013. **Keys to Success in the Clothing Retail Business**. Retrieved March 21, 2013, from www.poerhomebiz.com

Kaur, A. 2013. "Effect of Visual Merchandising on Buying Behavior of Customers in Chandigarh." **International Journal of Engineering Science and Innovative Technology,** 2, 3: 247

Kerin, R. *et al.* 2012. **Marketing: The Core**. 5th ed. New York: McGraw-Hill.

Kiss, S. 2013. "**Fashion's world เมื่อการตลาดเปลี่ยนโลกแฟชั่น**" สืบค้นเมื่อ14 กุมภาพันธ์ 2013, จาก www.tcdcconnect.com

Kouchekian, M. and M. Gharibpoor. 2012. "Investingation the Relationship between Visual Merchandising and Customer Buying Decision." **International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences,** 1,2: 268.

Levy, M. and B. A. Weitz. 2009. **Retailing Management**. 7th ed. New York: McGraw-Hill.

Morgan, T. 2011. **Visual Merchandising**. 2nd ed. London: Laurence King.

การใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล

ADOPTION OF MEDIA FOR PUBLIC RELATIONS TO PROMOTE CULTURAL CONSERVATION AND THAI TOURISM TOWARD VARIOUS NATIONS.

รศ. ดร. จุไรรัตน์ ดวงเดือน

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

E-mail : Churairat-rmutt@hotmail.com

บุณยนุช สุขทาพจน์

สาขาวิชานิเทศศาสตร์สื่อดิจิทัล วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

E-mail : nuchedt@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์แบ่งเป็นสื่อประเภทโปสเตอร์และแผ่นพับในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล จำนวน **100** คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย **50** คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ **50** คน ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ **(Accidental Sampling)** โดยใช้เวลาในการเก็บข้อมูลความพึงพอใจเป็นเวลา **6** สัปดาห์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับ และแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย **($\bar{X}$)** และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน **(S.D.)** ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้ **1)** ได้พัฒนารูปแบบสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ประเภทแผ่นพับ และโปสเตอร์ในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล **2)** นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อสื่อประเภทแผ่นพับในการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล โดยภาพรวมทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย$\bar{X}$) เท่ากับ **4.25** และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน **(S.D.)** เท่ากับ **0.66** และนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อสื่อประเภทโปสเตอร์ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล โดยภาพรวมทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย **($\bar{X}$)** เท่ากับ **4.43** และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน **(S.D.)** เท่ากับ **0.57**

คำสำคัญ : สื่อประชาสัมพันธ์ / ส่งเสริม / การอนุรักษ์วัฒนธรรม / ท่องเที่ยวไทยสู่สากล / บ้านศิลปิน

ABSTRACT

The purposes of this research were to developing by Poster, Pamphlet and questionnaires for Public Relations rise to the conservation of Thai culture and tourism toward international Research from 100 tourist by devide evenly between Thai and International tourist from Accidental sampling in 6 weeks by using the form above mentioned, analytical information from Mean (M) and Standard Deviation (S.D.) So the results were as follows. 1) We have media for Public Relations to promote cultural conservation and Thai tourism toward various nations. 2) This paper shows that ever part is in a very good level from Mean (M) is equal to 4.25 and Standard Deviation (S.D.) is equal to 0.66 and tourists has though about our Poster for Public Relations rise to Baan Sillapin, Klong Bangluang, Khet Phasicharoen, Bangkok. This paper shows that ever part is in a very good level from Mean (M) is equal to 4.43 and Standard Deviation (S.D.) is equal to 0.57)

KEYWORDS: Public Relations, promote, Cultural Conservation, Thai tourism toward various nations, Baan Sillapin

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สืบเนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่น่าท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 1 ของโลก โดยได้รับการโหวตให้เป็นอันดับที่หนึ่งสามปีติดต่อกัน คือ ปีพุทธศักราช 2553-2555 การจัดอันดับนี้มาจากแบบสอบถามจากผู้อ่านของนิตยสาร Travel+Leisure สหรัฐอเมริกา โดยเกณฑ์ในการพิจารณานั้นมี 6 ข้อ คือ 1.ทัศนียภาพ ความสวยงาม 2. ศิลปวัฒธรรมประเพณี 3.อาหาร 4.แหล่งช้อป 5.ความเป็นมิตรของผู้คน 6.ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไปในการท่องเที่ยว อันดับเมืองน่าเที่ยวที่สุดในโลก ปี 2012 ประกาศผล อันดับหนึ่งนั้นก็คือกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อย่างพระบรมมหาราชวัง วัดพระศรีรัตนศาสดารามอันงดงาม ส่วนในเรื่องอาหารกรุงเทพฯ ถือได้ว่ามีย่านของกินอร่อยๆมากมาย คนไทยมีน้ำใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความเป็นมิตร จึงถือเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งในการดึงดูดนักท่องเที่ยวหากมีการประชาสัมพันธ์ที่ดีจะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย ทั้งเพื่อเป็นการนำรายได้เข้าสู่ประเทศ ช่วยสร้างอาชีพ ก่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวไทยสู่ระดับสากลสำหรับประเทศไทยหากจะกล่าวถึงสถานที่ที่มีการส่งเสริมและอนุรักษ์ทางด้านวัฒนธรรมไทยนั้น จะต้องขอกล่าวถึงบ้านศิลปิน คลองบางหลวง ที่มีการอนุรักษ์วัฒนธรรม ทั้งแบบบ้านไม้โบราณ บ้านที่เน้นการคำนึงถึงชีวิต และกิจกรรมแห่งชีวิตริมน้ำที่นี่มีความสุขที่เห็นวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชาวบ้านโดยอยากจะบอกว่าให้มาเยือน “กลิ่นอดีต กับชีวิตที่เคยรุ่งเรือง กราบไหว้พระเจดีย์ที่ให้ทุกอย่างกับข้าพเจ้า และชื่นชมวิถีชีวิตที่งดงาม กับสายน้ำที่ไหลหลับทุกวันที่นี่” มีการแสดงหุ่นละครเล็กคลองบางหลวง คณะคำนาย ณ บ้านศิลปิน จึงสอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์ โดยสื่อกลายเป็นองค์ประกอบที่จะขาดไม่ได้ในการสื่อสารทุกรูปแบบ และทุกประเภทโดยเป็นเครื่องมือ หรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสาร หรือเรื่องราวจากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่นักท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย

2. วัตถุประสงค์ของการิจัย

1. เพื่อพัฒนารูปแบบสื่อประเภทโปสเตอร์และแผ่นพับในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล

2.เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล

3. ทบทวนวรรณกรรม

การประชาสัมพันธ์จะมีบทบาทหน้าที่ในการติดต่อสื่อสารเผยแพร่ข่าวสารข้อมูล สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ วัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ของแต่ละองค์กรนั้น ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักประชาสัมพันธ์ ที่จะตั้งเป้าหมาย หรือจุดมุ่งหมายของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไว้ในระดับใด ซึ่ง ดวงพร คำนูณวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2541) ได้นำเสนอวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ โดยจำแนกออกเป็น 3 ประการ ดังนี้ 1. เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจ เหตุการณ์พิเศษและสร้างความสัมพันธ์อันดีในการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร สำหรับการประชาสัมพันธ์ภายใน 2. เพื่อสร้างและเผยแพร่ชื่อเสียงขององค์กรให้เป็นที่รู้จักได้รับความไว้วางใจ ความนิยมยกย่อง ความน่าเชื่อถือ ความศรัทธาจากประชาชน โดยการแสดงเจตนารมณ์หรืออุดมการณ์ที่แน่วแน่ในการดำเนินงานอย่างถูกต้องตามกฎหมายและบรรทัดฐานของสังคม 3. เพื่อป้องกันรักษาชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร การประชาสัมพันธ์ในลักษณะนี้เป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด จึงได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล ซึ่งเป็นการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล ที่ศึกษานี้สามารถนำไปใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์กับบ้านศิลปินคลองบางหลวง โดยการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยว และกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลของบ้านศิลปินเพื่อเป็นการสืบสานศิลปและวัฒนธรรมสิ่งที่ดีงามแบบไทย โดยชาวไทยและชาวต่างชาติได้ตระหนักถึงคุณค่าที่ควรอนุรักษ์ไว้ เช่น การแสดงหุ่นละครเล็กให้เป็นที่รู้จักสู่สากล สื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้นั้นให้ชาวไทย และชาวต่างชาติได้นำไปประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ทราบถึงข้อมูลต่างๆและมาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้น

4. ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรชาวไทยและชาวต่างชาติที่ใช้ในการวิจัยกลุ่มเป้าหมายครั้งนี้คือ จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม ณ บ้านศิลปิน คลองบางหลวง เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยกลุ่มเป้าหมายครั้งนี้ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม ณ บ้านศิลปิน คลองบางหลวง จำนวน 100 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 50 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 50 คน การใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล

การรวบรวมข้อมูล

การใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ชาวไทย จำนวน 50 คน และชาวต่างชาติ จำนวน 50 คน รวม 100 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.นัดวันกับทางบ้านศิลปินคลองบางหลวง เพื่อแจกแจงให้นักท่องเที่ยวทราบถึงขั้นตอน การใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวไทยสู่สากล และให้นักท่องเที่ยวทำการประเมินความพึงใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ฯ

2. ผู้วิจัยแนะนำรายละเอียดสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นโปสเตอร์ และแผ่นพับ

3. ผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างดูแบบโปสเตอร์ และแผ่นพับ

4. ผู้วิจัยทำการแจกแบบวัดความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ และเก็บรวบรวมเพื่อนำไปหาค่าความพึงพอใจที่มีต่อการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล

5. นำแบบสอบถามที่ทำการประเมินแล้วไปดำเนินการประมวลผลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1.1 สถิติพื้นฐาน

สถิติพื้นฐานที่ใช้ $\bar{X}$ และ S.D (พวงรัตน์ ทวีรัตน์) มีสูตร ดังนี้

ค่าเฉลี่ยแบบแจกแจงความถี่เพื่อใช้ในการประเมินคุณภาพความพึงพอใจของผู้เรียน

$$\bar{X} = fX / f$$

โดยที่	X	หมายถึง	คะแนนเฉลี่ย
	F	หมายถึง	ความถี่
	$\sum fX$	หมายถึง	ผลรวมทั้งหมดของความถี่คูณกับคะแนน
	$\sum f$	หมายถึง	ผลรวมทั้งหมดของความถี่

1.2 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$$S = \sqrt{\frac{N\sum fX^2 - (\sum fX)^2}{N(N-1)}}$$

โดยที่	X	หมายถึง	คะแนน
	f	หมายถึง	ความถี่
	N	หมายถึง	จำนวนข้อมูล

5. ผลการศึกษา

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	47	47.0
หญิง	53	53.0
รวม	100	100

จากตารางที่ 1 จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ร้อยละ 53

ตารางที่ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	15	15.0
21-30 ปี	41	41.0
31-40 ปี	25	25.0
41-50 ปี	9	9.0
51-60 ปี	8	8.0
61 ปีขึ้นไป	2	2.0
รวม	100	100

จากตารางที่ 2 จากการศึกษาพบว่า ระดับอายุกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมามีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 25 ระดับอายุ ต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 21 และระดับอายุ 61 ปีขึ้นไป
คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 3 นักท่องเที่ยวมาจากประเทศใด

นักท่องเที่ยวมาจากประเทศใด	จำนวน	ร้อยละ
อเมริกา	20	20.0
อังกฤษ	13	13.0
จีน	0	0.0
ญี่ปุ่น	0	0.0
ไทย	50	50.0
อื่นๆ (.....) โปรดระบุ	17	17.0
รวม	100	100

จากตารางที่ 3 จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมาจากประเทศใด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น ประเทศไทย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ50.0 รองลงมาเป็นประเทศอเมริกา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และประเทศอื่นๆ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0

ตารางที่ 4 จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	15	15.0
15,001-30,000 บาท	17	17.0
30,001-45,000 บาท	2	2.0
45,001-60,000 บาท	18	18.0
60,001-75,000 บาท	14	14.0
75,001-90,000 บาท	10	10.0
90,001-105,000 บาท	9	9.0
150,001 บาทขึ้นไป	5	5.0
รวม	100	100

จากตารางที่ 4 จากการศึกษาพบว่า รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวอยู่ในช่วง 45,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.0 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.0 และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.0

ตารางที่ 5 จำแนกตามลักษณะการท่องเที่ยว

ลักษณะการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	17	17.0
กับเพื่อน	33	33.0
กับครอบครัว	25	25.0
กับบริษัททัวร์	20	20.0
อื่นๆ (.....)	5	5.0
รวม	100	100

จากตารางที่ 5 จากการศึกษาพบว่าลักษณะการท่องเที่ยวกับเพื่อน มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาพบว่าเป็นลักษณะการท่องเที่ยวกับครอบครัว จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

ตารางที่ 6 จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	19	19.0
รถเช่า/รถตู้	17	17.0
รถจักรยาน	20	20.0
รถบริษัทนำเที่ยว เรือ	3	3.0
	21	21.0
อื่นๆ (.....) โปรดระบุ	20	20.0
รวม	100	100

จากตารางที่ 6 จากการศึกษาพบว่า พาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่ เดินทางโดยเรือ คิดเป็นร้อยละ 21.0 รองลงมาเดินทางโดยรถจักรยาน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ19.0

ตารางที่ 7 จำแนกตามความมุ่งหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ความมุ่งหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	38	38.0
การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา	20	20.0
การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา	16	16.0
การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและบันเทิง	0	0.0
การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ	21	21.0
การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก	5	5.0
รวม	100	100

จากตารางที่ 7 จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่มีความมุ่งหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 21.0 และการท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา คิดเป็นร้อยละ 20.0

ตอนที่ 2 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 50 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 50 คน จากนั้นวิเคราะห์หาค่าความพึงพอใจในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวไทยสู่สากล จำนวน 100 คน หลังจากนั้นนำค่าระดับที่ได้นำมาหาค่าเฉลี่ย $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำไปแปลความหมายค่าระดับตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ปรากฏผลดังตาราง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 8 ค่าระดับเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ : สื่อประเภทแผ่นพับ

รายการประเมิน	$\bar{X}$	(S.D.)	ค่าระดับ	ลำดับที่
1. สื่อประเภทแผ่นพับ				
1.1 ความสวยงามของสื่อประชาสัมพันธ์	4.33	0.57	มาก	5
1.2 การสื่อความหมายของภาพชัดเจน	4.00	1.00	มาก	7
1.3 การจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสม	3.62	0.70	มาก	8
1.4 การเลือกใช้ลักษณะของตัวอักษร ขนาด สีที่อ่านง่าย	4.39	0.57	มาก	4
1.5 สื่อมีความชัดเจนทำให้นักท่องเที่ยวสนใจที่□ จะมาท่องเที่ยว ณ บ้านศิลปิน	4.66	0.57	มากที่สุด	1
1.6 ได้ทราบรายละเอียดต่างๆที่นักท่องเที่ยวต้องการ	4.60	0.57	มากที่สุด	2
1. 7 สื่อที่ใช้สามารถบ่งบอกถึงการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย	4.32	0.57	มาก	6
1.8 ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์	4.41	0.45	มาก	3
เฉลี่ยด้านการความพึงพอใจแผ่นพับ	4.25	0.66	มาก	

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อสื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล พบว่า สื่อประเภทแผ่นพับ โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.25 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.66 จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อสื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล ในรายด้าน พบว่า ด้านสื่อมีความชัดเจนทำให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะมาท่องเที่ยว ณ บ้านศิลปินอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการวิเคราะห์อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.66 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.57 รองลงมาคือได้ทราบรายละเอียดต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.60 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.57 และด้านที่มีระดับความคิดเห็นรองลงมา คือ ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.41 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.45 และด้านที่มีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ การจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.62 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.70

ตารางที่ 9 ค่าระดับเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาจรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ : สื่อประเภทโปสเตอร์

รายการประเมิน	$\bar{X}$	(S.D.)	ค่าระดับ	ลำดับที่
2. สื่อประเภทโปสเตอร์				
2.1 ความสวยงามของสื่อประชาสัมพันธ์	4.36	0.57	มาก	4
2.2 การสื่อความหมายของภาพชัดเจน	4.39	0.22	มาก	2
2.3 การจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสม	4.30	0.57	มาก	7
2.4 การเลือกใช้ลักษณะของตัวอักษร ขนาด สีที่อ่านง่าย	4.00	0.00	มาก	8
2.5 สื่อมีความชัดเจนทำให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะมาท่องเที่ยว ณ บ้านศิลปิน	4.33	0.57	มาก	6
2.6 ได้ทราบรายละเอียดต่างๆที่นักท่องเที่ยวต้องการ	4.68	0.57	มากที่สุด	1
2.7 สื่อที่ใช้สามารถบ่งบอกถึงการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย	4.37	0.40	มาก	3
2.8 ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์	4.35	0.57	มาก	5
เฉลี่ยด้านการความพึงพอใจโปสเตอร์	4.43	0.57	มาก	

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นสื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวไทยสู่สากล พบว่าสื่อประเภทโปสเตอร์ โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.43 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.57 จึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อสื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล ในรายด้าน พบว่า ได้ทราบรายละเอียดต่างๆที่นักท่องเที่ยวต้องการผลการวิเคราะห์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.68 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.57 รองลงมาคือ การสื่อความหมายของภาพชัดเจน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.39 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.22 และด้านที่มีระดับความคิดเห็นรองลงมาคือสื่อที่ใช้สามารถบ่งบอกถึงการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.37 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.40 และด้านที่มีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ การเลือกใช้ลักษณะของตัวอักษร ขนาด สีที่อ่านง่าย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.00

6. อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ร้อยละ 53 ด้านระดับอายุกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี คิด

เป็นร้อยละ 44 นักท่องเที่ยวมาจากประเทศใด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น ประเทศไทย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ด้านรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวอยู่ในช่วง 45,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.0 ด้านลักษณะการท่องเที่ยวกับเพื่อน มีจำนวนมากที่สุดจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 ด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่เดินทางโดยเรือ คิดเป็นร้อยละ 21.0 ความมุ่งหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 38.0 และการท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา คิดเป็นร้อยละ 20.0 ด้านการออกแบบสื่อประเภทแผ่นพับ พบว่าโดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.25 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) เท่ากับ 0.66 จึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อสื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล ในรายด้าน พบว่า ด้านสื่อมีความชัดเจนทำให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะมาท่องเที่ยว ณ บ้านศิลปิน ผลการวิเคราะห์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.66 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.57 รองลงมาคือได้ทราบรายละเอียดต่างๆที่นักท่องเที่ยวต้องการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.60 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.57 และด้านที่มีระดับความคิดเห็นรองลงมา คือ ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.41 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.45 และด้านที่มีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ การจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.62 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.70 ด้านการออกแบบสื่อประเภทโปเตอร์ พบว่า โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.43 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.57 จึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อสื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากลในรายด้าน พบว่า ได้ทราบรายละเอียดต่างๆที่นักท่องเที่ยวต้องการผลการวิเคราะห์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.68 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.57 รองลงมาคือ การสื่อความหมายของภาพชัดเจน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.39 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.22 และด้านที่มีระดับความคิดเห็นรองลงมา คือ สื่อที่ใช้สามารถบ่งบอกถึงการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.37 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) เท่ากับ 0.40 และด้านที่มีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ การเลือกใช้ลักษณะของตัวอักษร ขนาด สีที่อ่านง่ายมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.00 สรุปได้ว่าสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้ถูกพัฒนาขึ้นโดยอาศัยแนวคิดด้านคุณลักษณะการกระตุ้นและจูงใจให้อยากอ่าน ดังนั้นส่วนเริ่มต้นแผ่นพับ และโปสเตอร์ ควรออกแบบให้ดึงดูดและเร้าความสนใจ อาจใช้ภาพสี โดยนำสิ่งเร้าที่นำมาใช้ควรเกี่ยวข้องกับเนื้อหาและมีความน่าสนใจซึ่งจะมีผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยว และเป็นการเตรียมตัวนักท่องเที่ยวให้พร้อมจะศึกษาเนื้อหาไปในตัวการใช้เทคนิคภาพ การใช้สี และกราฟิกต่างๆนั้นควรคำนึงถึงความเหมาะสม พร้อมบอกวัตถุประสงค์ให้นักท่องเที่ยวทราบถึงประเด็นสำคัญจะสามารถมองเห็นและช่วยผสมผสานระหว่างแนวคิดย่อยกับแนวคิดหลัก ซึ่งจะทำให้เกิดผลที่มีประสิทธิภาพการบอกวัตถุประสงค์มีทั้งการบอกแบบกว้างๆ หรือบอกเป็นวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมก็ได้โดยใช้คำสั้นๆได้ใจความเข้าใจง่าย จูงใจ หรือโน้มน้าว อาจใช้กราฟิกง่ายๆ เข้าช่วย ส่วนในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล

7. รายการอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. 2553. **สถิติการท่องเที่ยว.** [Online]. Retrieved May 30, 2012 from http://www.tourism.go.th.

กรรณิการ์ อัศวดรเดชา. 2544. สื่อและเครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ชัยนันท์ นันทพันธ์. 2528. ประชาสัมพันธ์อย่างไรจึงได้ผล. กรุงเทพฯ : บพิธการพิมพ์.

ดวงพร คำนูณวัฒน์, และวาสนา จันทร์สว่าง. 2541. สื่อสารการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สามเจริฐพานิชย์.

พรทิพย์ พิมลสินธุ์. การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ประกายพรึก, 2539.

วิจิตร อาวะกุล. การประชาสัมพันธ์หลักและวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2539.

วิรัช ลภิรัตนกุล. 2540. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 8 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วีระ อรัญมงคล. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สุดจิตออฟเซท, 2538.

ระวีวรรณ ชินะตระกูล. คู่มือการทำวิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง หน้า 84, 164, 2536.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2535, วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ฟิงเกอร์ปริ้น แอน มีเดีย จำกัด, หน้า 12-24.

เสรี วงษ์มณฑา. 2546. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: ธนรัชการพิมพ์.

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2553. แผนยุทธศาสตร์สุขภาพดีวิถีไทย 2554-2563. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

อำนวย วีรวรรณ. 2540. การแก้วิกฤติการณ์และสร้างภาพพจน์ให้แก่องค์การ : ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง. การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ประกายพรึก.

Bernays, Edward L., Your Future in Public Relationss. New York : Richard Rosen Press, Inc., 1961.

Bernays, Edward L., Public Relationss. Norman : University of Oklahoma Press, 1955.

World Economic Forum . 2011. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. World Tourism Organization, Madrid, Spain

การตรวจสอบรัฐวิสาหกิจไทยตามหลักธรรมาภิบาล

GOVERNANCE ACCOUNTABILITY OF STATE ENTERPRISES IN THAILAND

ชนกพร ดีมาก

นิสิตปริญญาโท คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail : chanokporn.de@gmail.com

วันชัย มีชาติ

รองศาสตราจารย์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail : wanchai_me@yahoo.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายกลไกการตรวจสอบของรัฐวิสาหกิจโดยกลไกภายนอก (External Accountability) ตามหลักธรรมาภิบาล (Governance) และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตรวจสอบโดยกลไกภายนอก โดยมีหน่วยวิเคราะห์ที่ใช้ในการศึกษา คือรัฐวิสาหกิจจำนวนหนึ่งแห่ง โดยทำการศึกษาเป็น 2 กรณีศึกษา ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวมรวบข้อมูลโดยการศึกษาจากข้อมูลเอกสาร , การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ประกอบเข้าด้วยกัน

ผลการศึกษาพบว่า การตรวจสอบในรัฐวิสาหกิจไทยโดยหน่วยงานภายนอกนั้นยังไม่มีความเข้มแข็ง เนื่องจากการตรวจสอบในรัฐวิสาหกิจไทยยังเป็นการตรวจสอบโดยหน่วยงานภายในที่ถูกควบคุมโดยนักการเมืองและข้าราชการระดับสูง การตรวจสอบโดยกลไกภายนอก ไม่มีความเข้มแข็งเนื่องจากหลายหน่วยงานไม่สามารถทำงานได้อย่างอิสระ นักการเมืองและข้าราชการระดับสูง ยังพยายามแทรกแซงการทำงานของหน่วยงานอิสระหรือเข้าไปมีผลประโยชน์ทับซ้อนทำให้การตรวจสอบเป็นไปอย่างไม่เข้มแข็ง และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตรวจสอบโดยกลไกภายนอก คือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี, ปัจจัยด้านอำนาจและโอกาส, ปัจจัยด้านความเปิดเผยข้อมูล, ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ส่วนตัวหรือระบบอุปถัมป์ และปัจจัยด้านวัฒนธรรมทางการเมืองไทย โดยปัจจัยเหล่านี้จะเข้าไปมีอิทธิพลทำให้การตรวจสอบโดยกลไกภายนอกของรัฐวิสาหกิจยังไม่มีความเข้มแข็ง

คำสำคัญ: ธรรมาภิบาล , การตรวจสอบ , รัฐวิสาหกิจ

ABSTRACT

This study has the purpose to explain an examination on State Enterprises mechanism by External Accountability, as principle of Good Governance. And the factors that affect on External Accountability

mechanism. The analysis unit for this case is a State Enterprises, which separate in 2 case studies. The research methods use are: documentary data , in-depth interview and non-participant observation.

The study concludes that, the examination on State Enterprises by External Accountability don't have efficiency, because this examination is still under control by Politician and high- bureaucrat. The External Accountability is not strong enough because of many independent organizations don't have enough freedom to work on this. Politician and high- bureaucrat still try to interfere independent organization or has an interest that made the examination process not effective. And the factors that affect on examination by External Accountability are : factor on Circumstance, Politic, Economic, Social, and Technology, factor on Power and Opportunity, factor on data disclose, factor on Private relationship and patron-client system, and factor on Thai Political Culture. These factors have influence and affect the Examination by External Accountability.

KEYWORDS : Good governance , Accountability , State Enterprises

บทนำ

ความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม รวมถึงความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ข้อจำกัดระหว่างประเทศต่างๆลดลง ส่งผลกระทบต่อการบริหารองค์การ และก่อให้เกิดรูปแบบของการบริหารองค์การรูปแบบใหม่ที่แตกต่างและหลากหลาย การบริหารงานของภาครัฐรูปแบบระบบราชการ (bureaucracy) และทฤษฎีระบบราชการในอุดมคติของ Max Weber (1947) เริ่มไม่สามารถแก้ไขปัญหาใหม่ๆที่เกิดขึ้นได้ ด้วยเหตุนี้ สภาพความล้มเหลวในการบริหารงานภาครัฐในรูปแบบระบบราชการจึงปรากฏให้เห็นมากขึ้นเรื่อยๆ ยิ่งเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ระบบบริหารงานแบบราชการที่มุ่งเน้นการใช้หลักลำดับชั้น (Hierarchy) เน้นกฎระเบียบและความเป็นทางการ (formalization) และไม่สนใจต่อการเปลี่ยนแปลงภายนอก ย่อมไม่สามารถสนองตอบต่อปัญหาใหม่ๆที่เกิดขึ้นได้อีกต่อไป (พิทยา บวรวัฒนา, 2544)

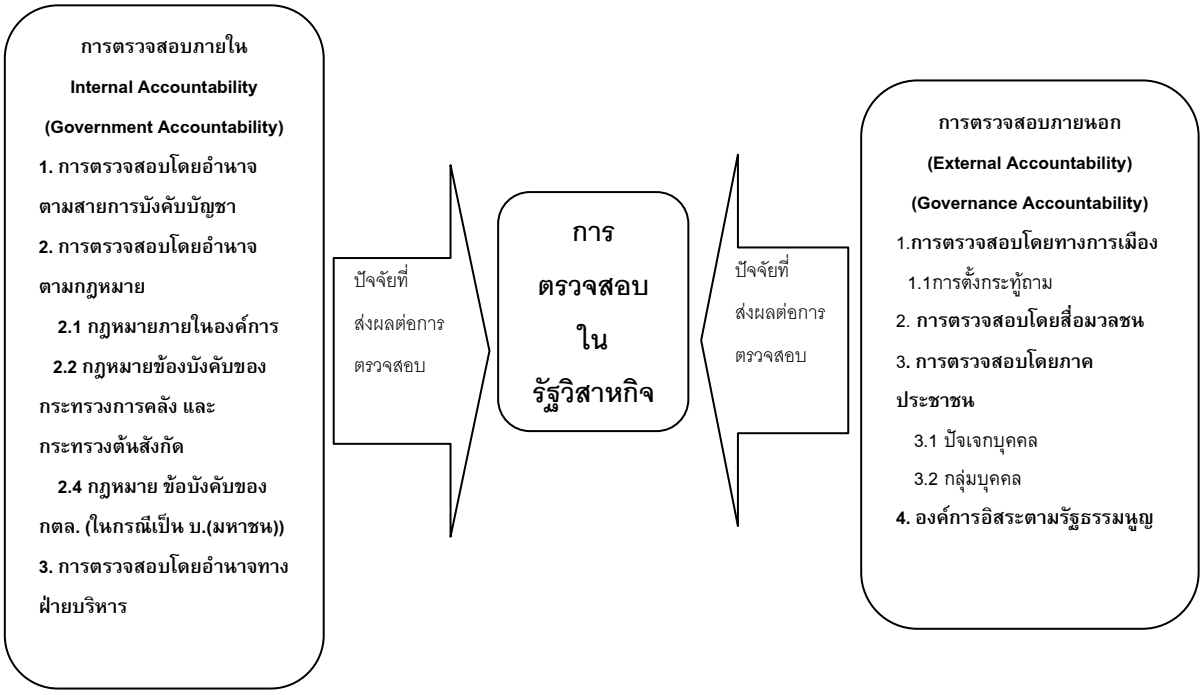
รัฐวิสาหกิจไทยในฐานะ องค์กรหนึ่งที่ยังอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐก็ประสบปัญหาเช่นเดียวกัน เดือนเด่น นิคมบริรักษ์ (2552) ได้อธิบายถึงปัญหาของรัฐวิสาหกิจไทยว่า รัฐวิสาหกิจเป็นองค์กรที่ไม่มีเจ้าของดูแลอย่างใกล้ชิด ทำให้สุ่มเสี่ยงต่อการถูกใช้เป็นเครื่องมือเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวของผู้ที่เข้ามามีอำนาจหรือกำหนดนโยบายในรัฐวิสาหกิจนั้น รัฐบาลในฐานะตัวแทนประชาชนผู้ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ดูแลผลประโยชน์ของประเทศรวมถึงรัฐวิสาหกิจ ก็มีปัญหาและข้อบกพร่องของรัฐบาลที่ไม่สามารถบริหารจัดการรัฐวิสาหกิจให้มีประสิทธิภาพได้ ทำให้รัฐวิสาหกิจเองต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขและสภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้อต่อการจัดการที่มีคุณภาพ การปรับปรุงประสิทธิภาพและธรรมาภิบาลของรัฐวิสาหกิจ นอกจากจะเกิดจากการแก้ไขปัญหาปัญหานโยบายในระดับบน คือ ระดับการเมืองแล้ว การเปิดเผยข้อมูล เช่น ประวัติรายละเอียดของกรรมการ สัมปทานทุกฉบับ การจัดซื้อจัดจ้าง ก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมในการตรวจสอบรัฐวิสาหกิจ ที่จะส่งผลให้มาตรฐานธรรมาภิบาลของรัฐวิสาหกิจดีขึ้น

แนวคิดการตรวจสอบได้ หรือ Accountability เป็นหนึ่งในหลักการสำคัญใน หลักธรรมมาบาล (Governance) ที่สนับสนุนให้การดำเนินการของภาครัฐต้องถูกตรวจสอบโดยหน่วยงานภายนอก เพราะการ

ตรวจสอบการทำงานของภาครัฐในสมัยก่อน ไม่มีการตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลจากกลไกภายนอก (External Accountability mechanism) อำนาจจึงถูกผูกขาดอยู่ที่ข้าราชการระดับสูง และนักการเมืองเท่านั้น แต่ในทางกลับกัน แนวความคิดธรรมาภิบาลนั้นสนับสนุนให้ประชาชนควบคุมดูแลการทำงานของรัฐบาลได้ด้วย หรือที่ Bowornwathana (2001) เรียกว่า รัฐบาลที่เปิดเผยและโปร่งใส (open and transparent government) รัฐบาลและหน่วยงานของรัฐจะต้องถูกสอดส่อง ติดตามดูแลจากทั้ง ภาคองค์การประชาชน กลุ่มผลประโยชน์ สื่อมวลชน นักวิชาการ รวมทั้งการตรวจสอบโดยปัจเจกบุคคลของประชาชนอีกด้วย ในรัฐวิสาหกิจเอง กระทรวงการคลังโดยสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ได้กำหนดคำว่า Accountability หมายถึง ความรับผิดชอบ เป็นข้อหนึ่งของการกำกับดูแลที่ดีในรัฐวิสาหกิจ ที่ให้รัฐวิสาหกิจมีการรับฟังเสียงของประชาชน กรณีการตัดสินใจของรัฐวิสาหกิจมีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน รวมทั้งการเปิดเผยข้อมูลให้ประชาชนได้ทราบอย่างโปร่งใส

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่า รัฐวิสาหกิจถูกตรวจสอบโดยกลไกภายนอกหรือไม่ อย่างไร สาเหตุที่ผู้วิจัยเลือกศึกษารัฐวิสาหกิจนั้น เนื่องจากรัฐวิสาหกิจเป็นองค์กรที่มีบทบาทสำคัญที่ช่วยในการขับเคลื่อนการพัฒนาของประเทศตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเป็นเครื่องมือในการสนองนโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐ ทั้งในด้านการพัฒนาระบบบริการสาธารณะ ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ พร้อมทั้งยกระดับความอยู่ดีมีสุขให้ประชาชนในประเทศ และการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจก็มีส่วนเกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อประชาชนโดยรวม โดยมุ่งศึกษาว่าการตรวจสอบในรัฐวิสาหกิจตามหลักธรรมาภิบาลในประเทศไทยนั้นเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลหรือไม่ และมีปัจจัยใดบ้างเข้ามาเกี่ยวข้องในการตรวจสอบ ผลของการตรวจสอบนั้นมีผลเช่นไรทั้งต่อรัฐวิสาหกิจ ต่อประชาชน หรือต่อประเทศไทยเอง ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการตรวจสอบตามหลักธรรมาภิบาลในหน่วยงานต่างๆและเป็นข้อมูลในการศึกษาวิจัยแก่ผู้สนใจต่อไป

กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง



สำหรับการศึกษาการตรวจสอบรัฐวิสาหกิจไทยตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อที่จะตอบคำถามว่า รัฐวิสาหกิจถูกตรวจสอบโดยหน่วยงานภายนอกหรือไม่ อย่างไร ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.แนวคิดการตรวจสอบได้ในภาครัฐ (Accountability in Public sector)

2. แนวความคิดเกี่ยวกับธรรมาภิบาล (Good Governance)

1. แนวคิดการตรวจสอบได้ในภาครัฐ (Accountability in Public sector)

แนวความคิดนี้มีพื้นฐานมาจากการปกครองระบอบประชาธิปไตย ประชาชนเป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตย ต้องการให้ประชาชนมีส่วนรวมทางการเมือง การตรวจสอบการดำเนินงานของภาครัฐมีความ โปร่งใส ตรวจสอบได้ และมีความรับผิดชอบต่อสาธารณะ ก็เป็น ภาครัฐถูกตรวจสอบโดยหน่วยงานที่มิใช่ภาครัฐด้วยกันเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงการถูกตรวจสอบจากหน่วยงานภายนอก สื่อมวลชน องค์การอิสระ ฯลฯ ซึ่งเชื่อว่าจะทำให้การตรวจสอบมีความโปร่งใสมากขึ้น

เจริญ เจษฎาวัลย์ (2546) โดยได้อธิบายได้อธิบายถึงหลักการพื้นฐานของ"ความมีอิสระในการตรวจสอบ" 2 ประการ คือ

สิทธิที่จะเข้าถึง (The right to access) หมายถึง หน่วยงานที่ตรวจสอบจะต้องได้รับสิทธิหรืออำนาจในการเข้าไปดำเนินการตรวจสอบได้อย่างเพียงพอและทั่วถึง

เสรีภาพในการสอบทาน (Freedom to review) หมายถึง หน่วยงานที่ตรวจสอบจะต้องมีเสรีภาพในการตรวจสอบโดยปราศจากอุปสรรค หรือการแทรกแซงจากบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม

นิยามของ "การตรวจสอบได้" (Accountability) ไม่มีการระบุคำศัพท์โดยตรงในภาษาไทย แต่เรามักจะเห็นการใช้ศัพท์คำนี้ในเรื่องของความรับผิดชอบ (Responsibility) แทนการตรวจสอบได้ (Accountability) ซึ่งทั้งสองคำนี้มีความหมายใกล้เคียงกันแต่ไม่ใช่คำที่มีความหมายเดียวกัน ในความหมายระดับกว้าง การตรวจสอบได้หมายถึง สถาบันหรือวิธีการที่จัดเป็นระบบแทนการตรวจสอบเพื่อตรวจเช็คและสร้างดุลยภาพ (Checks and balances) ในระบบการบริหารที่ตรวจสอบได้ทั้งภายนอกและภายใน อีกความหายหนึ่ง การตรวจสอบได้เป็นศัพท์ทางบัญชี หมายถึง การชี้แจงหรือแสดงให้เห็นและรับผิดชอบในเรื่องที่เห็นชัดแจ้ง แสดงบัญชีออกมาได้ (ทรงศิริ พันธุเสวี, ฐานข้อมูลออนไลน์)

ราชบัณฑิตยสถาน (2545) ในหนังสือเรื่อง "ศัพท์รัฐศาสตร์" ได้แปลความหมายคำว่า Accountability ว่า หมายถึง "ภาระรับผิดชอบ"

สถาบันพระปกเกล้า (2545) แปลความหมายว่า "สำนึกรับผิดชอบ" และแบ่งความหมายการตรวจสอบได้ออกเป็น 2 แนว คือ (1) ความหมายแบบแคบ หมายถึง "ความสามารถในการตอบคำถามได้" คือ การที่ข้าราชการหรือหน่วยงานนั้นสามารถตอบคำถามหรือให้คำอธิบายถึงพฤติกรรมการกระทำของตนหรือหน่วยงานได้ตามกฎระเบียบข้อบังคับ และตอบคำถามเฉพาะเท่าที่กฎหมายกำหนด (2) ความหมายแบบกว้าง จะรวมไปถึงความรับผิดชอบในผลงานหรือปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมทั้งการตอบสนองต่อความคาดหวังของสาธารณะ

การตรวจสอบได้สะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างข้าราชการกับประชาชน ดังนั้น จะเห็นว่า การตรวจสอบได้มีมิติทางการเมืองอย่างเห็นได้ชัด องค์กรเพื่อความโปร่งใสเห็นว่าการแปลความหมายของ Accountability ว่าเป็นการตรวจสอบได้ซึ่งครอบคลุมทั้งมิติการเมืองและการบริหารที่รวมไปถึงการเปิดโอกาสให้มีการตรวจสอบจากภายนอกหรือจากประชาชน

Barbara Romzek and Melvin Dubnick (1987) ได้แบ่งรูปแบบของกลไกการตรวจสอบได้ของหน่วยงานของรัฐโดยใช้เกณฑ์ 2 ด้าน คือ 1)แหล่งในการควบคุมหน่วยงาน (Source of Agency Control) 2)ระดับการควบคุมที่มีต่อพฤติกรรมหน่วยงาน (Degree of Control over Agency Actions) จากเกณฑ์ทั้งสองด้านทำให้เกิดรูปแบบในการตรวจสอบได้ของการบริหารงานภาครัฐ 4 รูปแบบ และแต่ละรูปแบบมีรายละเอียดดังนี้

1. **Bureaucratic accountability** เป็นการควบคุมแบบระบบราชการในอุดมคติของ Max Weber ซึ่งเป็นการควบคุมโดยสายการบังคับบัญชา กล่าวคือ ผู้ที่อยู่ในตำแหน่งสูงกว่าจะควบคุมผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชา ดังนั้น accountability รูปแบบนี้จึงต้องจัดการกับความคาดหวังของผู้บังคับบัญชาและผู้ที่มีตำแหน่งสูงกว่าภายในองค์การ สำหรับประเทศไทยรูปแบบดังกล่าวได้ถูกควบคุมโดยอำนาจฝ่ายบริหารหรือรัฐบาล

2. **Legal accountability** มีฐานมาจากรัฐธรรมนูญ กฎหมาย ศาล โดยมีความคาดหวังให้นักบริหารงานภาครัฐปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมาย โดยกลไกที่รัฐธรรมนูญไทยจัดตั้ง เช่น ปปช. ปปง. สตง. ศาลปกครอง เป็นต้น อย่างไรก็ตามกลไกเหล่านี้ถือเป็นกลไกหลักในการตรวจสอบการทำงานของฝ่ายบริหาร เนื่องจากมีกฎหมายรับรองและให้อำนาจในการตรวจสอบ

3. **Professional accountability** รูปแบบนี้องค์การจะเชื่อและคล้อยตามนักบริหารในฐานะที่เป็นผู้เชี่ยวชาญภายในองค์การ โดยเชื่อว่าผู้เชี่ยวชาญ/ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้ดีที่สุดว่าสิ่งที่ดีที่สุดคืออะไรและก็จะทำสิ่งนั้น ในทางปฏิบัติรูปแบบนี้สามารถนำมาใช้ได้เพียงบางองค์การเท่านั้น

4. **Political accountability** มาจากฐานคิดเกี่ยวกับประชาธิปไตย โดยตัวแสดงที่สำคัญก็คือผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์การซึ่งอยู่ภายนอก ซึ่งองค์การจะต้องจัดการความคาดหวังที่ Stakeholders เรียกร้องต่อองค์การ ซึ่งความคาดหวังและกลุ่มผู้เกี่ยวข้องจะแปรเปลี่ยนไปตามแต่ละสถานการณ์

กล่าวโดยสรุปแล้วแนวคิดเรื่องการตรวจสอบได้ในภาครัฐ จึงหมายถึงการดำเนินการใดๆของภาครัฐจะต้องถูกตรวจสอบจากทั้งภาคในหน่วยงานเอง และถูกตรวจสอบด้วยภาคนอกหน่วยงานด้วย ซึ่งหมายรวมถึงประชาชนและสื่อมวลชนที่มีสิทธ์ตรวจสอบการดำเนินงานของภาครัฐผ่านช่องทางต่างๆ โดยการตรวจสอบการดำเนินการใดๆให้มีประสิทธิผลนั้น หน่วยงานที่ทำงานตรวจสอบ และตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ตรวจสอบจะต้องไม่มีผลประโยชน์ซับซ้อนในทุกกิจกรรมที่ทำการตรวจสอบนั้นด้วย

2. แนวความคิดเกี่ยวกับธรรมาภิบาล (Good Governance)

แนวความคิดเกี่ยวกับธรรมาภิบาลได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของโลกในศตวรรษที่ 21 ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การเมืองสังคม และเศรษฐกิจ ทำให้การบริหารแบบระบบราชการในสมัยก่อนนั้นไม่สามารถตอบสนองต่อปัญหาที่เกิดขึ้นใหม่ได้อีกต่อไป (Keohane and Nye, 2000) ได้กล่าวถึงธรรมาภิบาลไว้ว่าการบริหารแบบธรรมาภิบาลนั้นไม่จำเป็นต้องได้รับการกำกับดูแล หรือตรวจสอบโดยรัฐบาลเท่านั้นแต่บริษัทเอกชน สมาคมของบริษัท องค์การอิสระ องค์การไม่แสวงหาผลประโยชน์ (NGOs) ควรมีส่วนร่วมในการกำกับดูแลและตรวจสอบร่วมกับรัฐบาลด้วย

The new Democratic Governance Paradigm (Borwornwatthana, 1997) เป็นอีกแนวความคิดหนึ่งที่เสนอขึ้นมาเพื่ออธิบายสภาวะธรรมาภิบาลในระบบราชการที่เกิดขึ้นทั่วโลก โดย พิทยา บวรวัฒนา ได้ทำการตั้งคำถามสำคัญขึ้นมาในบทความของเขา อันได้แก่

1. รัฐควรทำอะไร

รัฐควรมีขนาดเล็กลงและทำหน้าที่น้อยลง (A smaller Government that does less) ซึ่งความหมายของรัฐที่มีขนาดเล็กลง และทำงานน้อยลง ได้แก่

1) การที่ระบบราชการรูปแบบเดิมมีการขยายจนมีขนาดใหญ่เกินไป ซึ่งนอกจากจะทำให้สิ้นเปลืองงบประมาณแล้ว ระบบราชการกลับทำงานไม่ได้ประสิทธิภาพ

2) ภาคเอกชนมีความสามารถในการทำหน้าที่ที่ภาครัฐทำอยู่ได้ดีกว่า เนื่องจากกลไกทางการตลาดและการแข่งขัน ซึ่งตรงข้ามกับภาครัฐที่เน้นการบริการสาธารณะที่มีการผูกขาด (monopoly) การผูกขาดทำให้ไม่มีการแข่งขันจึงทำให้การบริการสาธารณะทำหน้าที่ได้ไม่ดี

3) โลกาภิวัฒน์และการเปิดเสรีทางการค้าทำให้ภาคเอกชนเป็นหน่วยงานหลักที่ขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ โดยที่รัฐเป็นเพียงผู้อำนวยความสะดวก สมมุติฐานนี้เป็นหลักฐานเพื่อสนับสนุนให้รัฐบาลกลางมีขนาดเล็กลงด้วยการกระจายอำนาจที่รวมอยู่ที่รัฐบาลกลางไปให้ท้องถิ่น

2. รัฐควรทำที่อย่างไร

รัฐควรมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลและมีความยืดหยุ่น (Global vision and Flexible Organization) หมายถึงการที่สภาวะโลกาภิวัฒน์ทำให้รัฐบาลของทุกประเทศต้องปรับตัวตามกระแสให้ทันขึ้น เพราะฉะนั้นเจ้าหน้าที่รัฐต้องมีความคิดที่กว้างไกลมากขึ้นและเปิดใจยอมรับกับรูปแบบองค์การใหม่ๆ กฎระเบียบของโลกใหม่ๆ เพราะฉะนั้นเจ้าหน้าที่ของรัฐต้องเชี่ยวชาญการใช้เทคโนโลยี เรียนรู้ถึงค่าที่นิยมที่ ทั่วโลกเห็นพ้องต้องกัน นอกจากนี้ การที่ประเทศสังคมนิยมเริ่มที่จะล่มสลายทำให้เราเริ่มตระหนักว่าระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตยเป็นระบอบที่ดีกว่า ทำให้ค่านิยมด้านประชาธิปไตยเริ่มที่จะเข้ามามีความสำคัญ เช่น สิทธิพลเมือง ความโปร่งใส การปกครองส่วนท้องถิ่น

3. **ใครเป็นผู้ควบคุมรัฐ**

รัฐควรเป็นรัฐที่ตรวจสอบได้ (Accountable Government) โดย Borwornwatthana (1997) กล่าวถึงความสามารถในการตรวจสอบของเจ้าหน้าที่รัฐ โดยมองว่าการตรวจสอบตามสายบังคับบัญชาเริ่มที่จะไม่เพียงพอเพราะรัฐต้องรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอก อันได้แก่ ประชาชนและนักการเมืองด้วย ความต้องการของประชาชนก็จะมากขึ้นเนื่องจากประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ มาตรฐานค่าครองชีพและคุณภาพชีวิตที่ดีผ่านระบบสารสนเทศที่ทันสมัยมากขึ้น และความอดทนต่อการขาดจริยธรรมของข้าราชการเริ่มมีน้อยลง ด้วยเหตุนี้ประชาชนจะเริ่มกดดันให้มีการปฏิรูประบบราชการที่มีความเป็นประชาธิปไตยโดยเน้นไปที่ ความเปิดเผย ความโปร่งใส การตรวจสอบได้ การเข้าถึงรัฐบาล ความคุ้มค่า การลดขนาดรัฐ ประสิทธิภาพ เป็นต้น ซึ่งการที่จะทำเช่นนี้ได้ก็คือ การเสนอกลไกการตรวจสอบภาครัฐใหม่ๆ เช่นผู้ตรวจการแผ่นดิน ศาลปกครอง พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสาร ประชาพิจารณ์ องค์การมหาชน เป็นต้น รวมถึงการเพิ่มสิทธิที่พึงจะมีของประชาชน เช่น สิทธิการได้รับบริการจากภาครัฐที่ดีขึ้น สิทธิที่จะรู้ว่ารัฐทำอะไร สิทธิที่จะอุทธรณ์การตัดสินของภาครัฐคำถามใครเป็นผู้ได้รับประโยชน์จากภาครัฐ เป็นต้น

4.ใครเป็นผู้ได้รับประโยชน์จากรัฐบาล

รัฐบาลต้องมีความยุติธรรม (Government is fair) หลักการนี้ชี้ให้เห็นผลลัพธ์ของการปฏิรูประบบราชการว่ามีผละกระทบต่อหลายภาคส่วน โดยมีการตั้งคำถามว่าการปฏิรูประบบราชการนั้นมีความยุติธรรมหรือไม่ โดย Borwornwatthana (1997) มองว่าความยุติธรรมสามารถแบ่งออกได้ ดังนี้ 1) ความยุติธรรมระดับโลก หมายถึงค่านิยมระดับสากล เช่นการพัฒนาที่ยั่งยืน สิทธิมนุษยชนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 2) ความยุติธรรมตามรัฐธรรมนูญ หมายถึง การบริหารที่มีความสอดคล้องกับรัฐธรรมนูญประเทศ นั้นๆ 3) ความยุติธรรมของรัฐบาล หมายถึงการบริหารที่สอดคล้องตามนโยบายของรัฐบาล 4) ความยุติธรรมส่วนบุคคล หมายถึง การรับรู้ของประชาชนที่มองว่าการปฏิรูประบบราชการได้ทำให้เกิดความยุติธรรมมากขึ้นในสังคม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่ออธิบายกลไกการตรวจสอบของรัฐวิสาหกิจโดยกลไกภายนอก (External Accountability) ตามหลักธรรมาภิบาล (Governance) และอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตรวจสอบโดยกลไกภายนอก

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การตรวจสอบในรัฐวิสาหกิจตามหลักธรรมาภิบาล” ครั้งนี้ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นไปที่การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อสร้างความเข้าใจและอธิบายต่อปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการตรวจสอบในรัฐวิสาหกิจ รวมทั้งทดสอบสมมุติฐานที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น โดยมุ่งที่จะนำข้อค้นพบมาอธิบายให้เห็นถึงการตรวจสอบในรัฐวิสาหกิจตามหลักธรรมภิบาล โดยเฉพาะการตรวจสอบโดยกลไกภายนอกองค์การ รวมทั้งอิทธิพลของปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อการตรวจสอบ ซึ่งผู้ศึกษาได้ออกแบบการวิจัยและสร้างเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการตอบคำถามของการศึกษาวิจัยให้มีความเหมาะสมและครอบคลุมมากที่สุด อันจะนำมาซึ่งการบรรลุวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ โดยมีรายละเอียดของวิธีการดำเนินการศึกษาดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการตอบคำถามของการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดหน่วยการวิเคราะห์รัฐวิสาหกิจในการศึกษาครั้งนี้ 1 แห่ง คือ โดยการเลือกรัฐวิสาหกิจที่ได้ทำการแปรรูปแล้ว เนื่องจากรัฐวิสาหกิจที่แปรรูปแล้วจะมีโครงสร้างองค์กรที่ถูกตรวจสอบมากขึ้น และเป็นรัฐวิสาหกิจที่มีการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของประชาชนทุกคน เพื่อให้ได้เห็นภาพการตรวจสอบตามหลักธรรมาภิบาลในรัฐวิสาหกิจของประเทศไทยมากขึ้น ผู้ศึกษาจะทำการศึกษาแบบเป็นกรณีศึกษา โดยทำการศึกษาเป็น 2 ช่วงระยะเวลา คือ ช่วงระยะเวลาปี2544-2545 และ และช่วงระยะเวลา2554-2555 โดยนำสองช่วงระยะเวลาดังกล่าวมาเปรียบเทียบกันเพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการในการตรวจสอบของภาคประชาชนในกรณีศึกษาทั้งสอง

การระบุกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ในการให้ข้อมูลเชิงลึก (In-depth Interview) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ผู้ศึกษาเริ่มต้นจากสำรวจกรณีศึกษาในภาพรวมทั้งหมด ตามขอบเขตด้านระยะเวลาของกรณีศึกษาที่ผู้ศึกษาเลือกมา

- สำรวจตัวแสดงที่สำคัญในแต่ละกรณีตัวอย่างว่ามีตัวแสดงใดบ้างที่มีส่วนร่วมในแต่ละกรณี ซึ่งผู้ศึกษาหาจากรายทางที่เป็นทางการ เว็บไซต์องค์การ และข่าวสารตามหนังสือพิมพ์ต่างๆ แล้วเลือกเฉพาะตัวแสดงที่มีความสำคัญมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา
- สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยกลุ่มบุคคลที่เป็นตัวแสดงสำคัญในการตรวจสอบกรณีศึกษาที่ผู้ศึกษาสนใจโดยตรง ได้แก่ คณะกรรมาธิการตรวจสอบการทุจริตและเสริมสร้างธรรมาภิบาล , มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค , สื่อมวลชน ,สหภาพรัฐวิสาหกิจ ,นักวิชาการ , กลุ่มพรรคฝ่ายค้าน และกลุ่มบุคคลผู้เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งขอคำแนะนำในการหาข้อมูลเพิ่มเติมโดยให้ระบุผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ควรจะสัมภาษณ์ต่อไปโดยผู้ศึกษาได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จะเป็นตัวแสดงสำคัญที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ไว้ดังนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัย ผู้ศึกษายังได้เข้าร่วมการสัมมนาที่จัดโดยหน่วยงานของภาครัฐ, องค์กรอิสระต่างๆ รวมทั้งสัมมนาเชิงวิชาการที่จัดโดยมหาวิทยาลัยต่างๆอีกด้วย เพื่อรับฟังความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

แบบสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่าง ที่ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกโดยยึดวัตถุประสงค์ (Purposive sampling) เป็นเกณฑ์ เริ่มจากการที่ผู้วิจัยส่งจดหมายขอสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญและเอกสารที่เกี่ยวข้องให้กับรัฐวิสาหกิจที่จะทำการศึกษาก่อน และผู้วิจัยจะส่งแบบสัมภาษณ์แก่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญล่วงหน้าก่อน เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ทำการศึกษาและเตรียมข้อมูลในการสัมภาษณ์ เทคนิคการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยใช้เป็นเทคนิคที่เรียกว่า การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) กับการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured interview) กล่าวคือ การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างจะมีแบบสัมภาษณ์ที่เตรียมไว้ก่อนที่จะออกไปเก็บข้อมูล และในขณะที่มีการสัมภาษณ์ผู้วิจัยก็สามารถจะถามคำถามที่อยู่นอกแบบสัมภาษณ์ได้หากผู้วิจัยรู้สึกว่ามีคำถามที่ไม่ได้อยู่ในแบบสอบถามมีความจำเป็นที่จะทำให้เราได้รับข้อมูลที่ลึกขึ้น สำหรับคำถามที่ใช้ถามผู้ให้สัมภาษณ์ มีลักษณะเป็นคำถามเปิด (open – ended questionnaires) ผู้ศึกษาจะถามคำถามที่มีลักษณะที่กว้าง เช่น การตรวจสอบของรัฐวิสาหกิจมีลักษณะในบ้างที่เปิดให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบ

การรวบรวมข้อมูล

สำหรับวิธีการรวบรวมข้อมูล (Data Collection)นั้น ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง กล่าวคือ

1) การสำรวจเอกสารต่างๆ ได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร โดยพิจารณาเอกสารสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับรัฐวิสาหกิจแต่ละแห่ง เช่น วรสาร ข้อมูลเชิงสถิติ รายงานประจำปีของรัฐวิสาหกิจ กฎระเบียบ กฎหมาย มติคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้องกับรัฐวิสาหกิจ รายงานเชิงวิชาการ ตลอดจนการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ข่าวหนังสือพิมพ์ บทวิเคราะห์ หรือผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

2) การศึกษาภาคสนาม โดยผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (in – depth interview) ได้แก่การที่ผู้ศึกษาจะออกสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้เลือกไว้เป็นบุคคลที่ให้สัมภาษณ์ดังกล่าวข้างต้น โดยใช้แบบคำถามสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่ได้ออกแบบไว้ ในการสัมภาษณ์จะมีลักษณะการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยจะใช้การจดบันทึกและการบันทึกเทปการสัมภาษณ์ไว้แล้วนำมาถอดความเป็นข้อมูลในการวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่จะสามารถมาคำตอบตามคำถามวิจัยที่ตั้งไว้

3) การสังเกตการณ์ แบบไม่มีส่วนร่วม ผู้ศึกษาได้เข้าไปฟังการจัดสัมมนาเกี่ยวกับรัฐวิสาหกิจที่ทำการศึกษา ที่จัดโดยองค์กรภาครัฐ และมหาวิทยาลัยต่างๆจำนวน 3 ครั้ง

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลตามวิธีการศึกษาข้างต้นแล้ว จึงจะนำมาจัดกลุ่มเพื่อประเมิน ประมวลผล พิจารณา ศึกษา วิเคราะห์ต่อไป โดยจะใช้การวิเคราะห์เนื้อหาสาระของข้อมูล ด้วยการอภิปรายตามหลักเหตุและผล เป็นการนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากข้อมูลทุติยภูมิต่างๆ และการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเน้นน้ำหนักการอธิบายจากข้อมูลที่ได้จากผู้ให้สัมภาษณ์เป็นหลัก มาทำการศึกษาวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดในการศึกษา เพื่อหาคำตอบตามหัวข้อคำถามในการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ โดยในการสรุปผลการวิจัยผู้เขียนนำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาธรรมาภิบาลในรัฐวิสาหกิจ โดยรัฐวิสาหกิจที่ผู้ศึกษาเลือกศึกษานั้นเป็นรัฐวิสาหกิจที่ทำการแปรรูปแล้วแต่รัฐยังเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่อยู่ ผลการศึกษาพบว่า รัฐวิสาหกิจที่ทำการแปรรูปไปแล้วนั้นจะมีโครงสร้างระบบของการตรวจสอบที่เพิ่มมากขึ้น แต่ระบบนั้นกลับใช้ไม่ได้ผลเท่าที่ควรจากผู้ปฏิบัติ

สำหรับการตรวจสอบโดยกลไกภายนอก จากกรอบการศึกษาได้แบ่งกลไกการตรวจสอบภายนอกออกเป็น 4 ด้าน คือ **1)ด้านการเมือง** พบว่า การตรวจสอบในระดับการเมืองนั้นยังค่อนข้างมีอยู่น้อยในปัจจุบัน เนื่องจากการเมืองในระดับชาติ มีความร้อนแรงและมีหลายๆนโยบายของรัฐบาลที่เอื้อประโยชน์ให้แก่ตนเอง นักการเมืองฝ่ายค้านจึงเน้นการตรวจสอบไปที่นโยบายหลักๆเหล่านั้นมากกว่า หรือนักการเมืองฝ่ายค้านนั้น ก็เคยได้รับผลประโยชน์จากรัฐวิสาหกิจนั้นมาก่อน รัฐวิสาหกิจจึงเปรียบเสมือนสมบัติที่ผลัดกันได้รับผลประโยชน์ แต่ไม่มีใครจริงใจในการตรวจสอบ **2) ด้านสื่อมวลชน** สื่อกระแสหลักที่ยังคงเป็นตัวสื่อสารให้กับประชากรส่วนใหญ่รับทราบ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์นั้น ยังมีการถูกควบคุมจากนักการเมือง หรือนักธุรกิจที่เข้ามาแทรกแซงในรูปแบบต่างๆ ทำให้การได้รับข้อมูลข่าวสารของประชาชนในที่อยู่ในเมืองหรือมีโอกาสเข้าถึงสื่อ มีความแตกต่างกับประชาชนที่มีโอกาสเข้าถึงสื่อน้อยกว่า เป็นอย่างมาก แต่ถึงอย่างไรก็ตามวัฒนธรรมการเมืองของคนไทยที่มีความเพิกเฉยต่อเรื่องการเมือง นั้นก็ยังเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การตรวจสอบของประชาชนทุกวันนี้ยังมีไม่มากเท่าที่ควร แต่ก็ถือว่ามีมากขึ้น สื่อเป็นตัวกลางที่สำคัญที่สุดที่จะนำข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน **3) ด้านประชาชน** ก็พบว่าประชาชนมีความเปลี่ยนแปลงในการตรวจสอบการทำงานของภาครัฐมากขึ้น เนื่องจากมีสื่อในการสื่อสารกับประชาชนโดยตรงมากขึ้น โดยเฉพาะสื่อทางอินเตอร์เน็ต แต่ผู้ที่สามารถเข้าถึงสื่อได้นั้นก็เป็นเพียงประชากรส่วนน้อยของประเทศ ที่การศึกษา หรือมีรายได้ในระดับดี **4) ด้านองค์กรอิสระตามรัฐธรรมนูญ** เป็นตัวแสดงหนึ่งที่สำคัญ ที่จะทำหน้าที่แทนประชาชนในการตรวจสอบรัฐวิสาหกิจ และสามารถทำให้ผลการตรวจสอบนั้นมีผลตามกฎหมายได้ มีหลายองค์กรอิสระที่ทำหน้าที่ตรวจสอบรัฐวิสาหกิจ แต่ก็ยังมีการพยายามแทรกแซงองค์กรอิสระจากจากนักธุรกิจและนักการเมือง

สำหรับ ปัจจัยที่เข้ามามีอิทธิพลต่อการตรวจสอบจากภาคประชาชน มีดังนี้

1. **ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี** การจากศึกษาพบว่า ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยพื้นฐานในการกระตุ้นความต้องการในการตรวจสอบภาครัฐของประชาชน

1.1 ด้านสภาพแวดล้อมทางการเมือง จากการศึกษา พบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมทางการเมือง ส่งผลต่อความต้องการในการตรวจสอบของประชาชน กล่าวคือ หากการเมืองไม่นิ่ง หรือมีกระแสข่าวเกี่ยวกับการทุจริตคอรัปชั่นของนักการเมือง ทำให้ประชาชนเดือดร้อน ก็จะส่งผลให้ประชาชนเกิดความไม่พอใจและสนใจที่จะตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจมากขึ้น จนอาจถึงขั้นรวมตัวกันประท้วงเพื่อยับยั้งการตัดสินใจบางอย่างของรัฐวิสาหกิจได้

1.2 ด้านเศรษฐกิจ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อความต้องการในการตรวจสอบ คือ หากประชาชนรับรู้ว่าเศรษฐกิจไม่ดี หรือมีค่าครองชีพที่สูงขึ้น ก็จะส่งผลให้ประชาชนไม่พอใจและกระตุ้นการตรวจสอบจากประชาชนเพิ่มมากขึ้น

1.3 สังคมและเทคโนโลยี จากในปัจจุบันที่มีการสื่อสารที่ครอบคลุมมากขึ้น โดยเฉพาะสื่ออินเตอร์เน็ตที่ทำให้ประชาชนสามารถรับทราบข่าวสารได้ ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดก็ตาม ทำให้การทำงานของรัฐเองถูกตรวจสอบโดยประชาชนมากขึ้น ประชาชนสามารถเลือกรับสื่อได้หลากหลายไม่เพียงแต่เฉพาะสื่อกระแสหลักที่รัฐบาลต้องการป้อนให้เท่านั้น และช่วง5 ปีที่ผ่านมานี้ได้เกิดสื่อที่เรียกว่า Social Network เช่น Facebook และ Twitter ซึ่งประชาชนทุกคนสามารถรายงานข่าวสารผ่านทางมือถือของตนเอง นอกจากนั้นสื่อประเภทนี้ยังสามารถนัดรวมตัวคนที่ความคิดเหมือนกัน จนเกินเป็นกลุ่มคนที่มีพลังในการเรียกร้องความต้องการของตนเองได้อีกด้วย

2.ปัจจัยด้านอำนาจและโอกาส จากการศึกษาพบว่า การตรวจสอบจากภาคประชาชนในหลายครั้งได้รับความเพิกเฉย และละเลยจากรัฐวิสาหกิจที่ถูกตรวจสอบ เนื่องจากประชาชนไม่มีอำนาจอย่างเป็นทางการที่จะไปบังคับหรือสั่งให้รัฐวิสาหกิจเปิดเผยข้อมูล หรือกระทำการตามที่ตนเองต้องการ จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีอำนาจในการตรวจสอบรัฐวิสาหกิจ กล่าวว่า ขนาดผู้มีอำนาจตรวจสอบโดยตรงยังบ่ายเบี่ยงในการให้ข้อมูลมาโดยตลอด

ผู้ที่เป็นตัวแทนในการทำหน้าที่ตรวจสอบแทนประชาชน เช่น ข้าราชการ และนักการเมือง ก็เป็นตัวแทนที่สำคัญที่จะทำหน้าที่ดูแลผลประโยชน์ของประชาชน แต่จาการศึกษาพบว่า ด้วยระบบตัวโครงสร้างของการตรวจสอบเองนั้น มีบางกรณีที่ผู้ตรวจสอบซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ภาครัฐและนักการเมืองเข้าไปมีส่วนได้เสีย หรือผลประโยชน์จากองค์การเหล่านั้นด้วย ทำให้เกิดการทับซ้อนกันของผลประโยชน์ (conflict of interest) ทำให้กลไกการตรวจสอบนั้นมีอยู่จริง แต่ไม่อาจใช้ได้จริง ภาระจึงตกมาอยู่ที่ประชาชนต้องเป็นผู้ตรวจสอบ ซึ่งอำนาจและการตรวจสอบของประชาชนก็ยังมีน้อยกว่า เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ประชาชนจึงต้องใช้การรวมตัวกัน เพื่อเรียกร้องหรือตรวจสอบ

3. ปัจจัยด้านการเปิดเผย จากการศึกษา ผู้ให้สัมภาษณ์หลายคนพูดตรงกันว่า เกิดเปิดเผยข้อมูลข่าวสารในยุคนี้ต้องถือว่าเป็นยุคที่มีการเปิดเผยมากขึ้น และเราสามารถเลือกหาข้อมูลได้จากหลายสื่อ แต่ในทุกองค์กรย่อมต้องมีข้อมูลชั้นความลับหลายระดับ ฉะนั้นระดับความเปิดเผยข้อมูลแต่ละระดับก็แตกต่างกันออกไป

4. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ส่วนตัวหรือระบบอุปถัมป์ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยความสัมพันธ์ส่วนตัวและระบบอุปถัมป์ที่มีการหยั่งรากลึกมานานในสังคมไทย ส่งผลอย่างมากทำให้การตรวจสอบต่างๆในสังคมไทย

เต็มไปด้วยความไม่โปร่งใส เนื่องจากผู้ตรวจสอบและผู้ถูกตรวจสอบมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ทำให้มีความเกรงใจ ละเลย หรือมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เป็นต้น

5. ปัจจัยด้านวัฒนธรรมทางการเมืองของคนไทย จากการศึกษาพบว่า วัฒนธรรมทางการเมืองของคนไทยที่มีลักษณะ "ธุระไม่ใช่" กล่าวคือ การที่คนไทยจะมีความต้องการในการตรวจสอบเรื่องใดๆนั้น เรื่องนั้นต้องเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อตัวประชาชนเองโดยตรง จากจุดนี้เองจึงทำให้หลายครั้งการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบของประชาชนจึงไม่ได้รับความสนใจมากนัก

อภิปรายผล

เมื่อพิจารณาผลการศึกษาแล้ว พบว่าแม้ว่ารัฐวิสาหกิจจะถูกแปรรูปไปแล้ว เป็นโครงสร้างองค์การแบบกึ่งรัฐกึ่งเอกชน ถ้าตามหลักการแล้วจะมีการดูแลตรวจสอบอย่างโปร่งใสมากขึ้น เพราะรัฐวิสาหกิจจะถูกตรวจสอบทั้งจากภาครัฐ และจากตลาดหลักทรัพย์ แต่ในทางปฏิบัติกลับพบว่า การดำเนินการของรัฐวิสาหกิจยังถูกแทรกแซงโดยนักการเมืองและข้าราชการระดับสูง จึงทำให้บางครั้งการดำเนินการของรัฐวิสาหกิจเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ส่วนตนมากกว่าผลประโยชน์ของประชาชน ทางด้านผู้แทนประชาชนคือข้าราชการที่เข้าไปทำงานในฐานะที่รัฐเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่เพื่อดูแลผลประโยชน์ของประชาชน พอมีผลประโยชน์ส่วนตนเข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้การดูแลผลประโยชน์ของประชาชนไม่ดีเท่าที่ควร ในเมื่อกลไกการตรวจสอบในทางโครงสร้างมีอยู่จริง แต่กลับไม่ได้ผลจากผู้ปฏิบัติเท่าที่ควร ภาระในการตรวจสอบการทำงานของรัฐวิสาหกิจจึงตกมาอยู่ที่ประชาชน ซึ่งหากพิจารณาตามหลักของแนวคิด The new Democratic Governance Paradigm ของ Borwornwatthana (1997) แล้วก็พบว่า การตรวจสอบรัฐวิสาหกิจในปัจจุบันไม่เป็นไปตามหลักแนวคิดดังกล่าวในบางประการ กล่าวคือ การตรวจสอบรัฐวิสาหกิจในปัจจุบัน ไม่ได้ทำให้ภาครัฐมีขนาดเล็กลง เพราะยังถูกควบคุมโดยนักการเมืองและข้าราชการระดับสูง ซึ่งเป็นการขยายขนาดและอำนาจภาครัฐให้ยิ่งมากขึ้นไปอีก การดำเนินการและการตรวจสอบก็ยังไม่มีความยืดหยุ่น ในการปรับตัวให้เข้ากับปัญหาหรือสภาพแวดล้อมใหม่ๆ แต่กลับถูกตีกรอบด้วยกฎระเบียบมากมาย สำหรับการตรวจสอบ (Accountability) พบว่า ข้อมูลข่าวสารมีการเปิดเผยมากขึ้น ประชาชนก็สนใจที่จะตรวจสอบในเรื่องที่ตนเองมีผลกระทบมากขึ้น มีการรวมตัวกันเกิดเป็นกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆเพื่อเรียกร้อง หรือยับยั้งการดำเนินการของรัฐวิสาหกิจตามช่องทางของรัฐธรรมนูญมากขึ้น ซึ่งถือเป็นนิมิตหมายอันดีในอนาคตที่การดำเนินการของรัฐวิสาหกิจจะมีธรรมาภิบาลมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการตรวจสอบรัฐวิสาหกิจไทยตามหลักธรรมาภิบาล ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะในด้านต่างๆ ดังนี้

1. เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้ประชาชนมีความตระหนักในเรื่องการตรวจสอบภาครัฐ ว่าเป็นหน้าที่ของประชาชนคนไทยทุกคน

2. พัฒนากฎหมายและเพิ่มช่องทางการตรวจสอบให้ทันการทุจริตคอรัปชั่น ที่นับวันจะยิ่งเปลี่ยนแปลงวิธีการเพื่อหลบเลี่ยงกฎหมายมากขึ้นเรื่อยๆ ฉะนั้นกฎหมายและช่องทางการตรวจสอบจึงต้องปรับเปลี่ยนให้ทันแก่สถานการณ์ด้วย

3. การให้สื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่ เพื่อส่งต่อข่าวสารที่เป็นจริงให้แก่ประชาชน ควรป้องกันไม่ให้สื่อถูกแทรกแซง และไม่ควรปิดกั้นสื่อ หรือควรมีสื่อเสรีที่มีการให้ความรู้แก่ประชาชนอย่างเต็มที่

4. ภาครัฐควรส่งเสริม กระตุ้น ให้ประชาชนมีการตื่นตัวในการตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานภาครัฐเช่นมีการจัดสรรงบประมาณให้กับภาคประชาชนในการให้ความรู้ หรือเสริมสร้างความเข้าใจสิทธิและหน้าที่ของประชาชนในการตรวจสอบภาครัฐ โดยควรกระจายให้ความรู้ไปยังท้องถิ่นต่างๆให้มากที่สุด

รายการอ้างอิง

เจริญ เจษฎาวัลย์. (2546). *การตรวจสอบภาครัฐ*. กรุงเทพฯ: บริษัท พอดี จำกัด

เดือนเด่น นิคมบริรักษ์. (2552). **รัฐวิสาหกิจไทย ถึงเวลาต้องพัฒนา**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา http://www.taladhoon.com/taladhoon/board/index.php?topic=9206.0

นวลน้อย ตรีรัตน์ และคนอื่นๆ. (2546). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการตรวจสอบการดำเนินการขององค์การบริหารส่วนตำบล(รายงานการวิจัย)**

พิทยา บวรวัฒนา. (2544). **การปฏิรูประบบราชการของต่างประเทศ**. สำนักงานคณะกรรมการปฏิรูประบบราชการ. กรุงเทพฯ

มนัส สุวรรณ เอกกมล สายจันทร์ และไพสิฐ พาณิชย์กุล. (2546). **การตรวจสอบขององค์กรภาคประชาชนในระบบการบริหารงานและกิจการสาธารณะท้องถิ่น(รายงานการวิจัย)**. กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

รสนา โตสิตระกูล. (2549). **การตรวจสอบอำนาจรัฐโดยภาคประชาชน**, เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ สถาบันพระปกเกล้า ครั้งที่ 8 เสนอที่ศูนย์ประชุมสหประชาชาติ 3-5 พฤศจิกายน พ.ศ.2549

Barbara S.Romzek and Melvin J.Dubnick. (1987). **Accountability in the public service: Lessons from the challenger tragedy**. Wiley-Blackwell: 277-283

Bowornwathana. (2001). **The Politics of Governance Reform in Thailand. Handbook of Comparative and Development Public administration.** New York: Marcel Dekker, 2nd edition, 421-443

Bowornwathana. (1997). **Transforming Bureaucracies for the 21st century : The new democratic governance paradigm**. Public administration quarterly. Vol. 21, No.3: 294-308

Keohane, R.O. and Nye Introduction In J.S. Nye and J.D. Donohue (Eds).(2000). **Governance in a globalization world** . Washington DC: Brookings Institution Press.

Max weber, **The Theory of Social and Economic Organization**, tran, by A.M. Henderson and Talcott Parsons (New York: The Free Press, 1947)

การเตรียมความพร้อมของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ในการเข้าสู่ตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา ประเทศไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์

LOGISTICS SERVICE PROVIDER: LSP' PREPARATION TO ENTER ASEAN ECONOMIC COMMUNITY MARKETS. A CASE STUDY: THAILAND, MALAYSIA AND SINGAPORE COUNTRY

ว่าที่ร้อยเอก นิเวศ ธรรมชัยชูศักดิ์
นักศึกษาระดับปริญญาเอก มหาวิทยาลัยศรีปทุม
Email : Chinjai@yahoo.com
ปุญญภณ เทพประสิทธิ์
นักศึกษาระดับปริญญาเอก มหาวิทยาลัยศรีปทุม
Email : punyapon.tep@hotmail.com
หทัย เกตุสังข์ประดิษฐ์
นักศึกษาระดับปริญญาเอก มหาวิทยาลัยศรีปทุม
Email : Hataiket@gmail.com
ดร.ปรางทิพย์ ยุวนนท์
ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม
Email : Prangtip.yu@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการเตรียมความพร้อมของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider: LSP) ในการเข้าสู่ตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา ประเทศไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์ โดยได้ทำการศึกษากลุ่มธุรกิจผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์จำนวน 90 ตัวอย่าง ได้แก่ประเทศ ไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีเฉพาะเจาะจงจากผู้ประกอบการหรือผู้บริหารด้านโลจิสติกส์หรือซัพพลายเชนขององค์กรและใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการถดถอยพหุคูณ(Multiple Regression Analysis : MRA) ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า การเตรียมความพร้อมของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider: LSP)ในการเข้าสู่ตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้ง 6 ด้าน ประกอบด้วย 1) การหาที่ปรึกษาที่ดี 2) การสร้างเครือข่าย 3) การเรียนรู้เกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ 4) การวิเคราะห์ตนเองกับธุรกิจ 5) การมีทักษะในการ

จัดการหรือแก้ไขวิกฤต และ 6) การศึกษาอุตสาหกรรม มีอิทธิพลต่อสมรรถนะการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในการเข้าสู่ตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ระดับนัยสำคัญ .01

คำสำคัญ : การเตรียมความพร้อมผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์สมรรถนะการดำเนินงาน

ABSTRACT

This research aims to study Third Party Logistics (3PLs) entrepreneurs' preparation to enter ASEAN economic community markets a case study: Thailand Malaysia and Singapore country. The study was conducted on 90 samples of 3PLs from 3 countries such as Thailand, Malaysia, and Singapore. The sampling technique was purposive sampling from entrepreneur or logistics or supply chain director. The statistics employed for data analysis was multiple regression analysis (MRA) in order to test the hypothesis.

The results indicated that 6 aspects of the 3PLs entrepreneurs' readiness preparation as follows;1) find good mentor, 2) build a network, 3) learn about the entrepreneurship, 4) analyze personality and business preferences, 5) improve or acquire critical skills in crisis management or resolution and 6) study an industry. All of these aspects influenced theefficiency of logistics and supply chain management at the level of statistical significance of 0.01.

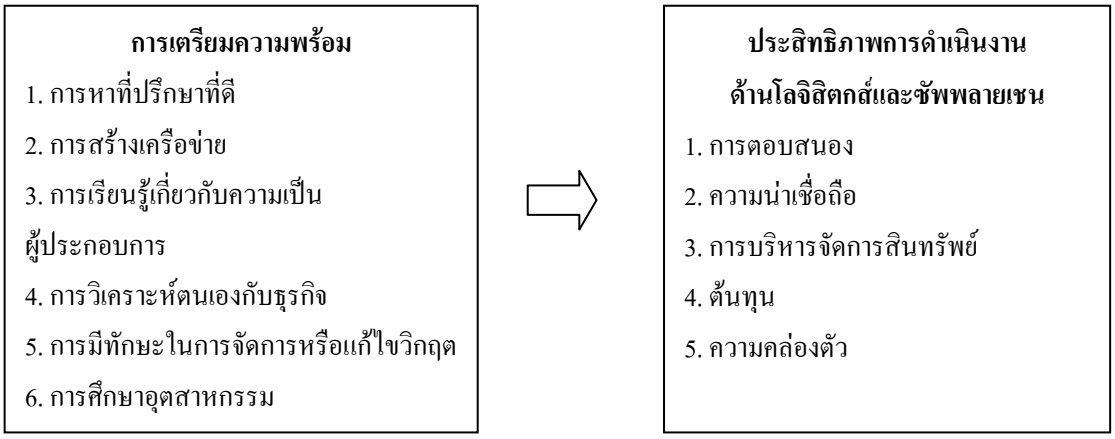
KEYWORDS: Entrepreneurs' preparation,Logistics Service Provider (LSP),Performance

1. ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังเข้าสู่การเป็นประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) โดยจะเปิดเสรีอย่างเต็มตัวในปี 2015 ซึ่งรัฐบาลเชื่อมั่นว่าจะสร้างคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจต่อประเทศสมาชิก และยกระดับคุณภาพการดำเนินชีวิตของประชาชนชาวไทย สำหรับธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider: LSP) เป็นธุรกิจที่รัฐบาลมีความมุ่งมั่นในการส่งเสริมพัฒนาและสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการ เนื่องจากไทยมีความได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์ ทรัพยากรการผลิตและแรงงานเชี่ยวชาญ ตลอดจนเป็นศูนย์กลางของอาเซียนส่งผลให้ธุรกิจผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่จะเติบโตในภูมิภาคอาเซียนภายหลังการรวมกลุ่ม AEC (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2555)ซึ่งจะสร้างโอกาสทางรายได้และการเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยอย่างแข็งแกร่งแต่ทั้งนี้ผู้ประกอบการไทยจำนวนมากได้แสดงความวิตกกังวลถึงผลลบที่อาจเกิดขึ้นในกรณีที่ผู้ประกอบการยังขาดความพร้อมต่อการเข้าแข่งขันภายใต้สภาพแวดล้อมการแข่งขันเสรี (Gupta, 2011) ผลกระทบดังกล่าวจะทำให้ผู้ประกอบการสูญเสียโอกาส และความสามารถทางการแข่งขันด้านโลจิสติกส์และจะส่งผลให้โอกาสของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของไทย (de Waal, & Akaraborworn, 2013)โดยการพึ่งพาอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ต้องลดน้อยลงสำหรับการให้บริการด้านโลจิสติกส์ในประเทศไทยพบว่า ยังพบปัญหาอยู่มากทั้งในกิจกรรมด้านการขนส่งสินค้า การคลังสินค้าและสินค้าคงคลัง พิธีการศุลกากร และการให้คำปรึกษาในการแก้ไขปัญหาด้านโลจิสติกส์และซัพพลาย

เชนส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่สามารถยกระดับได้เทียบเท่าหรือทันต่อการพัฒนาภายใต้แผนยุทธศาสตร์แห่งชาติ ฉบับที่ 11 (สำนักโลจิสติกส์, 2555) ทั้งนี้เพื่อให้ผลการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง จึงได้ทำการเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการ ของประเทศสมาชิกที่มีศักยภาพด้านโลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชน ได้แก่ ประเทศไทย มาเลเซียและสิงคโปร์เพื่อให้มีข้อมูลที่สามารถนำมาเปรียบเทียบและประเมินสถานะของการดำเนินงานของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทยได้อย่างเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์

2. กรอบแนวความคิดและทฤษฎี



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การจะทำธุรกิจในตลาดต่างประเทศ สิ่งที่จำเป็นและสำคัญไม่แพ้ปัจจัยอื่นคือ ความเป็นผู้บริหารหรือผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ของเจ้าของธุรกิจ Allen (2010) กล่าวว่าการเตรียมความพร้อมเป็นผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการตาม 6 ขั้นตอน ดังนี้

1.การหาที่ปรึกษาที่ดี (Find mentor)

2.การสร้างเครือข่าย (Building a Network)

3.การเรียนรู้เกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur)

4. การวิเคราะห์ตนเองกับธุรกิจ (Analyze personality and business preferences)

5. การมีทักษะในการจัดการหรือแก้ไขวิกฤต (Improve or acquire critical skills)

6. การศึกษาอุตสาหกรรม (Study an industry)

Allen (2010) ได้นำเสนอเพิ่มเติมว่า การเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการเป็นการเพิ่มศักยภาพ และประสิทธิภาพในการบริหารจัดการองค์กรภายใต้สภาวะแวดล้อมต่างๆ ซึ่งจะนำพาองค์กรให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้

ทั้งนี้การประเมินสมรรถนะการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน ในปัจจุบันได้มีการนำเสนอตัวแบบการประเมินการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนขององค์กรซึ่งเรียกว่า Supply Chain Operations Reference (SCOR) Model (Supply Chain Council, 2012)ประกอบไปด้วย การตอบสนอง (Responsiveness)ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การบริหารจัดการสินทรัพย์ (Asset Management)ต้นทุน (Cost) และความคล่องตัว

(Agility) ตัวแบบประเมินดังกล่าวจะทำให้องค์กรสามารถทราบถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.เพื่อศึกษาการเตรียมความพร้อมของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider: LSP)ในการเข้าสู่ตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกรณีศึกษาประเทศไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์

2.เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเตรียมความพร้อมของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider: LSP) ที่มีต่อสมรรถนะการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

4. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การเตรียมความพร้อมของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์กับสมรรถนะการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

5. วิธีการดำเนินงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบประเมิน ประกอบไปด้วย

ส่วนที่ 1 แบบประเมินการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการทั้ง 6 ด้านประกอบด้วย 1) การหาที่ปรึกษาที่ดี 2) การสร้างเครือข่าย 3) การเรียนรู้เกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ 4) การวิเคราะห์ตนเองกับธุรกิจ5) การมีทักษะในการจัดการหรือแก้ไขวิกฤตและ 6) การศึกษาอุตสาหกรรมโดยผู้วิจัยและคณะทำงานจะเข้าไปประเมินการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการในแต่ละด้านและประเมินค่าเป็นคะแนนจริงและนำกลับมาคิดเป็นเปอร์เซ็นต์

ส่วนที่ 2 แบบประเมินสมรรถนะการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชนประกอบด้วย 1) การตอบสนอง 2) ความน่าเชื่อถือ 3) การบริหารจัดการสินทรัพย์ 4) ต้นทุน และ 5) ความคล่องตัว โดยผู้วิจัยและคณะทำงานจะเข้าไปประเมินผู้ประกอบการในแต่ละด้านและประเมินค่าเป็นคะแนนจริงและนำกลับมาคิดเป็นเปอร์เซ็นต์

การพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย

ทำการทดสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน (Saunders, Thornhill& Lewis, 2009) โดยหาดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยเลือกข้อคำถามที่มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป

ประชากร การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider: LSP) ในประเทศไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากข้อจำกัดในข้อมูล ณ ประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจึงใช้ตัวแทนผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ ของ ประเทศไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์ อย่างละ 30 ตัวอย่าง รวมเป็น 90 ตัวอย่าง

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non - Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ สัญชาติประเทศไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์ ที่มีรายได้สูงที่สุดอันดับที่ 1 – 30 ของทั้ง 3 ประเทศ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้บริหารระดับสูงขององค์กร หรือดำรงตำแหน่ง Logistics or Supply Chain Director

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ค่าร้อยละ (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)โดยผู้วิจัยได้ใช้เพื่อบรรยายข้อมูลแบบประเมินและใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis : MRA) โดยผู้วิจัยได้ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

6. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ในส่วนที่ 1 ของแบบประเมินการเตรียมความพร้อมของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ แสดงถึง ภายรวมของค่าเฉลี่ยของระดับการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการในประเทศสิงคโปร์เป็นลำดับที่ 1ร้อยละ 94.75 รองลงมาคือประเทศไทย ร้อยละ 83.41 และมาเลเซีย ร้อยละ 65.83 ตามลำดับ (ดังตารางที่1)ทั้งนี้ จากผลการวิจัยยังพบว่าในด้านต่างๆ ของตัวแปรที่เกี่ยวข้องภายในทั้ง 6 ด้าน ก็พบว่าประเทศสิงคโปร์มีการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider: LSP) เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้ดีกว่าประเทศไทย และมาเลเซีย ทั้งนี้เพื่อแสดงให้เห็นและเข้าใจถึงรายละเอียดการเตรียมความพร้อมของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศสิงคโปร์ที่มีเกณฑ์คะแนนสูงที่สุด โดยจะสรุปข้อมูลที่ได้จากการประเมินผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของสิงคโปร์ ดังต่อไปนี้

ด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่ามีค่าเฉลี่ยร้อยละ 97.50(ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของสิงคโปร์)ของผู้ประกอบการธุรกิจผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ได้ทำการค้นคว้าความรู้เพิ่มเติม เช่น การศึกษาในหลักสูตรอบรม หรือการสัมมนา เป็นต้น ขณะที่ผู้ประกอบการจากชาติอื่นๆ จะละเลยการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการที่เหมาะสม

ด้านการศึกษาอุตสาหกรรม ผลการศึกษาพบว่ามีค่าเฉลี่ยร้อยละ 96.50 (ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของสิงคโปร์)ของผู้ประกอบการธุรกิจผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ โดยผู้ประกอบการของสิงคโปร์จะมีความเข้าใจในอุตสาหกรรมของตนเองถึงความเกี่ยวข้องกับธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่นๆ ตลอดจนสามารถอธิบายภาพซัพพลายเชนขององค์กรได้โดยละเอียด ขณะที่ผู้ประกอบการอื่นๆ ยังบกพร่องในสิ่งนี้

ด้านการหาที่ปรึกษาที่ดี ผลการศึกษาพบว่ามีค่าเฉลี่ยร้อยละ 95.00 (ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของสิงคโปร์)ของผู้ประกอบการธุรกิจผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำนวนมากในการเตรียมความพร้อม ยกตัวอย่างเช่น การจัดงานสัมมนาอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ผู้ประกอบการได้มีการแลกเปลี่ยนความรู้และความสามารถ ทั้งนี้ยังมีการเชิญนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญจากนานาประเทศเข้าร่วม

นอกจากนี้ธุรกิจผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ในสิงคโปร์ยังได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มธุรกิจในประเทศต่างๆ ในการสนับสนุนด้านข้อมูลและนวัตกรรมการให้บริการและการดำเนินงาน ขณะที่ผู้ประกอบการของไทยและมาเลเซียมีการเตรียมความพร้อมในด้านนี้ที่ต่ำกว่า

ด้านการมีทักษะในการจัดการหรือแก้ไขวิกฤต ผลการศึกษาพบว่ามีค่าเฉลี่ยร้อยละ 94.50(ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของสิงคโปร์)ของผู้ประกอบการธุรกิจผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์มีสมรรถนะที่เพียบพร้อมต่อการปรับตัวในการจัดการธุรกิจภายใต้สภาพแวดล้อมของการแข่งขันที่มีความไม่แน่นอนและความเสี่ยง และใช้ระยะเวลาในการพิจารณาและวิเคราะห์แนวทางการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วกว่าผู้ประกอบการไทยและมาเลเซีย

ด้านการสร้างเครือข่าย ผลการศึกษาพบว่ามีค่าเฉลี่ยร้อยละ 93.00 (ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของสิงคโปร์)ของผู้ประกอบการธุรกิจผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์มีการสร้างกลุ่มเครือข่ายที่ชัดเจน และมีความต่อเนื่องในการดำเนินงานร่วมกันทั้งเชิงปฏิบัติการและเชิงกลยุทธ์ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และทักษะในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ผู้ประกอบการไทยและมาเลเซียมีการสร้างกลุ่มเครือข่ายเช่นกันแต่การดำเนินงานยังขาดความต่อเนื่องและขาดความร่วมมือที่ชัดเจน

ด้านการวิเคราะห์ตนเองกับธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่ามีค่าเฉลี่ยร้อยละ 92.00 ของผู้ประกอบการธุรกิจผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์มีความสามารถในการตัดสินใจ กล้าที่จะตัดสินใจในสภาวะวิกฤตหรือสภาพแวดล้อมที่มีความเสี่ยง และมีการศึกษาคิดค้นวิธีการจัดการและการสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์กรอย่างสม่ำเสมอ ขณะที่ผู้ประกอบการไทยมีการเตรียมความพร้อมในระดับสูงเช่นกัน แต่ขาดการตัดสินใจอย่างเด็ดขาด

จากการประเมินความพร้อมของผู้ประกอบการต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะพบว่าประเทศไทยที่มีศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน โดยมีศักยภาพไม่แพ้ประเทศใดในอาเซียนกับพบว่าผู้ประกอบการไทยมีความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่ำกว่าประเทศสิงคโปร์ ซึ่งอาจส่งผลให้เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเต็มตัว ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider: LSP) ของไทยอาจต้องสูญเสียโอกาสในการแข่งขันภายใต้การเป็นตลาดเสรีที่มีการแข่งขันสูง และยากที่จะฟื้นคืนกลับขึ้นมาเป็นผู้ชนะ

ตารางที่ 1 ระดับการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ

การเตรียมความพร้อมของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์	ไทย	มาเลเซีย	สิงคโปร์
การหาที่ปรึกษาที่ดี	82.00%	78.50%	95.00%
การสร้างเครือข่าย	87.00%	76.00%	93.00%
การเรียนรู้เกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ	80.00%	83.00%	97.50%
การวิเคราะห์ตนเองกับธุรกิจ	88.50%	84.00%	92.00%
การมีทักษะในการจัดการหรือแก้ไขวิกฤต	86.00%	74.50%	94.50%
การศึกษาอุตสาหกรรม	77.00%	82.00%	96.50%
ภาพรวม	**83.41%**	**79.66%**	**94.75%**

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ประเมินศักยภาพของธุรกิจของผู้ประกอบการไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์ ผลการศึกษาพบรายละเอียดดังตารางที่2พบว่า ภาพรวม ผู้ประกอบการธุรกิจผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ประเทศสิงคโปร์มีสมรรถนะการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชนเหนือกว่าผู้ประกอบการจากประเทศมาเลเซียและไทย ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้านจะพบว่าสิงคโปร์มีประสิทธิภาพในเรื่องของความน่าเชื่อถือ (Reliability) มากที่สุด รองลงมาคือ การตอบสนอง (Responsiveness) ความคล่องตัว (Agility) การบริหารจัดการสินทรัพย์ (Asset Management) และต้นทุน (Cost) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาประเทศไทยจะพบว่ามีประสิทธิภาพต่ำกว่าสิงคโปร์ร้อยละ 21.20โดยมีประสิทธิภาพสูงสุดในเรื่องของความน่าเชื่อถือ (Reliability) รองลงมาคือ การตอบสนอง (Responsiveness) ความคล่องตัว (Agility) การบริหารจัดการสินทรัพย์ (Asset Management) และต้นทุน (Cost) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 สมรรถนะการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

สมรรถนะการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน	ไทย	มาเลเซีย	สิงคโปร์
1. การตอบสนอง (Responsiveness)	78.00%	76.50%	98.00%
2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	81.00%	82.00%	98.50%
3. การบริหารจัดการสินทรัพย์ (Asset Management)	75.00%	78.50%	97.00%
4. ต้นทุน (Cost)	70.00%	79.00%	95.00%
5. ความคล่องตัว (Agility)	77.50%	78.00%	97.50%
ภาพรวม	**76.30%**	**78.80%**	**97.50%**

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์อิทธิพลของการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการในการเข้าสู่ตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่มีต่อสมรรถนะการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระได้แก่ การเตรียมความพร้อมของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ในการเข้าสู่ตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทั้ง 6 ด้าน พบว่าแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้สรุปได้ว่าการเตรียมความพร้อมของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ในการเข้าสู่ตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทั้ง 6 ด้าน มีอิทธิพลต่อสมรรถนะการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

ตารางที่ 3 การทดสอบการถดถอยพหุคูณของการเตรียมความพร้อมของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์กับสมรรถนะการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

Model	B	t	Sig.
ค่าคงที่	9.942	27.843	.000
การหาที่ปรึกษาที่ดี	.916	12.708	.000**
การสร้างเครือข่าย	.832	10.002	.000**
การเรียนรู้เกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ	.844	11.529	.001**
การวิเคราะห์ตนเองกับธุรกิจ	.650	7.511	.001**
การมีทักษะในการจัดการหรือแก้ไขวิกฤต	.706	8.002	.000**
การศึกษาอุตสาหกรรม	.701	8.107	000**

**ระดับนัยสำคัญ 0.01

R = 0.921, R Square = 0.875, Adjusted R Square = 0.883 Std. Error of the Estimate = 0.21698, ANOVA Sig. = 0.000**

7. อภิปรายผล

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การเตรียมความพร้อมของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ในการเข้าสู่ตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทั้ง 6ด้าน ได้แก่ 1)การหาที่ปรึกษาที่ดี 2)การสร้างเครือข่าย 3) การเรียนรู้เกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ 4) การวิเคราะห์ตนเองกับธุรกิจ 5) การมีทักษะในการจัดการหรือแก้ไขวิกฤต และ 6)การศึกษาอุตสาหกรรม มีอิทธิพลต่อสมรรถนะการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชนซึ่งพบว่าสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของWu, Park, Chinta & Cunningham (2009), Zheng, Hu & Wang (2009) และFatt (2001) ที่พบว่าประเด็นต่างของการเตรียมความพร้อม สามารถที่จะสร้างความศักยภาพในการดำเนินงานในกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร หรือสนับสนุนให้เกิดการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลและยังสอดคล้องกับทฤษฎีการเตรียมการเป็นผู้ประกอบการของ Allen (2001) ที่ได้กล่าวว่า การเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการเป็นการเพิ่มศักยภาพ และประสิทธิภาพในการบริหารจัดการองค์กรภายใต้สภาวะแวดล้อมต่างๆ ซึ่งจะนำพาองค์กรให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้ ดังนั้นหากผู้ประกอบการมีการเตรียมความพร้อมอย่างเต็มประสิทธิภาพ และเหมาะสมจะสามารถจะทำให้องค์กรมีความพร้อมที่จะดำเนินธุรกิจภายใต้ AECได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

นอกจากนี้ระดับของสมรรถนะ และการเตรียมความพร้อมของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทยด้อยกว่าประเทศสิงคโปร์ ซึ่งวอดคล้องกับการศึกษาของปุญญภณ เทพประสิทธิ์ (2556)ที่พบว่าการเตรียมความพร้อมของประเทศไทยยังเป็นรองเพื่อนบ้านในบางประเด็น ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ผู้ให้บริการด้านโลจิสิติกส์ของไทยมุ่งเน้นการสร้างกลยุทธ์ทางการแข่งขันด้านการตลาดมากกว่าการประเมินตนเองและทำการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับสภาพแวดล้อมการแข่งขันภายใต้การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนั้นผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของไทยจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมตนเองให้มากยิ่งขึ้นกว่าปัจจุบัน

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider: LSP) ของไทยต้องเพิ่มระดับการเตรียมความพร้อมให้มากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะประเด็นการศึกษาอุตสาหกรรมซึ่งมีเกณฑ์ระดับคะแนนต่ำที่สุด เพื่อให้เข้าใจการดำเนินงานและความเป็นไปของอุตสาหกรรม และสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์การเตรียมความพร้อมและการพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม

7.2 ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics Service Provider: LSP) ของไทย มีความสามารถในการจัดการต้นทุนในเกณฑ์คะแนนที่ต่ำที่สุด ซึ่งสาเหตุเกิดจากการจัดการที่ผิดพลาดในการดำเนินงานทำให้เกิดต้นทุนของเสียจำนวนมาก ดังนั้นองค์กรจะต้องมีการวางแผนการจัดการความเสี่ยงเพื่อกำหนดแผนที่จะใช้เมื่อความเสี่ยงเกิดขึ้น จะทำให้องค์กรมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วและใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมนอกจากนี้องค์กรควรดำเนินการขจัดความสูญเสียที่เกิดขึ้นในแต่ละกิจกรรมโดยใช้หลักการจัดการแบบลีน (Lean Management) ซึ่งจะทำให้ลดการสูญเสียที่ไม่จำเป็นและส่งผลให้เกิดต้นทุนอย่างมีคุณค่า

8. รายการอ้างอิง

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2555. **“ข้อมูลประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน”**[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.thaifta.com/thaifta/Home (16 มิถุนายน 2555).

ปุญญภณ เทพประสิทธิ์,2556. “**เปิดความพร้อมก้าวสู่ตลาดเออีซี เอสเอ็มอีไทย “ด้อย” กว่ามาเลย์**”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://library.dip.go.th/multim6/edoc/2556/21322.pdf (27กุมภาพันธ์ 2556).

Allen, K. R, 2010.**New Venture Creation**. Kansas: South-Western College.

de Waal, A, A., & Akaraborworn, C, T., 2013 "Is the high performance organization framework suitable for Thai organizations?". **Measuring Business Excellence**. 17(4). 76 – 87.

Fatt,James Poon Teng, 2001. **“Encouraging fashion entrepreneurship in Singapore"**. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics. 13(1): 72 – 83.

Gupta et al, 2011. "**Assessing trade friendliness of logistics services in ASEAN**". Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 23(5): 773 - 792

Saunders, M. K., Thornhill, A., & Lewis, P., 2009. **Research Methods for Business Students**. New Jersey: Prentice Hall.

Supply Chain Council.,2012. **“Supply Chain Operations Reference (SCOR) Model”** [Online]. แหล่งที่มา.http://supply-chain.org/f/SCOR-Overview-Web.pdf.

Wu, Lifang., Park, Daewoo., Chinta, Ravi., & Cunningham, Margaret, 2009. **“**Global entrepreneurship and supply chain management: a Chinese exemplar**”**. **Journal of Chinese Entrepreneurship**.2(1): 36-52.

Zheng, J., Hu, Z., Wang, J, 2009. **“**Entrepreneurship and innovation: the case of yangtze river delta in china**”**. **Journal of Chinese Entrepreneurship**. 1(2): 85-102.

การเติบโตทางเศรษฐกิจ การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ และบทบาทของอุปทานเงิน : กรณีศึกษาประเทศไทย

ECONOMIC GROWTH, FOREIGN DIRECT INVESTMENT AND MONEY SUPPLY : THE CASE STUDY OF THAILAND

ธารา แซ่โล้ว

นิสิตปริญญาโท คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail : tharalian.mooza@gmail.com

ดร. นิพิฐ วงศ์ปัญญา

อาจารย์ประจำ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail : nipit.w@chula.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาวระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ และอุปทานเงิน โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2540 ถึงไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ. 2554 ด้วยวิธีการ Cointegration ผลการศึกษาพบว่า ทั้งมูลค่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) และสัดส่วนมูลค่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศต่อ GDP จะเกิดดุลยภาพในระยะยาวกับอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ และอัตราการเติบโตของการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรต่อหัวได้ก็ต่อเมื่อมีพจน์อุปทานเงินและพจน์ที่มีการคูณกันระหว่างอุปทานเงินกับ (มูลค่าหรือสัดส่วน) การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศเท่านั้น ดังนั้นอุปทานของเงินและผลคูณของอุปทานของเงินกับการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศจึงมีความสำคัญต่อการเกิดดุลยภาพในระยะยาวระหว่างการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศและการเติบโตของ GDP ต่อหัว ซึ่งการมีอุปทานของเงินที่ไม่เพียงพอจะไปลดผลประโยชน์จากการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศที่มีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ จากผลการศึกษาที่ได้ธนาคารแห่งประเทศไทยควรพิจารณาปรับอุปทานเงินให้เกิดผลบวกสุทธิในดุลยภาพ กล่าวคือ ณ ระดับ FDI ค่าหนึ่งควรปรับอุปทานเงินให้อยู่ในช่วงที่ทำให้ผลบวกต่อเศรษฐกิจซึ่งวัดจากพจน์ผลคูณมีค่ามากกว่าผลลบต่อเศรษฐกิจซึ่งวัดจาก การรวมพจน์ FDI และพจน์อุปทานเงินเพื่อส่งเสริมให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาวได้ ทั้งนี้แบบจำลอง ECM ทำให้ทราบว่าการปรับปริมาณเงินเศรษฐกิจจะไม่เติบโตในทันทีทันใด อาจต้องรอการปรับตัวประมาณ 2 ไตรมาส

คำสำคัญ : การเติบโตทางเศรษฐกิจ การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ อุปทานของเงิน ดุลยภาพระยะยาว

ABSTRACT

The objective of this article was to evaluate the existing of long-run equilibrium among economic growth, foreign direct investment (FDI) and money supply. Cointegration analysis was utilized to evaluate their long-run equilibrium. Data covered the quarterly from 1997Q1 to 2011Q2. The 0.

supply. Lack of both money supply and its interaction term in regression then FDI was not significant, i.e. insufficient money supply can reduce the fruitful benefit from foreign direct investment. Hence, at a level of FDI, Bank of Thailand should response the money supply to get more positive impact (interaction term) than negative impact (sum of FDI and money supply term) to boost long-run economic growth, also ECM suggest that economic growth will suddenly Un-changed within less than 2 Quarters.

KEYWORDS : Economic Growth, Foreign Direct Investment, Money Supply, Long-run Equilibrium

บทนำ

การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศเป็นที่มาของการนำเสนอและเกิดการถ่ายทอดความรู้ ความคิด วิธีการบริหาร ทุน เทคโนโลยีและวิทยาการใหม่ๆเข้ามาในระบบเศรษฐกิจ งานวิจัยจำนวนมากจึงได้อ้างว่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศทำให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยี (Technology transfer) และ/หรือแพร่กระจายทางเทคโนโลยี (Technology diffusion) จึงทำให้เศรษฐกิจเติบโต ซึ่งการที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นด้านอุปทานมวลรวม ซึ่งปกติแล้วแรงจูงใจที่ต่างชาติเข้ามาลงทุนก็หวังกำไรจากการขายสินค้าและบริการซึ่งเป็นด้านอุปสงค์ หากอุปทานขยายตัวออกไปแล้วอุปสงค์ไม่ขยายตามออกไปด้วย อุปทานก็จะหดตัวในเวลาต่อมา

การถ่ายทอดทางเทคโนโลยีซึ่งทำให้เกิดการขยายตัวในอุปทานมวลรวมนั้น จะถูกทำให้ครบวงจรได้โดยอุปสงค์มวลรวมที่ขยายตัว ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่อุปทานเงินจะต้องขยายตัวตามไปด้วย เพราะมีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงซื้อ โดยทำให้สภาพคล่องในระบบเศรษฐกิจเพิ่มสูงขึ้น อัตราดอกเบี้ยตลาดลดลงอุปสงค์มวลรวมเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงเป็นการ “เพิ่มโอกาส” และแรงจูงใจในการลงทุนทั้งในกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องเช่น อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วน อะไหล่ หรือแม้แต่การนำความรู้ วิทยาการในการบริหารจัดการจากต่างประเทศที่มีประสิทธิภาพมากกว่าไปใช้ในการสร้างและบริหารกิจการในอุตสาหกรรมอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้อุปทานเงินตราที่มากขึ้นยังช่วยสร้างโอกาสในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ได้มากขึ้นซึ่งก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตและอาจปรับปรุงคุณภาพแรงงาน ในทางตรงกันข้ามการลดอุปทานเงินตราจะไปเพิ่มระยะห่างระหว่างความรู้หรือวิทยาการที่ได้รับการถ่ายทอดกับเทคโนโลยีที่ควรจะเกิดขึ้นจริง ทำให้เสียโอกาสที่เศรษฐกิจจะเกิดการเติบโตได้อย่างเต็มศักยภาพ

หากส่วนหนึ่งของการเติบโตทางเศรษฐกิจเกิดจากการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือกระบวนการใหม่ที่ได้มาจากการลงทุนโดยตรงของต่างประเทศไปใช้ได้จริงแล้ว ถึงแม้ประเทศไทยจะมีการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ยังจำกัดมากเห็นได้จากความพยายามในการผลักดัน พรบ. หลักประกันทางธุรกิจของหลายฝ่าย แต่อย่างน้อยอุปทานของเงินก็สามารถช่วยเพิ่มความสามารถในการสร้างอุปสงค์มวลรวมจากหน่วยเศรษฐกิจที่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ได้ ดังนั้น การละเว้นบทบาทของอุปทานเงินตราอาจนำไปสู่ข้อสรุปที่ผิดพลาดเกี่ยวกับผลกระทบของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศได้

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศจะมีผลกระทบต่ออัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับทั้งปัจจัยภายในประเทศผู้รับการลงทุน และปัจจัยของผู้มาลงทุนจากต่างประเทศ โดยปัจจัยภายในประเทศผู้รับการลงทุนที่ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจได้แก่ ภาวะทุนมนุษย์ (Akinlo, 2004) ตลาดการเงิน (Alfaro et al., 2004) พื้นที่ กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่อง (Ran Voon and Li, 2007) ส่วนปัจจัยด้านผู้ลงทุนจากต่างประเทศที่มีต่อการแพร่กระจายเทคโนโลยีขึ้นอยู่กับภาคเศรษฐกิจได้แก่ ภาคบริการให้ผลไม่แน่นอน ภาคอุตสาหกรรมให้ผลทางบวก ภาคปัจจัยการผลิตพื้นฐานให้ผลทางลบ (Alfaro, 2003) การที่ต่างชาติเลือกเข้าร่วมกับธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งจะให้ผลทางบวกกับธุรกิจนั้นมากที่สุดและจะให้ผลทางบวกน้อยลงสำหรับธุรกิจอื่นๆ (Aitken and Harrison, 1999) ในขณะที่ Ran Voon and Li, (2007) ได้ใช้ข้อมูลประเทศจีนสรุปว่าให้ผลทางลบกับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าเกิดจากระดับความแตกต่างด้านประสิทธิภาพของ FDI นั้นกับประสิทธิภาพของธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน และระดับการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมซึ่งแปรผกผันกับความแตกต่างของสินค้าจากประเทศผู้ลงทุน แต่ระดับการแข่งขันจะแปรผันตามความแตกต่างของกระบวนการนวัตกรรมและวิธีการบริหาร

โดยภาพรวมปัจจัยดังกล่าวข้างต้นส่วนใหญ่ให้ผลทางบวก แต่เป็นปัจจัยที่มิใช่การเงิน ทั้งนี้ผลทางลบอาจเกิดจากการเข้าถึงสภาพคล่องอาจมีน้อยจึงทำให้ไม่สามารถปรับตัวหรือใช้ประโยชน์จากสิ่งใหม่ที่ได้จาก FDI ได้เต็มที่ ซึ่งความสำคัญของตลาดการเงินต่อการแพร่กระจายทางเทคโนโลยี (Technology diffusion) Alfaro et al. (2004) ใช้ข้อมูลภาคตัดขวางของประเทศต่างๆ ทั่วโลกด้วยวิธี OLS และ IV พบว่า การพัฒนาของตลาดการเงินอันได้แก่ สภาพคล่องโดยรวมต่อ GDP ตลาดสินเชื่อ และตลาดทุน สามารถช่วยให้เกิดการแพร่กระจายทางเทคโนโลยีจาก FDI ได้มากขึ้น ทั้งนี้ตัวแปรในตลาดสินเชื่อให้ผลทางลบต่อความเติบโต ในขณะที่ตลาดทุนให้ผลทางบวก ซึ่งการที่สภาพคล่องหรือสัดส่วนของอุปทานของเงินต่อ GDP มีค่าเป็นลบสอดคล้องกับ Akinlo, (2004) ซึ่งมองว่า สต็อกของ FDI ก่อให้เกิดผลภายนอกต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในฟังก์ชันการผลิตแต่ไม่มีพจน์ที่แสดงถึงปฏิสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่าง FDI และภาคการเงิน

นอกจากนี้ ยังมีนักเศรษฐศาสตร์อีก 2 กลุ่มที่เชื่อว่าอุปทานเงินหรือ (money balance) เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีแต่มีความเห็นที่ขัดแย้งกันระหว่างกลุ่มที่มองว่าเงินเป็นนวัตกรรมการแลกเปลี่ยนช่วยประหยัดเวลาและแรงงานซึ่งจะนำไปใช้ให้เกิดการสะสมทุนมนุษย์ผ่านการเรียนรู้จากประสบการณ์ (learning by doing) ส่งผลให้ประสิทธิภาพแรงงานสูงขึ้นจากความชำนาญ ดังนั้นเงินควรเป็นปัจจัยการผลิตชนิดหนึ่งในฟังก์ชันการผลิต แนวคิดนี้นำโดย Sinai and Stokes (1972) งานศึกษาเชิงประจักษ์ที่สนับสนุนแนวคิดนี้ได้แก่ Levhari and Patinkin (1968), Fischer (1974), Short (1979), Welfens (2007), You (1981) และ Nguyen (1986)

ส่วนอีกกลุ่มมองว่าเงินไปมีผลต่อการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดมาใช้ได้จริง หรือสมมติฐานอุปสงค์ดึง (demand-pull hypothesis) นำโดย Schmookler (1966) งานศึกษาเชิงประจักษ์โดย Ben-Zion and Ruttan (1975,

1978) หรือสรุปได้ว่าเงินทำให้ประสิทธิภาพของปัจจัยทุนสูงขึ้น ดังนั้น เงินของทั้งสองแนวคิดคือช่วยอำนวยความสะดวกให้มีการปรับปรุงประสิทธิภาพของปัจจัยการผลิต

จะเห็นได้ว่าเงินมีบทบาทต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของปัจจัยการผลิตทั้งทุนและแรงงานให้เป็นไปตามความรู้ใหม่ที่มีอยู่ในขณะนั้น แต่ทั้งสองกลุ่มก็มิได้กล่าวถึงที่มาของเทคโนโลยีจากภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไปตามเวลา ในขณะที่ Alfaro et al. (2004) ก็กลับมองว่าอุปทานของเงินซึ่งหารด้วย GDP เป็นดัชนีการพัฒนาทางการเงินในขณะที่ Asteriou (2006) กลับมองว่าสัดส่วนดังกล่าวน่าจะสะท้อนการทำนโยบายการเงินมากกว่าการพัฒนาทางการเงิน และเท่าที่ได้ทบทวนเอกสารมายังไม่พบการศึกษา 3 ตัวแปรนี้โดยตรง ซึ่งการศึกษานี้จะไม่แทน (proxies) ตัวแปรใดๆ นอกจากนี้ยังมีประโยชน์ต่อการดำเนินนโยบายการเงินโดยตรงเนื่องจากอุปทานเงินนั้นจะมีผลต่ออุปสงค์มวลรวมซึ่งเกี่ยวข้องกับการบริโภคและการลงทุนซึ่งบางส่วนจะทำให้เกิดการนำความรู้ใหม่ไปใช้ ดังนั้น อาจสมเหตุสมผลที่จะทดสอบว่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ และอุปทานเงินมีผลอย่างไรต่อ GDP ต่อหัว

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความมีดุลยภาพในระยะยาวของเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ อุปทานเงิน และการเติบโตทางเศรษฐกิจ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เข้าใจบทบาทของอุปทานเงินในการสนับสนุนการแพร่กระจายทางเทคโนโลยีจาก FDIไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจจริงในเชิงดุลยภาพระยะยาว ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาผลกระทบแบบปกติ เนื่องจากเป็นแบบจำลองเชิงพลวัต การศึกษาเชิงดุลยภาพจะทำให้ทราบว่าการปรับอุปทานเงินไม่ได้ให้ผลกระทบทันทีแต่จะต้องรอเวลาในการปรับเข้าสู่ดุลยภาพซึ่งทำให้มีข้อมูลในการวางแผนทางเศรษฐกิจมากขึ้น
2. ธนาคารแห่งประเทศไทยสามารถนำผลการศึกษาไปประกอบการพิจารณาดำเนินนโยบายโดยคำนึงถึงบทบาทของอุปทานเงินที่อาจส่งเสริมความเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาวได้

วิธีดำเนินการวิจัย

ข้อมูล

ใช้ข้อมูลรายไตรมาสตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2540 ถึงไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ. 2554 โดยอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจจะใช้ข้อมูลอัตราการเติบโตของ GDP ต่อประชากร ณ ราคาคงที่ปี พ.ศ. 2531 และอัตราการเติบโตของการลงทุนใช้ข้อมูลการสะสมทุนถาวรเบื้องต้น (Gross Fixed Capital Formation) ต่อประชากร ณ ราคาคงที่ปี พ.ศ. 2531 จากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.), อุปทานของเงินใช้ข้อมูลปริมาณเงินในความหมายกว้างและมูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศสุทธิ (ล้านบาท) จากธนาคารแห่งประเทศไทย การหาสัดส่วนมูลค่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศต่อ GDP จะหารการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศสุทธิด้วย GDP ณ ราคาตลาดซึ่งได้จากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)

แบบจำลอง

การศึกษานี้ได้ปรับแบบจำลองของ Alfaro et al. (2004) มาวิเคราะห์กับข้อมูลของประเทศไทย ตามสมการที่ (1) แสดงถึงการเติบโตของ GDP ต่อหัวจะมีความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาวกันกับอัตราส่วนการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศสุทธิ (FDI) อัตราการเติบโตของการลงทุน (KG)

$$GROWTH_t = \beta_0' + \beta_1' FDI_t + \beta_2'(FDI_t \times M_t) + \beta_3' M_t + \beta_4' KG_t + \upsilon_t \quad (1)$$

โดยที่

$GROWTH_t$ คือ อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ ในเวลา t

FDI_t คือ มูลค่าหรือสัดส่วนการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศสุทธิต่อ GDP ในเวลา t

M_t คือ ค่า Logarithm อุปทานเงินในความหมายกว้าง ในเวลา t

KG_t คือ อัตราการเติบโตการลงทุน ในเวลา t

แต่การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศอาจมีความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาวกับการเติบโตทางเศรษฐกิจผ่านอุปทานเงินด้วย ดังนั้น พจน์ที่แสดงถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศและอุปทานเงินในระบบเศรษฐกิจซึ่งแทนด้วย FDIxM2 จึงอาจจำเป็นต่อการมีดุลยภาพระยะยาวซึ่งสามารถแปลความหมายได้โดยอาศัยหลักผลกระทบส่วนเพิ่มหน่วยสุดท้าย (Marginal effect) ได้ดังสมการที่ (2) และ (3) ดังนี้

$$\frac{\partial GROWTH_{t_t}}{\partial FDI_t} = \beta_1' + \beta_2' \cdot M_t \quad (2)$$

$$\frac{\partial GROWTH_{t_t}}{\partial M_t} = \beta_3' + \beta_2' \cdot FDI_t \quad (3)$$

ตามสมการที่ (2) ผลกระทบของมูลค่าหรือสัดส่วนการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศต่อ GDP ที่เพิ่มขึ้น 1 ล้านบาทจะทำให้เกิดผลกระทบต่ออัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นฟังก์ชันเชิงเส้นกับอุปทานเงิน ในทำนองเดียวกัน สมการที่ (3) บอกให้ทราบว่าผลกระทบของอุปทานเงินที่มีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจจะเป็นฟังก์ชันเชิงเส้นกับมูลค่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ ซึ่งจะเห็นได้ว่าพจน์ที่มีการคูณกันนี้มีไว้เพื่ออธิบายถึงความไม่เป็นอิสระต่อกันซึ่งอาจจำเป็นดุลยภาพระยะยาว นอกจากนี้ เพื่อไม่ให้พจน์ที่มีการคูณกันไปอธิบายส่วนที่อุปทานเงินหรือการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศอธิบายจึงได้ใส่พจน์อุปทานของเงินเข้าไปด้วย

เครื่องหมายที่คาดหวัง

เครื่องหมายที่คาดหวังไว้สำหรับค่าสัมประสิทธิ์ต่างๆ สามารถแปลจากสมการที่ (2) และ (3) โดยสมการที่ (2) β_1' จะหมายถึงผลกระทบของ FDI ที่มีต่อ GROWTH เมื่อไม่มีอุปทานของเงินเลย ซึ่งไม่น่าจะก่อให้เกิดการแพร่กระจายทางเทคโนโลยี เหลือไว้แต่การเข้ามาแข่ง ดังนั้นจึงควรมีเครื่องหมาย (-) เช่นเดียวกับ β_3' ที่ควรมีเครื่องหมาย (-) ด้วยเนื่องจากผลกระทบของการเพิ่มปริมาณเงินโดยไม่มีการเพิ่มขึ้นของเทคโนโลยีจะทำให้เงินเฟ้อ และส่งผลเสียต่อการเติบโต สำหรับ β_4' มูลค่าการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรควรเป็นบวก และสุดท้าย β_2' ซึ่งเป็นพจน์ที่คูณกันควรมีเครื่องหมายเป็นบวก

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษานี้เป็นการทดสอบความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาวของข้อมูลอนุกรมเวลา การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ อุปทานของเงินตรา และการเติบโตทางเศรษฐกิจตามแบบจำลองในสมการที่ (1) ด้วยวิธีการ Cointegration ตามแบบ Engle and Granger (1987) โดย

1. ทดสอบความนิ่ง (stationary) ของตัวแปรต่างๆ ทุกตัวในแบบจำลองตามสมการที่ (1) ด้วยวิธี ADF (Augmented Dickey-Fuller test) ที่อันดับปกติ (level stage) หากยังไม่นิ่งจะทำการเพิ่มอันดับผลต่างจนกว่าตัวแปรตัวนั้นจะนิ่ง (first difference, second difference stage) ทำเช่นนี้จนครบทุกตัวแปร

2. จากนั้นพิจารณาว่าตัวแปรทุกตัวมีความนิ่งที่อันดับเดียวกันหรือไม่ หากตัวแปรทุกตัวมีความนิ่งที่อันดับเดียวกันแล้วจึงจะสามารถดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

3. ก็จะทำสมการถดถอยตามสมการที่ (1) จากนั้นเก็บค่าอนุกรมของความคลาดเคลื่อนแล้วนำมาทดสอบความนิ่งด้วย ADF ที่อันดับปกติ (level stage) แบบไม่มีแนวโน้มเวลา และค่าคงที่

4. นำสมการที่เป็น CI มาทำการวิเคราะห์ความเร็วในการปรับตัวเข้าสู่ดุลยภาพด้วยแบบจำลอง ECM

สรุปผลการวิจัย

ผลการทดสอบความนิ่งของตัวแปรต้นและตัวแปรตามแบบทีละตัวแปร ในสมการที่ (1) โดยใช้ค่า Schwarz Info Criterion ในการเลือกความล่าช้าที่เหมาะสม และทดสอบตั้งแต่อันดับ level และอันดับ first difference เป็นดังนี้

ตารางที่ 1 Augmented Dickey-Fuller statistic

ทดสอบตัวแปรด้วยแบบจำลอง $\Delta y_t = c_1 + b \cdot y_{t-1} + c_2 t + \sum_{k=1}^{p} d_k \Delta y_{t-k} + \varsigma_t$ H_0: b = 0; H_a: b > 0				
Unit-root tests at levels				
Variables	**Constant**	**Constant & trend**	**None**	**K**
$GROWTH_t$	-2.654	-2.767	-1.511	4
FDI_t	-2.809	-2.616	-0.914	1
M_t	4.718 [8.748]	1.665 [4.883]	2.224 [8.957]	6, 6, 4 [8, 11, 3]
KG_t	-1.945	-2.321	-1.953	0
$FDI_t \times M_t$	-2.796	-2.587	-0.907	1
Unit-root tests at first differences				
Variables	**Constant**	**Constant & trend**	**None**	**K**
$\Delta GROWTH_t$	-5.639*	-5.35*	-5.65*	3, 7, 3
ΔFDI_t	-13.026*	-13.067*	-13.146*	0
ΔM_t	-2.234 [-4.054*]	-7.663* [-5.742*]	-0.649 [-2.209**]	3, 1, 3 [0, 3, 6]
ΔKG_t	-5.072*	-5.098*	-4.986*	3
$\Delta(FDI_t \times M_t)$	-13.048*	-13.088*	-13.169*	0

*, ** คือ การไร้ปัญหาความไม่นิ่งที่ระดับนัยสำคัญ 1% และ 5% ตามลำดับ หรือสามารถปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ว่าอนุกรมเวลาของตัวแปร y_t มี Unit Root ในแบบจำลองที่มีค่าคงที่ ค่าคงที่และแนวโน้มเวลา และไม่มีทั้งค่าคงที่และแนวโน้มเวลา ซึ่งมีค่าวิกฤต ได้แก่ -3.538, -4.110, -2.602 [-1.946] ตามลำดับ, สำหรับตัวเลขใน [ ] คือ ค่า Phillips-Perron statistic เพื่อทดสอบ Unit root ของตัวแปรอุปทานเงินโดยไม่ใส่ natural logarithm และในคอลัมน์ k ตัวเลขใน [ ] แสดงค่า Bandwidth (Newey-West using Bartlett kernel)

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าตัวแปรทุกตัวอันได้แก่ อัตราการเติบโตของรายได้ต่อหัว YG และตัวแปรตาม ได้แก่ KG, FDI, FDI*M2, M2 จะไม่นิ่งที่อันดับปกติ (level) แต่จะนิ่งที่อันดับผลต่างที่ 1 (first difference) หรือ I(1) ที่ระดับนัยสำคัญ 1% ดังนั้น จากคำแนะนำของ Engle and Granger (1987) เมื่อตัวแปรทุกตัวมีลักษณะไม่นิ่งที่อันดับปกติ แต่หากตัวแปรทุกตัวนิ่งที่อันดับ first difference หรือ I(1) ให้ทำการประมาณค่าแบบจำลองด้วย OLS เพื่อเก็บค่าอนุกรมความคลาดเคลื่อนแล้วนำไปทดสอบในขั้นตอนต่อไป ซึ่งผลการประมาณตามวิธีกำลังสองน้อยสุดตามสมการที่ (1) โดยตัวแปร M2 จะใช้ ln(M2) ซึ่งเป็น I(1) ที่ทดสอบโดย ADF เป็นดังนี้

กรณี มูลค่า FDI คือมูลค่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ

YG = 137.3229 + 0.281952*KG - 0.002432*FDI + 0.000154*FDI*M2 – 8.506708*M2+ v(t)_____(4)

(3.233288)***(13.36443)*** (-2.949424)*** (2.964643)*** (-3.175271)***

R-square =0.823125, Adjusted R-squared = 0.809776 Durbin-Watson stat 1.216841

กรณี สัดส่วน FDI คือสัดส่วนการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศต่อ GDP

YG = 94.08970 + 0.274523*KG – 2,813.641*FDI /GDP+ 178.5536*FDI/GDP*M2 – 5.760288*M2+ v(t)__(5)

(2.437505)** (11.50397)*** (-2.238025)** (2.239873)** (-2.369235)**

R-square=0.807833, Adjusted R-squared = 0.79333 Durbin-Watson stat 1.108494

***, ** มีนัยสำคัญที่ระดับ 1% และ 5% ตามลำดับ

ผลการศึกษาพบว่า ทั้งกรณีมูลค่า FDI และกรณีสัดส่วน FDI นั้น เครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์ทุกตัวแปรมีความสอดคล้องกับเครื่องหมายที่คาดหวังไว้ แต่กรณีมูลค่า FDI ให้ค่า R-square , Adj. R-square และ Durbin-Watson stat ที่สูงกว่ากรณีสัดส่วน FDI ทั้งนี้ผลการประมาณดังกล่าวยังไม่สามารถนำไปใช้ได้ เนื่องจากอาจเกิดปัญหาความสัมพันธ์ปลอม (spurious) ขึ้น ดังนั้นขั้นตอนต่อไปจึงต้องเก็บค่าอนุกรมความคลาดเคลื่อนก่อนแล้วนำมาทำการทดสอบความนิ่ง หากอนุกรมความคลาดเคลื่อนมีความนิ่งจึงจะสรุปว่าเกิด CI ดังภาพที่ 1

ผลการทดสอบความนิ่งของอนุกรมความคลาดเคลื่อน v(t) ของสมการที่ (4) หรือมูลค่า FDI และ (5) หรือสัดส่วน FDI ปรากฏว่า ค่า Augmented Dickey-Fuller statistic แบบไม่มีแนวโน้มเวลา (time trend) และค่าคงที่ (constant term) เท่ากับ -4.956581 และ -4.633 ตามลำดับโดยใช้ SIC เลือกความล่าช้าที่เหมาะสมคือ 0 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าวิกฤตที่ -4.07 สำหรับการปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ว่าไม่มี CI ดังนั้นสมการที่ (4) และ (5) เกิดภาวะ CI โดยไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ปลอม (spurious)

จากตารางที่ 2 จะใช้ M2 แบบไม่ใส่ Natural logarithm จะเห็นได้ว่าเมื่อมีการใส่อุปทานของเงินและพจน์การคูณเท่านั้นจึงทำให้ตัวแปรทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติดังคอลัมน์ที่ (6), (7) ซึ่งมีเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรเหมือนกันและสอดคล้องกับสมการที่ (4) และ (5) โดยมีเครื่องหมายหน้า FDI, M, และพจน์ผลคูณเป็นลบ ลบ บวก ตามลำดับเช่นเดียวกันและเป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งบอกให้ทราบว่าเมื่ออุปทานเงินมีค่าเท่ากับ

ศูนย์แล้ว การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศจะให้ผลทางลบต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ เช่นเดียวกันเมื่อการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศเป็นศูนย์แล้ว ปริมาณเงินจะให้ผลในทางลบ แต่เมื่อทั้งสองมีปริมาณมากพอก็จะเกิดผลบวกได้ ดังนั้นทั้งสองปัจจัยจึงเป็นปัจจัยเกื้อหนุนซึ่งกันและกันในการสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจโดยผลกระทบสุทธิจาก FDI และอุปทานเงินเป็นได้ทั้งบวกและลบขึ้นอยู่กับปริมาณของตัวแปรทั้งคู่ในขณะนั้น โดยกรณีมูลค่า FDI ผลทางบวกคือ 0.000154*FDI x ln(M2) และผลทางลบคือ -0.002432*FDI -8.506708*ln(M2)

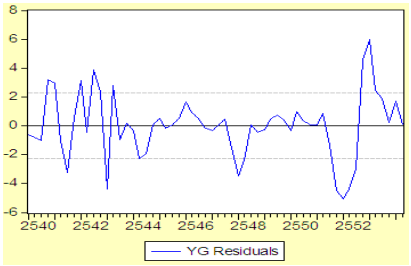
เมื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจหลุดออกไปจากดุลยภาพในระยะยาวตามสมการที่ (4) และ (5) แล้วจะมีการกลับเข้าสู่ดุลยภาพ โดยใช้แบบจำลอง Error Correction Model (ECM) แสดงถึงความเร็วในการกลับเข้าสู่ดุลยภาพระยะยาวด้วยค่า δ = -0.555315 และ -0.490261 หรือประมาณ 2 ไตรมาสตามลำดับ โดยรูปแบบ ECM คือ

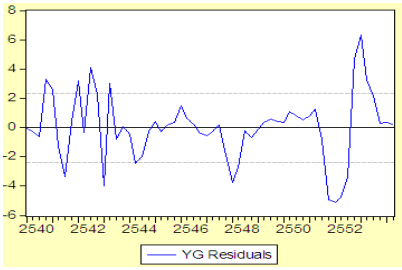
$$\Delta GROWTH_t = \beta_0 + \beta_1 \Delta FDI_t + \beta_2 \Delta(FDI_t \times M_t) + \beta_3 \Delta M_t + \beta_4 \Delta KG_t - \delta \cdot \upsilon_{t-1} + \xi_t$$

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบแบบจำลองโดยตัวแปรตามคือ YG

	แบบจำลองที่						
	(1)	**(2)**	**(3)**	**(4)**	**(5)**	**(6)**	**(7)**
FDI	9.60x10^-6		1.1x10^-5				-0.00015.4***
	(0.379484)		(0.932960)				(-2.7395)
FDI/GDP		-65.422*		8.2846	1.440475	-170.5650**	
		(-1.693737)		(19.23496)	(0.069362)	(-2.177748)	
M2					-1.68x10^-7	-7.06x10^-7**	-1.05x10^-6***
					(-0.884787)	(-2.358622)	(-3.1661)
FDI*M2							2.01x10^-11***
							(3.0090)
FDI/GDP*M2						2.39x10^-5**	
						-2.271533	
KG			0.2897***	0.2920***	0.2964***	0.2742***	0.2812***
			(14.31185)	(13.77552)	(13.58856)	(11.83112)	(13.68632)
constant	2.394	5.320662***	2.436565***	2.778503***	4.322807**	8.363635***	10.892***
	(1.467934)	(3.433149)	(3.218113)	(3.637155)	(2.268167)	(3.271195)	(3.957934)
Adj. R-square	-0.01	0.03	0.781	0.778	0.777	0.793	0.814433
R-square	0.0025	0.048	0.788	0.786	07893	0.807993	0.823157
DW-stat	0.297068	0.352802	1.202791	1.20571	1.221117	1.107154	1.223146

หมายเหตุ(*), (**), (***) คือ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90, 95 และ 99 ตามลำดับ, () คือ t-statistic , M2 เป็น I(1) โดย Phillips-Perron test





ภาพที่ 1 อนุกรมความคลาดเคลื่อน v(t) เมื่อใช้ ln(M2) กรณีมูลค่า(ซ้าย) FDI และสัดส่วน(ขวา) FDI

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาที่ได้นี้ทำให้ทราบว่า FDI นั้นจะให้ผลสุทธิทางบวกต่อ GROWTH ในระยะยาวหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมอันได้แก่ ทุนมนุษย์ (ใน Carkovic and Levine, 2003 มีเครื่องหมายของพจน์ผลคูณกับ FDI ที่เป็นบวกเช่นเดียวกัน) และอุปทานเงินที่มากเพียงพอ (เห็นได้จากเครื่องหมายลบหน้าพจน์ FDI แม้จะไม่สอดคล้องกับ Alfaro et al. (2004) อาจเนื่องมาจากความแตกต่างของการศึกษาด้วยข้อมูลอนุกรมเวลากับข้อมูลภาคตัดขวาง) ที่จะเอื้ออำนวยต่อการนำเอาสิ่งใหม่หรือความคิดใหม่ไปใช้เข้าร่วมการผลิตในอุตสาหกรรมที่เกี่ยว/ไม่เกี่ยวเนื่อง รวมทั้งการเพิ่มคุณภาพชีวิตจากการบริโภคสินค้าและบริการใหม่ๆ แต่เครื่องหมายหน้าอุปทานเงินที่ได้กลับเป็นลบซึ่งสอดคล้องกับ Alfaro (2004) และ (Akinlo (2004) ให้เหตุผลว่าอาจเกิดจาก Capital flight) ซึ่งเกิดจากการพิจารณาที่ FDI เป็นศูนย์ และอาจสื่อถึงนโยบายการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทยก็เป็นได้

อุปทานเงินจะเกี่ยวโยงกับแหล่งเงินทุนในการบริโภคและลงทุนซึ่งเป็นกระบวนการนำความรู้ใหม่จาก FDI ไปใช้จริง แหล่งเงินทุนบางส่วนอาจมาจากแหล่งเงินทุนภายนอก โดย Levine and Zervos (1998) ได้ชี้ให้เห็นความสำคัญของสินเชื่อที่ทำให้เกิดผลทางบวกกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ การสะสมทุนกายภาพ และการเติบโตทางเทคโนโลยีซึ่งหมายถึงการนำความรู้ใหม่ไปใช้จริงเช่นกัน นอกจากนี้ การใช้ M2 โดยไม่หาร GDP นั้นยังช่วยเน้นประเด็นดุลยภาพระยะยาวระหว่างอุปสงค์มวลรวม (M) และอุปทานมวลรวม (FDI) ส่วนการศึกษาอื่นที่มีการใช้ปัจจัยอุปทานของเงิน การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ และการเติบโตทางเศรษฐกิจพร้อมกันทั้ง 3 ตัวแปรเท่าที่ได้ตรวจสอบยังไม่พบ จะพบเพียงแต่การพัฒนาทางการเงินแทนด้วย (M2/GDP) (Alfaro et al. (2004) และ Akinlo (2004)) กระนั้นการพัฒนาตัวกลางทางการเงินอาจไม่เปลี่ยนตามอุปทานเงิน อีกทั้งยังเชื่อมโยงกับนโยบายการเงินได้อีกด้วยโดย M ทำให้ต้นทุนทางการเงินลดลงและสภาพคล่องสูงขึ้น อุปสงค์มวลรวมจึงเพิ่มขึ้นผ่านการลงทุนและการบริโภคแล้วทำให้เทคโนโลยีใหม่ที่ได้มาจาก FDI ถูกนำไปใช้จริงได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ธนาคารแห่งประเทศไทยควรให้ความสนใจเรื่องการอุปทานของเงินในการดำเนินนโยบายการเงินที่อาจส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจได้ภายใต้การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ โดยการปรับอุปทานเงินในระบบให้พจน์ผลคูณ มีค่ามากกว่าผลรวมของพจน์ปริมาณเงินและพจน์การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศรวมกัน

ข้อเสนอแนะอื่น

1. ควรมีการใช้ตัวแปรที่มีความเฉพาะเจาะจงให้มากขึ้น เช่น ประเภท FDI และองค์ประกอบ M หรือ ทุนมนุษย์
2. อาจทดลองเพิ่มตัวแปรหรือเปลี่ยนตัวแปรการลงทุนเป็นตัวแปรอื่น เช่น อัตราดอกเบี้ยนโยบาย อัตราเงินเฟ้อ

เอกสารอ้างอิง

Aitken, B.J., Harrison, A. 1999. Do domestic firms benefit from direct foreign investment? Evidence from Venezuela. **American Economic Review** 89, p.605 – 618

Akinlo A. E. .2004. Foreign direct Investment and growth in Nigeria: An empirical investigation, **Journal of Policy Modeling**, Vol.26 (5), p.627-639, Elsevier

Alfaro L. .2003. Foreign Direct Investment and Growth: Does the Sector Matter?**,** Harvard Business School

Alfaro et al. .2004. FDI and economic growth: the role of local financial markets**, Journal of International Economics** 64 p.89–112**,** Elsevier

Asteriou, D. .2006. ***Applied econometrics:*** *A modern approach using EViews and Microfit.* Palgrave Macmillan: New York.

Carkovic M. and Levine R. .2003. Does Foreign Direct Investment Accelerate Economic Growth?, **University of Minnesota, Working Paper**

Fischer S. .1974. Money and the Production Function, **Economicd Inquiry** 12(4): p. 517-533

Levhari D. and Patinkin D. .1968. The role of money in a simple growth model**, The American economic review**, No. 4, vol LVIII, p. 714-753

Levine R. and Zervos S. .1998. Stock Market, Banks, and Economic Growth, **The American economic review**, No. 3, vol 88, p. 537-558

Nguyen H. V. .1986. Money in the Aggregate Production Function : Reexamination and Further Evidence, **Journal of Money, Credit and Banking**, Vol. 18, No. 2, p. 141-151

Ran J., Voon J. P. and Li G. .2007. How does FDI affect China? Evidence from industries and provinces, **Journal of comparative Economics** 35 p.774-799

Schmookler J. .1966. **Invention and Economic Growth**: Harvard University Press, Cambridge

Short E. D. 1979. A New Look at Real Money Balances as a Variable in the Production Function, **Journal of Money, Credit and Banking**, Vol. 11, No. 3, p. 326-339

Sinai A. and Stokes H. H. .1972. Real Money Balances: An Omitted Variable in the production? **The R. Econ. Statist. 54**: p. 290-296

Welfens P. J. J. .2007. **Innovation in Macro-economics** : Springer-Verlag Berlin Heidelberg

You J. S. .1981. Money, Technology, and the Production Function: An Empirical Study, **The Canadian Journal of Economics** / Revue canadienne d'Economique, Vol. 14, No. 3, p. 515-524

การทดสอบประสิทธิภาพตลาดหลักทรัพย์ในเอเชีย 4 ประเทศ

THE STOCK MARKET EFFICIENCY TEST IN FOUR ASIAN COUNTRIES

พรหมพระจักร เพ็งสวัสดี

นักศึกษาปริญญาโท คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

E-mail : fs_1100@yahoo.com

อภิญญา วนเศรษฐ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเศรษศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช

E-mail : apinya_stou@yahoo.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการทดสอบประสิทธิภาพตลาดหลักทรัพย์ในเอเชีย 4 ประเทศ ได้แก่ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลาดหลักทรัย์อินโดนีเซีย ตลาดหลักทรัพย์ญี่ปุ่น และ ตลาดหลักทรัพย์เขตปกครองพิเศษฮ่องกง โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ลักษณะคือ การศึกษาเชิงพรรณา และการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลา จากวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2545 ถึง 3 ธันวาคม พ.ศ. 2555 ด้วยวิธีทดสอบ Variance Ratio ของ LOMAC (1988) และ Chow-Denning (1993) ทดสอบ GARCH (1 1) ทดสอบสมมติฐานตลาดแบบเดินสุ่ม (RWH) และทดสอบความนิ่งของชุดข้อมูลด้วยวิธี Unit root ตามวิธีของ Dickey-Fuller (1979) ว่า ตลาดหลักทรัพย์เอเชีย 4 ประเทศ มีประสิทธิภาพในระดับอ่อนเพียงใด? จากผลการศึกษาพบว่า ดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์เอเชียทั้ง 4 ประเทศ มีการเคลื่อนไหวสอดคล้องกับพื้นฐานสภาพเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ นอกจากนั้น ยังพบว่า ชุดข้อมูลดัชนีราคาตลาดของตลาดหลักทรัพย์เอเชีย 4 ประเทศ มีคุณสมบัตินิ่งที่ผลต่างลำดับที่หนึ่ง หรือ I(1) และไม่เคลื่อนไหวเป็นแบบเดินสุ่ม ราคาในอดีตมีการส่งผ่านมาถึงราคาในปัจจุบัน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05% กล่าวคือไม่มีประสิทธิภาพแบบอ่อนนั่นเอง

คำสำคัญ : ตลาดหลักทรัพย์ทรัพย์เอเชีย ประสิทธิภาพตลาด ตลาดแบบเดินสุ่ม ตลาดเกิดใหม่

ABSTRACT

The aims of this study were to test the market efficiency of four Asian stock markets including of the Stock and Exchange of Thailand (SET) , Indonesia Stock and Exchange (JKSE) , Japan stock index (NIKKEI) ,and Hong Kong stock index (HSKI). This study had separated into two parts descriptive and quantitative study which employed time series data from 4th December 2002 to 3rd December 2012 by testing of variance ratio of LOMAC (1988) and Chow-Denning (1993) , GARCH , RWH and tested of data stationary by Unit root of Dickey-Fuller (1979) in order to test the Weak form in four Asian stock markets. Empirically, the research has

shown that the movements of four Asian stock market indices were consistent with an economic situation of each country. Moreover, all of four Asian stock markets time series data were stationary at first difference or I(1) and those of their returns were not randomly moving at significance level of 0.05% which means inefficient market.

KEYWORDS: Asian stock market, Market efficiency, Random walk market, emerging market.

บทนำ

เนื่องจากตลาดหลักทรัพย์ ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการซื้อขายหุ้น หรือหลักทรัพย์ จึงนับได้ว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาและการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างมาก โดยเป็นแหล่งระดมทุนขนาดใหญ่และสำคัญอีกแห่งหนึ่งของประเทศ เนื่องจากในการดำเนินงานทางธุรกิจนั้นปัจจัยทุนถือเป็นหัวใจสำคัญของดำเนินธุรกิจการค้า การลงทุน และการขยายกิจการ ซึ่งส่งผลให้เกิดการการจ้างงานและนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของรายได้ ยิ่งไปกว่านั้นตลาดหลักทรัพย์ ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่จะเป็น ทางเลือกสำหรับการลงทุนของประชาชนโดยทั่วไป รวมทั้งส่งเสริมการออมและการมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของกิจการต่างๆของประชาชน โดยผ่านการระดมทุนจากการซื้อขายหุ้นอันจะส่งผลดีต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจในประเทศในระยะยาว นอกจากนี้ยังช่วยขยายฐานภาษีซึ่งจะเป็นการสร้างรายได้แก่รัฐอีกทางหนึ่ง ในระยะที่ผ่านมาเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศเอเชียได้เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องจนถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market) ซึ่งในช่วง 2–3 ทศวรรษที่ผ่านมาสัดส่วนมูลค่าตามราคาตลาดของตลาดเกิดใหม่ได้เติบโตอย่างมาก จาก 3-4% ใน พ.ศ. 2528 มาเป็น 34% ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมีความสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพตลาดหลักทรัพย์ของเอเชีย 4 ประเทศ อันได้แก่ ไทย เขตการปกครองพิเศษฮ่องกง ญี่ปุ่น และ อินโดนีเซีย เนื่องจากตลาดหลักทรัพย์ของไทยและอินโดนีเซียนั้นยังไม่มีการพัฒนามากนัก และมีขนาดเล็กเมื่อเทียบกับขนาดของตลาดโลก ดังนั้นจึงเหมาะที่จะเป็นตัวแทนให้แก่ตลาดเกิดใหม่ ส่วนตลาดหลักทรัพย์ของ ญี่ปุ่นและเขตปกครองพิเศษฮ่องกงนั้น ถือเป็นตัวแทนของตลาดในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว เนื่องจากตลาดทั้งสองมีมูลค่าตามราคาตลาดของหลักทรัพย์ใหญ่เป็นอันดับ 2 และ 5 เมื่อเทียบกับประเทศต่างๆทั่วโลก เพื่อประโยชน์แก่นักวิจัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปพัฒนาปรับปรุงให้ตลาดหลักทรัพย์เอเชียทั้ง 4 ประเทศ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ตลาดหลักทรัพย์เป็นแหล่งระดมทุน และเป็นช่องทางการออมที่มีความเท่าเทียมของคนทุกคน ทุกกลุ่ม อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การของการวิจัย

1) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของตลาดหลักทรัพย์เอเชีย 4 ประเทศ
2) เพื่อทดสอบประสิทธิภาพตลาดหลักทรัพย์ในเอเชีย 4 ประเทศ
3) เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับประสิทธิภาพตลาดหลักทรัพย์ในเอเชีย 4 ประเทศ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาการทดสอบประสิทธิภาพตลาดนี้ ได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ลักษณะคือ 1) การศึกษาเชิงพรรณนา ซึ่งเป็นการศึกษาลักษณะทั่วไปของตลาดหลักทรัพย์เอเชีย 4 ประเทศ โดย ศึกษาจากทั้งบทความ หนังสือ ตำรา งานวิจัยต่าง ๆ วิทยานิพนธ์ และจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ทั้งในและต่างประเทศ และ 2) การศึกษาเชิงปริมาณ ที่ใช้เครื่องมือทางเศรษฐมิติช่วยในการวิเคราะห์ จากข้อมูลทุติยภูมิประเภทอนุกรมเวลารายวัน ของดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ ณ จุดปิด ตั้งแต่วันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2545 ถึง วันที่ 3 ธันวาคม พ.ศ. 2555 ด้วยวิธีการทดสอบความนิ่งของข้อมูลด้วยวิธี Unit root ตามวิธี Augmented Dickey Fuller (Dickey-Fuller 1979) และหลังจากที่ชุดข้อมูลมีความนิ่งแล้วก็ทำการทดสอบประสิทธิภาพตลาด ด้วยวิธี ทดสอบ Variance Ratio ตามวิธีของ LOMAC (1988) และ Chow-Denning (1993) ทดสอบ GARCH (1,1) และ ทดสอบสมมติฐานตลาดแบบเดินสุ่ม (RWH)

ผลการวิจัย

เนื่องด้วยชุดข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้อมูลแบบอนุกรมเวลา โดยทั่วไปแล้ว มักจะมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปตามแนวโน้มของกาลเวลา หรือมีลักษณะไม่นิ่ง ดังนั้น ก่อนที่จะนำไป ทดสอบประสิทธิภาพตลาดตามวิธีต่างดังที่กล่าวไปแล้วนั้น จำเป็นต้องตรวจสอบคุณสมบัติความนิ่งของข้อมูลก่อนเพื่อป้องกันผลที่มีความสัมพันธ์ปลอม (Spurious Regression) ซึ่งวิธีทดสอบความนิ่งของชุดข้อมูลยอมรับกันโดยทั่วไปก็คือ วิธีการทดสอบด้วยวิธี Unit root ตามวิธีของ ADF Test โดย Dickey –Fuller (1979) โดยมีสมการที่ในการทดสอบ 3 แบบ ดังนี้

กรณีตัวแปรไม่คงที่และไม่มีแนวโน้มเวลา

$$\Delta x_t = \gamma x_{t-1} + \sum_{i=1}^{p} \lambda_i \Delta x_{t-i} + \varepsilon_t \qquad (1.1)$$

กรณีตัวแปรมีค่าคงที่

$$\Delta x_t = \alpha + \gamma x_{t-1} + \sum_{i=1}^{p} \lambda_i \Delta x_{t-i} + \varepsilon_t \qquad (1.2)$$

กรณีตัวแปรมีค่าไม่คงที่และมีแนวโน้มการเวลา

$$\Delta x_t = \alpha + \beta t + \gamma x_{t-1} + \sum_{i=1}^{p} \lambda_i \Delta x_{t-i} + \varepsilon_t \qquad (1.3)$$

โดยมีสมมติฐานหลักคือ H_0 : ชุดข้อมูลมีคุณสมบัติไม่นิ่ง และ H_1 : ชุดข้อมูลมีคุณสมบัตินิ่ง

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบความนิ่งของข้อมูล ด้วยวิธี Unit root ตามแบบจำลอง ADF

Unit root	ADF test		
	Intercept	**Trend&Intercept**	**None**
SET	-0.366104	-1.219895	1.769351
NIKKEI	-1.468990	-1.824966	-0.307274
JKSE	-0.140680	-2.089583	2.053084
HKS	-1.468990	-1.824966	-0.307274
Δ SET	-48.13328*	-48.13040*	-48.07055*
Δ NIKKE	-50.70197*	-50.71285*	-50.71223*
Δ JKSE	-29.68448*	-29.68536*	-46.80793*
Δ HKSI	-51.25497*	-51.24917*	-51.25216*

หมายเหตุ *ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05%

จากผลการทดสอบความนิ่งของชุดข้อมูลด้วยวิธี Unit root ตามวิธีของ Dickey-Fuller (1979) พบว่า ชุดข้อมูลมีคุณสมบัตินิ่ง ที่ผลต่างลำดับที่หนึ่ง หรือ I(1) ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05%

1) **การทดสอบประสิทธิภาพตลาดด้วยวิธีทดสอบความแปรปรวน (Variance Ratio)**

หลังจากที่ทำการทดสอบ Unit root จนได้ชุดข้อมูลของตลาดทั้ง 4 แห่งมีความนิ่งที่ผลต่างลำดับที่หนึ่ง แล้วก็ได้นำชุดข้อมูลเหล่านั้นมาทำการทดสอบประสิทธิภาพตลาด ด้วยวิธีการทดสอบ Variance Ratio ของ LOMAC (1986) เพื่อศึกษาว่าดัชนีราคาของตลาดหลักทรัพย์เอเชีย 4 ประเทศ มีเคลื่อนไหวแบบเดินสุ่ม " Random walk " หรือไม่ โดยมีสมการดังนี้

$$\mathrm{VR}_{(q)} = \frac{\sigma^2_{(q)}}{\sigma^2_{(1)}} \qquad (2.1)$$

โดยมีสมมติฐานคือ H_0 : ดัชนีราคาตลาดมีการเคลื่อนไหวแบบเดินสุ่ม ไม่สามารถพยากรณ์ได้ ดังนั้นตลาดจึงเป็นตลาดที่มีประสิทธิภาพ และ H_1 : ดัชนีราคาตลาดไม่เคลื่อนไหวแบบเดินสุ่ม สามารถพยากรณ์ได้ ดังนั้นตลาดจึงเป็นตลาดที่ไม่มีประสิทธิภาพ ซึ่งผลการทดสอบ Variance ratio นั้นสามารถแสดงได้จากตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 : ผลการทดสอบทางสถิติตลาดแบบสุ่มด้วยวิธี Variance Ratio

Variance Ratio	จำนวนตัวแปรล่า			
	2	4	8	16
SET	0.489608*	0.261592*	0.130567*	0.066218*
NIKKEI	0.511327*	0.273289*	0.131516*	0.062684*
JKSE	0.488840*	0.244739*	0.118940*	0.058584*
HKSI	0.490590*	0.0247802*	0.124378*	0.062878*

หมายเหตุ : * ที่นัยสำคัญ 0.05%

จากผลตารางที่ 2 พบว่า ในทุกค่า VR(q) ของดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ทั้ง 4 แห่ง นั้นมีค่าน้อยกว่า 1 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และ ยอมรับ H_1 กล่าวคือ ดัชนีราคาตลาดของตลาดหลักทรัพย์เอเชียทั้ง 4 แห่ง ไม่เคลื่อนไหวแบบเดิมสุ่ม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05% และเมื่อทำการทดสอบ ตามวิธีของ Chow–Denning (1993) ซึ่งเป็นการทดสอบความแปรปรวนด้วยชุดมูลดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์แบบรวม (Multi Variance Ratio test) แสดงข้อมูลด้วย Max |Z| โดยมีสมการคือ

$$Z(q) = \max_{1 \le i \le L} |Z(q_i)| \qquad (2.2)$$

โดย

$$Z(q) = \frac{(VR(q)-1)}{\sqrt{\theta(q)}} \sim N(0,1) \qquad (2.3)$$

มีสมมติฐานคือ H_0 : Max|Z| = 0 ดัชนีราคาตลาดมีการเคลื่อนไหวเป็นแบบเดินสุ่ม และ H_1 : Max|Z| $\neq$ 0 ดัชนีราคาตลาดไม่เคลื่อนไหวเป็นแบบเดินสุ่ม สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบค่าสถิติ VR(q) แบบรวม

ดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์	ค่า Max |Z|	P-value	จำนวนชุดข้อมูลตัวอย่าง
SET	8.775374	0.0000*	2,443
NIKKEI	13.26993	0.0000*	2,453
JKSE	10.39543	0.0000*	2,426
HSKI	10.46600	0.0000*	2,471

หมายเหตุ *ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05%

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่า P-value ของตลาดหลักทรัพย์ทั้ง 4 แห่ง มีค่าสถิติเท่ากับ 0.0000 ซึ่งน้อยกว่า ระดับนัยสำคัญมาตราฐาน คือ 0.05 นั้นแสดงให้เห็นว่า คาสถิติของตลาดหลักทรัพย์ทั้ง 4 แห่ง นั้นมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05% ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : Max|Z| = 0 ดัชนีราคาตลาดมีการเคลื่อนไหวแบบเดินสุ่ม และยอมรับสมมติฐาน H_1: Max|Z| $\neq$ 0 ดัชนีราคาตลาดไม่เคลื่อนไหวเป็นแบบเดินสุ่ม ซึ่งผลที่ได้จากการทดสอบนี้ก็มีความสอดคล้องกันกับผลของการทดสอบวิธีของ LOMAC ดังนั้นจึงสรุปผลการทดสอบประสิทธิภาพตลาดแบบเดินสุ่ม (Variance ratio) ทั้งสอง กล่าวคือ ตามวิธีของ LOMAC และ Chow-Denning ว่า ดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ทั้ง 4 แห่ง เป็นตลาดหลักทรัพย์ที่ไม่เคลื่อนไหวเป็นแบบเดินสุ่ม

2) **ทดสอบสมมติฐานตลาดแบบเดินสุ่ม (Random Walk Market Hypothesis)**

การทดสอบสมมติฐานตลาดแบบเดินสุ่ม (Random Walk Market) คือการทดสอบ การเคลื่อนไหวของดัชนีราคาตลาดของตลาดหลักทรัพย์ว่ามีการเคลื่อนไหวเป็นแบบเดินสุ่ม หรือไม่ ถูกเสนอเป็นครั้งแรกโดย ฟามา (1965) กล่าวคือ หากตลาดหลักทรัพย์เป็นตลาดที่มีประสิทธิภาพแล้ว ดัชนีราคาตลาดจะเคลื่อนไหวเป็นแบบเดินสุ่ม (Random Walk) ดังนั้นจึงไม่สามารถพยากรณ์ดัชนีราคาตลาดล่วงหน้าได้อย่างแม่นยำ โดยมีสมการดังนี้

$$R_t = \alpha_0 + \alpha_1 R_{t-1} + \varepsilon_t \qquad (4.10)$$

โดยมีการทดสอบสมมติฐานตลาดแบบเดินสุ่มมีสมมติฐานคือ $H_0 : \alpha_1 = 0$ ดัชนีราคาตลาดเคลื่อนไหวแบบเดินสุ่ม หรือตลาดมีประสิทธิภาพ และ $H_1 : \alpha_1 \neq 0$ ดัชนีราคาตลาดไม่เคลื่อนไหวแบบเดินสุ่ม หรือตลาดไม่มีประสิทธิภาพ สามารถแสดงผลการทดสอบได้ดังตาราง 5

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบตลาดแบบสุ่ม (Random Walk Market)

ดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์	P-value	R^2	ค่าสถิติ Durbin - Watson
SET	0.0000*	0.99	1.947
NIKKEI	0.0000*	0.99	2.045
JKSE	0.0000*	0.99	1.940
HSKI	0.0000*	0.99	2.060

หมายเหตุ *ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05%

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบ พบว่า ในทุกค่า P-value ของตลาดหลักทรัพย์ทั้ง 4 แห่ง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05% โดยแบบจำลองสามารถอธิบายผลได้ดีถึง 99% และค่า Durbin-Watson มีค่าอยู่ในช่วง 0 ถึง 4 และมีค่าเข้าใกล้ๆ 2 แสดงว่าไม่มีปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 : ดัชนีราคาตลาดเคลื่อนไหวแบบเดินสุ่ม หรือมีประสิทธิภาพ และยอมรับ H_1 : ดัชนีราคาตลาดไม่เคลื่อนไหวแบบเดินสุ่ม หรือตลาดที่ไม่มีประสิทธิภาพตามทฤษฎีสมมติฐานประสิทธิภาพตลาดแบบเดินสุ่ม

3) **การทดสอบประสิทธิภาพตลาดด้วยวิธี GARCH(1,1)**

การศึกษานี้นอกจากจะทดสอบประสิทธิภาพตลาด ด้วย GARCH(1,1) ตามวิธีของ Bollerslev (1986) เป็นการทดสอบว่า ความผันผวนของราคาตลาดในอดีต มีการส่งผ่านมาถึงความผันผวนของราคาในปัจจุบันหรือไม่ โดยมีสมการที่ใช้ทดสอบดังนี้

$$\sigma_t^2 = \omega + \alpha\varepsilon_{t-1}^2 + \beta\sigma_{t-1}^2 \qquad (4.5)$$

โดยมีเงื่อนไขของการส่งผ่านความผันผวน (GARCH Effect) คือ ω, α และ $\beta > 0$; $\alpha + \beta < 1$ ผลของการทดสอบ GARCH(1,1) สามารถแสดงได้ในตารางที่ 6 ดังนี้

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบการส่งผ่านความผันผวนของราคาดัชนีตลาดหลักทรัพย์ ด้วยวิธี GARCH(1,1)

GARCH(1,1)	ω	α	β
SET	1.41E-05*	0.112182*	0.814757*
JKSE	6.92E-06*	0.128170*	0.842830*
HSKI	1.55E-06*	0.067583*	0.925346*
NIKKEI	4.03E-06*	0.109797*	0.873446*

หมายเหตุ *ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05%

จากตารางที่ 6 ผลการทดสอบพบว่า ในทุกค่าของ ω , α และ β มีค่ามากกว่า 0 และไม่มีค่า α และ β ของตลาดใดที่บวกกันแล้วได้ค่ามากกว่า 1 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ตลาดหลักทรัพย์เอเชีย 4 ประเทศ มี GARCH Effect ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05% กล่าวคือ ดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ของเอเชีย 4 แห่งนั้นเป็นตลาดที่สามารถพยากรณ์การเคลื่อนไหวราคาของช่วงเวลาปัจจุบัน หรือ อนาคต ได้จากการวิเคราะห์ด้วยราคาในอดีต นั่นเอง

อภิปรายผล

อิงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา กล่าวคือ 1) ศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของตลาดหลักทรัพย์เอเชีย 2) เพื่อทดสอบประสิทธิภาพของตลาดหลักทรัพย์เอเชีย 3) วิเคราะห์ประสิทธิภาพตลาดหลักทรัพย์เอเชีย ของ 4 ประเทศ ประกอบด้วย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ตลาดหลักทรัพย์อินโดนีเซีย (JKSE) ตลาดหลักทรัพย์ญี่ปุ่น (NIKKEI) และตลาดหลักทรัพย์เขตปกครองพิเศษฮ่องกง (HSKI) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับประสิทธิภาพของตลาดหลักทรัพย์เอเชียทั้ง 4 แห่งว่ามีประสิทธิภาพในระดับอ่อน หรือไม่ โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ลักษณะคือ การศึกษาเชิงพรรณา ได้แก่การศึกษาลักษณะทั่วไปของตลาดหลักทรัพย์เอเชีย และการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลา จากวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2545 ถึง 3 ธันวาคม พ.ศ. 2555 ด้วยวิธีทดสอบความแปรปรวน Variance Ratio (LOMAC 1988) และทดสอบความแปรปรวน Variance Ratio (Chow-Denning 1993) ทดสอบความผันผวน GARCH(1,1) ทดสอบสมมติฐานตลาดแบบเดินสุ่ม (RWH) และทดสอบความนิ่งของชุดข้อมูลด้วยวิธี Unit root ตามวิธีของ Dickey-Fuller (1979) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า 1) การเคลื่อนไหวของดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์เอเชียทั้ง 4 แห่ง มีการเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับพื้นฐานของสภาพเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์อินโดนีเซีย ซึ่งเป็นตลาดหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าตามราคาตลาดขนาดเล็กสามารถฟื้นตัวจากวิกฤตการณ์การเงินสหรัฐอเมริกาและยุโรป ได้เร็วกว่าตลาดที่มีมูลค่าตามราคาตลาดขนาดใหญ่อย่างตลาดหลักทรัพย์เขตปกครองพิเศษฮ่องกงและตลาดหลักทรัพย์ญี่ปุ่น 2) ชุดข้อมูลดัชนีราคาตลาดมีคุณสมบัตินิ่งที่ระดับผลต่างอันดับขั้นที่หนึ่ง หรือ I(1) และเมื่อทดสอบประสิทธิภาพตลาด ด้วยวิธีทดสอบความแปรปรวน Variance Ratio (LOMAC 1988) พบว่า ดัชนีราคาตลาดไม่เคลื่อนไหวเป็นแบบเดินสุ่ม และในทำนองเดียวกันกับการทดสอบความแปรปรวน Variance Ratio (Chow-Denning 1993) การทดสอบความผันผวน GARCH(1,1) และการทดสอบสมมติฐานตลาดแบบเดินสุ่ม (RWH) ก็ได้ผลลัพธ์ที่ไม่ต่างกัน คือ ดัชนีราคาตลาดไม่เคลื่อนไหวเป็นแบบเดินสุ่ม และราคาในอดีตมีการส่งผ่านมาถึงราคาในปัจจุบัน 3) ตลาดหลักทรัพย์เอเชีย 4 ประเทศ ไม่เคลื่อนไหวเป็นแบบเดินสุ่ม สามารถพยากรณ์ทิศทางตลาดในปัจจุบันและอนาคตจากราคาอดีตได้ ดังนั้นจึงเป็นตลาดที่ไม่มีประสิทธิภาพแบบอ่อนตามทฤษฎีสมมติฐานประสิทธิภาพตลาด

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพตลาดหลักทรัพย์เอเชีย 4 ประเทศ ได้ข้อสรุปจากการศึกษาว่าตลาดหลักทรัพย์ทั้ง 4 แห่งนั้น ไม่มีประสิทธิภาพในระดับอ่อน จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

2. เนื่องจากการศึกษานี้พบว่า ตลาด ไม่มีประสิทธิภาพในระดับอ่อน จึงควรให้มีการบังคับใช้กฎหมายห้ามบุคคลภายใน ในการซื้อขายหลักทรัพย์ หรือนำเอาข้อมูลภายในมาทำการซื้อขายอย่างรัดกุมและเข้มข้นยิ่งขึ้น

3. ควรส่งเสริมให้มีการเพิ่มปริมาณสินค้าในตลาดโดยการนำหลักทรัพย์เข้าจดทะเบียนมากขึ้นเพื่อเพิ่มมูลค่าตามราคาตลาด ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงจากการกำหนดแนวโน้มดัชนีราคาของตลาดหลักทรัพย์จากกลุ่มนักลงทุนกลุ่มต่างๆที่มีเงินเงินทุนจำนวนมาก ในการปั่นราคาหลักทรัพย์เพื่อการเก็งกำไร

4. ตลาด ไม่มีประสิทธิภาพในระดับอ่อน ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่นักลงทุนยังไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสมบูรณ์และเท่าเทียมกัน ควรส่งเสริมให้มีการศึกษาช่องทางการกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อการลงทุนในหลักทรัพย์แก่ผู้ลงทุน

5. เนื่องจากตลาดหลักทรัพย์เอเชียทั้ง 4 แห่ง ไม่ผ่านการทดสอบประสิทธิภาพในระดับอ่อนตามทฤษฎีสมมติฐานประสิทธิภาพตลาดแบบเดินสุ่ม หมายความว่า ยังมีนักลงทุนที่สามารถทำกำไรเกินปกติได้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความรู้ในด้านการลงทุนแก่ผู้ลงทุน เช่น ความเสี่ยง วิธีการป้องกันความเสี่ยง วิธีการการลงทุน และช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลในการตัดสินใจเลือกหลักทรัพย์ในการลงทุนมากยิ่งขึ้น เพื่อป้องกันปัญหาการเลือกที่ผิดพลาด (Adverse Selection) อันเกิดจากความจากความไม่สมมาตรของข้อมูล (Information Asymmetry) หรือจากการปล่อยข่าวลวงเพื่อหวังผลในการปั่นราคาหุ้น ในการเก็งกำไรระยะสั้นหรือทำกำไรเกินปกติ ซึ่งจะทำให้ตลาดไม่มีความเท่าเทียมกัน

6. ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจพิจารณาใช้แบบจำลองอื่น หรือทำการศึกษาในตลาดอื่นๆ เช่น การศึกษาเปรียบเทียบตลาดหลักทรัพย์ในภูมิภาคต่างๆ เพื่อเปรียบเทียบผลที่ได้จากการศึกษาครั้งใหม่กับงานศึกษานี้และงานศึกษาที่ผ่านๆมาว่า มีความสอดคล้องหรือมีความแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาให้แต่ละตลาดมีประสิทธิภาพมากขึ้นต่อไป

รายการอ้างอิง

ณัฐพล ชวลิตชีวิน, 2553. “ระบบการเงิน ตลาดเงิน และประสิทธิภาพของตลาดการเงิน.” ใน *ประมวลสาระชุดวิชา เศรษฐศาสตร์การเงินและการจัดการทางการเงิน* หน่วยที่ 2 หน้า 64-68 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

เทพณรงค์ นพกรวิเศษ, 2540. “หลักการซื้อ - ขาย ทางเทคนิคกับการทดสอบสมมติฐานประสิทธิภาพตลาดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์มหภาคและการเงิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประชาธิปไตย บุญอึ่ง, 2553. “การทดสอบประสิทธิภาพของตลาดซื้อ–ขาย ทองคำล่วงหน้าของประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา

สุดธิดา ตรีตรง, 2552. “ผลกระทบจากประกาศจ่ายเงินปันผลที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ลัคเบญจา จิรวุฒิวงค์ชัย, 2552. “การส่งผ่านความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยจากประเทศสหรัฐอเมริกามายังอัตราดอกเบี้ยในกลุ่มประเทศอาเซียนในช่วงวิกฤตซับไพร์ม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วิวรรณ ธาราหิรัญโชติ, 2555. "ตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets)." CEO Blogs http://www.bangkokbiznews.com (วันที่ 9 เมษายน 2555)

วิษณุเดช นันไชยแก้ว, 2552. "การวิเคราะห์ความผันผวนของดัชนีหลักทรัพย์ในกลุ่มประเทศ G7." วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ศิริกุล อารมณ์ประเสริฐ, 2554. "พัฒนาการของการปริวรรตเงินตราไทย และ การใช้ Variance Ratio ในการทดสอบสมมติฐาน Random Walk ของอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ." วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการเงิน คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สิริพงษ์ ติสรัตน์, 2551. "การพยากรณ์อัตราเงินเฟ้อในอนาคตด้วยแบบจำลอง ARIMA-GARCH." วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Ame´ lie Charles and Olivier Darne´, 2009. "The Random Walk Hypothesis for Chinese Stock Markets: Evidence from Variance Ratio Tests." *Elsevier economic systems* 33, G14 (September): 117-126.

Andrew W. Lo and A Craig Mackinlay, 1988. "The Size and Power of the Variance Ratio in Finite Samples: A Monte Carlo Investigation." *Roney L. White Center for Finance Research* (March): 28-87.

Chandramouliswaran Venkataramani, 2003. "The Random Walk Hypotheses and Profitability of Momentum Base Trading Rules." Pennsylvania University of Pennsylvania

Cheng F. Lee and Alice C. Lee, 2006. "Market Efficiency Hypothesis." *Encyclopedia of Finance*: Pages 585-589.

Chow, K.V. and Denning, K., 1993. "A Simple Multiple Variance Ratio Test." *Journal of Econometrics.* Volume 58, Issue 3 (August): 385-401.

Christina Y. Lui and Jia He, 1991. "A Variance-ratio Test of Random Walk in Foreign Exchange Rate." *Journal of Finance.* 46, 2 (June): 773-785.

Cumhur Buguk and B. Wade Brorsen, 2003. "Testing Weak-form Market Efficiency: Evidence from The Istanbul

Stock Exchange." *Internatinal Review Financail Analysis* (December): 579-90.

Elizabeth Wong, 2002. "Investigation of Market Efficiency: An Event Study of Insider Trading in the StockExchange of Hong Kong." Stanford Stanford University

Eugene F. Fama, 1965. "Random Walk in Stock Market Prices." *Selected Paper No.16.*

Federica Vitali and Sabur Mollah, PhD, 2011. "Stock Market Efficiency in Africa: Evidence form Random Walk

Hypothesis." Page 18-23 , 27-28 , 35-36 Stockholm Stockholm University of Business.

Kashif Hamid , Muhammad Tahir Suleman , Syed Zulfiger Ali Shah , Rana Shahid Imdad Akash, 2010. "Testing the Weak Form of Efficient Market Hypothesis: Empirical Evidence from Asia-Pacific Markets.*" International research journal of finance and economics* 58 (January): 122-132.

Komain Jiranyakul, 2007. "Behavior of Stock Market Index in the Stock Exchange of Thailand." *NIDA Economic Reviews.* 2, 2 (December): 47-56.

Lindsay Gillette, 2005. "An Empirical Test of German Stock Market Efficiency." Master of Science Thesis.Center Applied for Statistics and Economics Institute for Statistic and Econometrics University of Berlin.

Mind Mabhunu, 2004. "The Market Efficiency Hypothesis and the Behavior of Stock Returns on the JSESecurities Exchange." Master of Commerce and Financial Market Thesis. Rhodes University.

Robert F. Engle and Tim Bollerslev, 1986. "Modeling Persistence of Conditional Variance." Northwestern University Evanston *Econometric Review* 5 (January): 1-50.

Sheng-shyr Cheng and Hwey-chyi Lee, 2004. "Weak Form Market Efficiency Hypothesis Testing a Price Asymmetry Viewpoint." Chang Jung Christian University.

Sumalee Ngeoywijit, 2007. "Market Efficiency of Rice Futures Market in Thailand." Doctor of Philosophy Business Administration Thesis. Business Administration (English Program) Ramkhamhaeng University.

Tamara Backovic´ Vulic´, Prof. Assistant, 2010. "Testing the Efficiency Market Hypothesis and Its Critic Application on the Montenegrin Stock Exchange." University of Montenegro.

Vitali Alexeev and Francis Tapon, 2009. "Testing Weak Form Efficiency on the Toronto Stock Exchange." University of Guelph.

Walayet Khan and Joao Paulo Vieito, 2012. "Stock Exchange Mergers and Weak Form of Market Efficiency: The Case of Euronext Lisbon." *Elsevier international review of economics and finance* 22, C12 (September): 173-189.

การประเมินโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัด

THE EVALUATION OF LEARNING DEVELOPMENT OF PROVINCES PROJECT

จตุพล ยงศร

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการอุดมศึกษา

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

E-mail: chatupol@swu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัด ภายใต้โครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัด ของสำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน (สสค.) ซึ่งเป็นการศึกษากรณี 10 จังหวัด ได้แก่ กำแพงเพชร จันทบุรี ชัยภูมิ น่าน เพชรบุรี ภูเก็ต ยะลา ลำพูน สุรินทร์ และอำนาจเจริญ โดยใช้รูปแบบการประเมินโครงการแบบ CIPP Model ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบริบท (Context) ด้านปัจจัยนำเข้า (Input) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านผลผลิต (Product) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย แบบประเมินโครงการ โดยมีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามวิธีการของลิเคิร์ท (Likert's Rating Scale) การประชุมสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) การสัมภาษณ์ การสังเกต และการประชุมประเมินสรุปผลหลังการติดตาม (After Action Review- AAR) การให้ข้อแนะนำในลักษณะ Coaching และเพิ่มขีดความสามารถ (Capacity Building) กลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิติดตามโครงการ 7 คน นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด หรือผู้แทน 1 คน ประธานคณะกรรมการดำเนินโครงการการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัด 1 คน เลขานุการคณะกรรมการดำเนินโครงการการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัด 1 คน และผู้ปฏิบัติการในพื้นที่เป้าหมายตามกิจกรรม ทั้ง 10 จังหวัด จังหวัดละ 5 คน รวมทั้งสิ้น 60 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยปรากฏผล ดังนี้

1. การประเมินโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ทั้ง 10 จังหวัดใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบริบท (Context) ด้านปัจจัยนำเข้า (Input) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านผลผลิต (Product) และโดยรวมทุกด้าน พบว่า ผลการดำเนินงานมีคุณภาพในระดับมาก
2. การประเมินโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้จำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่า ผลการดำเนินงานมีคุณภาพในระดับมากทุกจังหวัด

คำสำคัญ: การพัฒนาการเรียนรู้ การเรียนรู้ คุณภาพการเรียนรู้

ABSTRACT

The purpose of this research was to evaluation of learning development of provinces project was the case study of the ten provinces which was the sub-project under the Quality Learning Foundation (QLF). The ten provinces as the case study in this research included Kampaengpetch, Chantaburi, Chaiyabhum, Nan, Petchaburi, Phuket, Yala, Lamphun, Surin and Amnatjaroen. The evaluation was CIPP model, in four aspects: 1) Context, 2) Input, 3) Process and 4) Product. The research instruments used in this study were Likert's 5 rating-scale questionnaires, focus group discussion technique, interview, observation, after action review (AAR), coaching and capacity building. The samples of this study were 60 personnel of Specialist, Chief Executive of the Provincial Administrative Organization, Chairman and Secretariat of Learning Development of Provinces Project and Staff's Provinces Project. Mean, standard deviation, were statistically used for data analysis. The findings of the study indicate that:

1. The evaluation of learning development of provinces project on overall aspect were at a high level quality.
2. The evaluation of learning development of provinces project in each provinces were at a high level quality.

KEYWORDS: Learning Development**,** Learning**,** Quality of Learning

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การจัดการศึกษาที่ดีมีคุณภาพเป็นบทบาทหน้าที่สำคัญยิ่งของผู้บริหารการศึกษาทุกระดับ และรวมถึงผู้รับผิดชอบหรือหน่วยงานต้นสังกัดในการจัดการทั้งการศึกษาระดับต่างๆ นอกจากนี้การเชื่อมโยงข้อมูลและภารกิจกันระหว่างกันของคนในพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษาทั้งระดับขั้นพื้นฐาน การศึกษาระดับอาชีวศึกษา การศึกษาระดับอุดมศึกษา และรวมทั้งภาคีเครือข่ายจากภาครัฐและเอกชน นับเป็นกุญแจสำคัญให้การขับเคลื่อนคุณภาพการจัดการศึกษาของท้องถิ่นและภูมิภาคดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้หากเกิดการถ่ายโอนข้อมูลสารสนเทศที่แต่ละหน่วยงานมีอยู่ระหว่างกันมาใช้เป็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนและแก้ไขปัญหาในพื้นที่ จะทำให้การพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาเป็นไปตามความต้องการของท้องถิ่นอย่างแท้จริงต่อไป (วิจารณ์ พานิช. 2556 : ออนไลน์ ; บุญดี บุญญากิจ และคนอื่นๆ. 2547 : 23)

สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน (สสค.) จัดตั้งขึ้นเพื่อปฏิบัติการตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน พ.ศ. 2553 มีภารกิจสนับสนุนการปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่สองให้ก้าวหน้าไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีผลโดยตรงไปสู่ เด็ก เยาวชนและสังคม จุดเน้นสำคัญ ได้แก่ การปฏิรูปการเรียนรู้ที่ผ่านโครงการและกิจกรรมต่างๆ เป้าหมายสำคัญ คือ "สังคมแห่งการเรียนรู้" (Learning Society) ในปี พ.ศ. 2555 สสค.ได้รับมอบหมายให้ดำเนินโครงการสังคมไทยร่วมกันคืนครูดีให้ศิษย์ ยกย่อง เชิดชู "ครูสอนดี" (โครงการครูสอนดี) ซึ่งเป็นการระดมการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ ในสังคม โดยมิใช่การสั่งการตามระบบราชการปกติ ซึ่งเป็นไปตามข้อเสนอของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนา

เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบ เมื่อประมาณต้นปี พ.ศ. 2554 ทั้งนี้ โครงการครูสอนดีมีพื้นที่ดำเนินงานครอบคลุม 77 จังหวัด มีเป้าหมายเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพการศึกษาและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสังคม เมื่อการดำเนินโครงการสิ้นสุดลง ผลการดำเนินงานมีครูได้รับการเสนอคัดเลือกเป็นครูสอนดี จำนวน 18,871 คน และท้ายสุดมีครูผ่านการคัดเลือกให้เป็นผู้รับทุน "ครูสอนดี" จำนวน 549 คน และจากการดำเนินการดังกล่าวพบว่า มี 10 จังหวัดที่มีกระบวนการคัดเลือกครูสอนดีที่มีคุณภาพ กล่าวคือ มีการบริหารจัดการ การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ความโปร่งใส ตลอดจนมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งทั้ง 10 จังหวัดประกอบด้วย จ.กำแพงเพชร จ.จันทบุรี จ.ชัยภูมิ จ.น่าน จ.เพชรบุรี จ.ภูเก็ต จ.ยะลา จ.ลำพูน จ.สุรินทร์ และ จ.อำนาจเจริญ (สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน. 2555 : 1-2)

ดังนั้น สสค. จึงมีนโยบายที่จะส่งเสริมให้จังหวัดดังกล่าวเป็นเจ้าภาพในการพัฒนาการศึกษาโดยมีเป้าหมายที่จังหวัดกำหนดเอง โดยอาศัยหลักบูรณาการความร่วมมือของทุกภาคส่วนในจังหวัดรวมถึงบูรณาการทรัพยากร เช่น บุคลากร อุปกรณ์สถานที่ งบประมาณที่หน่วยงานในพื้นที่มีอยู่แล้ว ฯลฯ ทั้งนี้ สสค.จะเป็นหน่วยงานเจ้าภาพสนับสนุนทั้งในด้านวิชาการเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัดและงบประมาณดำเนินงานจังหวัดละ 3,000,000 บาท ในระยะเริ่มต้นต่อไป (สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน. 2555 : 3-4) ทั้งนี้ เพื่อให้ทั้ง 10 จังหวัดสามารถดำเนินการดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิผล สสค. จึงจัดให้มีการประเมินโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัดขึ้น และเพื่อให้แต่ละจังหวัดดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน สสค. จึงได้จัดให้มีการประชุมเพื่อทำความเข้าใจ การอบรมให้ความรู้กับผู้รับผิดชอบของทั้ง 10 จังหวัดในหลายๆ โอกาส ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน. 2556 : 1-2) การประชุมปฏิบัติการสร้างความเข้าใจการสนับสนุนทุน การกำหนดเป้าหมายและแนวคิดเบื้องต้นในการปฏิรูป และบทบาทของจังหวัดและท้องถิ่นในการช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส การปฐมนิเทศการดำเนินงานโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัดเพื่อทำความเข้าใจการบริหารชุดโครงการและการติดตามในภาพรวม การประชุมปฏิบัติการพลังของข้อมูลกับการยกระดับการศึกษาจังหวัด เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับพลังของข้อมูลกับการยกระดับการศึกษา การจัดการข้อมูลเด็กและเยาวชนเพื่อการศึกษาของท้องถิ่น การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาโครงการความร่วมมือด้านการสื่อสารการดำเนินงานจังหวัด โดยประชาสัมพันธ์จังหวัด ร่วมกับคณะกรรมการจังหวัด และผู้ทรงคุณวุฒิ สสค. และการนำเสนอข้อมูลโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัด ทั้ง 10 จังหวัด ในการประชุมเสวนาวิชาการภายใต้หัวข้อ "เวทีปฏิรูปการเรียนรู้สู่การศึกษาเพื่อคนทั้งมวล"

ทั้งนี้ เพื่อให้จังหวัด ทั้ง 10 จังหวัด ซึ่งเป็นกลไกหลักในการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ต้องทำงานร่วมกับภาคีภาคส่วนต่างๆ ร่วมกันกำหนดภาพความสำเร็จหรือวิสัยทัศน์ทางการศึกษาของจังหวัดในระยะ 5 - 10 ปีว่าจังหวดจะมีการเปลี่ยนแปลงจากปัจจุบันอย่างไร มีบุคคลหรือหน่วยงานใดจะเข้ามาช่วยสร้างการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น จึงเป็นความท้าทายสำคัญยิ่งของท้องถิ่นที่จะมีส่วนในการกำหนดอนาคตของคุณภาพการศึกษาในพื้นที่ตนเองต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อประเมินโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัด: กรณีศึกษา 10 จังหวัด ได้แก่ จ.กำแพงเพชร จ.จันทบุรี จ.ชัยภูมิ จ.น่าน จ.เพชรบุรี จ.ภูเก็ต จ.ยะลา จ.ลำพูน จ.สุรินทร์ และ จ.อำนาจเจริญ

ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบริบท (Context) ด้านปัจจัยนำเข้า (Input) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านผลผลิต (Product)

ขอบเขตของการวิจัย

1. การประเมินโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัด: กรณีศึกษา 10 จังหวัด ใช้รูปแบบและวิธีการประเมินโครงการ CIPP Model ของสตัฟเฟิลบีม (Stufflebeam. 1971 : 218) โดยได้กำหนดประเด็นการประเมินออกเป็น 4 ประเภท ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.1 การประเมินบริบท (Context Evaluation : C) เป็นการประเมินก่อนการดำเนินการโครงการ เพื่อพิจารณาหลักการและเหตุผล ความจำเป็นที่ต้องดำเนินโครงการ ประเด็นปัญหา และความเหมาะสมของเป้าหมายโครงการ

1.2 การประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation: I) เป็นการประเมินเพื่อพิจารณาถึงความเป็นไปได้ของโครงการ ความเหมาะสม และความพอเพียงของทรัพยากรที่จะใช้ในการดำเนินโครงการ

1.3 การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation: P) เป็นการประเมินเพื่อหาข้อบกพร่องของการดำเนินโครงการ ที่จะใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนา แก้ไข ปรับปรุง ให้การดำเนินการช่วงต่อไปมีประสิทธิภาพมากขึ้น และเป็นการตรวจสอบกิจกรรม เวลา ทรัพยากรที่ใช้ในโครงการ ภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการโดยมีการบันทึกไว้เป็นหลักฐานทุกขั้นตอน การประเมินกระบวนการนี้ จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการค้นหาจุดเด่น หรือจุดแข็ง (Strengths) และจุดด้อย (Weakness) ของนโยบาย / แผนงาน/โครงการซึ่งมักจะไม่สามารถศึกษาได้ภายหลังจากสิ้นสุดโครงการแล้ว

1.4 การประเมินผลผลิต (Product Evaluation: P) เป็นการประเมินเพื่อเปรียบเทียบผลผลิตที่เกิดขึ้นกับวัตถุประสงค์ของโครงการ หรือ มาตรฐานที่กำหนดไว้ รวมทั้งการพิจารณาในประเด็นของการยุบ เลิก ขยาย หรือปรับเปลี่ยนโครงการ

2. ประชากรหรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ (Key Informants) ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิติดตามโครงการ 7 คน นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด หรือผู้แทน 1 คน ประธานคณะกรรมการดำเนินโครงการการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัด 1 คน เลขานุการคณะกรรมการดำเนินโครงการการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัด 1 คน และผู้ปฏิบัติการในพื้นที่เป้าหมายตามกิจกรรม ทั้ง 10 จังหวัด จังหวัดละ 5 คน รวมทั้งสิ้น 60 คน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูล และเอกสารเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินงานโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัดของสำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน (สสค.)

2. ศึกษารูปแบบและวิธีการประเมินโครงการ CIPP Model ของสตัฟเฟิลบีม (Stufflebeam. 1971 : 218) โดยได้กำหนดประเด็นการประเมินออกเป็น 4 ประเภท ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ 1) การประเมินสภาวะแวดล้อม (Context Evaluation : C) 2) การประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation: I) 3) การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation: และ 4) การประเมินผลผลิต (Product Evaluation: P)

3. นำข้อมูลที่ได้จากข้อ 1 และ 2 มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อสร้างเป็นแบบประเมินโครงการโดยมีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแนวของลิเคิร์ท (Likert's Rating Scale) (Likert. 1932: 1-55)

4. นำแบบประเมินที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน เพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและพิจารณาความเหมาะสมของข้อคำถาม

5. ดำเนินการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับโดยผู้ทรงคุณวุฒิติดตามโครงการ จำนวน 7 คน โดยนำแบบประเมินที่ปรับแก้ไขแล้วจากข้อ 4 มาพิจารณาร่วมกัน เพื่อให้ข้อเสนอแนะและพิจารณาความเหมาะสมของแบบประเมินเพื่อใช้เป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูลในการวิจัยต่อไป

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบประเมินโครงการ โดยมีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแนวของลิเคิร์ท (Likert's Rating Scale)

2. แบบสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group)

3. แบบการสัมภาษณ์ และการสังเกต

4. แบบสรุปการประชุมประเมินสรุปผลหลังการติดตาม (After Action Review- AAR) การให้ข้อแนะนำในลักษณะ Coaching และเพิ่มขีดความสามารถ (Capacity Building)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการประเมินโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัด: กรณีศึกษา 10 จังหวัด ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. การเยี่ยมติดตามการดำเนินงานโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัด ทั้ง 10 จังหวัด โดยผู้ทรงคุณวุฒิติดตามโครงการ โดยใช้แบบประเมินโครงการที่สร้างขึ้น

2. การประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การประชุมสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Performance) ผู้ปฏิบัติการในพื้นที่เป้าหมายเฉพาะกิจกรรมหลักๆ ของโครงการ และโดยให้การนิเทศแบบชี้แนะ (Coaching) แก่ผู้ปฏิบัติงาน

3. การสัมภาษณ์/สังเกตพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายผู้รับการพัฒนา และร่องรอยการปฏิบัติงานในพื้นที่เป้าหมายตามกิจกรรมของโครงการ โดยใช้แบบการสัมภาษณ์และการสังเกตที่สร้างขึ้น

5. การประชุมประเมินสรุปผลหลังการติดตามรายจังหวัด (After Action Review-AAR) สรุปฉันทามติของบันทึกผลในแบบประเมินโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัดโดยผู้ทรงคุณวุฒิติดตามโครงการ โดยใช้แบบสรุปการประชุมประเมินสรุปผลหลังการติดตาม (After Action Review- AAR) การให้ข้อแนะนำในลักษณะ Coaching และเพิ่มขีดความสามารถ (Capacity Building) ที่สร้างขึ้น

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยจากแบบประเมินโครงการ

1. การประเมินโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ทั้ง 10 จังหวัดใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบริบท (Context) ด้านปัจจัยนำเข้า (Input) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านผลผลิต (Product) และโดยรวมทุกด้านพบว่า ผลการดำเนินงานมีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

2. การประเมินโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ของ จ.กำแพงเพชร จ.ชัยภูมิ จ.น่าน จ.ภูเก็ต

จ.ยะลา จ.สุรินทร์ และ จ.อำนาจเจริญ มีผลการดำเนินงานด้านบริบท (Context) อยู่ในระดับมากส่วน จ.จันทบุรี จ.เพชรบุรี และ จ.ลำพูน อยู่ในระดับปานกลาง

3. การประเมินโครการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ของจ.กำแพงเพชร จ.ชัยภูมิ จ.น่าน จ.ภูเก็ต จ.ยะลา และจ.อำนาจเจริญ มีผลการดำเนินงานด้านปัจจัยนำเข้า (Input) อยู่ในระดับมาก ส่วน จ.จันทบุรี จ.เพชรบุรี จ.ลำพูน และ จ.สุรินทร์ อยู่ในระดับปานกลาง

4. การประเมินโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ของจ.กำแพงเพชร จ.ชัยภูมิ จ.น่าน จ.ภูเก็ต จ.ยะลา จ.สุรินทร์ และ จ.อำนาจเจริญ มีผลการดำเนินงานด้านกระบวนการ (Process) อยู่ในระดับมาก จ.จันทบุรี จ.เพชรบุรี และ จ.ลำพูน อยู่ในระดับปานกลาง

5. การประเมินโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ทั้ง 10 จังหวัด มีผลการดำเนินงานด้านผลผลิต (Product) อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 1 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประเมินโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัดโดยรวม โดยผู้ทรงคุณวุฒิติดตามโครงการ จำแนกเป็นรายด้านและโดยรวมทุกด้าน

ลำดับที่	ด้านที่ประเมิน	$\bar{X}$	S.D.
1	ด้านบริบท (Context)	4.42	0.49
2	ด้านปัจจัยนำเข้า (Input)	4.07	0.68
3	ด้านกระบวนการ (Process)	4.08	0.73
4	ด้านผลผลิต (Product)	4.03	0.74
รวม		4.15	0.66

จากตาราง 1 แสดงว่า ผลการประเมินโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัดโดยรวมทุกด้าน มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีคุณภาพอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตาราง 2 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประเมินโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัดโดยรวม โดยผู้ทรงคุณวุฒิติดตามโครงการ จำแนกเป็นรายจังหวัด

ลำดับที่	จังหวัด	$\bar{X}$	S.D.
1	จังหวัดกำแพงเพชร	3.65	0.65
2	จังหวัดจันทบุรี	3.89	0.49
3	จังหวัดชัยภูมิ	3.95	0.74
4	จังหวัดน่าน	3.75	0.68
5	จังหวัดเพชรบุรี	3.65	0.65
6	จังหวัดภูเก็ต	4.05	0.44
7	จังหวัดยะลา	3.89	0.49
8	จังหวัดลำพูน	3.55	0.54
9	จังหวัดสุรินทร์	3.65	0.65
10	จังหวัดอำนาจเจริญ	3.85	0.73

จากตาราง 2 แสดงว่า ผลการประเมินโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัด มีคุณภาพอยู่ในระดับมากทุกจังหวัด

สรุปการวิจัยจากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม

สรุปการวิจัยจากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มปรากฏผล ดังนี้ **ทุก**จังหวัดมีการระดมการมีส่วนร่วมของบุคลากรและหน่วยงานทุกภาคส่วนในจังหวัดให้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง มีการขยายภาคีเครือข่ายอื่นๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมสนับสนุนการดำเนินงานของจังหวัด ตลอดจนมีการวางแผนกำหนดวิสัยทัศน์ ค้นหาปัญหา ศักยภาพ รวมถึงต้นทุนด้านต่างๆ ที่มีอยู่ในพื้นที่ โดยอาศัยข้อมูลชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการและบริบทของจังหวัด นอกจากนี้แต่ละจังหวัดมีความพยายามในการพัฒนาเพื่อต่อยอดให้การบูรณาการเป้าหมายและทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจัดระบบสารสนเทศ (ICT) เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชนในจังหวัด ซึ่งส่วนใหญ่ยังขาดการสนับสนุนและการให้ความสำคัญของผู้บริหารระดับจังหวัดและสถาบันการศึกษาทุกระดับ รวมทั้งมีการจัดทำโครงการที่มุ่งแก้ปัญหาด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และด้านทักษะการคิดของเด็กและเยาวชนในพื้นที่ ทั้งนี้เพื่อช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาและพัฒนาไปสู่การมีงานทำเพื่อการประกอบ ในสถานศึกษาหรือชุมชนต่อไป

อภิปรายผล

การประเมินโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัด ทั้ง 10 จังหวัด ในแต่ละด้านและโดยรวมทุกด้าน และจำแนกเป็นรายจังหวัด ผลการดำเนินงานมีคุณภาพอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการพัฒนาคุณภาพการศึกษา หรือการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้นับเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งที่ผู้บริหารและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในระดับจังหวัดและระดับท้องถิ่นจะต้องให้ความสำคัญ ทั้งนี้เพื่อช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในสังคมให้ดีขึ้น นอกจากนี้การพัฒนาระบบการเรียนรู้ในท้องถิ่นยังแสดงถึงความเอาใจใส่และความสนใจของผู้กำกับดูแลของผู้เกี่ยวข้องต่อคนในพื้นที่ พร้อมที่จะแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น โดยการกระตุ้นให้คนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการเรียนรู้หรือการพัฒนาคุณภาพการศึกษา ดังที่ ฉลาด จันทรสมบัติ และ พิมพิกา จันทไทย (2553 : 187) ได้กล่าวว่า กลไกการพัฒนาการศึกษาของท้องถิ่นที่สำคัญ คือ การที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของแต่ละท้องถิ่นของตนเอง ซึ่งการมีส่วนร่วมนั้นเกิดขึ้นระหว่างสองฝ่าย คือ ทั้งชุมชนและสถานศึกษาเป็นการเอื้อเฟื้อกันและกัน กล่าวคือ ชุมชนและสถานศึกษาจะต้องมีบทบาทสำคัญในการดำเนินการพัฒนา ทั้งนี้บทบาทของชุมชนในการมีส่วนร่วมจัดการศึกษา มีดังนี้ 1) การมีส่วนร่วมในการจัดและส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ของผู้เรียนทั้งที่บ้านและที่สถานศึกษา 2) การกำหนดนโยบายเป้าหมายการจัดการศึกษาแก่สถานศึกษา 3) การประชาสัมพันธ์ สนับสนุนกิจกรรมทางการศึกษา 4) การเป็นผู้สนับสนุนทรัพยากรและบุคลากรในการจัดการศึกษา และ 5) การตรวจสอบการจัดการศึกษา นอกจากนี้กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการศึกษา ควรดำเนินการ ดังนี้ 1) สำรวจความต้องการ/การสำรวจข้อมูลพื้นฐาน 2) การกำหนดมาตรฐานของสถานศึกษา 3) การวางแผนพัฒนาสถานศึกษาตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ 4) กิจกรรมการปฏิบัติ คือ แนวทางปฏิบัติที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ 5) การประเมินผลคือ การประเมินแนวทางปฏิบัติ และ 6) การสรุปผลการมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนากระบวนการทำงานร่วมกัน

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาที่พบว่า การยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ของแต่ละจังหวัดจะสำเร็จได้ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคีเครือข่ายในพื้นที่ ดังนั้นประชาชนในชุมชนต้องร่วมเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชนตนเอง รวมทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องเป็นสถาบันทางสังคมที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนา การระดมพลังของทุกคนในชุมชน ได้แก่ พลังความคิด การเป้าหมายและวิสัยทัศน์ร่วมกัน ริเริ่มการพัฒนาการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ให้เกิดขึ้นกับทุกคนในชุมชนทำให้เกิดพลังในการจัดการกับกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน การสนับสนุนการจัดการองค์ความรู้ในชุมชน สามารถพัฒนาศักยภาพให้กับคนในชุมชนได้

2. จากการศึกษาที่พบว่า การยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ของแต่ละจังหวัดจะสำเร็จได้สถานศึกษาทุกระดับในชุมชน ทั้งระดับขั้นพื้นฐาน การศึกษาระดับอาชีวศึกษา และการศึกษาระดับอุดมศึกษาต้องมีส่วนร่วมในการเชื่อมโยงและเป็นแกนนำให้กับชุมชน การต่อยอดเสริมกับการวิจัยที่มีอยู่ในท้องถิ่น การวิจัยเพื่อแก้ปัญหาและสร้างภูมิคุ้มกันให้กับชุมชน การสร้างความสัมพันธ์ ส่งเสริมการรวมตัว ร่วมคิด ร่วมทำในพื้นที่โดยร่วมพัฒนาคนในชุมชนให้มีคุณภาพ การเป็นที่ปรึกษาทางวิชาการ ตลอดจนสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่ชุมชน และสนับสนุนให้ชุมชนมีศักยภาพในการจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นตนเอง นอกจากนั้นควรสร้างหลักสูตรการเรียนการสอนโดยนำวิถีชีวิตในแต่ละท้องถิ่นเป็นสื่อในการเรียนรู้และพัฒนาบุคลากรที่มีบทบาทในการพัฒนาท้องถิ่นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ฉลาด จันทรสมบัติ และ พิมพิกา จันทไทย (2553, มกราคม – เมษายน). “การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น,” *วารสารการบริหารและพัฒนา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.* 2 (1) : 175-189

บุญดี บุญญากิจ และคนอื่นๆ. (2547). *การจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ.* กรุงเทพฯ : จิรวัฒน์ เอ็กซ์เพรส.

วิจารณ์ พานิช. (2556). *บทบาทหน้าที่สำคัญยิ่งของผู้บริหารการศึกษาในยุคข้อมูลข่าวสารไร้พรหมแดน.* สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2556, จากhttp://www.gotoknow.org/user/vicharnpanich/profile

สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน. (2555*). แนวทางสนับสนุนโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัด.* กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน.

_____. (2555*ก). โครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ของ 10 จังหวัด.* กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน.

_____. (2556*). รายงานการติดตามและสนับสนุนโครงการยกระดับการพัฒนาการเรียนรู้ระดับจังหวัด.* กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน.

Likert, R.A. (1932, May). “Technique for the Measurement of Attitudes,” *Arch Psychological.* 25(140): 1 – 55.

Stufflebeam, D.L., et al. (1971). Educational Evaluation and Decision – Making. Illinois: Peacock Publishers.

การปรับปรุงพนักงานบริการและความพอใจในงานของพนักงานฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่าย บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน)

STAFF IMPROVEMENT AND STAFF MOTIVATION OF CUSTOMER AND NETWORK SERVICE DEPARTMENT, THAICOM PLC.

ปิยบุตร พรหมรุ่งเรือง

นิสิตปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ (การตลาด) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail: mindfreedom_1@hotmail.com

ดร.ธีรารัตน์ วรพิเชฐ

รองหัวหน้าภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail: fbusths@ku.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ความแตกต่างของคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามกับการปรับปรุงพนักงานบริการที่ฝ่ายฯ ทำอยู่ (2) ความแตกต่างของคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามกับความพอใจในงานหลังจากการปรับปรุงพนักงาน และ (3) ความสัมพันธ์ระหว่างการปรับปรุงพนักงานบริการที่ฝ่ายฯ ทำอยู่กับความพอใจในงานหลังจากการปรับปรุงพนักงาน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงพรรณนาและเทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากประชากรจำนวน 14 ชุด โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติอนุมานในการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ประเภทงานที่ปฏิบัติ ประสบการณ์การทำงาน และเป้าหมายในชีวิตการทำงานที่บริษัทฯ ของพนักงานฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่ายฯที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการปรับปรุงพนักงานบริการและความพอใจในงานหลังจากการปรับปรุงพนักงาน ผลการทดสอบถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายพบว่า การปรับ ปรุงพนักงานบริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพอใจในงานหลังจากการปรับปรุงพนักงาน ซึ่งพนักงานของฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่าย บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) จะมีความพอใจในงานอยู่แล้วในระดับหนึ่งแม้ไม่มีการปรับปรุงพนักงานบริการก็ตาม และพนักงานคิดเห็นโดยรวมว่าการปรับปรุ งพนักงานบริการที่ทำอยู่ในปัจจุบันช่วยปรับปรุงผลิตภาพการบริการได้มาก ซึ่งการคัดเลือกพนักงานที่มีทัศนคติที่ดีต่อการบริการมาทำงานในฝ่ายจะช่วยปรับปรุงผลิตภาพการบริการได้มากที่สุด

คำสำคัญ: การปรับปรุงพนักงาน ฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่าย บริษัทไทยคมจำกัด(มหาชน)

ABSTRACT

The research aimed to examine (1) the difference in the properties of the respondents to improve service to the Department doing (2) different specifications of the respondents with job motivation after improving employees. And (3) the relationship between the staff improvement with staff motivation. This research is quantitative research. Using descriptive research and survey research techniques. And questionnaires to collect data from a population of 14 set by using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean and standard deviation. Statistical inference and hypothesis testing by means of linear regression analysis of the simple significance level 0.05 was found that type of work performed, experience, and the goal of his career at Customer and Network Service Department has resulted in the improved service and improved employee job satisfaction after.

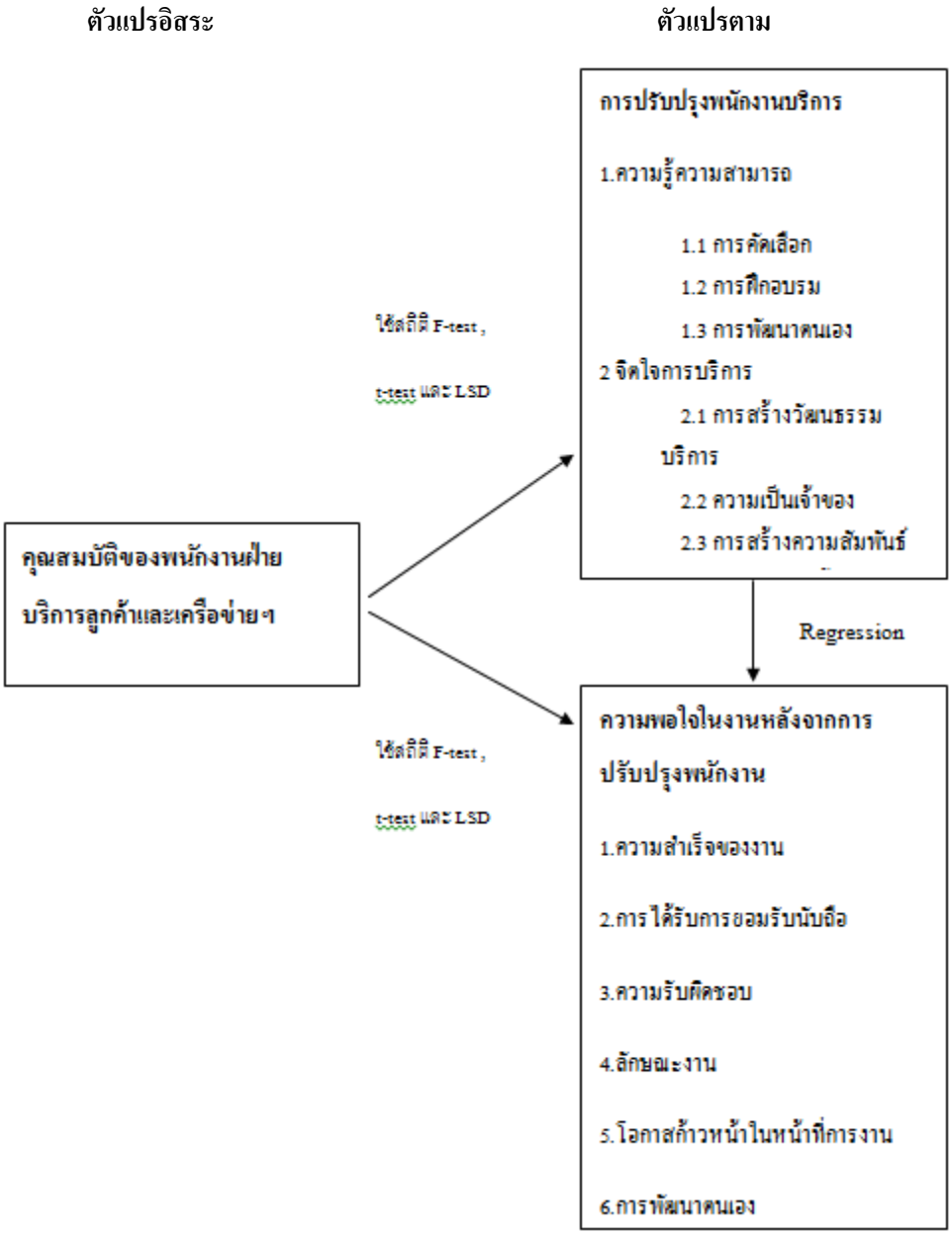
Test results showed that the simple linear regression is improving service no relationship with staff motivation. The staff of Customer and Network Sevice Department, Thaicom Public Company Limited has already been satisfied in the existing of staff improvement even without them. And employees has the staff improvement is currently available can help improve productivity for their service. The selecting employees who have a positive attitude towards working in the service is mostly helpful for improve productivity and service possible.

KEYWORDS: Staff Improvement, Customer and Network Service Department, Thaicom PLC

1.บทนำ

ปัจจุบันการแข่งขันทางการตลาดบริการทวีความรุนแรงขึ้น (ศูนย์ข้อมูลวิจัยเศรษฐกิจและโทรคมนาคม, 2555) การพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการไม่ให้หยุดนิ่งจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้เป็นไปต่อการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า ทางผู้วิจัยจึงได้เลือกศึกษาฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่าย บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) เนื่องจากเป็นบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบริการสูง มีลูกค้ามากมายและส่วนมากเป็นชาวต่างชาติ และเป็นบริษัทประกอบธุรกิจและควบคุมดาวเทียมรายเดียวของประเทศไทย โดยส่วนงานของฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่าย เป็นฝ่ายที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อบริษัทฯ เนื่องจากการบริการของบริษัท จะผ่านทางส่วนงานนี้ รวมทั้งตัวชี้วัดของบริษัทฯ (KPI) เองก็มีผลโดยตรงจากส่วนงานนี้เช่นกัน เพราะจะทำการวัดผลจากการประเมิน แบบสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการจากการบริการของส่วนงานนี้ (ปิยนุช สุจปลื้ม, 2556) ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาการปรับปรุงพนักงานบริการของฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่ายของบริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงงานบริการเพื่อให้ได้มาซึ่งความพอใจของลูกค้าหรือผู้รับบริการ พร้อมทั้งสามารถเป็นแนวทางให้ธุรกิจบริการอื่นๆ ประสบความสำเร็จ โดยทำการศึกษาความพอใจในงานที่มีผลต่อการปรับปรุงพนักงานบริการ เพื่อดูถึงผลลัพธ์โดยตรงจากการปรับปรุงพนักงาน

2. กรอบแนวคิดและทฤษฎี



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดดังกล่าว เป็นการอธิบายถึงเนื้อหาและรายละเอียดของตัวแปรในการศึกษาการปรับปรุงพนักงานที่มีผลต่อความพอใจในงานของพนักงานฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่าย บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยกำหนดตัวแปร ได้แก่ การปรับปรุงพนักงาน ความพอใจในงานหลังจากการปรับปรุงพนักงานของฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่าย บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) ซึ่งแต่ละตัวแปรได้อธิบายในกรอบแนวคิดข้างต้น

สมมติฐานการวิจัยมีดังนี้ สมมติฐานที่ 1 ความแตกต่างของคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามกับการปรับปรุงพนักงานบริการ สมมติฐานที่ 2 ความแตกต่างของคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามกับความพอใจใน

งานหลังจากการปรับปรุงพนักงาน และสมมติฐานที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างการปรับปรุงพนักงานบริการกับความพอใจในงานหลังจากการปรับปรุงพนักงาน

การปรับปรุงพนักงาน

ธุรกิจควรปรับปรุงพนักงานทั้งพนักงานเก่าและพนักงานใหม่ในด้านความรู้ ทักษะ ทัศนคติและพฤติกรรมเกี่ยวกับการให้บริการ เริ่มตั้งแต่ระบบการคัดเลือก ฝึกอบรม พัฒนาและจูงใจ เนื่องจากการบริการนั้นเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ พนักงานจึงเป็นเสมือนตัวแทนของบริการที่สามารถทำให้บริการจับต้องได้มากขึ้น (ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ :2554) การพัฒนาพนักงานในแต่ละบุคคล ต้องพัฒนาความรู้ ความสามารถ และพัฒนาจิตใจการบริการของพนักงาน ดังนี้ การคัดเลือก การคัดเลือกที่มีประสิทธิภาพคือต้องมีการวัดความรู้และความสามารถ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ :2551) การฝึกอบรมควรทำอย่างสม่ำเสมอด้วยการกำหนดตารางที่แน่นอน มีหลักสูตรแตกต่างกันออกไปตามลักษณะงานที่แตกต่างกัน และการพัฒนาตนเองพนักงานควรหาความรู้เพิ่มเติมให้ตัวเองอย่างสม่ำเสมอ แม้ว่าพนักงานจะมีความรู้และความสามารถในการทำงานแล้ว แต่ต้องไม่ลืมว่าการบริการที่ดีได้จะต้องมาจากจิตใจของการเป็นนักบริการด้วย (ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ :2554)

ความพอใจในงาน

หมายถึงความรู้สึกรวมของบุคคลที่มีต่อการทำงานในทางบวกเป็นความสุขของบุคคลที่เกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลตอบแทน คือ ผลที่เป็นความพึงพอใจที่จะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกกระตือรือร้น มีความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญกำลังใจ สิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการทำงาน รวมทั้งการส่งผลต่อความสำเร็จ และเป็นไปตามเป้าหมายองค์กร (ปรียาพร วงศ์อนุตโรจน์ :2553) หรือเป็นภาวการณ์แสดงอารมณ์ในทางบวกอันเป็นผลมาจากคุณค่าที่ได้รับจากงานและประสบการณ์ในการทำงานของบุคคลนั้น (จิตตินันท์ เตชะคุปต์ :2552) ปัจจัยจูงใจเป็นสาเหตุสำคัญสุดที่ทำให้คนมีความพอใจในงานและปัจจัยจูงใจเป็นสิ่งที่อยู่ในตัวงาน โดยปัจจัยเหล่านี้เรียงตามลำดับความสำคัญอัน ได้แก่ ความสำเร็จของงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ความรับผิดชอบ ศักยภาพต่อการได้รับมอบหมายหน้าที่และความรับผิดขอบใหม่ ทั้งการขยายงานหรือการมอบหมายงานสามารถเป็นตัวจูงใจที่ทรงพลังสำหรับพนักงานบางคน ลักษณะงาน เมื่อเป็นงานที่ท้าทาย พนักงานมีแนวโน้มรับภาระงานอย่างกระตือรือร้นโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และการพัฒนาตนเอง (อำนาจ ธีระวนิช :2553)จากการศึกษาของ Mosammod Mahamuda (2011) พบว่าความพึงพอใจในงานสามารถปรับคุณภาพการให้บริการของพนักงานได้ รวมทั้งหากผู้บริหารต้องการคุณภาพการบริการที่ดี ต้องมีการนโยบายที่ตอบสนองความพึงพอใจในงานของพนักงานทุกด้าน เช่น ค่าตอบแทน โอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่ เป็นต้น

3.วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.เพื่อศึกษาการปรับปรุงพนักงานบริการของฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่าย บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) ทำอยู่

2.เพื่อศึกษาความพึงพอใจในงานของพนักงานฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่าย บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน)

3.เพื่อศึกษาความแตกต่างของคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามกับการปรับปรุงพนักงานบริการที่ฝ่ายฯ ทำอยู่

4.เพื่อศึกษาความแตกต่างของคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามกับความพอใจในงานหลังจากการปรับปรุงพนักงาน

5.เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการปรับปรุงพนักงานบริการที่ฝ่ายฯ ทำอยู่กับความพอใจในงานหลังจากการปรับปรุงพนักงาน

4. วิธีการดำเนินวิจัย

วิธีการ

สำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเริ่มจากการวิจัยสืบค้น (Exploratory Research) ข้อมูลทุติยภูมิจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และใช้วิธีการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และใช้เทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลและผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามทั้งหมดด้วยตนเองกับประชากรทั้ง 14 คน คือ พนักงานฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่าย บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1.ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549)

1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อแปลความหมายของข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ค่าร้อยละ = (ความถี่ของข้อมูล/ ความถี่รวม)x100

1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean)

ค่าเฉลี่ย = ผลรวมของคะแนนทั้งหมด/ ขนาดของประชากร

1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน =

แทน ผลรวมทั้งหมดของคะแนนแต่ละตัว

N แทน จำนวนข้อมูลของประชากร

2.การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics)

2.1 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression Analysis) เป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549)

$Y = a + \beta X$

Y = ความพอใจในงานหลังจากการปรับปรุงพนักงานบริการ (ตัวแปรตาม)

X = การปรับปรุงพนักงานบริการ (ตัวแปรอิสระ)

β แทน แทนสัมประสิทธิ์การถดถอยที่แสดงการเปลี่ยนแปลงของ Y เมื่อ X เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย

a แทน ค่าคงที่

5. สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของการปรับปรุงพนักงานบริการ

การปรับปรุงพนักงานบริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
1. การคัดเลือกพนักงานจากการวัดความรู้สามารถ	4.43	0.756	มากที่สุด
2. การคัดเลือกพนักงานที่มีทัศนคติที่ดีต่อการบริการ	4.71	0.611	มากที่สุด
3. การฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับความรู้ของงานที่ต้องรับผิดชอบ	4.36	0.497	มากที่สุด
4. การฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับงานของฝ่ายอื่นนอกเหนือจากงานที่ตนรับผิดชอบ	3.14	0.864	ปานกลาง
5. การฝึกอบรมความรู้ให้พนักงานอย่างต่อเนื่อง	4.29	0.914	มากที่สุด
6. การฝึกอบรมแก่บุคลากรที่กำลังจะได้รับตำแหน่งสูงขึ้น	3.00	0.679	ปานกลาง
7. การสร้างให้พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความจริงใจและเต็มใจเป็นสิ่งสำคัญ	4.43	0.852	มากที่สุด
8. การมอบความเป็นเจ้าขององค์กรให้แก่พนักงาน	3.07	0.829	ปานกลาง
9. การเพิ่มความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับพนักงานในองค์กร	3.57	0.514	มาก
10. การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน	3.86	0.663	มาก
รวม	3.89	0.248	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าพนักงานฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่ายฯ โดยรวมเห็นว่าการปรับปรุงพนักงานบริการที่ทำอยู่ในปัจจุบันช่วยปรับปรุงผลิตภาพการบริการได้มาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยรายข้อพบว่าการคัดเลือกพนักงานที่มีทัศนคติที่ดีต่อการบริการจะช่วยปรับปรุงผลิตภาพการบริการได้มากสุด (4.71) ส่วนการฝึกอบรมแก่บุคลากรที่กำลังจะได้รับตำแหน่งสูงขึ้นพนักงานเห็นว่าช่วยปรับปรุงผลิตภาพการบริการได้น้อยที่สุด (3.00)

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของความพอใจในงานหลังจากการปรับปรุงพนักงานบริการ

ความพอใจในงานหลังจากการปรับปรุงพนักงานบริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
1.งานที่ท่านรับผิดชอบประสบความสำเร็จ	4.29	0.469	มากที่สุด
2.ท่านได้รับการยอมรับนับถือจากเพื่อนร่วมงาน	3.29	0.825	ปานกลาง
3.ท่านได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานมากขึ้น	3.43	0.756	มาก
4.ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมายมีความท้าทายมากขึ้น	3.36	0.842	ปานกลาง
5.ท่านมีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงานมากขึ้น	3.43	0.756	มาก
6.ท่านได้รับโอกาสในการเข้าฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้	3.71	1.204	มาก
รวม	3.58	0.447	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าพนักงานฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่ายฯ โดยรวมมีความพอใจในงานหลังจากการปรับปรุงพนักงานบริการอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะเมื่อปรับปรุงแล้วทำให้งานที่รับผิดชอบประสบความสำเร็จมากที่สุด (4.29) ส่วนประเด็นที่พนักงานมีความพอใจในงานน้อยสุดหลังจากการปรับปรุงพนักงานบริการคือการยอมรับนับถือจากเพื่อนร่วมงาน (3.29)

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคุณสมบัติของพนักงานฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่ายฯ กับการปรับปรุงพนักงานบริการพบว่า ประเภทงานที่ปฏิบัติ ประสบการณ์การทำงาน และเป้าหมายในชีวิตการทำงานที่บริษัทฯ ของพนักงานฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่ายฯ ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการปรับปรุงพนักงานบริการ และการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคุณสมบัติของพนักงานฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่ายฯ กับความพอใจในงานหลังจากการปรับปรุงพนักงานพบว่า ประเภทงานที่ปฏิบัติ ประสบการณ์การทำงาน และเป้าหมายในชีวิตการทำงานที่บริษัทฯ ของพนักงานฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่ายฯที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพอใจในงานหลังจากการปรับปรุงพนักงาน

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression Analysis)

ตัวแปรที่ใช้ในการทดสอบ	F	R Square	Beta	Unstandardized Coefficients		Sig.
				B	Std. Error	
	0.324	0.026				
(Constant)				2.446	2.002	0.245
การปรับปรุงพนักงานบริการ (X)			0.162	0.293	0.514	0.580

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายพบว่า การปรับปรุงพนักงานบริการ (X) ไม่มีความสัมพันธ์กับความพอใจในงานหลังจากการปรับปรุงพนักงาน (Y) ด้วยค่า Sig. 0.580 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสร้างเป็นสมการทางคณิตศาสตร์ได้ Y = 2.446 + 0.293(X) อธิบายได้ว่า แม้บริษัทฯ ไม่มีการปรับปรุงพนักงานบริการพนักงานฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่ายฯก็จะเกิดความพอใจในงานเท่ากับ 2.446

6. อภิปรายผล

ประเด็นคุณสมบัติของพนักงานฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่ายฯกับการปรับปรุงพนักงานบริการจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประเภทงานที่ปฏิบัติ ประสบการณ์การทำงาน และเป้าหมายในชีวิตการทำงานที่บริษัทฯ ของพนักงานฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่ายฯ ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการปรับปรุงพนักงานบริการ ซึ่งไม่สอดคล้องตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ พนักงานฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่ายฯ ไม่ว่าจะทำงานประเภทใด มีประสบการณ์เท่าใด และเป้าหมายในชีวิตเป็นอย่างไร จะต้องได้รับการปรับปรุงพนักงานบริการเหมือนกัน ประเด็นคุณสมบัติของพนักงานฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่ายฯกับความพอใจในงานหลังจากการปรับปรุง

พนักงานจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประเภทงานที่ปฏิบัติ ประสบการณ์การทำงาน และเป้าหมายในชีวิตการทำงานที่บริษัทฯ ของพนักงานฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่ายฯ ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพอใจในงานหลังจากการปรับปรุงพนักงาน ซึ่งไม่สอดคล้องตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ความพึงพอใจในงานหลังจากการปรับปรุงพนักงานของพนักงานแต่ละคนในฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่ายฯ ไม่ได้เกิดจากประเภทงาน ประสบการณ์การ และเป้าหมายในชีวิตการทำงาน แต่ความพึงพอใจนั้นเกิดจากเมื่อปรับปรุงแล้วทำให้งานที่รับผิดชอบประสบความสำเร็จมากขึ้น ประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างการปรับปรุงพนักงานบริการกับความพอใจในงานหลังจากการปรับปรุงพนักงาน จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า การปรับปรุงพนักงานบริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพอใจในงานหลังจากการปรับปรุงพนักงาน ซึ่งไม่สอดคล้องตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Mosammod Mahamuda (2011) ที่พบว่าความพึงพอใจในงานสามารถปรับคุณภาพการให้บริการของพนักงานได้ รวมทั้งหากผู้บริหารต้องการคุณภาพการบริการที่ดี ต้องมีการนโยบายที่ตอบสนองความพึงพอใจในงานของพนักงานทุกด้าน เช่น ค่าตอบแทน โอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่ เป็นต้น อธิบายได้ว่า พนักงานของฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่าย บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) จะมีความพอใจในงานอยู่แล้วในระดับหนึ่งแม้ไม่มีการปรับปรุงพนักงานบริการก็ตาม แสดงให้เห็นว่าพนักงานมีความพอใจต่อการทำงานในฝ่ายนี้ แต่โดยสรุปแล้วการปรับปรุงพนักงานบริการที่ทำอยู่ในปัจจุบันจะช่วยเพิ่มผลิตภาพการบริการได้มากที่สุด คือ บริษัทจะต้องคัดเลือกแต่พนักงานที่มีทัศนคติที่ดีต่อการบริการมาทำงานในฝ่ายฯเท่านั้น นอกจากนั้นยังไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Afshan Naseem (2011) ในเรื่องค่าตอบแทนมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จขององค์กร อธิบายได้ว่า ในการที่บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) มีการปรับปรุงพนักงานเพื่อให้พนักงานมีความสามารถในการให้บริการมากขึ้น โดยคาดหวังว่าการที่พนักงานให้บริการที่มีประสิทธิภาพ จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ แต่ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า พนักงานฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่าย บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) จะมีความพอใจในงานอยู่แล้วในระดับหนึ่งแม้ไม่มีการปรับปรุงพนักงานบริการก็ตาม ในเรื่องการมอบความเป็นเจ้าของ ซึ่งเป็นสิ่งที่บริษัทฯ มอบให้กับพนักงาน เป็นสิ่งที่พนักงานฝ่ายฯ มีความพอใจอยู่แต่เดิมแล้วนั่นเอง

7.ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

จากผลการวิจัยการปรับปรุงพนักงานของฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่าย บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) ทำให้ทราบว่า การปรับปรุงพนักงานเป็นสิ่งที่สำคัญและมีผลต่อการปรับปรุงผลิตภาพการบริการ ทั้งนี้ พนักงานอาจไม่ให้ความสำคัญเท่าที่ควร ถึงความสำคัญของการเรียนรู้งานที่นอกเหนือจากความรู้ของงานที่มีอยู่ของฝ่ายตนเอง เพราะต้องการเรียนรู้และพัฒนาเฉพาะงานที่ตนเองรับผิดชอบ แต่ผู้บริหารฝ่ายฯ มีความจำเป็นต้องนำเสนอเหตุผลของการเรียนรู้และฝึกอบรมงานของฝ่ายอื่นๆ เพื่อให้เข้าใจถึงการทำงานและการประสานงานร่วมกับฝ่ายนั้นๆ เพื่อทำให้งานที่ตนเองรับผิดชอบมาจากส่วนงานอื่น มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ การฝึกอบรมสำหรับพนักงานที่เลื่อนตำแหน่งที่ผลออกมาระดับความเหมาะสมยังไม่สูงพอ เพราะว่า พนักงานที่ปฏิบัติงานในฝ่ายนี้ส่วนใหญ่เป็นพนักงานใหม่ อายุงานไม่มาก ซึ่งจะยังไม่เล็งเห็นถึงความสำคัญของการเลื่อนตำแหน่ง และจะทุ่มเทอยู่เฉพาะกับงานที่ตนปฏิบัติอยู่ รวมทั้งการมอบความเป็นเจ้าของให้กับพนักงาน ที่ผู้บริหารต้องใส่ใจและอธิบาย

ความหมายถึงการมอบความเป็นเจ้าของให้กับพนักงาน เพราะการมอบความเป็นเจ้าของ ทำให้พนักงานผูกพันธ์กับองค์กรมากขึ้น และสามารถปฏิบัติงานได้ดีมากขึ้นไปด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สืบเนื่องจากผลการวิจัยในครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า พนักงานฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่าย บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) เล็งเห็นถึงความสำคัญของการปรับปรุงพนักงาน เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภาพการบริการที่ดีขึ้น แต่การปรับปรุงพนักงานที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพอใจในงานนั้น เพราะว่าการปรับปรุงพนักงานที่ฝ่ายฯ พึงปฏิบัติ ถูกทำอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา จึงไม่ส่งผลต่อความพอใจในงานมากนัก ทั้งนี้ ทางผู้วิจัยมีข้อเสนอสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ให้มีการเก็บข้อมูลเพื่อวัดผลจากการปรับปรุงพนักงานอีกหลายๆ ครั้งอย่างต่อเนื่องเพื่อศึกษาข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำมากขึ้นต่อฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่ายต่อไป

8.รายการอ้างอิง

กัลยา วินิชย์บัญชา. 2549**. การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย.** กรุงเทพมหานคร: บริษัทธรรมสาร

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. 2542. **ความหมายของการบริการ.** (Online). servicearts.wordpress.com/ Service. 15 พฤศจิกายน 2555.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2546. **การตลาดบริการ.** กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ปิยะนุช สุจปลื้ม. 2555. **รู้จักกับไทยคม.** (Online) .www.thaicom.net/about_to_th.asp. 15 พฤศจิกายน 2555.

ธิติญาณ์ ติระศรี. 2551**. แนวทางการปรับปรุงการให้บริการผู้ป่วยนอก กรณีศึกษาแผนกผู้ป่วยนอกศัลยกรรม โรงพยาบาลสมเด็จพระปิ่นเกล้า.** การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปรียาพร วงศ์อนุตโรจน์. 2553. **จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล.** กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์. 2554. **การตลาดบริการ.** กรุงเทพมหานคร: สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิภาวรรณ ศิริปัญจนะ. 2551. **การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของชุดรักษาพยาบาลที่ 1 กองบัญชาการช่วยรบที่ 1 โดยใช้หลักการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า.** การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. 2548. **การตลาดธุรกิจบริการ.** กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

สราวุธ วงศ์เพ็ง. 2555. ผู้จัดการฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่าย บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน).**สัมภาษณ์**, 30 พฤศจิกายน 2555.

เสาวนีย์ สุขุม. 2555. วิศวกรชำนาญงาน ฝ่ายบริการลูกค้าและเครือข่าย บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน). **สัมภาษณ์**, 3 ธันวาคม 2555.

อำนาจ ธีระวนิจ. 2553. **การจัดการยุคใหม่.** นนทบุรี: มาเธอร์ บอส แพคเก็จจิ้ง.

Naseem, A., S. E.Sheikh, and K. P. M. GPHR. 2011. "Impact of Employee Satisfaction on Success of Organization: Relation between Customer Experience and Employee Satisfaction." **International Journal of Multidisciplinary Sciences and Engineering** 2(5).

Kabir, M. N. and M. M Parvin. 2011. "Factors affecting employee job satisfaction of pharmaceutical sector." **Australian Journal of Business and Management Research**, 1(9), 113-123.

การพัฒนากลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน

THE DEVELOPMENT OF CREATIVE ECONOMY STRATEGY AND HANDCRAFT COMMUNITY PRODUCT

มัลลิกา คงแก้ว

อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

E-mail : malica_2011@hotmail.com

บทคัดย่อ

การพัฒนากลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 1) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบและแนวทางดำเนินกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน 2) เพื่อพัฒนากลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน 3) เพื่อประเมินประสิทธิผลการใช้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน การพัฒนากลยุทธ์ได้ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของกลุ่มผลิตทั้งสภาพแวดล้อมภายในโดยการจัดสนทนากลุ่มและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกโดยการจัดเวทีประชุมเชิงปฏิบัติการ จากนั้นจึงจัดทำร่างกลยุทธ์แบบมีส่วนร่วมซึ่งประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์และตัวชี้วัด ได้ร่าง กลยุทธ์แล้วจึงนำมาทดลองใช้เพื่อหาประสิทธิผลจากการวัดในด้านความเป็นประโยชน์ ความเหมาะสม ความถูกต้องและความเป็นไปได้ ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบและแนวทางดำเนิน กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบด้วย ด้านตราสัญลักษณ์มีการกำหนดรูปแบบที่นำเอาอัตลักษณ์ของพื้นที่ได้แก่ พระบรมธาตุนครศรีธรรมราช พระพุทธสิหิงค์ ตรานโม มากำหนดเป็นตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เน้นความโดดเด่นในฝีมือการผลิตและลวดลายที่มีการทอดสืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ ด้านบรรจุภัณฑ์ใช้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เน้นเสริมสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ด้านวัสดุผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุที่แยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ได้แก่ เส้นไหม เส้นใยสังเคราะห์ เส้นเงินหรือทอง เป็นต้นซึ่งใช้ในการจำแนกราคาของผลิตภัณฑ์ด้วย ด้านรูปทรงผลิตภัณฑ์ได้ผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกับพระพุทธศาสนาและแนวโน้มการขึ้นทะเบียบเป็นมรดกโลกของพระบรมธาตุนครศรีธรรมราชได้แก่ ผ้ากราบพระ ด้านเรื่องราวความเป็นมาใช้เรื่องราวประวัติความเป็นมาในอดีตมาสื่อสารไว้ในผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ การประเมินประสิทธิผลในด้านความเป็นประโยชน์กลุ่มผลิตให้ความเห็นว่าการดำเนินตามกลยุทธ์ที่มีจุดมุ่งหมายใช้ในการสื่อสารระหว่างสมาชิกในกลุ่มมีประโยชน์มาก ด้านความเหมาะสมในขั้นตอนดำเนินการมีความยุ่งยากในประเด็นการประสานความช่วยเหลือจากบุคคลภายนอกกลุ่มต้องตัดลดขั้นตอนดำเนินการและเชื่อมโยงเครือข่ายความช่วยเหลือให้ชัดเจน ด้านความถูกต้องมีความถูกต้องตามสถานการณ์ในปัจจุบันหากมีการวิเคราะห์สถานการณ์อยู่อย่างสม่ำเสมอจะทำให้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้เป็นอย่างดีและด้านความเป็นไปได้มีแนวโน้มความเป็นไปได้การดำเนินการให้บรรลุผลตามเป้าหมาย

คำสำคัญ กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน

ABSTRACT

The objectives of the Development of Creative Economy Strategy and Handcraft Community Product are 1) to analyze the factors and directions conducting creative economy strategy and handicraft community product 2) to develop the creative economy strategy and handicraft community product and 3) to evaluate the efficiency of using the creative economy strategy and hand craft community product. To develop the strategy, the researcher collected data to analyze the environment of production group both internal environment through focus group and external environment by operated meeting. After that, the researcher drafted participative strategy which comprises vision, mission, aim, strategy and indicator and demonstrated to find out the efficiency from evaluation in aspects of benefit, appropriateness, accurateness and possibility. The research result found that the factors and directions conducting the strategy of the creative economy group consists of the brand logo which specifies the identity of place which is Nakhon Si Thammarat Mahathat Pagoda, Si Hing Buddha Statue, Na Mo Symbol, the quality of products emphasizing the outstanding of production skill and the design transferred from the ancestors, the packaging emphasizing value supporting each products, the materials divided by products; silk, polyester, silver and gold thread, etc. which used for generating the product price as well, the product figure relates to Buddha story and registration for the world heritage of the Nakhon Si Thammarat Mahathat Pagoda such as the clothes for paying respect to monks, the story of the past communicating in products of packaging. To evaluate the efficiency in the aspect of benefit, the production group gave opinion that the strategy of communication among members is most advantage, the process appropriateness is difficult in the aspect of coordinating the external persons. The group reduces the process and connects clearly the network. For the accurateness aspect, it is accurate related to the present situation. If there is continuous situation analyzing, there will be adapting and changing of the strategy and the possible aspect, it tends to be possible to achieve the aim.

KEYWORDS : Creative Economy , Handcraft, Community Product

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (2555 – 2559) มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงตามบริบทที่ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจยุคใหม่ที่เน้นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิต การมีส่วนร่วมในภาคประชาชนส่งผลให้เกิดทางเลือกเศรษฐกิจยุคใหม่เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative economy) สินค้าและบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวขับเคลื่อน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ , 2554) นโยบายพัฒนาปัจจัยแวดล้อมและธุรกิจสร้างสรรค์ได้มีการกระตุ้นการลงทุนจากต่างประเทศเพื่อร่วมทุนในการพัฒนาสินค้าเชิงสร้างสรรค์ มีการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนาเป็นเมืองฐานความรู้และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การส่งเสริมแหล่งเรียนรู้และพื้นที่สาธารณะเพื่อสร้างเวทีนักคิดและนักสร้างสรรค์ การพัฒนาทักษะความรู้ผู้ประกอบการและบุคลากรในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ อีกทั้งมีการ

ส่งเสริมการศึกษาการวิจัยและพัฒนาเชิงลึกในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนวัฒนธรรม เพื่อประยุกต์ใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นพัฒนาสินค้าสร้างสรรค์ด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรมสมัยใหม่สอดคล้องกับบริบทชุมชนอีกทั้งสร้างความได้เปรียบจากเอกลักษณ์วัฒนธรรมและความเป็นไทย (อาคม เติมพิทยาไพสิฐ , 2554 , 19)

ในบริบทของสภาพสังคมและเศรษฐกิจชุมชนของประเทศไทยนั้นยังมีปัจจัยหลายอย่างที่เป็นอุปสรรคการขับเคลื่อนทุนความคิดด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เห็นได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวเนื่องกับผลิตภัณฑ์ชุมชนอาทิเช่น งานวิจัยเรื่องสภาพปัจจุบันปัญหาและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้าน : กรณีศึกษากลุ่มสตรีทอผ้าบ้านก้างปลา ตำบลชัยพฤกษ์ อำเภอเมือง จังหวัดเลย (จารุพร มีทรัพย์ทอง , 2550) การศึกษาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านงานจักสานไม้ไผ่เพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง (อนุชิต กุลมาลา , 2552) ผ้าทอลาวครั่ง : การอนุรักษ์ ฟื้นฟูและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอในวิถีชีวิต (รุจี ศรีสมบัติ , 2553) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมหางกระรอก (อ้อยทิพย์ เกตุเอม สมโพธิ์ สุตโรจประจักษ์และสุนีรัตน์ สุดโรจตประจักษ์ , 2550) ผลการวิจัยโดยสรุปพบว่า ต้องการพัฒนากระบวนการผลิตที่มีวิทยากรมาอบรมวิธีออกแบบสีสัน รูปแบบและดีไซน์ใหม่ โดยนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามาประยุกต์กับลวดลายผ้า ควรเน้นลายและรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นตามแบบบรรพบุรุษดั่งเดิมแต่เน้นประโยชน์ใช้สอยหลายอย่าง การใช้เส้นไหมบ้าน ย้อมสีธรรมชาติ และทอมือตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง การปลูกฝังค่านิยมคุณค่าทางวัฒนธรรม พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ในเรื่องรูปแบบ จัดระบบเครือข่าย จัดหลักสูตรท้องถิ่น การพัฒนาเครื่องมือเครื่องใช้และให้ภาครัฐมาช่วยด้านการตลาด สนับสนุนด้านบรรจุภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์และจำหน่ายผลิตภัณฑ์

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

ปัจจุบันการนำกลยุทธ์เข้ามาใช้ในการดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จจำเป็นต้องมีการดำเนินการที่เหมาะสมเพื่อไม่ให้เกิดช่องว่างระหว่างกลยุทธ์การตอบสนองปัจจุบันกับกลยุทธ์และการตอบสนองที่ควรเป็นในอนาคต ตามแนวคิดของ (Ansoff , 2005) แนวคิดกลยุทธ์น่านน้ำ สีคราม เป็นการขจัดและลดองค์ประกอบที่ไม่สำคัญให้เป็นไปตามมาตรฐานที่ยอมรับได้ องค์ประกอบใดควรยกให้สูงกว่ามาตรฐานและที่ไม่เคยนำเสนอเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ลูกค้า (W. Chan Kim & Renee Mauborgne , 2550) แนวคิดกลยุทธ์น่านน้ำสีขาวเป็นการบริหารแบบองค์รวมซึ่งครอบคลุมวิสัยทัศน์ นโยบาย พันธกิจ มีแนวคิดให้องค์กรสร้างผลเชิงบวกต่อสังคมส่วนรวม ตั้งเป้าหมายระยะยาว การแสวงหาจุดสมดุลระหว่าง บุคลากร ทรัพยากร กำไรและความมุ่งมั่นเป็นการมองภาพกว้างของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรวมถึงสังคมชุมชน การมองสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติเป็นส่วนรวมการมุ่งเน้นกำไรของสังคมบนพื้นฐานคุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์ การสร้างบุคลากรให้มีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม (ดนัย จันทร์เจ้าฉาย , 2550)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวคิดการขับเคลื่อนบนพื้นฐานการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งานและการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรมการสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยได้จัดรูปแบบอย่าง UNCTAD เป็นกรอบและปรับเพิ่มเติมกำหนดเพื่อประโยชน์ในการวัดขนาดทางเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและบริการสร้างสรรค์ของไทย แบ่งเป็น 4 กลุ่มหลัก 15 กลุ่มย่อยประกอบด้วย กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติได้แก่ งานฝีมือและหัตถกรรม อาหารไทย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การแพทย์แผนไทย กลุ่มศิลปะประกอบด้วย ศิลปะการแสดง ทัศนศิลป์ กลุ่มสื่อประกอบด้วยภาพยนตร์และวีดีทัศน์ การพิมพ์ การกระจายเสียง ดนตรี กลุ่มงานสร้างสรรค์

และออกแบบประกอบด้วยการออกแบบ สถาปัตยกรรม ซอฟต์แวร์ แฟชั่น โฆษณา (กรมทรัพย์สินทางปัญญา , 2554)

การกำหนดกลยุทธ์ 6 ขั้นตอน ขั้นตอนที่ 1 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกพิจารณาโอกาสและอุปสรรค ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในพิจารณาจุดแข็งและจุดอ่อน ขั้นตอนที่ 2 จับคู่ปัจจัยเนื้อหาใช้เป็นทางเลือกกำหนดกลยุทธ์โดยให้เปรียบเทียบแต่ละปัจจัยว่าระดับความแรงเป็นเช่นใด การเลือกเพื่อกำหนดกลยุทธ์ต้องพิจารณาอย่างเหมาะสมจากการวิเคราะห์ลักษณะและผ่านกระบวนการแยกสถานการณ์ทั้งภายนอกและภายในในรูป SWOT Analysis เครื่องมือในการสร้างทางเลือกกลยุทธ์ใช้ แมททริกซ์ทาวซ์ ขั้นตอนที่ 3 การสร้างทางเลือกกำหนดกลยุทธ์ใช้ TOWS Matrix ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อระบุปัจจัยพิจารณาเพื่อนำไปใช้เปรียบเทียบปัจจัยภายในที่สำคัญที่สุด 3 อันดับ ระบุปัจจัยภายนอกที่สำคัญที่สุด 3 อันดับ จับคู่ปัจจัยเพื่อนำไปใช้ในการสร้างและกำหนดทางเลือกกลยุทธ์ จับคู่จุดแข็งและโอกาส จับคู่จุดอ่อนและโอกาส จับคู่จุดแข็งและอุปสรรค จับคู่จุดอ่อนและอุปสรรค เพื่อสร้างทางเลือกในการกำหนดกลยุทธ์ ขั้นตอนที่ 5 เมื่อนำปัจจัยต่าง ๆ มาจับคู่จะได้แนวคิดในการกำหนดกลยุทธ์นำมาใช้ทั้งหมดหรือบางส่วน ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ทางเลือกกลยุทธ์มีหลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์ได้กลยุทธ์ เลิกราหาแผนใหม่ ตั้งรับปรับตัว รั้งรอขอจังหวะ และเร่งรุกบุกเร็ว (เอกชัย บุญยาทิษฐาน , 2553) เครื่องมือการประเมินกลยุทธ์ตามเกณฑ์ 4 ด้านได้แก่ ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความสอดคล้องและความเป็นประโยชน์ (ศิริชัย กาญจนวาสี , 2550)

กรอบแนวคิดการวิจัยสรุปได้ในแผนภาพดังนี้

-หลักการ แนวคิด ทฤษฎีการจัดการกลยุทธ์
-แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์
-แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
-แนวคิดงานฝีมือและหัตถกรรม
-แนวคิดผลิตภัณฑ์ชุมชน
-หลักการ แนวคิด ทฤษฎีการประเมิน

การพัฒนากลยุทธ์ (รัตนะ บัวสนธ์ , 2556)

- วิเคราะห์องค์ประกอบและแนวทางดำเนินกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ 1.วิเคราะห์เอกสาร 2. ศึกษาเชิงสำรวจ 3. ยกร่างกลยุทธ์
- พัฒนาร่างกลยุทธ์ 1. สัมภาษณ์เชิงลึก 2. เวทีเสวนาพัฒนากลยุทธ์ผลิตภัณฑ์
- ทดลองใช้กลยุทธ์ 1. สนทนากลุ่ม 2. ประชุมระดมสมอง 3.นำกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ 4. ประเมินผลกลยุทธ์
- นำกลยุทธ์ใช้จริง 1.สนทนากลุ่ม 2. ประชุมระดมสมอง 3.นำกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ 4. ประเมินผลกลยุทธ์
- เผยแพร่กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุงแล้ว เอกสารการพัฒนากลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน

กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ ตัวชี้วัด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบและแนวทางดำเนินกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน

2. เพื่อพัฒนากลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน

3. เพื่อประเมินประสิทธิผลการใช้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน

วิธีการดำเนินวิจัย

1. วิเคราะห์องค์ประกอบและแนวทางดำเนินการกลุ่มเศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยใช้การวิเคราะห์เอกสาร ศึกษาเชิงสำรวจและประชุมเชิงปฏิบัติการ

2. การพัฒนากลยุทธ์โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการจัดเสวนาพัฒนาร่างกลยุทธ์

3. ทดลองใช้กลยุทธ์โดยจัดสนทนากลุ่ม จัดประชุมระดมสมอง นำกลยุทธ์สู่การปฏิบัติและประเมินผล

4. การใช้กลยุทธ์กับกลุ่มผู้เข้าร่วมให้ข้อมูลโดยใช้การจัดสนทนากลุ่ม จัดประชุมระดมสมองนำกลยุทธ์สู่การปฏิบัติและประเมินผล

5. การเผยแพร่กลยุทธ์ให้กลุ่มผลิตและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยจัดทำรูปแบบเอกสารพัฒนากลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่าองค์ประกอบและแนวทางดำเนินกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นมีวิธีดำเนินการโดยใช้การวิเคราะห์สถานการณ์ภายในและภายนอกกลุ่มให้ได้จุดอ่อนประกอบด้วย ไม่มีการบอกเล่าเรื่องราวในผลิตภัณฑ์ การทอใช้ระยะเวลานานและไม่มีตราสัญลักษณ์ จุดแข็งประกอบด้วย ทนทานสีไม่ตก คุณภาพมีเอกลักษณ์และมีความโดดเด่นเรื่องลายผ้า โอกาสประกอบด้วย แนวโน้มมรดกโลก ความต้องการบอกเล่าเรื่องรายและ การสืบทอดศิลปวัฒนธรรม อุปสรรค ข้อจำกัดด้านการตลาด มีผลิตภัณฑ์ทดแทน ความสะดวกรวดเร็วในการแต่งกาย กำหนดกลยุทธ์ดังนี้

วิสัยทัศน์ กลุ่มเศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน ต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากผ้ายกเมืองนครเพื่อนำภูมิปัญญาจากท้องถิ่นสู่การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ภายในปี 2557

พันธะกิจ 1) มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างมีส่วนร่วมจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม 2) สร้างตราสัญลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่กลุ่ม 3) นำคุณสมบัติที่โดดเด่นของผลิตภัณฑ์มาสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่า 4) ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์รวมถึงการบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ผ่านบรรจุภัณฑ์ 5) วัสดุที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่สื่อถึงความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น 6) ผลิตภัณฑ์ต้องมีรูปทรงที่ตอบสนองความคาดหวังของผู้บริโภค 7) สร้างผลิตภัณฑ์จากเรื่องราวความเป็นมาในอดีตให้ผู้ใช้เกิดความภาคภูมิใจในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น

เป้าหมาย กลยุทธ์และตัวชี้วัดในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยรวมและการกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ แสดงได้ดังตารางต่อไปนี้

เป้าหมาย	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด
การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยรวม	1.สนับสนุนให้มีการจัดทำแผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์โดยมีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ แผนกลยุทธ์ที่เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มและเครือข่ายรวมถึงให้มีการบูรณาการร่วมกันระหว่างกลุ่มผลิต บุคลากรภาครัฐ นักวิชาการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1. มีวิสัยทัศน์ พันธกิจและแผนกลยุทธ์ของกลุ่ม 2. ร้อยละของบุคลากรและผู้เกี่ยวข้องที่เข้าร่วมพัฒนา กลยุทธ์ 3. ร้อยละความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมในการพัฒนากลยุทธ์ผลิตภัณฑ์
	2.ส่งเสริมให้มีการวางแผนการดำเนินการอย่างเป็นระบบ	1. มีแผนกลยุทธ์ของกลุ่มที่เกิดจากการมีส่วนร่วม 2. ร้อยละความพึงพอใจของการมีส่วนรวมในการพัฒนา กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์
	3. จัดให้มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกเพื่อมีข้อมูลที่เป็นจุดอ่อน จุดแข็ง ของกลุ่มผลิต	1.มีการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของกลุ่ม 2. มีการนำผลการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งไปพัฒนาผลิตภัณฑ์
	4.ส่งเสริมให้มีการนำผลการประเมินมาพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม	1. มีการประเมินผลผลิตภัณฑ์ที่ทำการพัฒนา ปรับปรุงและแก้ไข 2. ร้อยละของความพึงพอใจของสมาชิกกลุ่มและผู้เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
การกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์	1. มีผลิตภัณฑ์ที่เน้นกิจกรรมทางศาสนา มีความทนทาน สีไม่ตก และเป็นงานฝีมือที่มีอัตลักษณ์	1. มีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับศาสนา 2. มีนักออกแบบผลิตภัณฑ์มาร่วมนำเสนอแนวคิดผลิตภัณฑ์งานฝีมือที่มีอัตลักษณ์
	2. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเรื่องราวความเป็นมาจากงานฝีมือชั้นสูงจากภูมิปัญญาบรรพบุรุษในลวดลายผ้า	1. มีผลิตภัณฑ์ที่มีประวัติความเป็นมาในอดีตด้านภูมิปัญญาและลวดลายผ้า

จากผลการทดลองดำเนินงานตามกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์โดยใช้กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยรวมและการกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นผ้ากราบพระที่มีตราสัญลักษณ์ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ตามกลยุทธ์ที่ได้กำหนดจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ การประเมินผลกลยุทธ์ด้านความเป็นประโยชน์มีผลอยู่ในเกณฑ์ดี ด้านความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์พอใช้เนื่องจากกระบวนการมีความซับซ้อน ด้านความถูกต้องอยู่ในเกณฑ์ดีเนื่องจากมีขั้นตอนที่กลั่นกรองมาจากสภาพการดำเนินงานจริงและผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์และด้านความเป็นไปได้อยู่ในเกณฑ์ดีหากมีการดำเนินการอย่างมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย

อภิปรายผล

จากการกำหนดกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนตามขั้นตอนนั้นต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องซึ่งต้องอาศัยความเข้าใจกระบวนการของผู้นำและสมาชิกในกลุ่มผลิตเพื่อให้การดำเนินการนั้นบรรลุเป้าหมายคือการกำหนดกลยุทธ์แบบมีส่วนร่วมต้องมีการระบุการจัดทำไว้ในแผนดำเนินการซึ่งอาจขอคำแนะนำจากบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐหรือนักวิชาการช่วยในการจัดทำเมื่อได้กลยุทธ์ในแต่ละช่วงเวลาแล้วต้องมีการดำเนินการให้เป็นรูปธรรมตามกลยุทธ์โดยความร่วมมือของทุกภาคส่วนรวมถึงการประเมินผลกลยุทธ์ที่นำมาใช้ในส่วนแผนดำเนินงานและความพึงพอใจผู้เข้าร่วมกำหนดแผนกลยุทธ์ด้านกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผู้ที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะผู้บริโภค หรือกลุ่มลูกค้าทั้งในการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ซึ่งต้องมีการใช้หลักการตลาดเข้ามาสนับสนุนแนวคิด ในการประเมินผลกลยุทธ์นั้นด้านความเป็นประโยชน์ ด้านความเหมาะสม ด้านความถูกต้องและด้านความเป็นไปได้อาจต้องพิจารณาปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องได้ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการใช้กลยุทธ์ของกลุ่ม ผู้ประกอบการที่ต้องนำผลจากกลยุทธ์ของกลุ่มไปจัดจำหน่ายหรือผู้บริโภคที่ต้องใช้ผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ

1. ควรได้นำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์กับกลุ่มเศรษฐกิจสร้างสรรค์งานฝีมือและหัตถกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน อาจมีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับบริบทของแต่ละกลุ่มในพื้นที่ที่ต้องการศึกษาและควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าทางด้านการตลาดและการนำผลการพัฒนาไปใช้กำหนดเป็นนโยบายสนับสนุนกลุ่มเพื่อให้เกิดผลสำเร็จ

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนกิจกรรมของกลุ่มอย่างจริงจังและต่อเนื่องเพื่อให้กลุ่มมีความเข้มแข็งโดยใช้การแบบมีส่วนร่วมจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่ายและมีโอกาสประสบสำเร็จได้มากยิ่งขึ้น

3. ควรได้มีการดำเนินการพัฒนากลุ่มควบคู่ไปกับกิจกรรมอื่น อาทิเช่น การจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ การดำเนินกิจกรรมตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง การดำเนินการด้านสื่อสารการตลาด เป็นต้น เพื่อให้เกิดการส่งเสริมกิจกรรมต่าง ๆ ในกลุ่มได้อย่างเข้มแข็งยิ่งขึ้น

4. หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนในเชิงบวกแก่กลุ่มที่ประสบผลสำเร็จในการพัฒนา อาทิเช่น การให้รางวัลแก่กลุ่ม การจัดสรรงบประมาณสนับสนุน หรือการจัดเครือข่ายการเรียนรู้ร่วมกันของแต่ละกลุ่มเพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างกัน

รายการอ้างอิง

จารุพร มีทรัพย์ทอง . 2550 . **สภาพปัญหาและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้าน : กรณีศึกษากลุ่มสตรีทอผ้าบ้านก้างปลา ตำบลชัยพฤกษ์ อำเภอเมือง จังหวัดเลย** . วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย .

ณรงค์ชัย อัครเศรณี . 2553 . **กระตุกต่อมคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์** . กรุงเทพ ฯ : สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) -สบร .

ดนัย จันทร์เจ้าฉาย . 2555 **. กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว White Ocean Strategy** . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี .

รัตนะ บัวสนธ์ . 2556 **. การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา** . พิษณุโลก : สำนักพิมพ์ บั๊วกราฟฟิค .

รุจี ศรีสมบัติ. 2553. **ผ้าทอลาววครั่ง : การอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอในวิถีชีวิต**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต .

ศิริชัย กาญจนวาสี. 2550 . **ทฤษฎีการประเมิน** . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย .

สุพรรณ สมไทย นิตยา หอมหวานและปรัฐกาญจน์ เสื่อมผิว . 2550 . **การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านโดยแนวคิดจากวัฒนธรรมชาวไทยทรงดำ** . งานวิจัย .

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2556) . **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่11** . [Online] . http://www.nesdb.go.th , [2556 , มีนาคม 22] .

อาคม เติมพิทยาไพสิฐ. 2554. **เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย** . เอกสารประกอบการประชุมผู้บริหารระดับสูง กระทรวงวัฒนธรรม , กรุงเทพฯ .

อ้อยทิพย์ เกตุเอม สมโพธิ์ สุตโรจประจักษ์และสุนีรัตน์ สุตโรจตประจักษ์. 2550. **การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมหางกระรอก** . งานวิจัย .

เอกชัย บุญยาทิษฐาน. 2553. **คู่มือ SWOT อย่างมืออาชีพ** . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ปัญญาชน .

Ansoff ' s. 2005. **การบริหารเชิงกลยุทธ์ตามตัวแบบ แอนซอฟ แปลจาก The Ansoff ' s Model of strategic Management** โดย สิริวุฒิ บูรณพิร .

Philip Kotler & Kevin lane Keller. 2012. **Marketing Management** : Eleventh Edition . United States of America : Courier / Kendallville .

W. Chan Kim & Renee Mauborgne. 2550. **กลยุทธ์น่านน้ำสีคราม แปลจาก Blue Ocean Strategy** โดย ศิริวรรณ . กรุงเทพฯ : บริษัทเนชั่นบุ๊คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด .

การพัฒนาความร่วมมือของชุมชนในการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน: กรณีศึกษาต้นแบบชุมชนวัดไตรมิตรวิทยาราม

THE DEVELOPMENT OF COMMUNITY COOPERATION IN PREPERATION FOR ASEAN ECONOMIC COMMUNITY : THE PILOT STUDY OF WAT TRIMITWITTAYARAM COMMUNITY

เสาวภา ไพทยวัฒน์

รองศาสตราจารย์ สาขาวิชาการจัดการทางวัฒนธรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Email : Saowapa9phi@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษารูปแบบความร่วมมือระหว่างองค์กรหลัก 3 องค์กร ประกอบด้วย บ้าน(บ) วัด (ว) ร (โรงเรียน) หรือส่วนราชการอื่นๆ เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลในการดำเนินงานตามความร่วมมือของ บ-ว-ร สามารถตอบสนองนโยบายการเปิดพื้นที่สู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและแบบไม่มีโครงสร้าง การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและแบบไม่มีส่วนร่วม การสนทนากลุ่มผู้ที่วางแผนการดำเนินงาน ผู้ปฏิบัติงาน ผู้รับบริการทั้งในสถานศึกษาและชุมชน

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบในการพัฒนา บ้าน(บ) ว(วัด) ร(โรงเรียน) รวมถึงส่วนราชการต่างๆ ในพื้นที่มาทำงานร่วมกัน รูปแบบดังกล่าวนี้สามารถดำเนินการได้ในชุมชนยุคปัจจุบัน โดยมีปัจจัยสนับสนุน อาทิ ด้านงบประมาณ ด้านการวางแผน ด้านการจัดกิจกรรมที่สัมพันธ์กับชุมชน ด้านความต้องของชุมชน และผลที่ปรากฏกับชุมชน ในการดำเนินงานทุกขั้นตอนทั้งผู้กำหนดแผนงานและผู้ปฏิบัติงานได้ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมประสาน และร่วมประชาสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนจะส่งเสริมการทำงานให้ประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

การศึกษาเพื่อเป็นต้นแบบนำร่อง ในขณะนี้ยังมิได้ทำการประเมินผลโดยใช้ตัวชี้วัดตามแบบของการประเมินโครงการ ในเรื่องนี้สมควรจัดให้มีการกำหนดตัวชี้วัดการดำเนินงานของโครงการนี้ นอกจากนี้สถานศึกษาทั้งสี่ภูมิภาคในโครงการชุมชนต้นแบบสมควรจัดให้มีการแลกเปลี่ยนด้านการจัดการความรู้ของผู้ปฏิบัติและผู้วางแผนและนำบทเรียนที่ได้รับจากการจัดการความรู้มาใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานในลักษณะนี้ให้กับชุมชนอื่นๆ ทั้งนี้เพื่อเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ความเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนก่อนปี พ.ศ.2558

คำสำคัญ : การพัฒนาความร่วมมือชุมชนต้นแบบ การเตรียมความพร้อม ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ABSTRACT

The purposes of this research are :

1. To study the cooperation of three sections: House (H) Temple (T) School (S) or government offices which are ready to ASEAN.

2. To study the factors affecting the co operation of H-T-S for responding the government policy on ASEAN.

This research is a quality research. The interviews are with structure and without structure. Participant observation and non-participant observation are used. Focus group discussion is operated by executors and cooperators in school and in community.

The results of the research are as follows the models of development, House (H), Temple (T), School (S) and government official departments, cooperate. The models can be used in a present community which supported by budget, plan, activities in the community, the need of community and the result in the community. Upon the process, executors and cooperators can work think do, and publicize together. Every section cooperates, which successfully promotes their work and follows their objectives.

The pilot study which is being used is not evaluated by indicator. In addition, it should have the knowledge management of executors and planners. The lessons of the knowledge management should be used for other communities in order to prepare to be part of ASEAN before 2015.

KEY WORDS: The Development of Community Cooperation Preperation, ASEAN Economic Community

1. บทนำ

การรวมประเทศต่างๆในภูมิภาคอาเซียนในปี 2558 เป็นเรื่องที่ท้าทายกับอนาคตของประเทศไทยในทุกมิติ ขณะนี้ทุกองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนมีความตื่นตัวเพื่อเตรียมความพร้อมการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสำหรับทางด้านการศึกษาโดยเฉพาะการพัฒนาศักยภาพเยาวชนไทยให้เป็นพลเมืองของอาเซียน เป็นเรื่องที่มีความสำคัญยิ่ง ในเรื่องนี้มูลนิธิร่มฉัตรและสำนักส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพของเยาวชน ได้นำการบริหารเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน บ-ว-ร โดยการบูรณาการการทำงานร่วมกันในการพัฒนาการศึกษาของ 3 องค์กรหลัก ได้แก่ บ้านหรือชุมชน วัด ซึ่งเป็นศาสนสถานของชุมชนและโรงเรียนร่วมกับส่วนราชการของชุมชน ได้มาทำงานร่วมกันในการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนภายใต้โครงการพัฒนาต้นแบบชุมชนสาธิต พื้นที่ชุมชนวัดไตรมิตรวิทยารามและใช้ชื่อเรียกโครงการนี้ว่า โครงการไตรมิตรโมเดลในปี พ.ศ.2555 โครงการดังกล่าวประสบความสำเร็จในการทำงานโดยมีกิจกรรมหลักด้านการผลิตสื่อ การสอนภาษาอาเซียน (ภาษาพม่า) การจัดห้องเรียนเพื่อเป็นศูนย์การเรียนรู้สังคมและวัฒนธรรมอาเซียน ให้กับนักเรียน ประชาชนในพื้นที่ได้เข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้โดยมีเยาวชนนักเรียน โรงเรียนมหาวีรานุวัตรซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ของวัดไตรมิตรวิทยาราม มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาพม่าในพื้นที่รายรอบ การแข่งขันความรู้อาเซียนในโครงการเพชรยอดมงกุฎ ซึ่งมูลนิธิร่มฉัตรดำเนินการจัดการแข่งขัน ณ โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย เมื่อวันที่ 27-28

กรกฎาคม 2556 ส่งผลให้มีเยาวชนในสถานศึกษาทั่วประเทศเข้าร่วมการแข่งขันกว่า 4000 คนความสำเร็จของการดำเนินงานของไตรมิตรโมเดลได้ขยายผลไปยังพื้นที่ชายขอบ 4 ภูมิภาค

1. โรงเรียนบ้านน้ำกระจาย อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
2. โรงเรียนบ้านแม่จัน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย
3. โรงเรียนเทศบาล 2 อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี
4. โรงเรียนเอกชัย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

สถานศึกษาทั้ง 4 ภูมิภาคเป็นศูนย์กลางของชุมชนในการบูรณาการการดำเนินงาน การเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยใช้รูปแบบของ บ-ว-ร และปรับเปลี่ยนการอบรมภาษาอาเซียนตามสภาพและบริบทของพื้นที่ ตลอดปี 2556 ที่พื้นที่ชายขอบ 4 ภูมิภาคได้ดำเนินการไปแล้วได้พบความสำเร็จในการกระตุ้นให้นักเรียนและคนในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในประเทศเพื่อนบ้านพร้อมทั้งการพัฒนาเยาชนและประชาชนในพื้นที่ให้รับรู้การเป็นพลเมืองอาเซียนเพื่อการอยู่ร่วมกันตามเจตนารมณ์ของการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จากความสำคัญที่มูลนิธิร่มฉัตรซึ่งเป็นมูลนิธิที่พระธรรมภาวนาวิกรม ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดไตรมิตรวิทยาราม องค์ประธานมูลนิธิได้จัดการแข่งขันความรู้ในสาขาวิชาต่างๆรวม 16 ปี ปัจจุบันนี้ได้จัดการแข่งขันเพชรยอดมงกุฎรวม 13 รายวิชา ผลสำเร็จจากการดำเนินงานโดยใช้รูปแบบ บ-ว-ร ในโครงการพัฒนาต้นแบบชุมชนสาธิตของชุมชนวัดไตรมิตรวิทยารามและการขยายผลโครงการนี้ไปยังพื้นที่ชายขอบ 4 ภูมิภาคเป็นเรื่องที่น่าสนใจจึงเป็นที่มาของการศึกษาการพัฒนาความร่วมมือของชุมชนต้นแบบในการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน : กรณีศึกษาชุมชนวัดไตรมิตรวิทยาราม

2. กรอบแนวคิดและทฤษฎี

ในการศึกษาเรื่องนี้ได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีเพื่อใช้ในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดการคงอยู่ของชุมชน ในทรรศนะของสังคมเอเชียและสังคมตะวันตกมีมุมมองต่อแนวคิดนี้กล่าวคือ สังคมของเอเชียจะให้ความสำคัญของชุมชนด้านตัวบุคคลและความรู้สึกร่วมของคนในชุมชน (ม.ร.ว.อคิน รพีพัฒน์ และคณะ 2544 : 50-53) ในขณะที่ความคิดของสังคมตะวันตกได้ให้ความสำคัญของชุมชนเป็นพื้นที่ที่มิได้จำกัดขอบเขตของวัฒนธรรม (Warren and Lyon 1983 : 7-11)

2. แนวคิดของชุมชนกับทฤษฎีการเป็นสมัยใหม่ ตามข้อเสนอของศาตราจารย์ ดร.ฉัตรทิพย์ นาถสุภา ซึ่งมองเห็นจุดอ่อนในยุคการรับวัฒนธรรมตะวันตกตั้งแต่สมัยราชการที่ 5 จนถึงสมัยหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ประเทศไทยในส่วนกลางจะรับวัฒนธรรมตะวันตกในทุกมิติโดยอำนาจรัฐจากส่วนกลางเข้าครอบคลุมรากฐานทางสังคมและเศรษฐกิจตามแผนพัฒนาประเทศโดยที่รัฐมิได้วางรากฐานทางสังคมและเศรษฐกิจของชุมชนให้เจริญเติบโตทางโครงสร้างของตนเอง

3. แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่นนิยมและสากลนิยมตามแนวคิดของโรเบิร์ต เค เมอร์ตัน (Merton 1968 : 13-22) แนวคิดนี้มองว่ากลุ่มท้องถิ่นนิยมจะให้ความสำคัญในการอนุรักษ์กิจกรรมภายในชุมชนสำหรับกลุ่มคนที่เป็นกลุ่มสากลนิยมจะให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงในสภาพปัจจุบันโดยขาดการเชื่อมโยงกับความเป็นอดีตของชุมชน

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบ ความร่วมมือระหว่างองค์กรหลัก 3 องค์กร ประกอบด้วยการดำเนินงานร่วมกันระหว่าง บ้าน วัด โรงเรียน และราชการ ในการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

2. เพื่อศึกษาปัจจัยร่วมที่ส่งผลการดำเนินงานในรูปแบบความร่วมมือ บ้าน วัด โรงเรียน และราชการ ที่สามารถตอบสนองนโยบายการเปิดพื้นที่สู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

4. วิธีการดำเนินวิจัย

ในการศึกษาเรื่องนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ร่วมกับเชิงปริมาณตามลำดับ ดังนี้

1. การสำรวจด้านกายภาพของพื้นที่เยาวราช และสภาพที่ปรากฏในอดีตมาจนถึงปัจจุบัน
2. การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและแบบไม่มีส่วนร่วม
3.การสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลที่เป็นแกนนำจากมูลนิธิร่มฉัตร 3 ท่านและผู้มีส่วนได้เสียอีก 20 ท่าน
4. การสนทนากลุ่มผู้รับอบรมภาษาพม่าในพื้นที่และนักเรียนยุวทูต โรงเรียนมหาวีรานุวัตร
5. การสัมภาษณ์ผู้ประกอบอาชีพในเยาวราช 10 คน 10 อาชีพ
6. การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในพื้นที่เยาวราช 60 คน

5. สรุปผลการวิจัย

1. ด้านรูปแบบการบริหาร บ-ว-ร ซึ่งมูลนิธิร่มฉัตร นำมาใช้เป็นพื้นฐานในการดำเนินงานพบว่าเป็นรูปแบบที่สามารถ นำมาใช้ในการบริหารและการพัฒนาอย่างยั่งยืนในประเทศไทยได้ ในยุคปัจจุบันเนื่องจากมีความสัมพันธ์กับรากฐานของวัฒนธรรมไทย ดังความเห็นของผู้ที่มีประสบการณ์ตรงกับการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาการศึกษาได้ให้ความเห็นโดยสรุปดังนี้

พระธรรมภาวนาวิกรม ประธานมูลนิธิร่มฉัตร กล่าวถึง

รูปแบบ บ-ว-ร เป็นรูปแบบในการบริหารเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องกับรากฐานทางวัฒนธรรมไทยในลักษณะการพึ่งพาซึ่งกันและกัน ดังที่พระธรรมภาวนาวิกรม ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดไตรมิตรและประธานมูลนิธิร่มฉัตรท่านได้กล่าวในการประชาสัมพันธ์โครงการต้นแบบสาธิตชุมชนไตรมิตรวิทยารามวรวิหารในการเตรียมพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2555 ณ หอประชุมใต้มณฑปวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร และการให้สัมภาษณ์กับสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ ในการเปิดโครงการและการขยายผลโครงการไปยังพื้นที่ 4 ภูมิภาค ท่านได้กล่าวเป็นใจความสำคัญว่า “บ้าน วัด และโรงเรียนเป็นทุนทางสังคมของการจัดการศึกษาไทยที่มิได้ลอกเลียนปรัชญาการศึกษาของชาติตะวันตก การพึ่งพาต่อกันจัดเป็นพลังบุญและพลังขับเคลื่อนให้สังคมไทยดำรงความผาสุก คำว่า บ-ว-ร เมื่อรวมความหมายแปลว่า ประเสริฐยิ่งอย่างยั่งยืน องค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบันทรงนำเป็นหลักการในการบริหารเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” (คำสัมภาษณ์พระธรรมภาวนาวิกรม วันที่ 7 สิงหาคม 2556 ณ โรงเรียนแม่จัน จังหวัดเชียงราย และวันที่ 13 สิงหาคม 2556 ณ โรงเรียนเทศบาล 2 พิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี)

นายแพทย์ศุภกร บัวสาย ผู้จัดการสำนักส่งเสริมสังคมแหล่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน (สสค.) วันที่ 26 สิงหาคม 2556 ณ โรงแรมริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ ในการสัมมนารสรุปผลการดำเนินงานของโครงการพัฒนาสาธิตชุมชนต้นแบบและการขยายผลไปยังพื้นที่ 4 ภูมิภาค กล่าวถึงรูปแบบ บ-ว-ร

การดำเนินงานโดยนำรูปแบบ บ-ว-ร มาใช้เป็นหลักในการบริหารงานในสังคมเมืองย่อมจัดทำได้เช่นกัน การใช้รูปแบบ บ-ว-ร หรือไตรมิตรโมเดลดำเนินการโดยมีเป้าหมายการพัฒนาการเตรียมความพร้อมสู่ความเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นเรื่องที่มีความสำคัญในระดับนโยบายของรัฐบาล รูปแบบ บ-ว-ร เป็นรูปแบบที่ให้ชุมชน วัดและโรงเรียนต่างได้ถอยหลังเพื่อมาอยู่ร่วมกันโดยใช้วัฒนธรรมเป็นฐาน การพูดเรื่องอาเซียนในรายละเอียดนั้นเป็นเรื่องที่นักเรียนจะเข้าใจยากและยังไกลตัว แต่การจัดกิจกรรมการสอนภาษาและวัฒนธรรม การสอนภาษาเพื่อการสื่อสารซึ่งมิใช่เป็นการสอนอยู่ในห้องเรียน การนำร่องโดยใช้วัฒนธรรมเป็นการสื่อความหมายนับเป็นการเปิดพื้นที่ทางสังคมให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการประเมินตนเองพร้อมการวิพากษ์วิจารณ์ในด้านผลกระทบที่เกิดกับชุมชนและผู้ที่ได้รับผลกระทบกับการเปิดประเทศสู่ความเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ.2558 นักเรียนในสถานศึกษาและคนในชุมชนจะได้รับผลกระทบโดยตรง หลักจากโครงการนี้ ได้จุดประกายขึ้นในพื้นที่เยาวราช โดยใช้หลักการพัฒนาแบบยั่งยืน บ-ว-ร ความคาดหวังที่จะปรากฏเป็นรูปธรรมและเป็นประโยชน์กับการจัดการศึกษา กล่าวได้ว่า

1.1 การดำเนินงานที่จะส่งผลกับนักเรียน ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนจะต้องกลับมาทบทวนโดยการระดมความคิดก่อนการลงมือปฏิบัติ

1.2 เมื่อผู้คนในชุมชนได้รับแรงกระตุ้นและมองเห็นว่าเรื่องความเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นเรื่องใกล้ตัว นอกจากนี้วิถีชีวิตของคนในพื้นที่ต้องได้รับการปฏิสัมพันธ์ในการพึ่งพาอาศัยต่อกัน แม้จะเป็นไปในรูปแบบของนายจ้างกับลูกจ้างชาวพม่า แต่ในพื้นที่เยาวราชได้จัดการสอนภาษาพม่าก่อนเขตอื่นๆในกรุงเทพฯ การได้รู้จักผ่านการสื่อสารในภาษาและวัฒนธรรม นับเป็นเรื่องที่ก่อให้เกิดการอยู่ร่วมกันอย่างเป็นสุขได้

1.3 พื้นที่เยาวราชจัดเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีผู้คนชาวต่างชาติทั้งชาวจีน ยุโรป และประเทศในภูมิภาคเอเชียเข้ามาชมวัดไตรมิตรและเดินทางไปซื้อสินค้าในเยาวราชวันละหลายหมื่นคน กาเปิดพื้นที่ทางสังคมโดยการใช้รูปแบบ บ้าน-วัด-โรงเรียน จึงเป็นนิมิตรหมายในการเปิดพื้นที่ทางวัฒนธรรมและนำการเรียนรู้สู่เยาวชนในลักษณะการซึมซับ

2. ปัจจัยร่วมที่ส่งผลการดำเนินงานในรูปแบบความร่วมมือระหว่างบ้าน วัด และโรงเรียน (บ-ว-ร) ที่สามารถนำไปสู่การตอบสนองนโยบายการเปิดพื้นที่เพื่อเตรียมความพร้อมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558

2.1 ปัจจัยสนับสนุนใน “ไตรมิตรโมเดล” ด้านนโยบายสู่การปฏิบัติพบว่า การนำเสนอวิธีคิดและการปฏิบัติมิได้เป็นเรื่องใหม่ หากแต่ได้ใช้ทุนทางสังคมมาเป็นเครื่องมือในการทำงานประกอบกับมูลนิธิร่มฉัตร โดยพระธรรมภาวนาวิกรม ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดไตรมิตรเป็นบุคคลต้นแบบของการจัดการศึกษาเพื่อเน้นคุณภาพให้กับเยาวชนในโครงกานเพชรยอดมงกุฎเป็นเวลา 16 ปี และในปี 2556 ได้จุดประกายใหม่ในการจัดโครงการแข่งขันเพชรยอมมงกุฎอาเซียน ณ โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย เมื่อวันที่ 27-28 กรกฎาคม 2556 มีนักเรียนเข้าร่วม

โครงการมากกว่า 4,000 คน ซึ่งทุนทางสังคมในการให้ความร่วมมือของคนในชุมชนและสถานศึกษา อีกทั้งโรงเรียนพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ และส่วนราชการล้วนให้ความร่วมมือด้วยดี

2.2 ปัจจัยสนับสนุนในเชิงพื้นที่ ซึ่งเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงของเยาวราชในสื่อทุกรูปแบบ พื้นที่เยาวราชเป็นพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวจะเข้ามาชมวัดไตรมิตรและในถนนเยาวราชมากที่สุด เบื้องหลังที่ปรากฏในการเป็นพื้นที่สู่สังคมภายนอกหรือเป็นพื้นที่ทองคำของประเทศไทย ผู้คนในพื้นที่ต่างมีความตื่นตัวด้านธุรกิจอยู่ตลอดเวลา และพร้อมที่จะให้ความร่วมมือในการมีส่วนร่วมกับวัดไตรมิตร

2.3 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมและการดำรงชีวิตคนในพื้นที่เยาวราชมีลูกจ้างเป็นชาวพม่าสูงสุด การได้รู้จักใช้ภาษาพม่าและภาษาไทยร่วมด้วยก็จะเติมเต็มการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขและเป็นประโยชน์ในการใช้ชีวิตร่วมกัน

2.4 ปัจจัยสนับสนุนด้านทุนดำเนินการนำร่อง ในการจัดทำโครงการต่างๆ ถ้าหากมีทุนสนับสนุนนำร่องอย่างชัดเจนแล้ว ก็จะเป็นผลดีในด้านการขับเคลื่อนให้เป็นไปตามกรอบของกิจกรรม

2.5 ปัจจัยในด้านการจัดรูปแบบที่เหมาะสมในด้านการสร้างเสริมการเรียนรู้ผ่านห้องเรียนท้องถิ่นศึกษาและการอบรมภาษาของประเทศเพื่อนบ้านตามความต้องการของท้องถิ่นและประโยชน์ที่จะบังเกิดกับอนาคตของท้องถิ่น ภาษานับเป็นสิ่งที่สำคัญในการนำไปสู่รากฐานของการดำเนินชีวิตและเป็นประโยชน์ที่มีความยั่งยืน

2.6 ปัจจัยในการจัดรูปแบบการทำงานซึ่งเกิดจากระดับล่างไปสู่ระดับบน นับเป็นการกระตุ้นการทำงานที่ทำให้ผู้ปฏิบัติมีความสุขในการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมประสาน และร่วมประชาสัมพันธ์ และการบริหารดังกล่าวเป็นการสร้างสอดคล้องกับการบริหารงานยุคใหม่ที่เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนในทุกมิติ

6. อภิปรายผล

ผลการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาความร่วมมือของชุมชนต้นแบบในการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : กรณีศึกษาชุมชนวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาแล้วนั้น ในการดำเนินงานทั้งหมดเป็นการดำเนินงานที่สัมพันธ์เชิงนโยบายสู่การปฏิบัติ โดยใช้รูปแบบ “บ-ว-ร” การดำเนินงานทั้งหมดในส่วนของชุมชนต้นแบบ “ไตรมิตรโมเดล” และการขยายผลไปยัง 4 ภูมิภาค (เชียงราย,สงขลา, อุบลราชธานี และสมุทรสาคร) เป็นไปตามแนวคิดของการพัฒนาชุมชนในด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการขับเคลื่อนชุมชนอย่างยั่งยืนของศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และการดำเนินการขับเคลื่อนด้วยกระบวนการ AIC ของศาสตราจารย์นายแพทย์ประเวศ วะสี

ขั้นตอน A (Appreciation) โครงการพัฒนาต้นแบบสาธิตของไตรมิตรโมเดลและส่วนการขยายผลไปยัง 4 ภูมิภาคได้ให้มีส่วนร่วมได้สร้างฝันร่วมกัน (Shared Vision)

ขั้นตอน I (Influence) การนำแนวความคิดสู่ความสำเร็จโดยใช้กิจกรรมและการคัดเลือกกิจกรรมเหมาะสมกับพื้นที่ ซึ่งในทางพื้นที่องค์กรเลือกภาษาของประเทศเพื่อนบ้านที่เหมาะกับสภาพของพื้นที่และประโยชน์สูงสุดที่จะเกิดกับการพัฒนาท้องถิ่น

ขั้นตอน C (Control) ขั้นตอนในการปฏิบัติการตามกำหนดไว้ในขั้นตอนการดำเนินงาน ทั้งนี้เพื่อสร้างความเป็นรูปธรรมให้เกิดกับคนในชุมชนและการควบคุม (Control) ของชุมชน

นอกจากแนวคิดในการพัฒนาชุมชนดังกล่าวแล้ว การดำเนินงานในโครงการศึกษาวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดกับการคงอยู่ในชุมชนตามข้อเสนอของพัทยา สายหู (พัทยา สายหู 2534,60-61) โครงการอธิบายหลักการซึ่งก่อให้เกิดการคงอยู่ของชุมชนซึ่งเน้นความสำคัญในวัฒนธรรมชุมชน แนวคิดด้านการผูกพันที่มีต่อชุมชนของ เจฟฟรีส์ และคณะ และสตินเนอร์, ลูนและซุง (Stinner Lon and Cung 1990) ในการศึกษาความผูกพันซึ่งจะต้องเชื่อมโยงความเกี่ยวข้องความเป็นมิตรและความรู้สึกของคนในชุมชน การดำเนินงานทั้งหมดในการนำร่องเพื่อสร้างสรรค์เป็นไปตามรูปแบบการรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่นและการรักษาสิ่งแวดล้อมในดังกล่าวถึง “สิทธิของชุมชน” ศาสตราจารย์ ดร.อานันท์ กาญจนพันธุ์ เป็นไปตามรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 และรัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ. 2550 ในการให้ความสำคัญในหลักการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ดร.สีลาภรณ์ บัวสาย ในพลังท้องถิ่นบทสัมภาษณ์ งานวิจัยด้านชุมชนซึ่งได้สังเคราะห์ประเด็นสำคัญที่มีความหมายต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนนั่นคือ พลังท้องถิ่นซึ่งประกอบด้วยฐานทรัพยากร เคืองข่ายทางสังคม ระบบความรู้ วัฒนธรรมและความเชื่อ องค์ประกอบหลักทั้งหมดเป็นสิ่งที่สำคัญในการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น รูปแบบการบูรณาการและให้คนในท้องถิ่นเป็นผู้มีบทบาทในการจัดการตนเองจะเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการบริหารเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน (สีลาภรณ์ บัวสาย 2552,73-117) การดำเนินงานครั้งนี้จะสัมพันธ์กับการศึกษาวิจัยในการพึ่งพาตนเองของชุมชนดังปรากฏในการศึกษาของ ปาริชาติ ศรีวิพัฒน์ (2548) เรื่องสิทธิชุมชนในการคุ้มครองสมุนไพร ตามพระราชบัญญัติและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2542 สิทธิณัฐ ประพุทธ์นิติสาร (2542) ศึกษาวิจัยเรื่องการฟื้นฟูภาวะวิกฤตสังคมของภาคเหนือตอนบนด้วยองค์กรชุมชนและธุรกิจชุมชน กรณีศึกษา บ้านป่าไผ่ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ เผด็จ ขำเพ็ง (2549) เรื่อง การมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการจัดการป่าชุมชน ศึกษากรณีหมู่บ้านศรีบัวบาน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน และการศึกษาของอัญชนา สุขสมจิต (2548) เรื่อง การใช้สื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาย่านเยาวราช พบว่าข่าวสารมีส่วนสำคัญ ในการผลักดันผู้คนเข้ามาพื้นที่โนสื่อจากบุคคลได้รับการตอบรับสูงสุด

7. ข้อเสนอแนะ

แม้ว่าการศึกษาวิจัยอาจมองเห็นความสำเร็จในการเป็นต้นแบบกระตุ้นชุมชนตนเองเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยการทำงานร่วมกันระหว่างผู้สนับสนุนงบประมาณและผู้ปฏิบัติ มูลนิธิร่มฉัตรแบบเสมือนผู้นำทาง องค์ความรู้ของโรงเรียนต้นแบบอาจจัดให้มีการแลกเปลี่ยนในลักษณะการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ทั้งนี้สถาบันอุดมศึกษาร่วมทำหน้าที่ในการติดตามผลจากการเรียนรู้มาเป็นต้นแบบเพื่อเผยแพร่ทางการศึกษาต่อไป

8. รายการอ้างอิง

ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2553. **การเป็นสมัยใหม่กับแนวคิดชุมชน.** กรุงเทพฯ : สร้างสรรค์.

ปาริชาติ ศรีวิพัฒน์.2548. **สิทธิชุมชนในการจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่น : ศึกษากรณีการมีส่วนร่วม ของชุมชนในการคุ้มครองสมุนไพรตามพระราชบัญญัติคุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2542** วิทยานิพนธ์ปริญญานิติศาสตร์ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

เผด็จ ขำเพ็ง (2543) **การมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการจัดการป่าชุมชน ศึกษากรณีหมู่บ้านศรีบัวบาน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน**

ร่มฉัตร ,มูลนิธิและสำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้(สสค.). 2556. **เอกสารการแข่งขันอาเซียนเพชรยอดมงกุฎปี 2556 เรียนรู้สู่อาเซียน 27-28 ตุลาคม 2556** ณ โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย กรุงเทพฯ

สุภางค์ จันทวนิช และคณะ.2549. **ประวัติศาสตร์ชุมชนชาวจีนในกรุงเทพมหานคร.** เลค แอนด์ พาวด์เทน พริ้นท์ติ้ง จำกัด

สีลาภรณ์ บัวสาย "พลังท้องถิ่นบทเรียนสังเคราะห์งานวิจัยด้านชุมชน" **วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.** ฉบับที่ 3 ธันวาคม 2552 73-102

สิทธิณัฐ ประพุทธนิติสาร.2542. **การฟื้นฟูภาวะวิกฤตทางสังคมของภาคเหนือตอนบน ด้วยองค์กรชุมชนและธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษาบ้านป่าไผ่ อำเภอแม่โป่ง อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่.**วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

อัญชนา สุขสมจิตร (2550) **การใช้สื่อเพื่อสงเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาเยาวราช**

อคิน รพีพัฒน,ม.ร.ว. และคนอื่นๆ.2541.**โครงการวิจัยและการปฏิบัติการ วิวัฒนาการชุมชนแออัดและองค์กรชุมชนแออัดในเมือง** กรุงเทพมหานคร มูลนิธิสถานบันวิจัยและพัฒนาชุมชนเมือง สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

Jeffres. Leo W, Dobos Jean & Sweeney Marry.(1987). Communication and commitment to community. ***Communication Research***, 14 (6), 621-622 .

Stinner William F. ,Mollie Van Loon and Sehwoong Chung.(1990).Community size, individual social position and community attachment. ***Rural Sociology***. 55 (4), 496 .

Warren Roland L & Lyon Larry.(1983). ***New Perspectives on the American community*** Illionis : The Dersey Press.

คำสัมภาษณ์

1. พระธรรมภาวนาวิกรม ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร ประธานมูลนิธิร่วมฉัตร ที่ปรึกษาโครงการต้นแบบสาธิตการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ชุมชนวัดไตรมิตรวิทยาราม (27 กรกฎาคม 2556 ณ. โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย และวันที่ 7 สิงหาคม 2556 ณ. โรงเรียนบ้านแม่จัน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย)
2. ดร.อุบล เล่นวารี ที่ปรึกษามูลนิธิร่มฉัตรและที่ปรึกษาโครงการต้นแบบสาธิตการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 ณ. โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย กรุงเทพฯ
3. ดร.วาสนา เลิศศิลป์ กรรมการและเลขานุการมูลนิธิร่วมฉัตร ผู้จัดการโครงการต้นแบบสาธิตการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอาเซียน วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 ณ. โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย กรุงเทพฯ

คุณภาพการให้บริการของฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ สำนักงานเขตลาดพร้าว

SERVICE QUALITY OF THE OFFICE OF CIVIL REGISTRATION AT LADPRAO DISTRICT

คมสันต์ กำแพงจันทร์

นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Email : chocolate_kitt@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ สำนักงานเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานทะเบียนราษฎร์ สำนักงานเขตลาดพร้าว และ (3) เพื่อเสนอแนวทางพัฒนาคุณภาพการให้บริการของฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ สำนักงานเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร

วิธีการวิจัย (1) การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ประชาชนที่เข้ารับบริการจากฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ สำนักงานเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำนวน 600 คน เครื่องมือที่ใช้ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงมาตรฐาน และสถิติอนุมานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และ (2) การวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากประชาชนที่เข้ารับบริการจากฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ สำนักงานเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำนวน 10 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้เปรียบเทียบกับทฤษฎี และสรุปข้อมูลที่ได้เพื่อสร้างข้อสรุปและเสนอแนะ

ผลการวิจัยพบว่า (1) คุณภาพการให้บริการของฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ สำนักงานเขตลาดพร้าว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะเรื่อง ฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ฯ สามารถให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการได้ตรงตามที่ต้องการ เช่น ขั้นตอนการแจ้งเกิด การทำบัตรประชาชนหาย การแจ้งย้ายเข้า-ออกจากทะเบียนบ้าน เป็นต้น (2) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ ฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ สำนักงานเขตลาดพร้าว ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะเรื่อง ฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ฯ มีการใช้เทคโนโลยีที่ช่วยให้ผู้รับบริการได้รับผลงานที่มีคุณภาพสูง และ (3) ข้อเสนอแนะ จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ 1) สำนักงานเขตฯ ควรส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ได้รับการพัฒนาความเชี่ยวชาญให้มีความรอบรู้ในกาปฏิบัติงานและ 2) สำนักงานเขตฯ ควรมีการปรับปรุงสถานที่ให้สามารถรองรับการให้บริการได้อย่างเพียงพอและมีลักษณะที่สอดคล้องกับการมาใช้บริการ

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ, ทะเบียนราษฎร์

ABSTRACT

The aims of this study were 1) to study the service quality of the office of civil registration at Ladprao District, Bangkok., 2) to study the relationship between the factors related to the service quality of the office of civil registration at Ladprao District., and to 3) give appropriated suggestions in order to develop the service quality of the office of civil registration at Ladprao District.

The method for this research consisted of (1) the quantitative research. The 600 samples used in the study were people who received services from the office of civil registration at Ladprao District, Bangkok. The tool for this research was a questionnaire and the data analysis the statistics used for were frequency, percentage, mean, standard deviation and Pearson Product Moment correlation coefficient. (2) The qualitative research, 10 samples were people who received services from the office of civil registration at Ladprao District, Bangkok. The in-depth interviews was used to collect data. The data analysis results were compared with the theory to make conclusions and suggestions.

The results showed that: (1) The service quality of the office of civil registration at Ladprao District was overall at the high level, especially the office of civil registration could assist clients to meet their process of birth registration, the ID card, the movement registration were at the highest level., (2) The related service quality factors at the office of civil registration, Ladprao District consisted of technology, especially the use of technology to help people in order to receive the high service quality., (3) Suggestions comprised 1) the district office should encourage the staff to develop the expertise to provide knowledge, and 2) The district office should improve the place to provide appropriate and adequate service.

KEYWORDS: service quality, civil registration

บทนำ

การปฏิรูประบบราชการเป็นเรื่องที่รัฐบาลทุกยุคทุกสมัยให้ความสำคัญ และได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพราะระบบราชการมีปัญหาด้านต่างๆ อาทิเช่น ความไม่มีประสิทธิภาพ ระบบตรวจสอบขาดความเป็นอิสระ ปัญหาการทุจริตคอร์รัปชั่นเพิ่มขึ้น ฯลฯ อีกทั้งอิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ส่งผลให้การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองเป็นไปอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีชีวภาพ และนาโนเทคโนโลยี ตลอดจนแนวโน้มสำคัญของโลกและเอเชียในอนาคต เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้รัฐบาลต้องปฏิรูประบบราชการอย่างจริงจัง เพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นราชการยุคใหม่ ทั้งนี้การปรับองค์การภาครัฐให้ไปสู่เป้าหมายดังกล่าวนั้นจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงวิธีคิด วิธีปฏิบัติ (Paradigm Shift) วิธีการให้บริการต่อประชาชน และความรับผิดชอบที่ข้าราชการพึงมีต่อประชาชนและต่อหน่วยงาน (วรัชยา ศิริวัฒน์, 2547)

ฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ สำนักงานเขตลาดพร้าว เป็นศูนย์กลางราชการของกรุงเทพมหานคร ที่มีการขยายตัวด้านเศรษฐกิจ ด้านการบริการ เติบโตอย่างรวดเร็วและในการพัฒนาสำนักงานเขต ได้กำหนดวิสัยทัศน์

พันธกิจ และยุทธศาสตร์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้โดยได้มีแผนการพัฒนาในหลาย ๆ ด้านด้วยกัน ความสำคัญของการนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารจัดการองค์กร เพื่อไปสู่การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพเพราะหลักธรรมาภิบาลเป็นหลักที่กำกับ ดูแล ตรวจสอบ ควบคุม การบริหารงานโดยอาศัยการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ภาคเอกชน เข้ามาตรวจสอบความโปร่งใสในการบริหารงานของสำนักงานเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร อีกทั้งเป็นการผลักดันให้บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในเขตพื้นที่ของสำนักงานเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร

ปัจจุบันการให้บริการประชาชนของฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ สำนักงานเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร นับว่าอยู่ในระดับดี แต่การให้บริการของเจ้าหน้าที่บางจุดอาจติดขัดและมีปัญหาอยู่บ้าง โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการอาจจะมีความตึงเครียด เนื่องจากผู้มารับบริการมากเกินไปจึงขาดมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อประชาชนผู้มาติดต่อ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีจำนวนจำกัด และไม่เพียงพอต่อการให้บริการประชาชนที่ต้องการอย่างเร่งด่วน ทำให้ความพึงพอใจของประชาชนนั้นลดน้อยลงไป

ด้วยเหตุนี้ ฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ สำนักงานเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาแนวทางที่เหมาะสม เพื่อช่วยพัฒนาคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชนให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการของฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์สำนักงานเขตลาดพร้าว เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนในระยะยาวต่อไป

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย ได้ทำการทบทวนทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาปรับใช้กับกรอบแนวความคิดซึ่งจากการทบทวนทฤษฎีและวรรณนากรรมของ Berry, Parasuraman & Zeithamal (1990) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการไว้หลายด้าน ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยทำให้ได้กรอบแนวความคิดซึ่งประกอบไปด้วย (1) เจ้าหน้าที่ (2) การเงิน (3) เครื่องมือเครื่องใช้ (4) กระบวนการให้บริการ (5) เทคโนโลยี นอกจากนี้ยังได้ทำการทบทวนทฤษฎีและวรรณกรรมอื่นๆอีกดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

เพ็ญจันทร์ แสนประสาน (2539) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพบริการคือการที่ทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจเป็นบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าตลอดจนขั้นตอนของบริการนั้นๆ จนถึงภายหลังการบริการด้วย ทั้งนี้ต้องตอบสนองต่อความต้องการเบื้องต้นตลอดจนครอบคลุมไปถึงความคาดหวัง ของผู้รับบริการย่อมทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

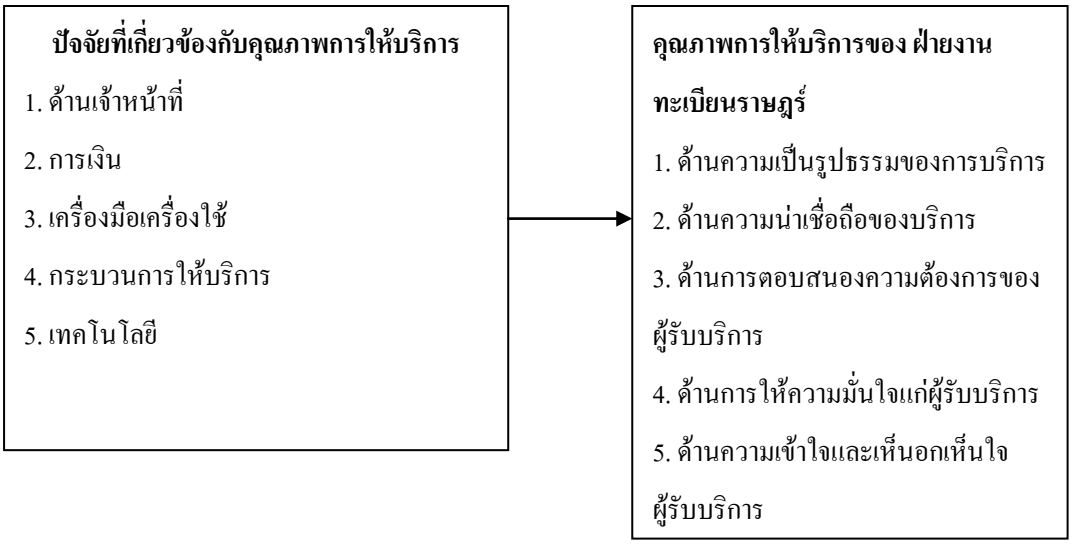
ปัณนิกา วนากมล (2545) ได้ให้ความหมายคุณภาพบริการ หมายถึง ระดับความสอดคล้องระหว่างสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังและการรับรู้ต่อบริการนั้น บริการที่ผู้รับบริการได้รับจริงในสถานการณ์นั้นเท่ากับหรือมากกว่าบริการที่ผู้รับบริการคาดหวัง ทำให้ผู้รับบริการ พึงพอใจประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก และจะเป็นผู้รับบริการประจำและเป็นผู้บอกกล่าวแก่ผู้อื่นจากปากต่อปากต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับบริการสาธารณะ

รังสรรค์ อินทน์จันทน์ (2552) กล่าวว่า บริการสาธารณะเป็นกิจกรรมที่การดำเนินงานโดยหน่วยงานของภาครัฐที่มุ่งเน้นให้การบริการแก่ประชาชน เพื่อให้ประชาชน เกิดความสะดวกสบาย และได้รับผลประโยชน์สูงสุดจากบริการนั้น

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การวิจัยครั้งนี้ได้ทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีที่ตามแนวคิดของ Berry, Parasuraman & Zeithamal (1990) มาประยุกต์ใช้ ทำให้งานวิจัยครั้งนี้มีกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพต่อไปนี้



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ สำนักงานเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายสำนักงานเขตลาดพร้าว

3. เพื่อเสนอแนวทางพัฒนาคุณภาพการให้บริการของฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ สำนักงานเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์สำนักงานเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงผสม (Mixed Methods Research) โดยการนำการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาใช้ร่วมกัน

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนที่เข้ารับบริการจากฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ สำนักงานเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนกรกฎาคม 2555 จำนวน 600 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง โดยพิจารณาจากสูตรของทาโร ยามาเน (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544) กำหนดให้มีความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5%

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

เมื่อ n คือ ขนาดตัวอย่าง

N คือ ขนาดประชากร

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณสัดส่วนประชากรด้วยค่าสัดส่วนตัวอย่าง

แทนค่า $\frac{600}{1 + 600\,(0.05)^2}$

= 240 คน

ดังนั้นได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้นจำนวน 240 คน โดยสำรองกลุ่มตัวอย่างเพื่อกันความผิดพลาดไว้ 5% จะได้จำนวนเท่ากับ 12 คน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 252 คน เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลจริง และเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบระบบ (Systematic random sampling) ประชาชนที่เข้ารับบริการจากฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ สำนักงานเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร

1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire)

1.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สถิติอนุมาน (Inference Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

2.1 กลุ่มตัวอย่างประชาชนที่เข้ารับบริการจากฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ สำนักงานเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร จำนวน 10 คน

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ (Interview from)

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

1) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึกและบันทึกเสียงในการสัมภาษณ์ และสังเกตการณ์ จากกลุ่มตัวอย่างมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล

2) นำข้อมูลที่ได้มาเรียบเรียงในรูปแบบของข้อความเพื่อง่ายต่อการแยกประเด็น

3) ทำการวิเคราะห์และจัดแยกประเด็นตามกลุ่มของข้อมูล

4) ตีความข้อมูลที่ได้โดยเปรียบเทียบกับทฤษฎีหลักที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์

5) สรุปข้อมูลที่ได้ และนำไปเปรียบเทียบทีละประเด็น

6) อภิปรายผลข้อมูลตามทฤษฎีและปรากฏการณ์ เพื่อสร้างข้อสรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพศชาย จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 60.60 และมีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 46.10 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 31.90 และรายได้ครอบครัวต่อเดือน 10,001 ขึ้นไป จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00

2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการของฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ โดยภาพรวมทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก โดยด้านเทคโนโลยี มีระดับมากที่สุด และด้านกระบวนการให้บริการ มีระดับน้อยที่สุด โดยจำแนกรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้

(1) ด้านเทคโนโลยี อยู่ในระดับมาก จากการวิเคราะห์รายละเอียดในแต่ละข้อพบว่า เรื่อง ฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ฯ มีการใช้เทคโนโลยีที่ช่วยให้ผู้รับบริการได้รับผลงานที่มีคุณภาพสูง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

(2) ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อยู่ในระดับมาก จากการวิเคราะห์รายละเอียดในแต่ละข้อพบว่า เรื่องฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ฯ มีการจัดสถานที่ไว้รอรับบริการได้อย่างดูดี น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

(3) ด้านเจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับมาก จากการวิเคราะห์รายละเอียดในแต่ละข้อพบว่า เรื่อง เจ้าหน้าที่มีท่าทีที่เป็นมิตรในการให้บริการ เช่น การยิ้ม การทักทาย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

(4) ด้านการเงิน อยู่ในระดับมาก จากการวิเคราะห์รายละเอียดในแต่ละข้อพบว่า เรื่องท่านเห็นว่าค่าใช้จ่ายมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับผลงานที่ได้รับมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

(5) ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก จากการวิเคราะห์รายละเอียดในแต่ละข้อพบว่า เรื่องท่านเห็นว่า การให้บริการของฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ฯ เป็นไปตามมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

3. คุณภาพการให้บริการของฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ โดยภาพรวม 5 ด้าน พบว่า โดยภาพรวมทั้ง 5 ด้าน โดยจำแนกรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้

(1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ อยู่ในระดับมาก จากการวิเคราะห์รายละเอียดในแต่ละข้อพบว่า เรื่อง ท่านรู้ว่า ฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ฯ มีการประชาสัมพันธ์เพื่อช่วยให้ประชาชนผู้รับบริการได้เข้าใจถึงรูปแบบ/ขั้นตอนของการให้บริการอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

(2) ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ อยู่ในระดับมาก จากการวิเคราะห์รายละเอียดในแต่ละข้อพบว่า เรื่อง ท่านเห็นว่า ฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ฯ สามารถดำเนินงานให้สำเร็จได้ตามระยะเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

(3) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก จากการวิเคราะห์รายละเอียดในแต่ละข้อพบว่า เรื่อง ท่านเห็นว่า ฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ฯ สามารถให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการได้ตรงตามที่ต้องการ เช่น ขั้นตอนการแจ้งเกิด การทำบัตรประชาชนหาย การแจ้งย้ายเข้า-ออกจากทะเบียนบ้าน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

(4) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก จากการวิเคราะห์รายละเอียดในแต่ละข้อพบว่า เรื่อง ท่านมั่นใจว่า เจ้าหน้าที่ของฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ฯ เป็นผู้มีประสบการณ์ในงาน จึงสามารถให้บริการได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

(5) ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจของผู้รับบริการ อยู่ในระดับปานกลาง จากการวิเคราะห์รายละเอียดในแต่ละข้อพบว่า เรื่อง ท่านเห็นว่า ฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ฯ ให้ความสนใจต่อความต้องการของผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

4. ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ กับ คุณภาพการให้บริการผลการวิเคราะห์ด้วย Correlation พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ กับ คุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์ในทางบวกอยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ด้านเจ้าหน้าที่ การให้บริการของเจ้าหน้าที่นั้นสิ่งที่ประชาชนจะได้รับคือ ความถูกต้อง รวดเร็ว สะดวกสบาย การให้ความสำคัญ ไมตรีจิตและมิตรภาพที่ดี ซึ่งคุณภาพของการบริการขึ้นอยู่กับหลักการที่ว่า ได้แก่ ความรู้ คือ ความรู้จริง ถูกต้องแม่นยำในงาน ความรู้สึก คือ ความรู้สึกที่ดีในขณะให้บริการ และประสบการณ์ คือ ความชำนาญ การดำเนินการงานด้านการให้บริการ ได้แก่ ช่วงเวลาและวันทำการในการให้บริการ ขั้นตอนหรือกฎระเบียบ และการแบ่งงานและกำหนดหน้าที่การรับผิดชอบในการให้บริการของเจ้าหน้าที่แต่ละคน และเมื่อมีผู้รับบริการมีเพิ่มมากขึ้น ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการแก่ผู้รับบริการอย่างเสมอภาคและเจ้าหน้าที่มีมนุษย์สัมพันธ์และความเป็นกันเอง ดังนั้นสำนักงานเขตควรมีปรับปรุงด้านเจ้าหน้าที่เพิ่มโดยจัดมีการให้เจ้าหน้าที่เข้ารับการฝึกอบรม เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้จะเป็นการสร้างจิตสำนึกในการให้บริการของผู้รับบริการด้วยความเต็มใจ เต็มกำลังความสามารถ และต้องปฏิบัติต่อผู้รับบริการด้วยความเสมอภาคและเป็นธรรม ยินดีรับฟังปัญหาและช่วยแนะนำวิธีการแก้ไข พร้อมที่จะให้คำแนะนำด้วยกิริยาวาจาที่สุภาพ รวมถึงการให้ข้อมูล รายละเอียดแก่ผู้รับบริการและสามารถตอบข้อซักถามได้ถูกต้องตรงประเด็น การบริการที่เน้นตัวเจ้าหน้าที่อย่างเดียวจึงไม่เพียงพอ สำนักงานเขตต้องมีการสนับสนุนในด้านวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยอย่างเพียงพอ ความจำกัดของทรัพยากรสนับสนุนทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพจึงจัดเป็นสาเหตุประการหนึ่งที่เป็นอุปสรรคต่อการบริการคุณภาพแก่ประชาชน ทรัพยากรที่กล่าว นี้มีความหมายรวมไปถึงอาคารสถานที่ กำลังที่มีคุณภาพ วัสดุ อุปกรณ์ งบประมาณและเทคโนโลยีซึ่งหากเทคโนโลยีไม่ทันสมัย

ด้านเครื่องมือ การปฏิบัติงานของสำนักงานเขต ต้องมีการจัดทำข้อมูลบริการให้เป็นลายลักอักษร หรือที่เกี่ยวข้องกับตัวเลข ซึ่งในการปฏิบัติงานดังกล่าวต้องมีการจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถดำเนินงานไปอย่างมีคุณภาพและบรรลุเป้าหมาย ฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ฯ มีการจัดสถานที่ไว้รอรับบริการได้อย่างน่าเชื่อถือ โดยเรื่องของสำนักงานเขตได้มีการจัดจุดบริการและขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจน เข้าใจง่าย เพื่อให้ได้รับความสะดวก และมีการจัดสวัสดิการน้ำดื่ม และมุมพักผ่อนให้แก่ผู้มารอรับบริการและมีการจัดสถานที่ในการรอรับบริการที่เพียงพอไม่แออัดไว้รองรับ

ด้านเทคโนโลยี สำนักงานเขตควรมีการส่งเสริม สนับสนุนการให้บริการพัฒนาเจ้าหน้าที่อย่างจริงจังทั้งด้านความรู้และทักษะทางด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือนวัตกรรมใหม่ๆ โดยเจ้าหน้าที่ทุกคนจะต้องได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี เนื่องจากปัจจุบันมีการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานให้สามารถทำงานได้ทันตามเวลาที่ต้องการ ช่วยลดปริมาณทรัพยากรให้น้อยลงอีกทั้งยังช่วยเพิ่มคุณภาพในการบริการแก่ผู้รับบริการ ส่วนปัญหาเครื่องมือสื่อสารและอุปกรณ์เทคโนโลยีของ

สำนักงานเขตมีจำนวนจำกัดและอาจจะไม่เพียงพอ ควรมีการปรับปรุงจัดหาหรือเพิ่มคู่สายโทรศัพท์สำหรับการติดต่อข้อมูล อุปกรณ์สำนักงานและจัดหาระบบคอมพิวเตอร์พร้อมเครื่องพิมพ์มาให้บริการเพิ่มขึ้นเพื่อสนองตามความต้องการของผู้รับบริการ และเป็นการปรับปรุงระบบการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ด้านการเงิน ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นถือได้ว่าไม่แพงและมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ แต่อย่างไรก็ตามในภาวะปัจจุบันเศรษฐกิจไม่ค่อยดีนักทำให้รายได้ลดถอยลงจากภาวะปกติ จึงอยากจะให้ทางสำนักงานเขตลาดพร้าว พิจารณาอัตราการให้บริการ และเพิ่มช่องทางในทางจ่ายค่าบริการให้มีรูปแบบมากขึ้นรวมทั้งลดค่าธรรมเนียมบางรายการให้มีอัตราที่เหมาะสม

ด้านกระบวนการให้บริการ กระบวนการให้บริการ นอกเหนือจากการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้บริการแล้ว ประชาชนผู้ติดต่อขอใช้บริการต้องการให้มีการพัฒนาอย่างเป็นระบบตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดการให้บริการในการบริการแต่ละเรื่อง ต้องมีการกำหนดเวลาสำหรับการให้บริการแต่ละเรื่องที่ชัดเจน เพราะผู้รับบริการต้องการความรวดเร็วและความถูกต้องเป็น แต่ความรวดเร็วที่เกิดในกระบวนการบริการนั้น นอกจากกระบวนการให้บริการจะต้องมีความชัดเจนและยังต้องใช้เจ้าหน้าที่ทำหน้าที่ให้บริการที่มีคุณภาพ กระบวนการให้บริการงานทะเบียนราษฎรของสำนักงานเขต จะต้องมีการกำหนดขั้นตอนแต่ละงานและผู้รับผิดชอบไว้อย่างชัดเจนเป็นไปตามลำดับของงานที่ทำให้ได้รับการบริการได้ถูกต้อง ขั้นตอนการปฏิบัติเข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน การให้บริการที่สะดวกรวดเร็วและแจ้งขั้นตอน/เอกสารที่ต้องใช้ในแต่ละเรื่องนั้นต้องจัดเตรียมให้ถูกต้อง เจ้าหน้าที่ต้องสามารถอธิบายหรือให้คำแนะนำเกี่ยวกบงานเอกสารที่ต้องใช้ได้เป็นอย่างดี เจ้าหน้าที่มาปฏิบัติงานต้องตรงเวลาไม่ทำให้ผู้รับบริการต้องรอนาน เจ้าหน้าที่ไม่เรียกร้องผลประโยชน์ใดๆ เป็นการตอบแทนการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการ การให้บริการฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ฯ มีความตอบสนองความต้องการของประชาชนเป็นอย่างดี ได้รับข้อมูลและบริการต่างๆ ที่ทางสำนักงานเขตลาดพร้าวได้จัดบริการตามความต้องการของประชาชน คุณภาพการบริการที่เอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการและเข้าใจปัญหาของผู้มารับบริการว่าต้องการแบบไหน มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำให้ข้อมูลเกี่ยวกับงานบริการขั้นตอนการทำและเอกสารที่ต้องใช้อย่างถูกต้อง เจ้าหน้าที่ยังให้ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับงานที่จะรับบริการเป็นอย่างดี ทั้งนี้ สำนักงานเขตฯ ควรมีการจัดอบรมเจ้าหน้าที่ให้มีความรู้ความสามารถให้ทั่วถึงในฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ฯเพื่อสามารถแก้ปัญหาหรือตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างตรงจุด ตรงประเด็นและมีคุณภาพสูงสุด

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นที่สามารถมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ด้านเทคโนโลยี อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ฯ มีการใช้เทคโนโลยีที่ช่วยให้ผู้รับบริการได้รับผลงานที่มีคุณภาพสูง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่าสำนักงานเขต ได้เพิ่มอุปกรณ์เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วและยังเพิ่มคุณภาพให้กับผลงานให้เป็นที่น่าพอใจ โดยมีสาเหตุมาจาก เนื่องจากคอมพิวเตอร์ตอบสนองความต้องการได้ไว้และรวดเร็วในการให้บริการไม่ว่าจะเป็นการค้นหาข้อมูล การให้ข้อมูล และช่วยให้ผู้ให้บริการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วแก่ผู้รับบริการ และสอดคล้องกับแนวคิดของ ชูวงศ์ ฉายะบุตร (2536)

2. ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ฯ มีการจัดสถานที่ไว้รอรับบริการได้อย่างดูดี น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า สำนักงานเขตได้มีการจัดสถานที่ไว้รอรับบริการได้ดี โดยมีการจัดน้ำดื่ม มุมพักผ่อนไว้รองรับอย่างเพียงพอ โดยมีสาเหตุมาจากสำนักงานเขตลาดพร้าว เป็นสถานที่ราชการต้องมีความน่าเชื่อถือจากผู้มารับบริการ จึงต้องมีการจัดสถานที่และสิ่งแวดล้อมต่างๆให้สวยงามสะอาดเรียบร้อยเพื่อให้ผู้รับบริการเมื่อเข้ามาใช้บริการแล้วเกิดความน่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับแนวคิดของจิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2536)

3. ด้านเจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับมากโดยเฉพาะเรื่องเจ้าหน้าที่มีท่าทีที่เป็นมิตรในการให้บริการ เช่น การยิ้มการทักทาย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า สำนักงานเขตได้ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของการบริการของเจ้าหน้าที่ เช่น เจ้าหน้าที่มีมนุษย์สัมพันธ์และมีความเป็นกันเองในการให้บริการ โดยมีการสร้างจิตสำนึกในการให้บริการของผู้รับบริการด้วยความเต็มใจ ซึ่งอาจเป็นเพราะว่า สำนักงานเขตลาดพร้าว มีนโยบายการบริการให้ผู้มารับบริการรู้สึกถึงการบริการที่ดี โดยการให้แต่งตัวสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส การพูดคุยทักทายของผู้มารับบริการ และทางเขตยังจัดอบรมในด้านการให้บริการด้วย และสอดคล้องกับแนวคิดของ ชูวงศ์ ฉายะบุตร (2536)

4. ด้านการเงิน อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องท่านเห็นว่าค่าใช้จ่ายมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับผลงานที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า ค่าใช้จ่ายที่มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ แต่อยากให้ปรับลดค่าบริการลงให้เหมาะสมกับสภาวะปัจจุบัน โดยมีสาเหตุมาจากทางสำนักงานเขตลาดพร้าว ได้ปรับปรุงรูปแบบและพัฒนากระบวนการให้บริการ เช่น การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการ การให้บริการล่วงเวลา จึง ทำให้ผลงานมีคุณภาพเพิ่มสูงขึ้น แต่ก็ทำให้มีการต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นด้วย และสอดคล้องกับแนวคิดของจิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2546)

5. ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องท่านเห็นว่า การให้บริการของฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ฯ เป็นไปตามมาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า สำนักงานเขต ได้กำหนดขั้นตอนการให้บริการไว้อย่างชัดเจนถูกต้องและเข้าใจง่าย ทั้งยังมีเจ้าหน้าให้ให้คำแนะนำอย่างชัดเจน โดยมีสาเหตุมาจาก กระบวนการในการให้บริการของฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ เป็นไปตามนโยบายของสำนักงานเขตลาดพร้าวที่ได้ประกาศว่ามีขั้นตอนการให้บริการแก่รู้ที่จะเข้ามารับบริการอย่าง และสอดคล้องกับแนวคิดของวิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2551)

6. คุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องท่านเห็นว่า ฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ฯ สามารถให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการได้ตรงตามที่ต้องการ เช่น ขั้นตอนการแจ้งเกิด การทำบัตรประชาชนหาย การแจ้งย้ายเข้า-ออกจากทะเบียนบ้าน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า ฝ่ายงานทะเบียนราษฎร์ฯ คำแนะนำขั้นตอนการให้บริการเป็นอย่างดี และยังมีเจ้าหน้าที่ช่วยเหลือในบริการต่างๆ โดยมีสาเหตุมาจากการที่สำนักงานเขตได้ให้ความสำคัญกับการทำหน้าที่อย่างมีคุณภาพ และตอบสนองความต้องการของผู้ขอรับบริการ ซึ่งจะช่วยให้ผู้รับบริการได้รับบริการในสิ่งที่ต้องการ และเกิดความพึงพอใจในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของจิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2546) และยังสอดคล้องกับที่จิรุตม์ ศรีรัตนบัลล์ (2537)

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะด้านนโยบาย

1. สำนักงานเขตฯ ควรมีการจัดทำแนวทางการพัฒนาความเชี่ยวชาญ ความรอบรู้ในการปฏิบัติงานให้แก่เจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะความสามารถในการแก้ไขปัญหา

2. สำนักงานเขตฯ ควรมีการปรับปรุงสถานที่ให้สามารถรองรับการให้บริการได้อย่างเพียงพอและมีลักษณะที่สอดคล้องกับการมาใช้บริการ

ข้อเสนอแนะด้านการปฏิบัติ

1. สำนักงานเขตฯ ควรส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ได้รับการพัฒนาความเชี่ยวชาญให้มีความรอบรู้ในการปฏิบัติงาน

2. สำนักงานเขตฯ ควรมีการจ้างเหมาแม่บ้านทำความสะอาดพื้นที่ให้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการเปรียบเทียบการให้บริการของฝ่ายงานทะเบียนราษฎรของสำนักงานเขตลาดพร้าวกับสำนักงานเขตจตุจักร

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้านกระบวนการให้บริการว่าเกิดจากสาเหตุอะไรและหาแนวทางการพัฒนา

รายการอ้างอิง

จันทิมา ชุวานนท์. 2553. **การพัฒนากลยุทธ์การบริหารคณะวิชาภาษาต่างประเทศสำหรับมหาวิทยาลัยจัดตั้งใหม่ของรัฐในประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.

จิรุตม์ ศรีรัตนบัลล์. 2537. **คุณภาพของบริการทางการแพทย์กับแนวคิดทางการตลาด.** จุฬาลงกรณ์เวชสาร.

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. 2546. **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาการบริการ ในเอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 7-8.** นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ชูวงศ์ ฉายะบุตร. 2536. **การให้บริการแบบครบวงจร แนวทาวการให้บริการเชิงรุกของกรมการปกครองเทศาภิบาล.** วารสารเทศาภิบาล ประจำเดือนกรกฎาคม 2536.

ธีระชัย จาตุรนต์สวัสดิ์. 2547. ทฤษ**ฎีบริการสาธารณะในกฎหมายปกครองฝรั่งเศส : ข้อความคิด แนวทางการใช้และระบบกฎหมาย.** (ออนไลน์). เข้าถึงเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2555 จาก thaiaixois.online.fr/ect/chai_service1.pdf.

ติน ปรัชญพฤทธิ์. 2550. **การบริการพัฒนา.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นันทวัฒน์ บรมานันท์. 2543. **หลักกฎหมายปกครองเกี่ยวกับการบริการสาธารณะ.** กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

นันทวัฒน์ บรมานันท์. 2553. **รวมกฎหมายเกี่ยวกับการจัดทำบริการสาธารณะระดับชาติ.** กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

นางสมหมายประภา มลิวัลย์. 2551. **ความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกต่อคุรภาพการให้บริการของงานการพยาบาลระบบหัวใจและหลอดเลือดโรงพยาบาลศิริราช.** วิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ปัณนิกา วนากมล. 2545. **คุณภาพบริการของโรงพยบาลค่ายธนะรัชต์ตามการรับรู้ของผู้รับบริการ.** วิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการบริหารพยาบาล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เพ็ญจันทร์ แสนประสาน. 2539. **การพัฒนาคุณภาพการพยาบาลสู่โรงพยาบาลคุณภาพ.** กรุงเทพฯ: วรานันท์การพิมพ์.

รังสรรค์ อินทน์จันทน์. 2552. **ปัจจัยที่มีผลต่อความก้าวหน้าการถ่ายโอนภารกิจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น : ศึกษาเฉพาะกรณี องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ในจังหวัดนครปฐม.** วิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

วรัชยา ศิริวัฒน์. 2547. **การประเมินประสิทธิภาพการให้บริการของงานบริการศึกษาคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.** วารสารวิจัย.

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. 2551. **แนวคิดและความหมายของการบริหารและการบริหารจัดการ.** (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา http://www.wiruch.com

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธ์. 2544. ***ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์.*** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เฟื่องฟ้าพริ้นติ้ง.

Parasuraman, Berry and Zeithaml. 1990. **"Guidelines for Conducting Service Quality Research"** Marketing Research.

การรับรู้คุณภาพบริการกับความพึงพอใจและความภักดีในสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตก

THE PERCEIVED SERVICE QUALITY, SATISFACTION AND LOYALTY IN THE INSTITUTE OF DRAMATIC ARTS WESTERN DANCE

แคทรียา เงินรุ่งเรืองโรจน์

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : Cathaliya_cat30@hotmail.com

ดร.ณัฐพันธ์ เผ่าพันธ์

ผู้อำนวยการหลักสูตร M.B.A.(E-Commerce) มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : natsapun@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพบริการ กับความความพึงพอใจ และความภักดีในสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตก ในซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบิดาและมารดาของนักเรียนที่ศึกษาในสถาบันสอนนาฏศิลป์ตะวันตก เฉพาะเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 29 โรงเรียน ตามรายชื่อที่มีการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวน 400 ท่าน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน20,001-30,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีบุตร 2 - 3 คน ข้อมูลการรับรู้คุณภาพการบริการ (Service Quality Perception) ในภาพรวม มีระดับสูงมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการสร้างความมั่นใจ (Assurance) ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) และด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ตามลำดับ ข้อมูลความพึงพอใจในในสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตก (Customer Satisfaction) มีระดับสูงมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า เรื่องการเลือกสถาบันให้เป็นผู้ถ่ายทอดวิชาให้กับบุตรของท่านคือประสบการณ์ที่ดีร่วมกันระหว่างท่านและบุตร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ข้อมูลความภักดีในสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตก มีระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เรื่องท่านพร้อมที่จะให้บุตรหลานของท่านได้เรียนกับสถาบันต่อไปถึงแม้ว่าราคาค่าเรียนจะมีการปรับตัวตามสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และผลทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ในคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการสร้างความมั่นใจ (Assurance) ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) และด้านการตอบสนอง (Responsiveness) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในสถาบันสอนนาฏศิลป์ตะวันตก ขณะที่ความพึงพอใจในสถาบันสอนนาฏศิลป์ตะวันตกมีอิทธิพลต่อความภักดีในสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตก

คำสำคัญ : การรับรู้ คุณภาพบริการ ความพึงพอใจ ความภักดี สถาบันนาฏศิลป์ตะวันตก

ABSTRACT

This research aims to study Thai parent's feedback on perceived service quality, level of satisfaction and loyalty towards dramatic arts western dance institutes in which the research was conducted. The research adopts questionnaire survey as a tool to collect data and samples from parents whose children are studying in 29 incorporated western dance schools in Bangkok. The survey question sets have been distributed to 400 respondents. The majority 50.3 % of the survey respondents are female parents of 2-3 children who work as an employee in a private firm, 21-30 years of age, and with average monthly income of 20,001-30,000 baht. In general, the results reveal that the level of perceived quality of service (Service Quality Perception) is very high. The findings also show that physical appearance (Tangibles) factor received the highest average score, followed by confidence (Assurance), care (Empathy) , reliability and responsiveness respectively. Moreover, the collected data indicates high level of parents' satisfaction (Customer Satisfaction) toward Western Academy of Dramatic Art. From the survey, it is found that when parents and children are both involved in the school selection process, the level of satisfaction is maximized accordingly. The score result in loyalty factor toward the institutes in considerably high. Parents' willingness to continue sending their children to present dancing academy even though the tuition fee is rising due to changing economic environment section received the highest average score. The hypothesis is proven that factors such as perceived quality of service reliability (Reliability), physical appearance (Tangibles), care (Empathy), and responsiveness can influence the level of customers' satisfaction towards western dance academy. Furthermore, the study also reveals a direct correlation between the level of satisfaction and loyalty toward the dance institutions.

KEYWORD : The Perceived Service Quality Satisfaction Loyalty

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สำหรับประเทศไทยแล้ว นาฏศิลป์ตะวันตกเริ่มเข้ามาในยุคสมัย รัชการที่ 7 ตั้งแต่ พ.ศ. 2477 ถึง พ.ศ. 2494 เริ่มมีการนำการเรียนบัลเล่ต์เข้ามาในโรงเรียนนาฏดุริยางคศาสตร์เป็นการสอนแบบอิสระโดยให้นักเรียนเต้นตาม การแสดงจะเป็นการเต้นประกอบเพลงในละครเพื่อคั่นสลับฉาก รูปแบบการนำเสนอของบัลเล่ต์เข้ามามีบทบาท กับการแสดงนาฏยศิลป์ไทยโดยเฉพาะในละครดึกดำบรรพ์ ต่อมาสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 ทรงประพันธ์บทเพลงเพื่อใช้ประกอบการแสดงบัลเล่ต์หลายชุด และทรงให้การสนับสนุนการแสดงบัลเล่ต์ จึงทำให้บัลเล่ต์เป็นที่รู้จักของคนไทยมากขึ้น และเป็นจุดเริ่มต้นของสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตกพ.ศ. 2509 ซึ่งในปัจจุบันได้เกิดโรงเรียนเสริมนอกหลักสูตรจำนวนมากเฉพาะด้านศิลปกรรม เช่น การเต้น ร้องเพลง ดนตรี จะพบว่ามีเกิดขึ้นอย่างแพร่หลายมาโดยตลอด การแข่งขันในอุตสาหกรรมจึงมีความรุนแรง ซึ่งแต่ละโรงเรียนล้วนมีการแข่งขันในเรื่องของหลักสูตรการเรียนการสอนโดยอ้างอิงมาจากหลักสูตรในประเทศตะวันตก เช่น ประเทศอังกฤษ หรือสหรัฐอเมริกา เป็นต้น การแข่งขันของธุรกิจโรงเรียนสอนบัลเล่ต์จึงต้องแข่งขันกันในประเด็นอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น การแข่งขันด้านราคาหรือการส่งเสริมการขาย ซึ่งจะพบว่าอาจทำให้สามารถสร้างรายได้หรือเพิ่มส่วนแบ่งทาง

การตลาดได้ในระดับหนึ่ง แต่ก็เป็นเพียงกลยุทธ์ที่ใช้ในการกระตุ้นยอดขายในระยะสั้นเท่านั้น ซึ่งไม่สามารถสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรในระยะยาวได้อย่างมีคุณค่า จากการค้นคว้าจะพบว่า Chen, Chang, Hsu & yang (2011) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าคือ มุมมองที่ลูกค้าประเมินจากการซื้อและประสบการณ์ของตนในการบริโภคสินค้าหรือบริการ นั่นก็คือการรับรู้คุณภาพบริการหรือคุณภาพของสินค้า ซึ่งความพึงพอใจของลูกค้าคือตัววัดที่สำคัญในการประเมินศักยภาพของสินค้าและบริการที่นำเสนอไปยังลูกค้าว่ามีความสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ และยังเป็นสิ่งที่องค์กรนำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อพัฒนาหรือยกระดับให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่ง (Wheelen & Hunger, 2008) และปัจจัยที่สำคัญที่นำไปสู่ความภักดี ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการที่จะศึกษาการรับรู้คุณภาพบริการ กับความความพึงพอใจ และความภักดีในสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตก เพื่อที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจ ระดับคุณภาพของการบริการในสายตาลูกค้าที่จะนำไปสู่การสร้างความภักดีให้เกิดขึ้นกับผู้เรียนหรือผู้ปกครองเพื่อที่จะทำให้เกิดความแข็งแกร่งกับทางองค์กรในการที่จะดำเนินธุรกิจได้อย่างมีความน่าเชื่อถือ และเป็นการยกระดับภาพลักษณ์ให้ดียิ่งขึ้นในสายตาผู้บริโภค

2.วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพบริการ ความความพึงพอใจ และความภักดีกับลูกค้าในสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตก

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความความภักดีกับลูกค้าในสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตก

3. การทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (SERVQUAL)

คุณภาพของการบริการ (Service Quality) เป็นระดับของการให้บริการซึ่งไม่มีตัวตนที่นำเสนอให้กับลูกค้าที่คาดหวัง ซึ่งจะเป็นผู้ตัดสินคุณภาพการให้บริการ (Etzel, Walker and Stanton,2001 อ้างถึงใน อาริตา จินดา , 2553: 20) ซึ่งจากการศึกษาของ Gronroos และ งานของ Parasuraman et al (อ้างถึงใน อาริตา จินดา, 2553: 21) พบว่า คุณภาพของการบริการที่เรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้” (Perceived Service Quality - PSQ) และ “คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมด” (Total Perceived Quality) เป็นแนวคิดที่เกิดจากการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและผลกระทบที่เกิดจาก “ความคาดหวัง” ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าที่มีต่อ “การประเมินคุณภาพ” ของสินค้าหลังจากการบริโภคสินค้านั้น คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้จะเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวัง (Expected Quality) และคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้บริการของลูกค้า (Experienced Quality) โดยทั่วไปลูกค้าจะทำการประเมินคุณภาพของการบริการจากการเปรียบเทียบคุณภาพที่คาดหวัง (Expected Quality) กับคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้บริการ (Experienced Quality) ว่าคุณภาพทั้งสองประเภทนั้นสอดคล้องกันหรือไม่ ซึ่งเมื่อนำมาพิจารณารวมกันเป็น คุณภาพที่รับรู้ทั้งหมด ก็จะทำให้ได้ผลสรุปเป็น คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ได้ (PSQ) นั่นเอง

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานบริการ

ความพึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction) ตามแนวคิดของ Phillip Kotler (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) ได้กล่าวไว้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ว่าเป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจซึ่งเป็นผลลัพธ์มาจากการเปรียบเทียบ ระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจ ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวัง ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก ความพึงพอใจในการบริการ สามารถจำแนกได้เป็น 2 ความหมาย คือ ความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ (customer satisfaction) และความพึงพอใจในงาน (job satisfaction)

แนวคิดเกี่ยวกับความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty)

ความภักดีต่อตราสินค้า หมายถึง ความเกี่ยวข้องหรือความผูกพันที่มีต่อตราสินค้าร้านค้า ผู้ผลิต การบริการหรืออื่นๆ ที่อยู่บนพื้นฐานของทัศนคติที่ชอบพอ หรือการสนองตอบ ด้วยพฤติกรรมอย่างการร่วมกิจกรรมทางการตลาด กับตราสินค้าและการซื้อสินค้าซ้ำๆ (ศุภชาติ เกตุแค, 2552: 11) ซึ่งสามารถอธิบายพฤติกรรมการซื้อซ้ำๆ กันนี้ได้ 2 กรณี ได้แก่ ซื้อแบบผ่านการคิดไตร่ตรองไว้แล้ว (Cognitive Repurchase) เพราะมีความชอบในตราสินค้า และซื้อแบบเป็นพฤติกรรมการซื้อซ้ำ (Behavior Repeat Purchase) เป็นการซื้อซ้ำที่ไม่ต้องการเปลี่ยนพฤติกรรมมากกว่ามีความชอบในตราสินค้า

4. ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบิดา มารดาของนักเรียนที่ศึกษา ณ เรียนนาฏศิลป์ตะวันตก ในสถาบันสอนนาฏศิลป์ตะวันตกเฉพาะเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 29 โรงเรียน ตามรายชื่อที่มีการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2555) ซึ่งใช้วิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีของ W.G. Cochran (1977) และเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสร้างขึ้นจาดการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวของ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จะแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ จำนวนบุตร ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบทำรายการ (Check List) มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตรวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) และมาตรวัดเรียงอันดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการรับรู้คุณภาพบริการ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Likert's Scale) มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตรวัดอันตรภาค (Interval Scale) โดยประกอบไปด้วย (1) ความ

เชื่อถือได้ (Reliability) (2) การสร้างความมั่นใจ (Assurance) รูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) (4) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) และ (5)การตอบสนองการบริการ (Responsiveness)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจในในสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตก มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Likert's Scale) มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตรวัดอันตรภาค (Interval Scale)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความภักดีของลูกค้าต่อสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตก มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Likert's Scale) มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตรวัดอันตรภาค (Interval Scale)

การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาทำการตรวจสอบความถูกต้องมาทำการวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมทางสถิติแบบสำเร็จรูป โดยแบ่งการวิเคราะห์ ดังนี้

3.7.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูล ด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ ความความพึงพอใจ และความภักดีในสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตก โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.7.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยศึกษาอิทธิพลของตัวแปรอิสระ คือ การรับรู้ในคุณภาพการบริการ ที่มีต่อตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในสถาบันสอนนาฏศิลป์ตะวันตก ซึ่งตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตรวัดข้อมูลอันตรภาค (Interval Scale) และการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยศึกษาอิทธิพลของตัวแปรอิสระความพึงพอใจในสถาบันสอนนาฏศิลป์ตะวันตกที่มีต่อตัวแปรตาม คือ ความภักดีของลูกค้า ซึ่งตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตรวัดข้อมูลอันตรภาค (Interval Scale) ผู้วิจัยจึงใช้การทดสอบ Simple Regression ในการทดสอบสมมติฐาน

5. สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากกลุ่มตัวอย่างผู้ปกครองของนักเรียนที่ศึกษา ณ เรียนนาฏศิลป์ตะวันตก ในสถาบันสอนนาฏศิลป์ตะวันตกเฉพาะเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน20,001-30,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีบุตร 2 - 3 คน

ข้อมูลการรับรู้คุณภาพการบริการ (Service Quality Perception)

การรับรู้คุณภาพการบริการ (Service Quality Perception) ในภาพรวม มีระดับสูงมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการสร้างความมั่นใจ (Assurance) ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) และด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ตามลำดับ

ข้อมูลความพึงพอใจในในสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตก (Customer Satisfaction)

ความพึงพอใจในในสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตก (Customer Satisfaction) มีระดับสูงมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า เรื่องการเลือกสถาบันให้เป็นผู้ถ่ายทอดวิชาให้กับบุตรของท่านคือประสบการณ์ที่ดีร่วมกันระหว่างท่านและบุตร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ เรื่องท่านพึงพอใจที่ได้เลือกสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตกนี้ให้กับบุตรของท่าน เรื่องสถาบันมีการติดต่อประสานงานท่านอย่างเสมอเพื่อแนะนำรายละเอียดการบริการใหม่ๆ และรายงานผลการเรียนของบุตรหลานท่าน เรื่องท่านมีความเชื่อมั่นและพึงพอใจในหลักสูตรการเรียนการสอนของสถาบัน ตามลำดับ

ข้อมูลความภักดีในสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตก

ความภักดีในสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตก มีระดับสูงมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เรื่องท่านพร้อมที่จะให้บุตรหลานของท่านได้เรียนกับสถาบันต่อไปถึงแม้ว่าราคาค่าเรียนจะมีการปรับตัวตามสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ เรื่องท่านยินดีที่จ่ายค่าเรียนตามที่สถาบันกำหนดถึงแม้ว่าอาจจะแพงกว่าคู่แข่งขันเพื่อให้บุตรหลานได้ศึกษากับทางสถาบัน และเรื่องท่านยินดีให้ความร่วมมือในการดำเนินงานของสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตกอย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ

ผลทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ในคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในสถาบันสอนนาฏศิลป์ตะวันตก พบว่า การรับรู้ในคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) (B = .465, β = .781) ด้านการสร้างความมั่นใจ (Assurance) (B = .456, β = .593) ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) (B = .408, β = .702) ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) (B = .557, β = .790) และด้านการตอบสนอง (Responsiveness) (B = .443, β = .847) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในสถาบันสอนนาฏศิลป์ตะวันตก

สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจในสถาบันสอนนาฏศิลป์ตะวันตกมีอิทธิพลต่อความภักดีในสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตก พบว่า ความพึงพอใจในสถาบันสอนนาฏศิลป์ตะวันตก (B = .981, β = .658) มีอิทธิพลต่อความความภักดีในสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตก

6. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาการรับรู้ในคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในสถาบันสอนนาฏศิลป์ตะวันตก พบว่า การรับรู้ในคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการสร้างความมั่นใจ (Assurance) ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) และด้านการตอบสนอง (Responsiveness) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในสถาบันสอนนาฏศิลป์ตะวันตกซึ่งอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจด้านการบริการผู้ให้บริการจะต้องใส่ใจและให้ความสำคัญในการบริการแก่ลูกค้าของตนอย่างมีประสิทธิภาพเพราะหากบริการผิดพลาดย่อมส่งผลต่อความรู้สึกของลูกค้าที่จะส่งกระทบต่อความคาดหวังที่พวกเขากำหนดไว้ทำให้ความพึงพอใจลดลง ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภชาติ เกตุแค (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่องระดับความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือ ระดับความภักดีต่อตราสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือ รวมถึงศึกษาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจที่มีต่อความภักดีต่อตราสินค้าโทรศัพท์มือถือ โดยพบว่าคุณภาพการบริการของพนักงานขาย ร้านค้า หรือศูนย์บริการมีความสัมพันธ์หรือ

อิทธิพลต่อความความพึงพอใจของผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ และความพึงพอใจดังกล่าวยังมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีในตราสินค้าโทรศัพท์มือถือของกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ผลการศึกษา Kristensen & Eskildsen (2012) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้าและการระลึกถึงของลูกค้า โดยผลการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการของธนาคารมีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าผู้มาใช้บริการ และความพึงพอใจดังกล่าวยังมีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อความภักดีต่อธนาคารของกลุ่มผู้ใช้บริการเช่นกัน เมื่อพิจารณาจากแนวคิดและทฤษฎีผลพบว่าสอดคล้องกับ Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988 อ้างถึงใน อาริตา จินดา, 2553: 13-15) ที่ได้กำหนดคุณภาพการบริการไว้ 5 ประการ อันจะส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความน่าเชื่อถือของหลักสูตรและครูผู้สอนย่อมทำให้ผู้ปกครองรู้สึกถึงความพร้อมในการเรียนการสอน อันจะส่งผลต่อความรู้สึกที่ดีต่อสถาบัน เพราะหลักสูตรคือส่วนสำคัญที่จะเป็นแนวทางในการเรียนการสอนให้แก่ผู้รับบริการ หลักสูตรที่ดีและมีความเหมาะสมย่อมทำให้ผู้รับบริการมีความสุขขณะเรียน ส่วนครูผู้สอนที่มีความรู้ความสามารถเปรียบเสมือนต้นแบบที่มีคุณภาพซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการสามารถเรียนรู้และปฏิบัติตามได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านการสร้างความมั่นใจ สถาบันผู้ให้บริการที่สามารถนำเสนอหลักสูตรและให้บริการได้ตามที่กล่าวอ้างย่อมทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ เพราะการที่สถาบันสามารถฝึกสอนให้ผู้รับบริการมีความสามารถและมีพัฒนาการที่ดีขึ้น ย่อมทำให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นในศักยภาพของสถาบัน ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ สถานที่เรียนมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้ มีอุปกรณ์ และเครื่องมือการเรียนการสอนที่มีมาตรฐาน ทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจและพึงพอใจ เนื่องจากสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยภายนอกที่สามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่า ดังนั้นสภาพแวดล้อมที่ดีมีส่วนช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรและสร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับบริการ นอกจากนี้ความเป็นมืออาชีพของครูผู้สอนและบุคลิกภาพที่ดีของพนักงานก็เป็นส่วนสำคัญที่จะส่งผลต่อการรับรู้และทัศนคติที่ผู้รับบริการมีต่อสถาบันเช่นเดียวกัน ด้านการดูแลเอาใจใส่ ทางสถาบันผู้ให้บริการให้ความสำคัญและพยายามทำความเข้าใจในความต้องการที่ผู้รับบริการแต่ละคนคาดหวัง แสดงให้เห็นถึงความใส่ใจในรายละเอียดของสถาบันที่มีต่อผู้รับบริการ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญและได้รับการบริการที่มีคุณภาพ ก่อให้เกิดความพึงพอใจ และด้านการตอบสนอง ทางสถาบันผู้ให้บริการให้คำแนะนำและให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการเป็นอย่างดี แสดงให้เห็นถึงความพยายามของสถาบันที่จะสร้างคุณค่าและคุณภาพในการบริการอย่างครบถ้วน เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับบริการ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจและมีความซื่อสัตย์ต่อสถาบัน

ขณะที่ผลการศึกษายังพบว่าความพึงพอใจในสถาบันสอนนาฏศิลป์ตะวันตกมีอิทธิพลต่อความภักดีในสถาบันนาฏศิลป์ตะวันตก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Kristensen & Eskildsen (2012) และศุภชาติ เกตุแค (2552) ที่ได้กล่าวไว้ก่อนหน้านี้ เนื่องจากความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดจากการได้รับการตอบสนองที่ตรงต่อความคาดหวังและความต้องการอย่างแท้จริง จึงทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจและพึงพอใจ และก่อให้เกิดความภักดีในที่สุด ความภักดีไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ความภักดีเกิดขึ้นจากองค์ประกอบหนึ่ง คือ การที่พนักงานได้อยู่ใกล้ชิดกับลูกค้า ตอบสนอง และรับรู้ความต้องการของลูกค้า และบริการด้วยใจ เพราะฉะนั้นจะแสดงให้เห็นว่าคุณภาพการบริการที่ดีไม่ได้หมายความถึงเฉพาะบุคคลใดบุคลคลหนึ่ง หรือปัจจัยใดปัจจัยหนึ่ง ที่จะส่งผลต่อคุณภาพการบริการ แต่คุณภาพการบริการที่ดีต้องรวมถึงความพร้อมในทุกๆ ด้านของสถาบัน โดยเริ่ม

ตั้งแต่ผู้รับบริการก้าวเท้าเข้ามายังสถาบัน พนักงานที่อยู่ส่วนหน้าจะต้องแสดงอาการยิ้มแย้มทักทายเพื่อเป็นการต้อนรับ หลังจากนั้นเมื่อผู้รับบริการทำการสอบถามในเรื่องต่างๆ พนักงานจะต้องสามารถตอบคำถาม อธิบายและให้คำแนะนำที่เหมาะสมแก่ผู้รับบริการได้ โดยพนักงานจะต้องใช้วาจาที่สุภาพอ่อนน้อมแต่มีความหนักแน่น เพื่อแสดงให้เห็นถึงความมั่นใจและศักยภาพความพร้อมในการให้บริการตลอดจนผู้รับบริการตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Sheng & Liu (2010) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องผลขอคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าในระบบออนไลน์ พบว่า ความพึงพอใจมีผลกระทบทางบวกต่อความภักดีในตราสินค้า หมายถึงความพึงพอใจหากเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ความภักดีต่อตราสินค้าเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน เพราะผู้รับบริการทุกคนย่อมต้องการในสิ่งที่ตนเองคาดหวังและสามารถตอบสนองความต้องการได้ ถ้าผู้รับบริการได้รับการบริการที่ดีและบริการนั้นสามารถตอบสนองความคาดหวังได้ก็จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความซื่อสัตย์และเกิดความภักดีต่อสถาบันในที่สุด

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) จากผลการศึกษาพบว่าการรับรู้คุณภาพการบริการ (Service Quality Perception) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ในเรื่องทางสถาบันเร่งให้คำแนะนำหรือความช่วยเหลือท่านทันทีที่ท่านต้องการ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เนื่องจากก่อนการเข้ารับบริการผู้รับบริการจะต้องสอบถามรายละเอียดต่างๆ เพื่อทำความเข้าใจเสียก่อน แต่พนักงานบางคนอาจไม่สามารถให้คำแนะนำหรือตอบคำถามได้ชัดเจนตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้รับบริการ จึงทำให้ผู้รับบริการเกิดความสงสัยและไม่พึงพอใจในการรับบริการ ทั้งนี้เหตุผลของความไม่ชัดเจนในการตอบข้อคำถามหรือข้อสงสัยอาจเกิดจากตัวบุคลากรซึ่งเป็นพนักงานใหม่ยังไม่เข้าใจกระบวนการในการทำงานของสถาบันเท่าที่ควรจึงไม่สามารถตอบคำถามของผู้รับบริการได้ชัดเจน หรืออาจเกิดจากพนักงานไม่เข้าใจในคำถามของผู้รับบริการและคำถามดังกล่าวยังไม่เคยมีผู้ใดซักถามจึงทำให้พนักงานไม่สามารถที่จะตอบคำถามหรือให้คำแนะนำได้อย่างทันท่วงที ซึ่งจากการสันนิษฐานความเป็นไปได้ของการที่พนักงานไม่สามารถให้คำแนะนำหรือให้ความช่วยเหลือได้ตามความต้องการสามารถแก้ไขได้โดยการร่วมมือของพนักงานในสถาบัน โดยเริ่มตั้งแต่การให้ความรู้และชี้แจ้งรายละเอียดต่างๆ แก่พนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อให้พนักงานทุกคนรับทราบถึงข้อมูลที่เป็นส่วนสำคัญในการประชาสัมพันธ์และสามารถตอบคำถามของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ซึ่งพนักงานทุกคนควรที่จะทบทวนรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ของสถาบันเป็นประจำเพื่อให้เกิดความเคยชินและสามารถตอบคำถามได้อย่างฉะฉาน

2) นอกจากนี้ยังพบว่าเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยน้อย คือ การรับรู้คุณภาพการบริการ (Service Quality Perception) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ในเรื่องการเรียนการสอนสามารถจบหลักสูตรตามกำหนดระยะเวลาที่นำเสนอไว้ เพราะระยะเวลาในการศึกษาที่สถาบันกำหนดนั้นเป็นเพียงขอบเขตของระยะเวลาเพื่อชี้แจ้งให้ผู้ปกครองที่นำบุตรหลานเข้ามารับการศึกษาทราบก่อนที่จะตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งกำหนดระยะเวลาที่นำเสนอดังกล่าวเป็นระยะเวลาพื้นฐานที่ผู้รับบริการสามารถปฏิบัติตามได้อย่างเหมาะสม ยกเว้นในกรณีที่ผู้รับบริการมีพัฒนาการช้าหรือเรียนรู้ช้าอาจต้องใช้ระยะเวลาเพิ่มขึ้น แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและวิจารณญาณของครู ผู้สอน ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้ผู้ปกครองหลายท่านเกิดความสงสัยและเป็นกังวลในเรื่องของบุตรหลานจะสามารถเรียนรู้และ

ปฏิบัติได้ตามกำหนดระยะเวลาหรือไม่ เพราะอาจมีบางกรณีที่เด็กไม่สามารถเรียนรู้และปฏิบัติตามครูผู้ฝึกสอนได้ทัน ครูผู้ฝึกสอนอาจจะต้องทำการอบรมเพิ่มเพื่อให้เด็กสามารถที่จะเรียนรู้ไปพร้อมกับเพื่อนๆ ได้ ซึ่งทางสถาบันควรทำการชี้แจ้งถึงรายละเอียดดังกล่าวก่อนเพื่อให้ผู้ปกครองรับทราบและไม่เกิดความผิดหวังหากบุตรหลานจำเป็นที่จะต้องใช้ระยะเวลาในการเรียนเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตามเพื่อให้ผู้ปกครองเกิดความรู้สึกดีและเกิดความไว้วางใจทางสถาบันอาจจะทำการแจ้งพัฒนาการการเรียนรู้ของบุตรหลานเป็นระยะๆ เพื่อให้ผู้ปกครองทราบว่าตอนนี้บุตรหลานมีพัฒนาการเพิ่มขึ้นอย่างไรบ้าง และยังทำให้ผู้ปกครองรู้สึกว่าตนเองและบุตรหลานมีความสำคัญไม่ถูกทอดทิ้งหลังจากที่ตัดสินใจรับบริการแล้ว ซึ่งการพูดคุยโต้ตอบและการสร้างมนุษยสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันและผู้รับบริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในรูปแบบเชิงคุณภาพ โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อสอบถามถึงความคิดเห็นเพิ่มเติมหรือสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้องค์กรพัฒนาปรับปรุง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรที่จะนำไปประยุกต์ใช้เพื่อให้การดำเนินงานมีมาตรฐานและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2) การศึกษาครั้งต่อไปควรนำกรอบแนวคิดของการศึกษาครั้งนี้ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างในลักษณะอื่นๆ ที่เป็นลูกค้าในองค์กรอื่น เพื่อที่จะเปรียบเทียบการนำกรอบแนวคิดไปใช้ว่าได้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพหรือมีความแตกต่างกับผลการศึกษาครั้งนี้อย่างไรเพื่อที่จะทำการสรุปผลการศึกษาเพื่อให้เป็นกรณีศึกษาที่นำไปใช้ได้อย่างมีมาตรฐาน

7. อ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. 2555. ธุรกิจโรงเรียนนาฏศิลป์. จาก http://datawarehouse.dbd.go.th/bdw/home/login.html สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2555.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.

ศุภชาติ เกตุแค. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความภักดีต่อตราสินค้าโทรศัพท์มือถือ. เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Eskildsen, J, Reenberg, T & Christensen, JB. (2012). 'Substituted tetraoxa circulenes - New members of the liquid crystal family' **European Journal of Organic Chemistry,** s. pp. 1637-1640.

Mu-Chen, Chang, Kuo-Chien; Hsu, Chia-Lin; Yang, I-Ching. (2011). Understanding the relationship between service convenience and customer satisfaction in home delivery by Kano model. Ch. **Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics,** *23*(3), pp. 386-410.

Sheng, T., & Liu, C., (2010). "An empirical study on the effect of e-service quality on online customer satisfaction and loyalty", **Nankai Business Review International,** 1(3), pp.273 – 283.

Wheelen, T., & Hunger, D, H. (2008). **International Edition of Strategic Management and Business Policy 11th ed.** New York: Pearson.

การลงโทษที่เหมาะสมกรณีผู้เสพยาเสพติด

APPROPRIATE PUNISHMENT: IN CASE OF DRUG USER

กรรณิกา สัมพันธ์พ่วง

นักศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

E-mail: bowbow2521@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การลงโทษที่เหมาะสมกรณีผู้เสพยาเสพติดนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความรู้ทั่วไป และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการลงโทษผู้เสพยาเสพติด และ ศึกษาวิเคราะห์กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งกฎหมายของประเทศไทย และ กฎหมายต่างประเทศเพื่อนำมาศึกษาเปรียบเทียบและหาแนวทางในการลงโทษที่เหมาะสมสำหรับผู้เสพยาเสพติดในประเทศไทยอันจะนำไปสู่ การลดจำนวนของผู้กระทำผิดฐานเป็นผู้เสพและเพื่อลดจำนวนผู้ที่ผ่านการบำบัดฟื้นฟูสมรรถภาพตามกฎหมายพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ. 2545 ไม่ให้กลับมากระทำความผิดซ้ำอีก

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพโดยการค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้แก่กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตำรา หนังสือ บทความ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย รวมถึงข้อมูลทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่าการบำบัดรักษาผู้เสพยาเสพติดตามพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพ ผู้เสพยาเสพติด พ.ศ. 2545นั้นเป็นรูปแบบการลงโทษเพื่อแก้ไขฟื้นฟูเพียงด้านเดียวไม่อาจเป็นผลให้จำนวนผู้เสพลดลงได้ อีกทั้งวัตถุประสงค์ของ การลงโทษนั้นควรมีจุดมุ่งหมายเพื่อเป็นการป้องกันสังคม การลงโทษจึงควรมีผลเป็นการเลิกเสพอย่างถาวรของผู้ที่ผ่านการบำบัด และป้องปราม ผู้ที่คิดจะเป็นผู้เสพรายใหม่ เมื่อศึกษารูปแบบการลงโทษผู้เสพยาเสพติดของต่างประเทศจะเห็นได้ว่า การลงโทษกลุ่มผู้เสพของต่างประเทศเป็นการลงโทษที่ใช้ทฤษฎีแบบผสมกล่าวคือเป็นการลงโทษแบบแก้ไขฟื้นฟู กับการลงโทษเพื่อข่มขู่ยับยั้ง เช่นการลงโทษของประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย บรูไน เป็นต้น ซึ่งประเทศเหล่านี้สามารถลดจำนวนผู้เสพได้จริงผู้วิจัยจึงเสนอให้มีการลงโทษกลุ่มผู้เสพใน กฎหมายพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ. 2545 ให้มีบทลงโทษเพื่อเป็นการแก้ไขฟื้นฟูในครั้งแรกและครั้งที่สองเท่านั้นโดยกำหนดไว้ใน มาตรา 19 ตามพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด พ.ศ.2545 หากมีการกระทำความผิดเป็นครั้งที่สามต้องมีการกำหนดโทษที่หนักขึ้น และ ต้องมีการกำหนดหน่วยงานที่ทำหน้าที่ ดูแล ติดตามผู้เสพหลังผ่านการบำบัดเป็นการเฉพาะ เพื่อมิให้ผู้เสพที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาเสพซ้ำอีกและเป็นการลดจำนวนกลุ่มผู้เสพให้ได้อย่างแท้จริง

คำสำคัญ : การลงโทษผู้เสพ

ABSTRACT

This research is concern about punishment for drug addicted. The objective to study general knowledge and general related punishment for drug addicted and to analyze related laws. This research compere Thai Law and Foreign Law to find guideline for appropriate punishment for drug addicted in Thailand so that may lead to decreasing amount of Culprit of drug addicted and decreasing in number of those who passed rehabilitation course of NARCOTIC ADDICT REHABILITATION ACT B.E. 2545 (2002) preventing from repeat violation.

This research is qualitative research by searching from related documents both Thai and foreign languages such as related Acts, textbook, journal, Thesis, Research report, include electronic information.

From the research, found that the drug addict rehabilitation as accordance to NARCOTIC ADDICT REHABILITATION ACT B.E. 2545 (2002) is the punishment form which is only resolve or rehabilitate but does not effect to decrease number of drug addict. Moreover the propose of punishment should be social prevention so the punishment should effect on permanently stop using drugs on these who rehabilitated and prevent those who about to be new drug addict. By studied the drug addict punishment according to Foreign Law clearly found that the punishment of drug addicts is the integrated punishment between rehabilitation and threatening such as Singapore, Malaysia, Brunei. These countries can really reduce members of drug addicts. Consequently, The researcher purpose to add the punishment by the way of rehabilitation according to NARCOTIC ADDICT REHABILITATION ACT B.E. 2545 (2002) for only the drug addict for first and second time. By specific in section 19 of NARCOTIC ADDICT REHABILITATION ACT B.E. 2545 (2002) that if there is third time violation, such violation must be punished with harder punishment and must specify the agency who look after drug addict who has passed the rehabilitation course to repeat using drug. And that will actually decrease the numbers of drug addicts.

Keywords: Punishment For Drug User

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยาเสพติดเป็นปัญหาที่สำคัญของประเทศและเป็นสาเหตุสำคัญในลำดับต้นๆในการทำให้ประเทศมีการพัฒนาต่อไปได้อย่างล่าช้าเนื่องจากการแพร่ระบาดอย่างรุนแรงของยาเสพติดประเภทต่างๆ ส่งผลให้รัฐบาลต้องเร่งปราบปรามและต้องตระหนักว่าปัญหายาเสพติดมิได้เป็นแค่ภัยร้ายทางสังคมเท่านั้นแต่ยังขยายตัวลุกลามจนส่งผลกระทบอย่างมากต่อด้านเศรษฐกิจ การเมืองและความมั่นคงของประเทศด้วย (บุญญวิจักษ์ เหล่ากอที 2547)

ท่ามกลางโครงสร้างของปัญหายาเสพติด ผู้เสพถือเป็นส่วนสำคัญของปัญหา เพราะกลุ่มผู้เสพยาเสพติดนี้เป็นปัจจัยสำคัญ อีกอย่างหนึ่ง ของปัญหายาเสพติดที่แพร่ระบาดอย่างมากในปัจจุบัน กลุ่มผู้เสพในปัจจุบันมิใช่

เพียงแต่ชนชั้นแรงงานดังเช่นในอดีตอีกต่อไปแต่ยังแพร่ระบาดเข้าสู่กลุ่ม นักเรียน นักศึกษา และลุกลามไปในกลุ่มชน ทุกชั้น ทุกเพศ ทุกวัย (สำนักพัฒนาการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด 2552)ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้จะต้องเป็นกำลังสำคัญของประเทศต่อไปในอนาคต ในการดูแลและพัฒนาประเทศ เราจึงไม่อาจปฏิเสธได้เลยว่าปัญหายาเสพติดเป็นปัญหาที่สำคัญและบั่นทอนการพัฒนาประเทศเป็นอย่างมาก

เมื่อทำการศึกษาวิเคราะห์ พบว่าปัญหายาเสพติดที่เกิดขึ้นอย่างมากมาย ทั้งกระบวนการลักลอบผลิต การลักลอบค้าและการลักลอบจำหน่าย ล้วนเป็นผลมาจากความต้องการของกลุ่มผู้เสพทั้งสิ้นจึงถือได้ว่ากลุ่มผู้เสพยาเสพติดนั้นเป็นรากเหง้าที่แท้จริงของปัญหา (ชาติชาย สุทธิกลม 2549) ก็ว่าได้

ปัญหาผู้เสพยาเสพติด เป็นปัญหาในด้านการพัฒนาคนให้มีประสิทธิภาพทั้งทางด้านร่างกาย(จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย 2551)และทางด้านจิตใจ(จรัสพรรณ สงวนเสริมศรี 2527) เมื่อประชากรที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของการพัฒนาประเทศต้องด้อยประสิทธิภาพลงอันเนื่องมาจากการมีพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนไปจากปรกติเนื่องจากฤทธิ์ของยาเสพติดแล้ว ยังมีปัญหาที่เกิดจากการใช้ความรุนแรงของกลุ่มผู้เสพจนกลายเป็นปัญหาทาง สังคมอีกด้านหนึ่งด้วย(จรัสพรรณ สงวนเสริมศรี 2527) จึงอาจกล่าวได้ว่าการพัฒนาที่ยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้อย่างแท้จริงนั้นจะต้องเริ่มต้นจากการพัฒนาประชากรของประเทศให้มีประสิทธิภาพ และแก้ไขข้อบกพร่องของกลุ่มประชากรที่ด้อยประสิทธิภาพ เช่นกลุ่มผู้เสพยาเสพติดเป็นต้น

การทำให้กลุ่มผู้เสพยาเสพติดมีจำนวนลดลงจึงน่าจะมีประโยชน์มากในการพัฒนาประเทศอีกประการหนึ่ง ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาวิจัย เรื่องการลงโทษกลุ่มผู้เสพยาเสพติดในปัจจุบันว่ามีความเหมาะสม และสามารถลดจำนวนผู้เสพยาเสพติดลงได้อย่างแท้จริงหรือไม่

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

ในปัจจุบันการลงโทษผู้เสพยาเสพติดของประเทศไทยได้มีการพัฒนามาใช้ นโยบายว่ากลุ่มผู้เสพเป็นผู้ป่วยต้องได้รับการรักษา(สุคิด ลั่นซ้าย 2540) จึงได้มีการนำพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้เสพยาเสพติด ปี 2545มาบังคับใช้แทนการลงโทษจำคุก ทั้งนี้ก็เพื่อมิให้ผู้กระทำผิดฐานเป็นผู้เสพยาเสพติด ต้องมีมลทินติดตัวรวมทั้งยังมีจุดมุ่งหมายที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้กระทำความผิดด้วย(ไวทยา สามีบัติ 2525) แต่จากการใช้นโยบายนี้มาเป็นเวลาช้านาน กลับพบว่าสถิติผู้เสพยาเสพติดไม่ลดน้อยลงแต่อย่างใด กลับยังมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเนื่องจาก การเพิ่มจำนวนของกลุ่มผู้เสพรายใหม่ และยังมีการเพิ่มจำนวนจากกลุ่มผู้เสพรายเก่าที่ได้ผ่านการบำบัดรักษาตามพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้เสพยาเสพติด แล้วแต่ก็ยังหันกลับมากระทำผิดซ้ำอีก อันเนื่องมาจากข้อบกพร่องบางประการของพระราชบัญญัติดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าควรมีการศึกษาและ มีการกำหนดโทษของผู้กระทำผิดที่ไม่มีความหลาบจำและไม่มีความเกรงกลัวต่อโทษทัณฑ์ที่ได้รับ มีพฤติกรรมชอบทำผิดติดนิสัย

ปัจจุบัน ทฤษฎีในเรื่องความมุ่งหมายของการลงโทษที่ยอมรับกันเป็นสากล แบ่งออกเป็น 3 ทฤษฎี คือ

1.ทฤษฎีการลงโทษเพื่อแก้แค้นทดแทน(สหธน รัตนไพจิตร 2527) ในปัจจุบันมีการนำทฤษฎีนี้มาใช้เฉพาะในกรณี การกระทำผิดฐานเป็นผู้ผลิต และ ผู้ค้าเท่านั้นเนื่องจากเป็นโทษที่รุนแรง และไม่เหมาะสมกับ กลุ่มผู้เสพ

2.ทฤษฎีการลงโทษเพื่อข่มขู่ยับยั้ง(ณัฐฐ์วัฒน์ สุทธิโยธิน 2554) การลงโทษตามหลักการนี้ เน้นการลงโทษเพื่อป้องกัน หรือข่มขวัญเพื่อยับยั้งไม่ให้เกิดการกระทำความผิดแบบนั้นขึ้นอีกในอนาคต(ปุระชัย เปี่ยม

สมบูรณ์ 2531) การนำทฤษฎีนี้มาใช้กับกลุ่มผู้เสพยาเสพติดในประเทศไทยใช้อยู่ในรูปของ พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พ.ศ.2522 ซึ่งต่อมามีการแก้ไขเนื่องจากไม่สามารถลดจำนวนผู้เสพยาลงได้ และเพื่อตอบรับกับนโยบายว่าผู้เสพเป็นผู้ป่วย หลังการแก้ไขในปี พ.ศ.2545 ให้ผู้กระทำผิดได้มีโอกาสได้รับการบำบัดรักษาโดยใช้พระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้เสพยาเสพติด พ.ศ.2545 แทน

3.ทฤษฎีการลงโทษเพื่อแก้ไขฟื้นฟู (ลาวัลย์ หอนพรัตน์ 2551) ตามทฤษฎีนี้เชื่อว่า การลงโทษควรมีเพื่อการแก้ไขตัวผู้กระทำผิดให้กลับตัวเป็นคนดี และไม่หันกลับไปกระทำผิดซ้ำอีก(Herbert L.Packer 1979) หลีกเลี่ยงการลงโทษจำคุกและผู้กระทำผิดมีโอกาสกลับสู่สังคมได้อย่างไร้มลทิน ทฤษฎีนี้ประเทศไทยใช้อยู่ในรูปของ พระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้เสพยาเสพติด พ.ศ. 2545 อย่างไรก็ตามเมื่อมีการรวบรวมสถิติแล้วพบว่า การใช้การลงโทษผู้เสพยาเสพติดด้วยทฤษฎีนี้เพียงอย่างเดียวไม่อาจทำให้จำนวนผู้เสพ ลดลงได้ส่งผลให้ต้องมีการทบทวน และแก้ไขการลงโทษกลุ่มผู้เสพยาเสพติดให้มีความเหมาะสมมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาหา ทฤษฎีการลงโทษผู้เสพยาเสพติดที่มีความเหมาะสม และส่งผลให้จำนวนผู้เสพยาเสพติดลดลง ซึ่งจะส่งผลถึงการพัฒนาประชากรของประเทศต่อไปในอนาคต

2. วิเคราะห์ กฎหมายที่ลงโทษผู้เสพยาเสพติด ว่ามีข้อบกพร่องประการใด อันเป็นสาเหตุที่ทำให้จำนวนผู้ติดยาเสพติดมีมากขึ้น ทั้งผู้เสพรายใหม่ และ ผู้กระทำผิดซ้ำ เพื่อนำมาเสนอและแก้ไขปรับปรุงข้อกฎหมายบางประการให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

3. หาแนวทางในการลงโทษผู้กระทำผิดให้มีความเหมาะสม สำหรับผู้เสพยาเสพติดในประเทศไทย เพื่อให้มีการลดจำนวนผู้เสพรายใหม่ และ การลดจำนวนของผู้กระทำผิดซ้ำ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศและทำให้สังคมมีความเข้มแข็งอันเป็นรากฐานของการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก กับหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องทางด้านการลงโทษ อธิเช่น เจ้าหน้าที่กรมคุมประพฤติ และ ท่านรองอธิบดีกรมราชทัณฑ์ โดยมุ่งเน้นวิเคราะห์ การลงโทษตามกฎหมายของกลุ่มผู้เสพยาเสพติดโดยเฉพาะในส่วนที่เป็นบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการลงโทษผู้เสพยาเสพติด โดยดำเนินการศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำราวิชาการต่างๆในทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง บทความ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ต่างๆ จากนั้นจะทำการวิเคราะห์ และสรุปผลจากการวิจัยในครั้งนี้เพื่อนำเสนอแนวทางการแก้ปัญหาต่อไป

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้สรุปผลจากการศึกษาค้นคว้า ทฤษฎี และข้อกฎหมายเกี่ยวกับการลงโทษผู้กระทำผิดฐานเป็นผู้เสพยาเสพติดได้ ดังนี้

สาเหตุสำคัญของการเพิ่มปริมาณของผู้เสพยาเสพติด เกิดจากการใช้นโยบาย ผู้เสพเป็นผู้ป่วยต้องได้รับการรักษาซึ่งเป็นการใช้ ทฤษฎีการลงโทษแบบแก้ไขฟื้นฟูเพียงอย่างเดียวเท่านั้น โดยการบังคับบำบัดและรักษา

เป็นการลงโทษแทนการลงโทษจำคุกซึ่งไม่สามารถแก้ไขผู้เสพยาเสพติดได้ทุกราย เนื่องจากมีผู้เสพที่ผ่านการบำบัดรักษาตามแนวทางนี้แล้วยังคงหันกลับมาเสพยาเสพติดซ้ำอีกเป็นจำนวนมาก(อภิรัตน์ เพ็ชรศิริ 2552) และยังส่งผลให้ผู้ที่คิดจะเสพรายใหม่ ไม่เห็นถึงโทษที่จะต้องได้รับตามกฎหมายนั้นเป็นสิ่งที่น่ายำเกรงแต่อย่างใด จึงมีการกระทำผิดตามเป็นจำนวนไม่น้อย นอกจากการใช้การบำบัดรักษาเป็นการลงโทษแล้ว ยังเกิดจาก ผลของการบัญญัติกฎหมายด้วย กล่าวคือ การตราพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้เสพยาเสพติด พ.ศ.2545 ในมาตรา 19 มาตรา 22 และมาตรา 33 นั้นมีช่องว่างทำให้ผู้เสพยาเสพติด ไม่ว่าจะทำผิดมากี่ครั้งก็ยังคงวนเวียนเข้าสู่ระบบการบังคับบำบัดอยู่เช่นนั้น โดยไม่คำนึงว่าผู้กระทำผิดจะกระทำความผิดมาแล้วกี่ครั้งและสามารถแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำผิดได้หรือไม่อันเป็นการผิดวัตถุประสงค์ของทฤษฎีการแก้ไขฟื้นฟูอย่างสิ้นเชิง (แสวง บุญเฉลิมวิภาส 2539)

เพราะเมื่อวิเคราะห์ข้อกฎหมายดังที่กล่าวมาสรุปคือ ตามกฎหมายมาตรา 19เป็นการกำหนดการกระทำความผิดไว้ 4 ฐานความผิดคือ ฐานเสพยาเสพติด เสพและมีไว้ในครอบครอง เสพและมีไว้ในครอบครองเพื่อจำหน่าย หรือเสพและจำหน่ายในปริมาณไม่เกินที่กำหนด ในมาตรานี้ให้ศาลส่งผู้กระทำผิดไปทำการตรวจพิสูจน์ว่าหากเข้าฐานความผิดเหล่านี้ และไม่อยู่ในระหว่างต้องโทษจำคุกในฐานความผิดอื่นอีกให้ส่งตัวไปทำการบำบัดตามที่ คณะอนุกรรมการเห็นควร โดยให้คณะอนุกรรมการเป็นผู้จัดทำแผนฟื้นฟูและแจ้งผลให้อัยการทราบและทำการชะลอฟ้องเอาไว้ก่อน ตามมาตรา 22 เมื่อผู้เสพเข้ารับการบำบัดตามกระบวนการจนครบถ้วนแล้ว และคณะอนุกรรมการเห็นว่าหายจากอาการติดยา เป็นที่น่าพอใจแล้วให้ถือว่าผู้นั้นพ้นจากความผิดที่ถูกกล่าวหาตามมาตรา 19 และให้ปล่อยตัวไปโดยแจ้งผลให้อัยการทราบ ตามมาตรา 33วรรค 1 เห็นได้ว่าการพ้นจาความผิดที่กล่าวหา ถือเป็นการลบล้างประวัติในการกระทำความผิด หากผู้กระทำความผิดคนเดิมกลับมาทำผิดซ้ำอีกหรือกลับมากระทำความผิดในฐานใดฐานหนึ่งในความผิด 4 ฐานที่กำหนดไว้ในมาตรา 19 ก็จะถือว่าเป็นการกระทำความผิดครั้งใหม่ เพราะประวัติการทำผิดเดิมได้ถูกลบล้างแล้ว และนี่ก็เป็นสาเหตุสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้ผลของการลงโทษไม่เป็นไปตามจุดมุ่งหมายแห่งทฤษฎีการแก้ไขฟื้นฟู และส่งผลให้จำนวนผู้เสพยาเสพติดไม่ลดลงและยังเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่า การใช้ทฤษฎีการลงโทษเพียงอย่างใดอย่างหนึ่งใน 3 ทฤษฎีที่ได้นำเสนอมาแล้วนั้น ไม่สามารถส่งผลให้จำนวนผู้เสพยาเสพติดลดจำนวนลงได้ ไม่ว่าจะเป็นการลงโทษเพื่อแก้แค้นทดแทน เหตุเพราะการลงโทษเพื่อแก้แค้นทดแทนนั้นไม่เหมาะสมกับความผิดฐานผู้เสพตามแนวคิดของ ท่าน อภิรัตน์ เพ็ชรศิริ (อภิรัตน์ เพ็ชรศิริ 2552) ที่มีความเห็นว่าจำนวนโทษที่ได้รับต้องเท่าเทียมกับความผิดเมื่อการเสพยานั้นส่งผลร้ายกับตัวผู้เสพเองการลงโทษเพื่อแก้แค้นทดแทนจึงไม่สามารถนำมาใช้กับกลุ่มผู้เสพได้ ในหลักการของการลงโทษเพื่อข่มขู่ยับยั้งอาจส่งผลให้ผู้เสพเกิดความหวาดกลัวในการลงโทษที่เกิดผลเสียกับตัวของผู้กระทำผิดแต่ก็เป็นการปิดโอกาสในการแก้ไขปรับปรุงตัวผู้กระทำผิดและทฤษฎีนี้มีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้กระทำผิดที่กระทำความผิดซ้ำหรือกลุ่มที่ชอบทำผิดติดนิสัยเพื่อให้เกิดความหลาบจำและต้องการปรับปรุงตัวเมื่อมีโอกาสต่อไปและในทฤษฎีการลงโทษเพื่อแก้ไขฟื้นฟูนั้น หากจะให้มีความเหมาะสมและสามารถลดจำนวนผู้เสพยาได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นการตรากฎหมาย ต้องส่งผลให้เป็นไปตามหลักการของการแก้ไขฟื้นฟูอย่างแท้จริง หากกฎหมายไม่เกิดผลเป็นการแก้ไขฟื้นฟูได้อย่างแท้จริงดังเช่น พระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพผู้เสพยาเสพติด ที่มีช่องว่างจนทำให้ผู้กระทำผิดไม่สามารถแก้ไขได้กฎหมายดังกล่าวก็ไม่มีผลเป็นการแก้ไขฟื้นฟู ดังเหตุผลต่างๆ

เหล่านี้ผู้วิจัย จึงมีความเห็นว่าทฤษฎีการลงโทษที่เหมาะสมกับผู้กระทำความผิดฐานเป็นผู้เสพยาเสพติดนั้น ต้องใช้การผสมผสานระหว่างสองทฤษฎี คือการนำทฤษฎีการลงโทษเพื่อข่มขู่ยับยั้ง และ การลงโทษเพื่อแก้ไขฟื้นฟูมาปรับใช้คู่กันทั้งสองทฤษฎี ตามความเหมาะสมกับจำนวนครั้งของการกระทำความผิด

ข้อเสนอแนะ

ในปัจจุบันการลงโทษผู้เสพยาเสพติดยังคงใช้การบำบัดเพียงอย่างเดียว เพื่อมุ่งเน้นที่จะฟื้นฟูผู้เสพให้กลับมาเป็นคนดีของสังคม หากแต่ข้อบกพร่องของกฎหมายทำให้ความมุ่งหมายนั้นไม่เป็นผลดังที่ตั้งใจ ผู้วิจัยจึงเสนอแนวทางดังต่อไปนี้

1. ให้มีการปรับทฤษฎีการลงโทษผู้เสพยาเสพติด เป็นสองทฤษฎี คือใช้ทั้งทฤษฎีการข่มขู่ยับยั้ง และทฤษฎีการแก้ไขฟื้นฟู โดย กำหนดให้ ผู้ที่กระทำความผิดเป็นครั้งแรกให้ได้เข้ารับการบำบัดตาม พ.ร.บ.ฟื้นฟูสมรรถภาพผู้เสพยาเสพติด และเมื่อผ่านการบำบัดจนเป็นที่พอใจให้มีการทำทัณฑ์บนไว้และให้มีเจ้าหน้าที่ติดตามผลในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

2. ให้ใช้ทฤษฎีการลงโทษเพื่อข่มขู่ยับยั้ง มาใช้กับผู้กระทำผิดที่กระทำผิดซ้ำ โดยการกำหนดโทษที่หนักขึ้นกับกลุ่มผู้กระทำความผิดซ้ำ อาจกำหนดให้ต้องทำงานในศูนย์ที่จัดตั้งขึ้นเฉพาะผู้กระทำผิดกลุ่มผู้เสพยาเสพติดนี้ โดยกำหนดระยะเวลาที่ต้องทำงานในศูนย์ให้เหมาะสมกับจำนวนครั้งที่กระทำความผิด โดยควบคู่ไปกับการบำบัดรักษาเมื่อพ้นจากการรับโทษให้มีเจ้าหน้าที่ติดตามผลในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

การเสนอแนวทางแก้ไขเช่นนี้ เพื่อให้ผู้กระทำผิดได้มีโอกาสได้แก้ไขตัวเพื่อเป็นคนดีกลับสู่สังคม และสำหรับผู้ที่กระทำผิดซ้ำสมควรต้องได้รับการข่มขู่ยับยั้งด้วยโทษที่หนักขึ้น และการให้ผู้ทำผิดได้ทำงานนั้นยังอาจทำให้ผู้กระทำผิดได้เพิ่มคุณค่าให้กับตัวเองเป็นการพัฒนาและแก้ไข ผู้กระทำผิดได้อีกทางหนึ่ง ในโอกาสต่อไป

เอกสารอ้างอิง

บุญญวิจักษ์ เหล่ากอที. 2547. **มาตรการทางกฎหมายในการปราบปรามยาเสพติด ใน การประชุมวิชาการระดับชาติว่าด้วยงานยุติธรรม**. กรุงเทพมหานคร:ไอเดีย สแควร์ น. 87.

สำนักพัฒนาการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด.2552. **"แนวคิดการป้องกันยาเสพติดในเยาวชนกลุ่มเสี่ยง"**. เอกสารเผยแพร่ พ.ศ. 2552 หน้า 2- 3.

จรัสพรรณ สงวนเสริมศรี.2527. **ความรู้พื้นฐานเรื่องยา เชียงใหม่**. ดารารัตนการพิมพ์.

จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย. 2551. **สังคมวิทยาอาชญากรรม**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไชยยศ เหมะรัชตะ และคณะ. 2526 . **รายงานวิจัยเรื่องการศึกษาการดำเนินคดี ยาเสพติดตามกระบวนกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม**. เชิงอรรถที่ 6 น. 202-204.

สุคิด ลั่นซ้าย .2540. **รายงานการวิจัยการลักลอบค้ายาเสพติดในประเทศไทย สภาพปัญหาและการปราบปราม**.

สหธน รัตนไพจิตร. 2527. **ความประสงค์ของการลงโทษอาญา : ศึกษาเฉพาะประเทศไทยสมัยใช้กฎหมายลักษณะอาญาและประมวลกฎหมายอาญา** . วิทยานิพนธ์ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิตคณะนิติศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ หน้า 32.

ณัฐฐ์วัฒน์ สุทธิโยธิน. 2554. **ทฤษฎีอาชญาวิทยา ใน แนวการศึกษาชุดวิชา กฎหมายอาญาและอาชญาวิทยาชั้นสูง.** หน่วยที่ 5 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์ . 2531 .**อาชญาวิทยา : สหวิทยาว่าด้วยปัญหาอาชญากรรม** . กรุงเทพมหานคร: โรงเรียนนายร้อยตำรวจ.

รองศาสตราจารย์ลาวัลย์ หอนพรัตน์. 2551. **ทฤษฎีการแก้ไขผู้กระทำผิด ใน เอกสารประกอบการสอนชุดกฎหมายอาญาและอาชญาวิทยาชั้นสูง** . หน่วยที่ 7 นนทบุรี สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช หน้า 8.

Herbert L. Packer. ***The Limits of the Criminal Sanction.*** California: Stanford University Press 1979 p.54 อ้างใน สหธน รัตนไพจิตร อ้างแล้ว หน้า 61-62.

อภิรัตน์ เพ็ชรศิริ. 2552. **ทฤษฎีอาญา** . น. 82 –83.

แสวง บุญเฉลิมวิภาส .2539 . **หลักกฎหมายอาญา**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หน้า120.

การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ

AN ANALYSIS OF OPERATIONAL EFFICIENCY OF SPECIALIZED FINANCIAL INSTITUTIONS: (SFI)

จันทร์จิราพร เรืองฤทธิ์

นักศึกษาปริญญาโท คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

E-mail : Chanchiraphon@hotmail.com

ดร.เกษร หอมขจร

รองศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถาบันการเงินเฉพาะกิจจำนวน 6 แห่ง ในปี พ.ศ.2551 – 2555 โดยทำการศึกษา (1) ด้านประสิทธิภาพทางเทคนิคของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ วิเคราะห์โดยวิธี Data Envelopment Analysis : DEA (2) ผลการดำเนินงานของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ วิเคราะห์จากอัตราส่วนทางการเงิน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิเคราะห์ฟังชั่นการผลิตในรูปแบบของโปรแกรมเชิงเส้น ภายใต้วิธี Data Envelopment Analysis : DEA ผ่านแบบจำลอง CCR output – oriented เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน กำหนดตัวแปรปัจจัยการผลิต 4 ชนิด ได้แก่ (1) ค่าใช้จ่ายเงินเดือนพนักงาน (2) ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาคารและอุปกรณ์ (3)ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยและเงินรางวัล (4) ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตัวแปรผลผลิต 2 ชนิด ได้แก่ (1) ปริมาณเงินให้สินเชื่อ (2) ปริมาณเงินฝากรวมเงินตราต่างประเทศ การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน ได้แก่ (1) อัตราส่วนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานต่อปริมาณเงินให้สินเชื่อ (2) อัตราส่วนค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อรายได้ทั้งหมด (3) อัตราส่วนดอกเบี้ยรับต่อปริมาณเงินให้สินเชื่อ (4) อัตราส่วนรายได้ที่มิใช่ดอกเบี้ยต่อรายได้ทั้งหมด

ผลการศึกษาพบว่าในปี พ.ศ. 2551 ภาพรวมมีค่าดัชนีประสิทธิภาพเฉลี่ยเท่ากับ 0.77 หมายความว่าการดำเนินงานของสถาบันการเงินเฉพาะกิจมีค่าต่ำกว่าค่าประสิทธิภาพสูงสุดร้อยละ 23 ในปี พ.ศ.2552 ภาพรวมมีค่าดัชนีประสิทธิภาพเฉลี่ยเท่ากับ 0.64 หมายถึงว่าการดำเนินงานของสถาบันการเงินเฉพาะกิจมีค่าต่ำกว่าค่าประสิทธิภาพสูงสุดร้อยละ 36 ในปี พ.ศ. 2553 ภาพรวมมีค่าดัชนีประสิทธิภาพเฉลี่ยเท่ากับ 0.71 หมายความว่าการดำเนินงานของสถาบันการเงินเฉพาะกิจมีค่าต่ำกว่าค่าประสิทธิภาพสูงสุดร้อยละ 29 ในปี พ.ศ. 2554 ภาพรวมมีค่าดัชนีประสิทธิภาพเฉลี่ย เท่ากับ 0.72 นั่นคือการดำเนินงานของสถาบันการเงินเฉพาะกิจมีค่าต่ำกว่าค่าประสิทธิภาพสูงสุดร้อยละ 28 ในปี พ.ศ. 2555 ภาพรวมมีค่าดัชนีประสิทธิภาพเฉลี่ย เท่ากับ 0.73 นั่นคือการดำเนินงานของสถาบันการเงินเฉพาะกิจมีค่าต่ำกว่าค่าประสิทธิภาพสูงสุดร้อยละ 27 ทั้งนี้ในช่วงปี พ.ศ. 2551 - 2555 พบว่าธนาคารอาคารสงเคราะห์และธนาคารเพื่อการนำเข้าและส่งออกแห่งประเทศไทยเป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจ 2 แห่ง ที่มีค่าดัชนีประสิทธิภาพทางเทคนิคต่ำไม่เต็มที่ทุกปี ซึ่งต้องมีการปรับปรุงโดยใช้ปัจจัยการผลิต

ที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุดเพื่อให้ได้รับผลผลิตเหมาะสมที่สุดและมีประสิทธิภาพเต็มที่ ส่วนผลการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินเปรียบเทียบระหว่างสถาบันการเงินเฉพาะกิจแต่ละแห่ง ค่าอัตราส่วนที่ได้มีความแตกต่างกัน ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงการมีประสิทธิภาพของแต่ละสถาบันการเงินเฉพาะกิจที่มีลักษณะการดำเนินงานที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : การวิเคราะห์ประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพทางเทคนิค สถาบันการเงินเฉพาะกิจ ฟังก์ชั่นการผลิต อัตราส่วนทางการเงิน

ABSTRACT

In this thesis, the researcher analyzes (1) the operational efficiency of six specialized financial institutions. In order to carry out this investigation, the researcher analyzed relevant cross sectional data from the period between 2008 and 2012. Using quantitative research methods, the researcher employed the method of data envelopment analysis (DEA) in order to determine the levels of operational efficiency evinced by the financial institutions under study through measuring their technical efficiency. Furthermore, using financial ratio analysis, the researcher analyzed the operational output exhibited by these financial institutions. Accordingly, the researcher applied DEA in the form of linear programming to describe the production function by virtue of extrapolating the Charnes, Cooper and Rhodes (CCR) output-oriented model as an instrument allowing the measuring of the operational efficiency of each specialized financial institution. Four types of input variables were determined: (1) employee costs; (2) building and equipment maintenance costs; (3) interest expenditures; and (4) other expenditures. Two types of output variables were determined: (1) loans; and (2) deposits. The financial ratio analysis consisted of (1) personal expenditures to total loan ratio; (2) operating expenditure ratio; (3) interest income to total loan ratio; and (4) non-interest income to total income ratio.

Findings show that in 2008 overall, an average efficiency index was 0.77. This means that the operation of specialized financial institutions exhibited the value lower than the value of maximum efficiency at 23 percent. In 2009, overall, an average efficiency index was 0.64. This means that the operation of specialized financial institutions exhibited the value lower than the value of maximum efficiency at 36 percent. In 2010 overall, an average efficiency index was 0.71. This means that the operation of specialized financial institutions exhibited the value lower than maximum efficiency at 29 percent. In 2011 overall, an average efficiency index was 0.72. This means that the operation of specialized financial institutions exhibited the value lower than the value of maximum efficiency at 28 percent. In 2012 overall, an average efficiency index was 0.73. This means that the operation of specialized financial institutions exhibited the value lower than the value of maximum efficiency at 27 percent. From 2008 to 2012, it was found that the Government Housing Bank and Export-Import Bank of Thailand were two specialized financial institutions that exhibited low technical efficiency index every year. This needs an improvement using existing input for maximum efficiency in order to gain the

most appropriate output and maximum efficiency. The comparison of financial ratio analysis between each specialized financial institutions found that there were differences in the ratio of each specialized financial institutions. This reflects an efficiency of each specialized financial institution with differences in operation.

KEYWORDS: Efficiency analysis, Technical efficiency, Specialized Financial Institutions, Production function, Financial ratio

บทนำ

ในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรือศักยภาพของประชากรส่วนใหญ่มีรายได้น้อยการเข้าถึงสถาบันการเงินหรือธนาคารพาณิชย์จึงเป็นเรื่องที่ยาก หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่าสถาบันการเงินไม่สามารถตอบสนองความต้องการทางการเงินของผู้ประกอบการและประชาชนได้ เนื่องจากผู้ประกอบการมีความเสี่ยงสูงและในขณะที่ผลตอบแทนไม่คุ้มกับต้นทุนและผลกำไรไม่เป็นไปตามที่ต้องการ จึงทำให้สถาบันการเงินหรือธนาคารพาณิชย์ไม่สามารถช่วยเหลือประชาชนหรือผู้ประกอบการได้อย่างเต็มที่ การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมจึงเกิดขึ้นได้ในวงแคบ ๆ ไม่ทั่วถึง สถาบันการเงินเฉพาะกิจจึงถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อที่จะต้องการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมให้ทั่วถึงและแก้ไขปัญหาความไม่สมบูรณ์ของระบบการเงินตามกลไกตลาดในภาวะปกติรวมทั้งการแก้ไขปัญหาของระบบการเงินในภาวะที่ไม่ปกติ ซึ่งถูกจัดตั้งขึ้นโดยมีพระราชบัญญัติเฉพาะของแต่ละองค์กร ระบุวัตถุประสงค์และภารกิจการดำเนินงานอย่าง ที่ผ่านมาสถาบันการเงินเฉพาะกิจทำหน้าที่เป็นสถาบันการเงินเพื่อการพัฒนา (Development Financial Institution) โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนและให้การตอบสนองความต้องการของภาคเศรษฐกิจจริงของประเทศที่เป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน (Sustainability) ได้อย่างยืน

ดังนั้นประเด็นในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประสิทธิภาพในการดำเนินงานของสถาบันการเงินเฉพาะกิจที่เป็นสถาบันในกำกับดูแลของรัฐบาลและเป็นสถาบันการเงินที่รัฐบาลใช้เป็นเครื่องมือในการให้ประชาชนได้เข้าถึงระบบการเงินได้มากที่สุดนั้นมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่เหมาะสมและเต็มที่หรือไม่ และมีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลให้การดำเนินงานไม่มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งเสนอแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพจากความสามารถที่ว่าหน่วยผลิตสามารถเพิ่มผลผลิตได้มากเท่าใด โดยไม่เพิ่มปัจจัยการผลิตเพื่อให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาภายใต้แนวคิดการวัดประสิทธิภาพด้วยวิธี Data Envelopment Analysis (DEA) และการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio)

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

1. การวัดประสิทธิภาพด้วยวิธี Data Envelopment Analysis (DEA)

การวัดประสิทธิภาพโดยวิธี Data Envelopment Analysis หรือ DEA เป็นวิธีการวัดประสิทธิภาพทางเทคนิค (Technical Efficiency) ของหน่วยตัดสินใจ (DMU : Decision Making Unit) เช่น หน่วยธุรกิจ องค์กร หรือองค์กรภาครัฐ (Organization) ซึ่งวิธีนี้จะใช้วัดหน่วยตัดสินใจที่ไม่เน้นความสำคัญของตัวรบกวน (Noise) ควรเลือกใช้วิธี DEA (นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์ , จารึก สิงหปรีชา. 2549) ซึ่งวิธี DEA หรือ Data Envelopment Analysis นี้

เป็นวิธีการวัดประสิทธิภาพที่ถูกพัฒนาขึ้นโดย Charnes Cooper และ Rhodes (CCR) (1978) โดยใช้หลักการและทฤษฎีของแบบจำลองเชิงเส้น (Linear Programming หรือ LP) เป็นพื้นฐานในการกำหนดค่าดัชนีประสิทธิภาพ (Efficiency Index) และใช้กำหนดตัวแบบ (Model) โดยใช้วิธีการกำหนดค่าที่เหมาะสมโดยโปรแกรมเชิงคณิตศาสตร์ (Mathematical Programming) ซึ่งดัชนีประสิทธิภาพและหลักการทำงานของ Data Envelopment Analysis (DEA) สามารถอธิบายได้คือ ดัชนีประสิทธิภาพ (Efficiency Index) ของ DMU ใด ๆ ที่ได้จาก DEA คือค่าอัตราส่วนระหว่างผลผลิตรวมถ่วงน้ำหนัก (Weighted Outputs) กับปัจจัยการผลิตรวมถ่วงน้ำหนัก (Weight Inputs) ของ DMU นั้น ๆ (วินัย พุทธกูล : 2538) ลักษณะการทำงานของ DEA คือจะใช้ข้อมูลจาก DMU ทั้งหมดที่นำมาศึกษา สร้าง Production Frontier หรือเรียกอีกอย่างว่า Efficiency Frontier ขึ้นมาเชื่อมต่อกันของ DMU ต่าง ๆ เพื่อประกอบให้เห็นเป็น Frontier มีลักษณะเชื่อมโยงเป็นเส้นตรง (Linear Combination) DMU ใดมีตำแหน่งตั้งอยู่บน Frontier ก็จะถูกประเมินโดย DEA ว่ามีประสิทธิภาพ 100 เปอร์เซ็นต์ ในการใช้ ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่เพื่อผลิตผลผลิตที่มีอยู่หรือกำลังผลิตอยู่ ในทางตรงกันข้าม DMU ใดไม่อยู่บน Frontier ก็จะถูก DEA ประเมินว่ามีประสิทธิภาพต่ำกว่า 100 เปอร์เซ็นต์ ค่าประสิทธิภาพที่ลดน้อยลงไปจะเป็นสัดส่วนโดยตรงกับระยะห่างของ DMU นั้นกับ Frontier ดังนั้นสำหรับค่าค่าถ่วงน้ำหนักชุดใด ๆ ที่กำหนดให้ DMU ที่ใช้ปัจจัยการผลิตทุกชนิดมากเป็นสองเท่าของ DMU ที่มีประสิทธิภาพ 100 เปอร์เซ็นต์ (DMU นี้ตั้งอยู่บน Frontier) ในการผลิตผลผลิตจำนวนที่เท่ากันก็จะมีประสิทธิภาพเพียงครึ่งเดียวของ DMU ที่มีประสิทธิภาพ 100 เปอร์เซ็นต์ หรือมีค่าดัชนีประสิทธิภาพเท่ากับ 0.5 นั่นเอง ซึ่งจากการทำงานของ DEA ในลักษณะดังกล่าวทำให้ดัชนีประสิทธิภาพที่หาได้เป็นตัววัดประสิทธิภาพสัมพัทธ์ (Relative Efficiency Measure) คือ ค่าดัชนีประสิทธิภาพของ DMU ใดจะมากหรือน้อยนั้นมาจากการเปรียบเทียบปริมาณปัจจัยการผลิตและปริมาณผลผลิตของ DMU นั้นกับปริมาณปัจจัยการผลิตและปริมาณผลผลิตของ DMU อื่น ๆ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาประสิทธิภาพโดยวิธี Data Envelopment Analysis หรือ DEA ภายใต้แบบจำลอง CCR DEA Model ซึ่งแบบจำลอง CCR นี้ถูกนำเสนอโดย Charnes , Cooper , and Rhodes ในปี ค.ศ. 1978 (นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์ , จารึก สิงหปรีชา. 2549) พื้นฐานการสร้างแบบจำลองนี้เกิดขึ้นมาจากความพยายามที่จะวัดประสิทธิภาพสัมพัทธ์ (Relative Efficiency) กรณีที่หน่วยตัดสินใจการผลิตหนึ่ง ๆ (Decision Making Unit : MMU) มีการใช้ปัจจัยการผลิตหลายชนิดและทำการผลิตผลผลิตหลายชนิด ซึ่งการวัดประสิทธิภาพสามารถคำนวณได้โดย สมมติว่ามี DMU จำนวน n หน่วย DMU ที่จะต้องพิจารณาทั้ง n หน่วย มีการใช้ปัจจัยการผลิตหน่วยละ m ชนิด ที่แตกต่างกันเพื่อผลผลิตสินค้าจำนวน s ชนิดที่แตกต่างกัน กล่าวคือ DMU_j จะใช้ปัจจัยการผลิต X_{ij} เพื่อผลิตผลผลิต Y_{rj} โดยที่ X_{ij} และ Y_{rj} มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับศูนย์ และ DMU ต้องมีปัจจัยการผลิตและผลผลิตอย่างน้อยหนึ่งชนิดที่มีค่ามากกว่าศูนย์

$$E_1 = \frac{u_1Y_{11} + u_2Y_{21} + \ldots + u_sY_{s1}}{v_1X_{11} + v_2X_{21} + \ldots + v_mX_{m1}} = \frac{\sum_{r=1}^{s} u_{r1}Y_{r1}}{\sum_{j=1}^{m} v_{j1}X_{j1}}$$

โดยที่ E_1 คือ ประสิทธิภาพของหน่วยที่ 1

u_1 คือ ค่าถ่วงน้ำหนักของผลผลิต r

Y_{r1} คือ ปริมาณผลผลิต r จากหน่วยที่ 1

v_j คือ ค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัยการผลิต j

X_{j1} คือ ปริมาณปัจจัยการผลิต j ที่ใช้ในหน่วยที่ 1

กรณีของแบบจำลองทั่วไปสามารถแสดงได้ดังสมการต่อไปนี้

กำหนดให้ u_{rk} เป็นค่าถ่วงน้ำหนักของผลผลิต r ของ DMU_k และ v_{ik} คือค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัยการผลิต i ของ DMU_k เราสามารถเขียนแบบจำลองสำหรับหาค่าประสิทธิภาพ ของ DMU_k ได้ดังนี้

$$Max\theta_k = \frac{\sum_{r=1}^{s} u_{rk} Y_{rk}}{\sum_{i=1}^{m} v_{ik} X_{ik}} \qquad (1)$$

Subject to

$$\frac{\sum_{r=1}^{s} u_{rk} Y_{rk}}{\sum_{i=1}^{m} v_{ik} X_{ik}} \leq 1$$

$$j = 1,2,3, \ldots, n$$

$$u_{rk} > 0 \; ; r = 1,2,3, \ldots, s$$

$$v_{ik} > 0 \; ; i = 1,2,3, \ldots, m$$

แบบจำลองนี้คือการหาค่ามากที่สุดของอัตราส่วนระหว่างผลผลิตรวมถ่วงน้ำหนัก (Weighted Outputs) กับปัจจัยการผลิตรวมถ่วงน้ำหนัก (Weighted Inputs) ของ DMU_k โดยมีข้อจำกัด 3 ข้อคือ

1. ไม่มี DMU ใดมีค่าดัชนีประสิทธิภาพมากกว่า 1 ($\theta_k \leq 1$) เมื่อ DMU นั้น ๆ ใช้ค่าถ่วงน้ำหนัก ซึ่งได้กำหนดไว้สำหรับ DMU_k หรืออีกนัยหนึ่งคือค่าดัชนีประสิทธิภาพของ DMU_k มีค่าเป็นไปได้สูงสุดเท่ากับ 1 หรือ 100 เปอร์เซ็นต์ เท่านั้นทั้งนี้เนื่องจาก DMU_k เป็น DMU ที่กำลังถูกประเมินประสิทธิภาพ และเป็นส่วนหนึ่งของสมการข้อจำกัดด้วย
2. ตัวถ่วงน้ำหนักของผลลลิตทุกตัวของ DMU_k มีค่ามากกว่าศูนย์
3. ตัวถ่วงน้ำหนักของปัจจัยการผลิตทุกตัวของ DMU_k มีค่ามากกว่าศูนย์

2. การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

การวิจัยในส่วนของการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาอัตราส่วนทางการเงิน 4 อัตราส่วน ได้แก่

1. อัตราส่วนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานต่อปริมาณเงินให้สินเชื่อ (Personal Expenses to Total Loan Ratio)

2. อัตราส่วนค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อรายได้ทั้งหมด (Operating Expenditure Ratio)

3. อัตราส่วนดอกเบี้ยรับต่อปริมาณเงินให้สินเชื่อ (Interest Income to Total Loan Ratio)

4. อัตราส่วนรายได้ที่มิใช่ดอกเบี้ยต่อรายได้ทั้งหมด (Non-Interest Income to Total Income Ratio)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ

วิธีการดำเนินวิจัย

การดำเนินการวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะ Cross Section Data โดยพิจารณาข้อมูลงบการเงินของสถาบันการเงินเฉพาะกิจทั้ง 6 แห่ง ย้อนหลัง 5 ปี (ปี 2551 – 2555) ได้แก่ ธนาคารออมสิน , ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) , ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย , เพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM BANK) , ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME BANK) โดยแบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษาวิเคราะห์ในลักษณะเชิงพรรณนา (descriptive analysis) เพื่อพิจารณาถึงลักษณะโครงสร้างทั่วไปของสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐบาล

ส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ (quantitative analysis) โดยแบ่งออกเป็น 2 วิธี ดังนี้

1. ใช้โปรแกรมคณิตศาสตร์เชิงเส้นตรงเพื่อวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ซึ่งเรียกว่า Data Envelopment Analysis หรือ DEA Methodology ผ่านแบบจำลอง CCR output – oriented โดยได้มีการกำหนดตัวแปรปัจจัยการผลิต (Input) 4 ชนิด ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเงินเดือนพนักงาน ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาคารและอุปกรณ์ ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยและเงินรางวัล และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตัวแปรผลผลิต (Output) 2 ชนิด ได้แก่ ปริมาณเงินให้สินเชื่อ ปริมาณเงินฝากรวม เงินตราต่างประเทศ

2. วิธีการทางการเงิน (Financial Ratio) ใช้ดัชนีในการอธิบายโครงสร้างของธุรกิจ ความเสี่ยง และผลตอบแทนในการดำเนินงานของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ได้แก่ อัตราส่วนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานต่อปริมาณเงินให้สินเชื่อ (Personal Expenses to Total Loan) อัตราส่วนค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อรายได้ทั้งหมด (Operating Expenditure) อัตราส่วนดอกเบี้ยรับต่อปริมาณเงินให้สินเชื่อ (Interest Income to Total Loan) และอัตราส่วนรายได้ที่มิใช่ดอกเบี้ยต่อรายได้ทั้งหมด (Non-Interest Income to Total Income)

ซึ่งจากการดำเนินวิธีวิจัยสามารถที่จะสรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผลการวิจัยรวมทั้งข้อเสนอแนะที่ผู้ศึกษาได้นำเสนอไว้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาด้วยวิธี Data Envelopment Analysis : DEA พบว่าธนาคารอาคารสงเคราะห์และธนาคารเพื่อการนำเข้าและส่งออกแห่งประเทศไทยเป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจ 2 แห่ง ที่มีประสิทธิภาพการดำเนินงานต่ำหรือมีประสิทธิภาพไม่เต็มที่ทุกปี

ในปี พ.ศ. 2551 - 2555 มีสถาบันการเงินเฉพาะกิจ 2 แห่งที่มีประสิทธิภาพทางเทคนิคทุกปี ได้แก่ ธนาคารออมสินและธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ซึ่งจะสอดคล้องกับการวิเคราะห์อัตราส่วนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานต่อปริมาณเงินให้สินเชื่อ และอัตราส่วนค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อรายได้ทั้งหมด ที่สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถาบันการเงินเฉพาะกิจทั้ง 2 แห่ง ที่มีมากกว่าธนาคารอื่น ๆ และในขณะที่ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME BANK) และธนาคารเพื่อการนำเข้าและส่งออกแห่งประเทศไทย (EXIM BANK) เป็นสถาบันการเงิน 2 แห่ง ที่มีประสิทธิภาพต่ำกว่าสถาบันการเงินเฉพาะกิจอื่น ๆ เช่นกัน ซึ่งต้องมีการปรับปรุงการใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่อย่างเหมาะสมในการผลิตผลผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตมากที่สุด และก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาประสิทธิภาพด้วยวิธี Data Envelopment Analysis : DEA ผ่านแบบจำลอง CCR output – oriented พบว่าค่าเฉลี่ยของดัชนีประสิทธิภาพทางเทคนิคของสถาบันการเงินทั้ง 6 แห่ง ในปี พ.ศ. 2551 – พ.ศ. 2555 นั้น มีค่าอยู่ระหว่าง 0.64 – 0.77 แสดงว่าประสิทธิภาพทางเทคนิคของสถาบันการเงินเฉพาะกิจยังคงมีค่าต่ำกว่าระดับที่มีประสิทธิภาพ โดยระดับที่มีประสิทธิภาพคือค่าดัชนีประสิทธิภาพต้องมีค่าเท่ากับ 1 นั่นคือมีประสิทธิภาพเต็มที่ 100 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งทั้งนี้สามารถที่จะปรับปรุงเพิ่มขึ้นได้อีกร้อยละ 23 -36 ทั้งนี้การจัดสรรปัจจัยการผลิตหรือทรัพยากรที่มีอยู่ใหม่ภายใต้เทคโนโลยีเดิมซึ่งอาจจะปรับปรุงด้านปัจจัยการผลิตและหรือทางด้านผลผลิตของสถาบันการเงินเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพไม่เต็มที่ของแต่ละแห่งเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

แนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพทางเทคนิคของสถาบันการเงินเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพไม่เต็มที่ให้มุ่งใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้ได้รับผลผลิตที่เพิ่มขึ้นและมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยปัจจัยการผลิตที่สถาบันการเงินเฉพาะกิจที่ไม่มีประสิทธิภาพหรือมีประสิทธิภาพต่ำต้องปรับปรุงได้แก่ ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยและเงินรางวัล และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ทั้งนี้การปรับเปลี่ยนปัจจัยการผลิตของสถาบันการเงินที่ไม่มีประสิทธิภาพหรือมีประสิทธิภาพต่ำให้มีความเหมาะสมนั้นจะต้องศึกษาจากสถาบันการเงินเฉพาะกิจอื่นๆ ที่มีประสิทธิภาพ

จากการพิจารณาอัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio) ในการศึกษาครั้งนี้พบว่าค่าอัตราส่วนที่ได้ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจแต่ละแห่งมีความแตกต่างกัน ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงการมีประสิทธิภาพของแต่ละสถาบันการเงินเฉพาะกิจที่มีลักษณะการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องการการศึกษาค่าเฉลี่ยดัชนีประสิทธิภาพทางเทคนิคโดยเปรียบเทียบของสถาบันการเงินเฉพาะกิจด้วยวิธี Data Envelopment Analysis : DEA

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาพบว่าการพิจารณาถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานของธนาคารหรือสถาบันการเงินเฉพาะกิจ จำนวน 6 แห่งที่มีสถานะเป็นธนาคารโดยทำการศึกษาปัจจัยการผลิต 4 ชนิด เทียบกับผลผลิตจำนวน 2 ชนิด คือปริมาณเงินให้สินเชื่อ และ ปริมาณเงินฝากที่เป็นเงินบาทรวมเงินตราต่างประเทศ เท่านั้น ซึ่งหากจำนวน

ผลผลิตที่นำมาวิเคราะห์เพิ่มมากขึ้นอาจจะทำให้ประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถาบันการเงินแต่ละแห่งเปลี่ยนแปลงได้

2. ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาสถาบันการเงินเฉพาะกิจเพียง 6 แห่ง จากทั้งหมด 8 แห่ง ซึ่งมีจำนวนหน่วยตัดสินใจ (DMUs) ที่น้อย ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปอาจจะต้องปรับวิธีการศึกษาโดยเลือกหน่วยตัดสินใจให้อยู่ในลำดับชั้นเดียวกัน เช่น ศึกษาประสิทธิภาพการดำเนินงานของสาขาย่อยของสถาบันการเงินเฉพาะกิจแยกเป็นรายสถาบัน ทั้งนี้ก็เพื่อความครอบคลุมเหมาะสมและชัดเจนของการวิเคราะห์ที่เพิ่มมากขึ้น

3. ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาประสิทธิภาพด้วยวิธี Data Envelopment Analysis: DEA ผ่านแบบจำลอง CCR output – oriented เท่านั้น และหากมีการเปลี่ยนแปลงแบบจำลองตลอดจนตัวแปรปัจจัยการผลิตผลผลิตที่ใช้นำมาวิเคราะห์ก็อาจส่งผลให้ผลการวิเคราะห์มีการเปลี่ยนแปลงได้

4. ผลการวิเคราะห์ที่ได้เป็นการวิเคราะห์ที่จำกัดอยู่ในช่วงเวลาที่พิจารณาเท่านั้น (ปี พ.ศ. 2551 – 2555) ซึ่งไม่อาจจะตีความว่าจะเป็นจริงหรือใช้อ้างอิงว่าจะเป็นจริงได้ในทุก ๆ ปี

รายการอ้างอิง

นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์ , จารึก สิงหปรีชา. 2549. “วิธีการวัดและข้อจำกัดของวิธีการวัดประสิทธิภาพ Efficiency Measurement Approaches and Limitations” **วารสารเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**. กรกฎาคม-ธันวาคม : 79-99.

เพลินพิศ สัตย์สงวน. 2549 "สถาบันการเงินเฉพาะกิจ: เครื่องมือของนโยบายรัฐในการเข้าถึงผู้ที่ไม่ได้รับบริการจากธนาคารพาณิชย์". **เอกสารสัมมนาวิชาการ เรื่อง สู่หนึ่งทศวรรษหลังวิกฤตเศรษฐกิจ : ได้เรียนรู้และปรับปรุงอะไรบ้าง?**. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2556 จาก http://tdri.or.th/wp-content/uploads/2013/02/plernpis.pdf.

ภัสรี ธนะอเนกเจริญ, นงนุช บุญกาญจนพานิชย , ไตรรัตน์ ธนะประกอบกรณ์. 2548. “บทบาทของสถาบันการเงินเฉพาะกิจที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ” . สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2556 จาก http://econ.tu.ac.th/archan/rangsun/EC 460/เอกสารสภาวการณ์เศรษฐกิจไทย/เอกสารธนาคารแห่งประเทศไทย/Economic Monitor/สถาบันการเงินเฉพาะกิจ.pdf

วินัย พุทธกูล. 2538. “เทคนิคการวัดประสิทธิภาพขององค์การ โดยวิธี Data Envelopment Analysis” **วารสารเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**. มกราคม-มิถุนายน : 113-120.

สุขุมาลย์ ลัดพลี และคณะ. 2552. **โครงการวิจัยการศึกษาแนวทางพัฒนาสถาบันการเงินเฉพาะกิจ : รายงานฉบับสมบูรณ์ (final report)**. ม.ป.พ., 2552.

สุภาวดี จันทรุกขา. 2548. "การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.)". วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Dennis L. Bricker. **Data Envelopment Analysis**. (4 February 1997). University of lowa, Dept of industrial Eng’g.

Wiliiam W. Cooper , Lawrence M. Seiford , Kaoru Tone **. Data Envelopment Analysis : A comprehensive Text with Models, Applications, References and DEA-Solver Software**. (2000). United States of America : Kluwer Academic Publishers.

การวิเคราะห์ภาระงานของพนักงานธนาคารแห่งหนึ่งในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

WORK ANALYSIS OF BANK WORKERS IN BANGKOK

อัจจิมา วุฒิพงษ์

นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรสุขศาสตร์อุตสาหกรรมและความปลอดภัย

ภาควิชาอาชีวอนามัยและความปลอดภัย คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

E-mail : marky.tu50@gmail.com

สุทธินันท์ ฉันท์ธนกุล

อาจารย์ประจำภาควิชาอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ภาควิชาอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

E-mail : phsck@mahidol.ac.th

วรกมล บุญยโยธิน

อาจารย์ประจำภาควิชาอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ภาควิชาอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

E-mail : vorakamol_b@hotmail.com

สุคนธา ศิริ

อาจารย์ประจำภาควิชาระบาดวิทยา คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

E-mail : s_siri4@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เกี่ยวข้องกับภาระงานด้านร่างกาย ด้านจิตใจและความชุกของความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่างของพนักงานธนาคารแห่งหนึ่งในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งศึกษาแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional study) และสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 139 คน เครื่องมือของการศึกษานี้ คือ แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป แบบสอบถามมาตรฐานของนอร์ดิกเพื่อวิเคราะห์อาการความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่างและแบบสอบถามดัชนีภาระงานของนาซ่า ผลการศึกษานี้ พบว่า พนักงานธนาคารทำงานสัปดาห์ละ 5 วัน วันละ 9 ชั่วโมง เป็นงานแบบเดียวกันตลอดเวลาและต้องทำงานภายใต้แรงกดดัน ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อภาระงานด้านจิตใจจากแบบสอบถามดัชนีภาระงานของนาซ่า คือ ความเร่งด่วนในการทำงาน และความชุกของความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่างแบ่งตามส่วนต่างๆของร่างกาย คือ คอ (ร้อยละ69.8) ไหล่ (ร้อยละ61.9) หลังส่วนบน (ร้อยละ59.0) หลังส่วนล่าง (ร้อยละ56.8) และข้อมือหรือมือ (ร้อยละ42.4) ตามลำดับ

คำสำคัญ : ความชุก ความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่าง พนักงานธนาคาร ภาระงาน

ABSTRACT

The purpose of this study was to explain physical workload, mental workload and prevalence of musculoskeletal disorders among bank workers of one banking company in Bangkok. This study was a cross-sectional study design that sample size was 139 bank workers by purposive sampling and the study tool were general questionnaire, Standardized Nordic Questionnaire for Analysis Musculoskeletal Symptom and NASA Task Load Index. The results were regular working time averaged 5 day per week (9 hour per day), monotonous work and under pressure job. The most factor effect mental workload from NASA Task Load Index was temporal demand. The prevalence of musculoskeletal disorders in various body parts were neck (69.8%), shoulders (61.9%), upper back (59.0%), lower back (56.8%) and wrists/hands (42.4%).

KEYWORDS: Bank workers, Musculoskeletal Disorders, Prevalence, Workload

บทนำ

พนักงานธนาคารเป็นกลุ่มอาชีพหนึ่งที่ต้องทำงานซ้ำซากและทำงานภายใต้ความกดดันจากเวลาทำงาน เช่น พนักงานธนาคารทำงานกับเงินสดและเอกสารทางการเงินจะต้องมีความระมัดระวังและเอาใจใส่ในการทำงานสูงมากเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นจากขั้นตอนการทำงาน ทำให้พนักงาน ธนาคารเกิดความเครียดและเกิดความกดดันจากการทำงาน พนักงานธนาคารต้องติดต่อกับลูกค้าของธนาคารเสี่ยงต่อการเกิดความรุนแรงจากการพูดคุยระหว่างพนักงานธนาคารและลูกค้า รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างานและผู้ปฏิบัติงานและความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานในที่ทำงาน เป็นต้น นอกจากนี้พบว่าระบบความปลอดภัยของธนาคารส่งผลกระทบต่อสุขภาพของพนักงานธนาคารได้เช่นกัน ยกตัวอย่าง การติดตั้งกล้องวงจรปิดภายในธนาคารเพื่อป้องกันอันตรายจากการโจรกรรมและอาชญากรรมทำให้พนักงานเกิดความเครียดและความกดดันเพราะถูกสังเกตและบันทึกพฤติกรรมการทำงานตลอดเวลา (Giga & Hoel, 2003) พนักงานธนาคารทำงานโดยใช้คอมพิวเตอร์ด้วยท่าทางที่ไม่เหมาะสมและขาดการปรับเปลี่ยนอิริยาบถเป็นระยะเวลานาน ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้ปฏิบัติงาน เช่น เกิดเอ็นอักเสบมีสาเหตุจากการออกแรงกระทำซ้ำๆบริเวณมือและข้อมือหรือการกระดกข้อมือขณะใช้แป้นพิมพ์ เกิดการอักเสบและบวมของปลอกหุ้มเอ็นและการกดทับเส้นประสาทมีเดียนบริเวณอุโมงค์ข้อมือ (อุโมงค์คาร์พัล) บริเวณข้อมือซึ่งจะทำให้เกิดอาการคัน เจ็บแปลบๆ ชาที่ข้อมือ นิ้วหัวแม่มือ นิ้วชี้ นิ้วกลางและนิ้วนางได้ซึ่งอาการดังกล่าวเป็นลักษณะของโรคกลุ่มอุโมงค์คาร์พัล (Carpal tunnel syndrome: CTS) เกิดอาการปวดหลังหรืออาการปวดหลังร่วมกับอาการปวดขาซึ่งเกิดจากการนั่งทำงานเป็นระยะเวลานานและนั่งทำงานด้วยท่าทางที่ไม่เหมาะสม ความล้าของสายตา (Visual strain) เกิดจากการเพ่งมองบริเวณจอภาพแป้นพิมพ์และเอกสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเพ่งมองจอภาพเป็นระยะเวลานานและการจัดแสงสว่างที่ไม่เหมาะสมถือเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดความล้าของสายตา ความเครียดซึ่งเกิดจากการเพ่งมองคอมพิวเตอร์และการใช้ความคิดทำให้สมองต้องทำงานตลอดเวลา เป็นต้น ผลจากความเครียดทำให้เกิดการตอบสนองของร่างกายจิตใจและพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงได้ เช่น รู้สึกหดหู่หรือเบื่อหน่าย ความไม่พึงพอใจในงาน การหลั่งฮอร์โมนของร่างกายผิดปกติ ความดันโลหิตสูง การสูบบุหรี่ การดื่มสุรา เป็นต้น นอกจากนี้การทำงานลักษณะเดียวกัน

ตลอดเวลา การทำงานภายใต้ความกดดันและความเครียดส่งผลกระทบต่อจิตใจผู้ปฏิบัติงานเช่นกัน (สสิธร เทพตระการพร, 2553)

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับภาระงานทั้งทางร่างกายและจิตใจของพนักงานธนาคาร รวมถึงการศึกษาความชุกของความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่าง (Musculoskeletal Disorders) ของพนักงานธนาคาร ประโยชน์จากการศึกษานี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการปรับเปลี่ยนสภาพการทำงานให้เหมาะสมกับผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งช่วยลดการเกิดผลกระทบต่อสุขภาพและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เพื่อให้พนักงานธนาคารมีสุขภาพอนามัยที่ดี

การศึกษานี้ได้รับการตรวจสอบจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การศึกษานี้เป็นการศึกษาภาระงานและผลกระทบทางสุขภาพของพนักงานธนาคารจากการทำงาน ซึ่งสามารถวิเคราะห์จากลักษณะของงาน ภาระงาน สภาพแวดล้อมในการทำงานและจากเครื่องมือทางการยศาสตร์ เช่น วิเคราะห์จากคำบรรยายลักษณะงานและข้อมูลการทำงานของพนักงานธนาคาร แบบสอบถามมาตรฐานของนอร์ดิกเพื่อวิเคราะห์อาการความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่าง (Standardized Nordic Questionnaire for Analysis Musculoskeletal Symptom) แบบสอบถามดัชนีภาระงานของนาซ่า (NASA Task Load Index; NASA-TLX) เป็นต้น เพื่ออธิบายลักษณะงานและผลกระทบต่อสุขภาพ

Simoni S. Serikawa และคณะได้ศึกษาภาระงานในพนักงานธนาคารของสถาบันการเงินในประเทศบราซิล สามารถระบุภาระงานของพนักงานธนาคาร ดังนี้

- การวิเคราะห์ปริมาณงาน

ช่วงต้นเดือนจะมีลูกค้าของธนาคารเข้ารับบริการด้านการเงินมากที่สุด แต่ลูกค้าที่เข้ารับบริการจากธนาคารจะเริ่มลดลงตั้งแต่กลางเดือนถึงสิ้นเดือน

- การวิเคราะห์หน้าที่และความรับผิดชอบ

พนักงานธนาคารทำงาน 6 ชั่วโมงต่อวัน หรือทำงานเฉลี่ยสัปดาห์ละ 32.5 ชั่วโมง และต้องทำงานล่วงเวลาเฉพาะวันที่ปริมาณงานมากเท่านั้น ส่วนระยะเวลาพักจะมีเวลาพักเที่ยง 15 นาทีและทุกๆชั่วโมงการทำงานจะหยุดพัก 10 นาที ความรับผิดชอบของพนักงานธนาคาร คือ รับฝากและถอนเงินจะต้องทำหน้าที่เกี่ยวกับการเปิดและปิดเคาน์เตอร์ การตรวจสอบยอดเงินก่อนและหลังให้บริการลูกค้าในแต่ละวัน บันทึกผลการติดต่อธุรกรรมทางเงินของธนาคารและต้องรักษาความลับของธนาคาร นอกจากนี้ต้องให้ข้อมูลและคำปรึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารแก่ลูกค้า

- การวิเคราะห์การทำงาน

ลักษณะของงานสำหรับพนักงานธนาคาร คือ การทำงานแบบซ้ำซากจำเจ การปฏิบัติงานต้องมีความละเอียดรอบคอบและระมัดระวังในการทำงานเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการทำงานในขั้นตอนต่างๆที่อาจจะเกิดขึ้นได้ สำหรับบริเวณโต๊ะและเก้าอี้ทำงานของพนักงานธนาคารไม่เหมาะสมเนื่องจากไม่มีช่องว่างระหว่าง

หน้าขาของพนักงานและพื้นที่ว่างใต้โต๊ะทำให้เคลื่อนไหวลำบากและท่าทางการทำงานไม่เหมาะสม นอกจากนี้ยังมีการตั้งเครื่องตรวจนับธนบัตรบริเวณโต๊ะทำงานด้วยจึงทำให้เป็นอุปสรรคในการทำงาน

ผลจากการศึกษาข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่า “ภาระงานที่มากเกินไปมีผลต่อภาระงานด้านร่างกายและภาระงานด้านจิตใจ นอกจากนี้ปัจจัยด้านองค์กร การทำงานซ้ำซากจำเจและทำงานอยู่ภายใต้ภาวะกดดันมีอิทธิพลต่อภาระงานด้านจิตใจ” (Serikawa, Albieri, Bonugli & Greghi, 2012)

Myung Hwan Yun และคณะ ได้ศึกษาเกี่ยวกับความชุกของความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่างเนื่องจากการทำงานในพนักงานธนาคารเพศหญิง ประเทศเกาหลี พบว่า เกิดความชุกของความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่างบริเวณไหล่ หลังส่วนล่าง คอ ข้อมือและนิ้วตามลำดับ ซึ่งอาการดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยงาน เช่น ระยะเวลาทำงานในแต่ละวัน ระยะเวลาทำงานกับคอมพิวเตอร์ ภาระงานและระยะเวลาพัก นอกจากนี้ความผิดปกติดังกล่าวยังสัมพันธ์กับปัจจัยด้านบุคคล เช่น สถานภาพการแต่งงาน การมีบุตร การทำงานบ้าน (Yun, Lee, Eoh & Lim, 2001) แต่ถ้าพนักงานธนาคารทำงานโดยใช้คอมพิวเตอร์อยู่ในท่าทางธรรมชาติสามารถลดความเค้น (Stress) และความอ่อนล้า (Strain) ของกล้ามเนื้อ เอ็น และระบบกระดูกโครงร่าง นอกจากนี้ยังลดความเสี่ยงที่ทำให้เกิดความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่างได้ การจัดสถานีงานคอมพิวเตอร์และเลือกเฟอร์นิเจอร์อย่างเหมาะสมสามารถลดปัจจัยเสี่ยงและการเกิดความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่างได้ เช่น โต๊ะทำงานควรมีขนาดใหญ่พอที่จะวางเอกสารและอุปกรณ์เครื่องมือ ความสูงของโต๊ะควรจะมีความสูงอย่างเหมาะสมเพื่อมีพื้นที่สำหรับขาและหัวเข่าเคลื่อนไหวได้สะดวก ความสูงของโต๊ะที่ปรับระดับไม่ได้ควรสูงจากพื้นประมาณ 65-70 เซนติเมตร เก้าอี้ควรปรับระดับความสูงได้ มีหนักพิงหลังส่วนล่าง มีที่วางแขนและเก้าอี้ควรมี 5 ขาเพื่อความมั่นคงแข็งแรงและเคลื่อนที่ได้สะดวก จอภาพควรอยู่ในตำแหน่งตรงด้านหน้าของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ ระยะห่างจากตาประมาณ 50 – 70 ซม. ขอบบนสุดของจอภาพควรอยู่ระดับเดียวกันหรือต่ำกว่าระดับสายตาเป็นมุม 10 – 20 องศา จอภาพควรปรับมุมเงยของจอได้ แป้นพิมพ์ควรแยกจากจอภาพมุมเอียง 5-15 องศา ควรมีที่พักฝ่ามือ แป้นพิมพ์สูงจากพื้นประมาณ 75 เซนติเมตรและแป้นพิมพ์ควรปรับระดับความสูงได้ เม้าส์ควรวางระดับเดียวกับแป้นพิมพ์และให้อยู่ใกล้แป้นพิมพ์มากที่สุด เป็นต้น (สสิธร เทพตระการพร, 2553)

เนสินี ไชยเอียและคณะได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบต่อสุขภาพจากการใช้คอมพิวเตอร์ของพนักงานธนาคารใน อ.เมือง จ.ขอนแก่น พบว่า พนักงานธนาคารมีอาการผิดปกติทางสายตาร้อยละ 96.4 อาการผิดปกติทางด้านระบบกล้ามเนื้อร้อยละ 91.1 และอาการอื่นๆ เช่น ความเครียด หน้าแดง เป็นต้น อาการความผิดปกติทางสายตามีสาเหตุจากการใช้คอมพิวเตอร์อย่างน้อย 5 ชั่วโมงต่อวัน ไม่มีที่กรองแสงบนจอคอมพิวเตอร์และไม่มีการพักสายตาจากการทำงานกับคอมพิวเตอร์ สำหรับสาเหตุของความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อเกิดจากการเคลื่อนไหวซ้ำๆ การทำงานโดยใช้คอมพิวเตอร์ตั้งแต่ 5 ชั่วโมงต่อวันและก้มตัวหรือเอียงตัวขณะทำงาน (เนสินีและคณะ, 2548)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ภาระงานด้านร่างกายและภาระงานด้านจิตใจของพนักงานธนาคาร
2. เพื่อศึกษาความชุกของความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่างเนื่องจากการทำงานตามส่วนต่างๆของร่างกายในพนักงานธนาคาร

วิธีการดำเนินวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional study) ซึ่งศึกษาจากพนักงานธนาคาร 44 สาขาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 172 คน สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยระบุตำแหน่งงานของผู้เข้าร่วมการวิจัย คือ หัวหน้าหน่วยบริการ ผู้ช่วยหัวหน้าหน่วยบริการ เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์อาวุโส เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ ต้องทำงานในสำนักงาน ใช้คอมพิวเตอร์ทำงานและต้องทำงานในธนาคารแห่งนี้ตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไปเท่านั้น นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างต้องไม่เคยประสบอุบัติเหตุและไม่มีโรคประจำตัวที่ส่งผลกระทบต่อความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย

1. แบบสอบถามทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลเกี่ยวกับการทำงาน
2. แบบสอบถามมาตรฐานของนอร์ดิกเพื่อวิเคราะห์อาการความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่าง (Standardized Nordic Questionnaire for Analysis Musculoskeletal Symptom) เป็นเครื่องมือสำหรับคัดแยกความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่างในงานด้านการยศาสตร์และงานด้ารอาชีวอนามัย แต่ไม่ใช้เป็นเครื่องมือทางคลินิกหรือการวินิจฉัยโรค ซึ่งการศึกษานี้ใช้เครื่องมือดังกล่าวฉบับภาษาไทยและมีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach reliability coefficient) 0.721
3. แบบสอบถามดัชนีภาระงานของนาซ่า (NASA Task Load Index; NASA-TLX) ซึ่งถูกพัฒนาขึ้นโดยกลุ่มพัฒนาประสิทธิภาพของมนุษย์ ขององค์การบริหารการบินและอวกาศแห่งชาติ (National Aeronautics and Space Administration) เพื่อประเมินสาเหตุหรือต้นกำเนิดของภาระงานด้านจิตใจ ซึ่งการศึกษานี้ใช้เครื่องมือดังกล่าวฉบับภาษาไทยและมีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach reliability coefficient) 0.715

เครื่องมือในข้อ 1-3 ได้ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือจากศาสตราจารย์.ดร. นายแพทย์สุรศักดิ์ บูรณตรีเวทย์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และรองศาสตราจารย์ ดร.สืบศักดิ์ นันทวานิช สถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ผลการวิจัย

จากการส่งแบบสอบถามให้พนักงานธนาคาร 44 สาขา จำนวน 172 ชุดและตอบกลับมาจำนวน 158 ชุด (ร้อยละ 91.86) ซึ่งพนักงานธนาคารตอบคำถามได้ครบถ้วนและเป็นไปตามเกณฑ์ของงานวิจัยนี้จำนวน 139 ชุด (ร้อยละ 87.97) พบว่า เป็นเพศชาย 31 คน (ร้อยละ 22.3) และ เพศหญิง 108 คน (ร้อยละ 77.7) อายุเฉลี่ย 30.03 ปี (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 4.57 ปี) ตำแหน่งหัวหน้าบริการ 33 คน (ร้อยละ 23.7) ตำแหน่งผู้ช่วยหัวหน้าหน่วยบริการ

41 คน (ร้อยละ 29.5) และตำแหน่งเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์และลูกค้าสัมพันธ์อาวุโสจำนวน 65 คน (ร้อยละ 46.8) ประสบการณ์ในการทำงานในธนาคารแห่งนี้ 2.16 ปี เวลาทำงานสัปดาห์ละ 5 วันและทำงานเฉลี่ยวันละ 9 ชั่วโมง (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.942 ชั่วโมง) ทำงานโดยใช้คอมพิวเตอร์เฉลี่ยวันละ 8.64 ชั่วโมง (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.18 ชั่วโมง) และพนักงานธนาคารพักเที่ยงเฉลี่ยวันละ 37.70 นาทีต่อวัน (ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 15.467 นาที)

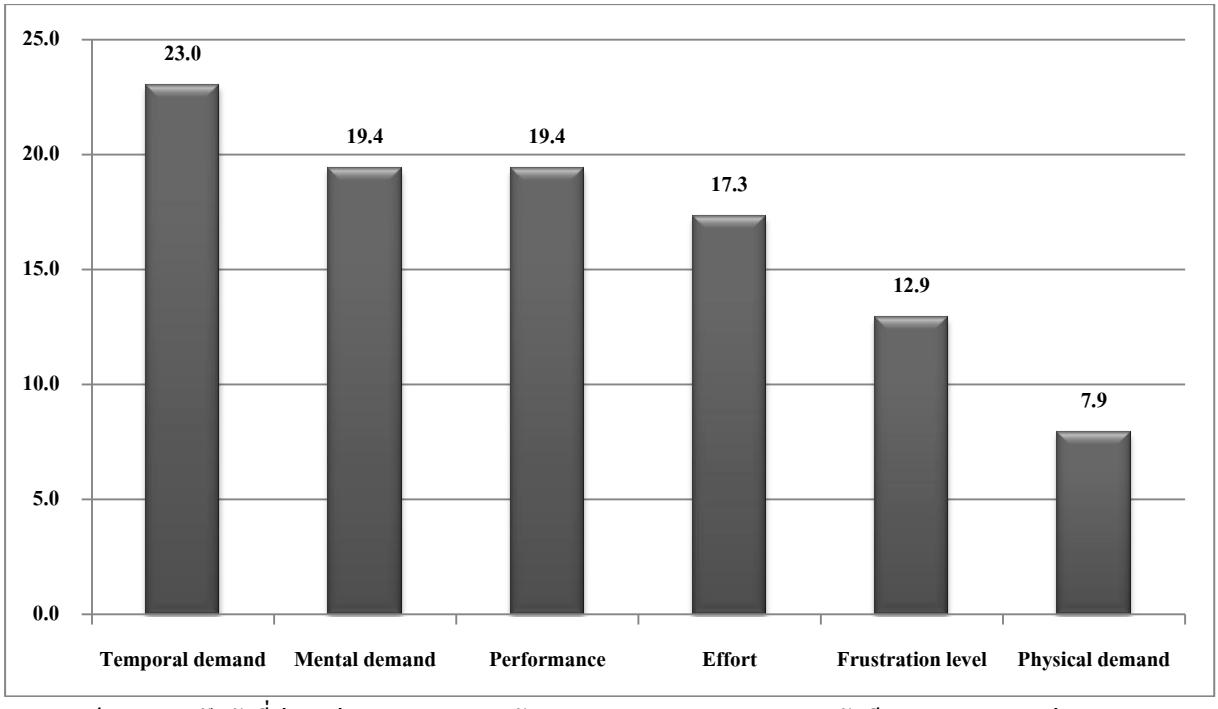
ภาระงานของพนักงานธนาคาร

- พนักงานธนาคารต้องทำงานเฉลี่ยสัปดาห์ละ 5 วัน ซึ่งทำงานเฉลี่ยวันละ 9 ชั่วโมง และอาจจะต้องทำงานล่วงเวลาเฉลี่ยสัปดาห์ละ 2 วัน ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง ระยะเวลาพักกลางวัน 15-40 นาทีต่อวัน
- ช่วงระยะเวลาที่มีลูกค้าของธนาคารเข้ามารับบริการมากที่สุด คือ ช่วงต้นเดือนและปลายเดือน ซึ่งในช่วงสัปดาห์วันจันทร์เป็นวันที่มีปริมาณลูกค้าเข้ารับปริการมากที่สุดสำหรับสาขาที่เปิดบริการ 5 วัน แต่สาขาที่เปิดบริการ 7 วัน เช่น สาขาที่เปิดบริการในห้องสรรพสินค้าต่างๆ เป็นต้น ช่วงวันที่มีลูกค้าเข้ารับบริการมากที่สุด คือ วันเสาร์และวันอาทิตย์
- งานของพนักงานธนาคารเป็นงานซ้ำซากจำเจและต้องทำงานภายใต้แรงกดดันจากเวลา
- พนักงานธนาคารต้องนั่งทำงานโดยใช้คอมพิวเตอร์โดยเฉลี่ย 8 ชั่วโมงต่อวัน คอมพิวเตอร์ที่พนักงานใช้เป็นคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ โต๊ะทำงานไม่สามารถปรับระดับความสูงได้และใต้โต๊ะทำงานมีเครื่องพิมพ์ เก้าอี้สำหรับนั่งทำงานสามารถปรับระดับความสูงได้ มีพนักพิงหลังแต่ไม่มีที่พักแขน พนักงานธนาคารต้องโน้มตัวมาด้านหน้าเพื่อดูจอภาพคอมพิวเตอร์ ไหล่ยกขึ้นขณะนั่งทำงานและไม่สามารถยืดขาใต้โต๊ะทำงานได้เนื่องจากมีเอกสารและเครื่องพิมพ์วางไว้โต๊ะ ภายในสำนักงานจะเกิดเสียงดังจากเครื่องพิมพ์และเครื่องนับธนบัตรเป็นครั้งคราว
- พนักงานธนาคารต้องปฏิบัติงานตามตำแหน่งที่รับผิดชอบ ดังนี้
    - หัวหน้าหน่วยบริการ มีหน้าที่ให้บริการและควบคุมธุรกรรมทางการเงินของธนาคาร เสนอขายผลิตภัณฑ์ของธนาคารแก่ลูกค้า ให้คำปรึกษาและคำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารแก่ลูกค้า นอกจากนี้ต้องดูแลความเรียบร้อยต่างๆภายในสาขาและจัดทำรายงานต่างๆ
    - ผู้ช่วยหัวหน้าหน่วยบริการ มีหน้าที่เสนอขายผลิตภัณฑ์ของธนาคารแก่ลูกค้า ให้คำปรึกษาและคำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆของธนาคารแก่ลูกค้า จัดทำรายงานต่างๆประจำเดือนของสาขา นอกจากนี้จะต้องปฏิบัติงานแทนหัวหน้าหน่วยบริการของธนาคาร
    - เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์อาวุโส มีหน้าที่รับฝากและถอนเงิน ปรับยอดเงินตามบัญชีของลูกค้า ให้บริการเปิดปิดบัญชีเงินฝาก รับชำระสินเชื่อและบริการต่างๆ เสนอขายผลิตภัณฑ์ของธนาคารแก่ลูกค้า ให้คำปรึกษาและคำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆของธนาคารแก่ลูกค้า

- จากแบบสอบถามดัชนีภาระงานของนาซ่า (NASA Task Load Index; NASA-TLX) ระบุปัจจัยที่ส่งผลต่อภาระงานด้านจิตใจของพนักงานธนาคาร คือ

1. ความเร่งด่วนในการทำงาน (Temporal demand) หมายถึง การทำงานภายใต้ระยะเวลาที่จำกัดและผู้ปฏิบัติงานต้องทำงานให้ประสำความสำเร็จหรือความเร่งรีบในการทำงาน ปัจจัยนี้ส่งผลต่อภาระงานด้านจิตใจร้อยละ 23.0
2. ความต้องการของงานทางด้านจิตใจ (Mental demand) หมายถึง กระบวนการคิดหรือการรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน เช่น การคิด การตัดสินใจ การจดจำ การคำนวณ การตรวจสอบ เป็นต้น ปัจจัยนี้ส่งผลต่อภาระงานด้านจิตใจร้อยละ 19.4
3. ผลจากการทำงาน (Performance) หมายถึง ความพึงพอใจในผลงานที่ได้รับมอบหมายหรืองานที่ได้รับผิดชอบ ปัจจัยนี้ส่งผลต่อภาระงานด้านจิตใจร้อยละ 19.4
4. ความพยายาม (Effort) หมายถึง ความพยายามทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจเพื่อทำงานให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย ปัจจัยนี้ส่งผลต่อภาระงานด้านจิตใจร้อยละ 17.3
5. ความไม่พึงพอในจากการทำงาน (Frustration level) หมายถึง ความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงานขณะปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายโดยเปรียบเทียบระหว่างความรู้สึกเชิงบวก (เช่น มีความสุข พึงพอใจ รู้สึกผ่อนคลายในการทำงาน เป็นต้น) กับความรู้สึกเชิงลบ (เช่น ความไม่มั่นคงในการทำงาน รำคาญ เครียด ท้อแท้ เป็นต้น) ปัจจัยนี้ส่งผลต่อภาระงานด้านจิตใจร้อยละร้อยละ 12.9
6. ความต้องการของงานทางด้านร่างกาย (Physical demand) หมายถึง กิจกรรมทางกายภาพหรือร่างกายขณะทำงานของผู้ปฏิบัติงาน เช่น การผลัก การดัน การดึง การหมุน การควบคุมเครื่องมือหรืออุปกรณ์สำหรับทำงาน เป็นต้น ปัจจัยนี้ส่งผลต่อภาระงานด้านจิตใจร้อยละ 7.9

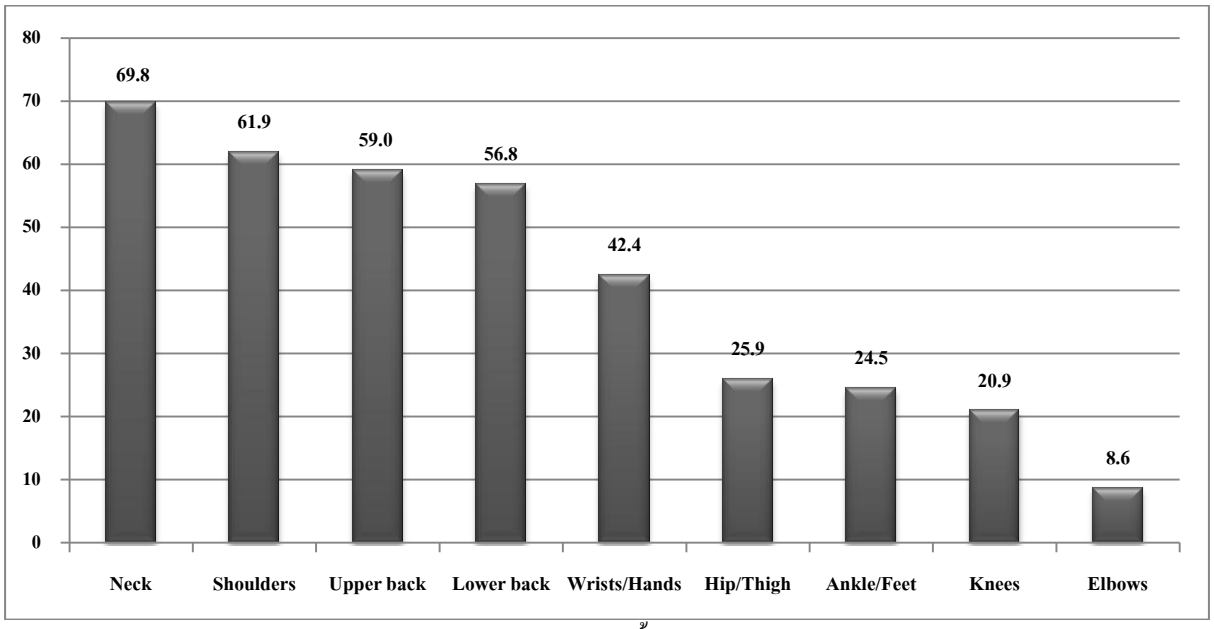
ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำงานของพนักงานธนาคารจากแบบสอบถามดัชนีภาระงานของนาซ่า

ความชุกของความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่าง

ความชุกของความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่างในพนักงานธนาคารแห่งนี้ โดยแบ่งตามส่วนต่างๆของร่างกาย คือ คอ 97 คน (ร้อยละ 69.8) ไหล่ 86 คน (ร้อยละ 61.9) หลังส่วนบน 82 คน (ร้อยละ 59.0) หลังส่วนล่าง 79 คน (ร้อยละ 56.8) ข้อมือหรือมือ 59 คน (ร้อยละ 42.4) สะโพกหรือต้นขา 36 คน (ร้อยละ 25.9) ข้อเท้าหรือเท้า 34คน (ร้อยละ 24.5) เข่า 29 คน (ร้อยละ 20.9) และข้อศอก 12 คน (ร้อยละ 8.6) ตามลำดับ ดังภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 ความชุกของความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่างในพนักงานธนาคาร

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษานี้ พบว่า พนักงานธนาคารต้องทำงานโดยเฉลี่ยสัปดาห์ละ 5 วันและทำงานเฉลี่ยวันละ 9 ชั่วโมง ลักษณะงานเป็นงานซ้ำซากจำเจและต้องทำงานอย่างเร่งรีบแข่งกับเวลาซึ่งสอดคล้องกับผลการเก็บตัวอย่างจากแบบสอบถามดัชนีภาระงานของนาซ่า (NASA Task Load Index; NASA-TLX) ที่ระบุว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อภาระงานด้านจิตใจของพนักงานธนาคารมากที่สุด คือ ความเร่งด่วนในการทำงาน สำหรับความชุกของความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่างของพนักงานธนาคารซึ่งแบ่งตามส่วนต่างๆของร่างกาย คือ คอ (ร้อยละ 69.8) ไหล่ (ร้อยละ 61.9) หลังส่วนบน (ร้อยละ 59) หลังส่วนล่าง (ร้อยละ 56.8) และข้อมือหรือมือ (ร้อยละ 42.4) ตามลำดับ

อภิปรายผล

พนักงานธนาคารแห่งนี้ทำงานเฉลี่ยวันละ 9 ชั่วโมง พักกลางวัน15-40 นาทีและพักย่อยประมาณ 5 นาที มีลักษณะงานแบบซ้ำซากจำเจ ช่วงเวลาที่มีปริมาณงานมากที่สุด คือ ช่วงต้นเดือนและช่วงปลายเดือน พนักงานธนาคารจะต้องปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ระบุเอาไว้ในคำบรรยายลักษณะงาน เช่น เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์และ

เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์อาวุโสทำหน้าที่รับฝากถอนเงิน ปรับยอดบัญชีของลูกค้า ให้บริการเปิดปิดบัญชี ให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาเกี่ยวกับการบริการหรือผลิตภัณฑ์ด้านการเงินแก่ลูกค้าของธนาคาร เป็นต้น พนักงานธนาคารต้องทำงานโดยใช้คอมพิวเตอร์และพื้นที่ปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารไม่เหมาะสมทำให้พนักงานธนาคารต้องโน้มตัวมาด้านหน้าขณะดูจอภาพและไหล่ยกขึ้นขณะทำงาน ซึ่งลักษณะของงาน หน้าที่ความรับผิดชอบและพื้นที่สำหรับปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารในธนาคารแห่งนี้คล้ายคลึงกับพนักงานธนาคารในประเทศบราซิล แต่ระยะเวลาทำงานของพนักงานธนาคารไทยมากกว่าพนักงานธนาคารบราซิล เนื่องจากพนักงานธนาคารของประเทศบราซิลจะทำงานเฉลี่ยวันละ 6 ชั่วโมง พักกลางวัน 15 นาทีและทุกๆชั่วโมงทำงานจะพักย่อย 10 นาที ทั้งนี้ช่วงที่มีปริมาณงานมากที่สุด คือ ต้นเดือนเท่านั้น (Serikawa et al., 2012)

ความชุกของความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่างในพนักงานธนาคารแห่งนี้โดยแบ่งตามส่วนต่างๆของร่างกาย 5 ลำดับแรก ได้แก่ คอ 97 คน (ร้อยละ 69.8) ไหล่ 86 คน (ร้อยละ 61.9) หลังส่วนบน 82 คน (ร้อยละ 59) หลังส่วนล่าง 79 คน (ร้อยละ 56.8) และข้อมือหรือมือ 59 คน (ร้อยละ 42.4) ซึ่งความชุกของความผิดปกติดังกล่าวคล้ายคลึงกับผลการศึกษาอื่นๆเกี่ยวกับความผิดปกติของระบบกล้ามและกระดูกโครงร่างในพนักงานธนาคารเนื่องจากความชุกของความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่างในลำดับต้นๆจะเกิดขึ้นบริเวณระยางค์ส่วนบนของร่างกาย เช่น การศึกษาในพนักงานธนาคารประเทศเกาหลีพบความชุกบริเวณไหล่ หลังส่วนล่าง คอ หลังส่วนบนและข้อมือ (Yun et al., 2001) Tella และคณะได้ศึกษาความชุกของความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่างในประเทศไนจีเรีย พบว่า ความผิดปกติดังกล่าวเกิดขึ้นบริเวณคอ ไหล่ มือ แขนส่วนบนและแขนส่วนล่างตามลำดับ (Tella, Akodu & Fasuba, 2001) ความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูกโครงร่างในพนักงานธนาคารของประเทศคูเวตจะเกิดความชุกบริเวณคอ หลังส่วนล่าง ไหล่ หลังส่วนบนและมือหรือข้อมือ เป็นต้น (Akrouf, Crawford, Shatt & Kame, 2010)

ข้อเสนอแนะ

กลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้มีจำนวนค่อนข้างน้อยและเก็บตัวอย่างจากพนักงานธนาคาร 3 ตำแหน่งเท่านั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างและเพิ่มจำนวนธนาคารที่เข้าร่วมการวิจัยเพื่อเป็นตัวแทนของพนักงานธนาคารในพื้นที่กรุงเทพมหานครและควรเพิ่มจำนวนตำแหน่งของกลุ่มตัวอย่าง

รายการอ้างอิง

Akrouf Q,A., Al-Shatti A,S., Crawford J,O.& Kamel M,I. (2010). Musculoskeletal disorders among bank office workers in Kuwait. **Eastern Mediterranean Health Journal,** 16(1), 112-118.

Giga, I, S. & Hoel,H. (2003). Violence and stress at work in financial services. Retrieved June 8,2012, from: International Labour Office Website: http://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/2003/103B09_377_engl.pdf

Serikawa,s,s., Albieri,A,C., Bonugli G,P.& Greghi M,F. (2012). Analysis of the workload of bank tellers of a Brazilian public institution. Work: **A Journal of Prevention, Assessment and Rehabilitation,** 41, 5522-5524.

Tella B,A., Akodu A,K.& Fasuba O,O.(2001). The Prevalence of Neck and Upper Extremity Repetitive Stress Injury among bank workers in Lagos, **Nigeria. Journal of Rheumatology,** 6(2).

Yun M,H., Lee Y,G., Eoh H,J.&Lim S,H. (2001). Results of a survey on the awareness and severity assessment of upper-limb work-related musculoskeletal disorders among female bank tellers in Korea. **International Journal of Industrial Ergonomics,** 27, 347-357.

นิคม ถนอมเสียง. (ม.ป.ป.). การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม. สืบค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2555, จาก http://home.kku.ac.th/nikom/item_relia_validity_2007_u1.pdf

เนสินี ไชยเอีย และคณะ. (2548). ผลกระทบต่อสุขภาพจากการใช้คอมพิวเตอร์ของพนักงานธนาคารพานิชย์ไทย ใน อ.เมือง จ.ขอนแก่น. **ศรีนครินทร์เวชสาร,** 20 (1), 3-10.

สสิธร เทพตระการพร. (2553ก). การประยุกต์การยศาสตร์ในสำนักงานและในโรงพยาบาล.ใน: สุดาว เลิศวิสุทธิไพบูลย์ (บรรณาธิการ), **การยศาสตร์** (หน้า 14-6 ถึง 14-42). นนทบุรี: สุโขทัยธรรมาธิราช.

สสิธร เทพตระการพร. (2553ข). ผลกระทบต่อสุขภาพจากปัญหาการยศาสตร์.ใน: สุดาว เลิศวิสุทธิไพบูลย์ (บรรณาธิการ), **การยศาสตร์** (หน้า 12-5 ถึง 12-34). นนทบุรี: สุโขทัยธรรมาธิราช.

การวิเคราะห์อัตราภาษีทางตรงและภาษีทางอ้อมที่ทำให้สวัสดิการสังคมสูงสุด

A SIMULATED DIRECT AND INDIRECT TAX RATES TO MAXIMIZE HOUSEHOLD WELFARE

ปพิชญา แซ่ลิ่ม

นิสิตปริญญาโท คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail: papitchaya.s@gmail.com

วรเวศม์ สุวรรณระดา

รองศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail: Worawet.S@Chula.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบอัตราภาษีทางตรง และภาษีทางอ้อมที่ทำให้สวัสดิการสังคม (Social Welfare) ของประเทศไทยสูงสุด โดยการจำลองสถานการณ์การเก็บภาษีทางตรงและภาษีทางอ้อมภายใต้สวัสดิการสังคมแบบต่างๆ ภายใต้กรอบแนวคิดภาษีอุตมภาพ (Optimal Tax) โดยใช้ข้อมูลจากรายงานการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน (Socio-Economic Survey: SES) ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. 2554 ผลการศึกษาพบว่า หากต้องการให้ความเป็นธรรมในสังคมเพิ่มขึ้น รัฐจะต้องเก็บภาษีเงินได้เพิ่มขึ้น และลดภาษีการบริโภค และสถานการณ์ของประเทศไทยในปัจจุบันควรเก็บภาษีเงินได้เพิ่มขึ้น

คำสำคัญ: การวิเคราะห์อัตราภาษีทางตรงและภาษีทางอ้อม สวัสดิการสังคมสูงสุด

ABSTRACT

The objective of this paper was to study the pattern of the direct and indirect tax rates that maximize the household welfare in Thailand. The paper utilized the data from Socio-Economic Survey (SES) in 2011.

By simulating the direct and indirect taxation in various scenarios of social welfare under the framework of optimal taxation, research findings showed that the government should raise the income taxes and lower the consumption taxes in order to increase the equality. In addition, the government should increase the amount of income taxes under the present situation in Thailand.

KEYWORDS: Simulated direct and indirect tax, Maximize household welfare

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาษีมีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาประเทศ เนื่องจากเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของภาครัฐ อีกทั้งการเก็บภาษียังส่งผลกระทบต่อรายได้และรายจ่ายของคนในสังคมด้วย ดังนั้นการกำหนดนโยบายภาษีจึงมีความสำคัญอย่างมาก โดยในช่วงเวลา 2 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2554 – 2555) รัฐบาลมีนโยบายเกี่ยวกับภาษีจำนวนมาก เช่น โครงการรถยนต์ใหม่คันแรก การปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิต การขยายเวลาการลดอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มไปอีก 2 ปี การปรับลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล การปรับปรุงโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เป็นต้น ซึ่งนโยบายทั้งหมดส่งผลต่อรายได้ของรัฐบาล และสวัสดิการของคนในสังคม แต่ก็ยังมีงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษี และการปรับโครงสร้างภาษีค่อนข้างน้อย ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะศึกษาการเปลี่ยนแปลงภาษีบางประเภทต่อความเป็นธรรม การกระจายรายได้ และเศรษฐกิจ แต่ยังไม่มีการศึกษาใดพูดถึงโครงสร้างการจัดเก็บภาษีที่เหมาะสมของประเทศไทย อีกทั้ง การที่รัฐบาลปรับปรุงโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทำให้รายรับของรัฐบาลจากภาษีในส่วนนี้ลดลง หากรัฐบาลต้องการให้รายรับของรัฐบาลเท่าเดิม และจำเป็นจะต้องเพิ่มภาษีมูลค่าเพิ่มจะส่งผลกระทบอย่างไรต่อสวัสดิการสังคม เพราะการปรับภาษีมูลค่าเพิ่มจะส่งผลกระทบต่อภาระภาษีของทุกคนในสังคม ในขณะที่การปรับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดานั้น ส่งผลกระทบต่อภาระภาษีของผู้ที่มีรายได้พึงประเมินหลังหักลดหย่อนตั้งแต่ 150,000 บาทต่อปีขึ้นไปเท่านั้น ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาโครงสร้างภาษีทางตรงและภาษีทางอ้อมที่เหมาะสมของประเทศไทย ที่ทำให้สวัสดิการสังคม (Social Welfare) สูงสุด โดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองด้วยวิธี Simulation

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษารูปแบบอัตราภาษีทางตรง และภาษีทางอ้อมที่ทำให้สวัสดิการสังคม (Social Welfare) ของประเทศไทยสูงสุด

3. กรอบแนวคิดและทฤษฎี

งานวิจัยที่เกี่ยวกับภาษีในต่างประเทศจำนวนมาก มีการศึกษาการกำหนดโครงสร้างภาษีแบบต่างๆ และผลกระทบต่อสวัสดิการสังคม ภายใต้ฟังก์ชันอรรถประโยชน์ของคนในสังคมที่ต่างกัน โดยใช้แนวคิดเริ่มต้นของ Atkinson and Stiglitz แต่การศึกษาเกี่ยวกับเรื่องของภาษีในประเทศไทยในอดีต ส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการเก็บภาษีหรือการปรับภาษีต่อระดับราคาสินค้าและบริการ รายได้ครัวเรือน การกระจายรายได้ และระบบเศรษฐกิจ เช่น การศึกษาของ นุชจรีย์ คนตรง (2543) เป็นการศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มที่มีต่อระดับราคา หลังจากการประกาศใช้มาตรการลดอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม เมื่อวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2542 นอกจากนี้ พรินดา ศรีสงค์ (2549) ยังได้ศึกษาผลของผลของภาษีมูลค่าเพิ่มต่อการกระจายรายได้ในประเทศไทย ศึกษาโดย โดยใช้ข้อมูล (Socio-Economic Survey: SES) ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปีพ.ศ. 2545 และพ.ศ. 2547 จากนั้นสุมาลี สถิตชัยเจริญ และคณะ (2554) จากสำนักงานเศรษฐกิจการคลังได้ศึกษาผลของภาษีมูลค่าเพิ่มต่อการสร้างความเป็นธรรมในการกระจายรายได้และเศรษฐกิจของประเทศไทยซึ่งต่อยอดมาจากงานของพรินดา ศรีสงค์ โดยใช้ข้อมูลในปีพ.ศ. 2552 ซึ่งผลการศึกษาออกมาในลักษณะเหมือนกัน คือ ทำให้การกระจายรายได้ดีขึ้นเล็กน้อย นอกจากนี้ ยังเสนอให้รัฐบาลสามารถใช้นโยบายขึ้นอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม

เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่รัฐ โดยส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจน้อยกว่าผลของรายได้ที่รัฐสามารถจัดเก็บได้เพิ่มมากขึ้น

นอกจากงานศึกษาเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว ก็ยังมีงานศึกษาของลักษิกา วรรณจิตจรูญ (2552) เกี่ยวกับภาระภาษีเฉลี่ยของภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ที่เป็นตัวเงินของครัวเรือนที่ส่งผลต่อภาระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา พบว่า รายได้ที่เป็นตัวเงินมีความสัมพันธ์กับภาระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในทิศทางเดียวกัน และยังมีงานศึกษาที่น่าสนใจ ของณฐนนท์ เจริญสิทธิ์ โดยได้สร้างแบบจำลองเพื่อหาลักษณะโครงสร้างอัตราภาษีที่เหมาะสม ได้แก่ อัตราภาษีการบริโภค (Consumption Tax) อัตราภาษีแรงงาน (Labor Income Tax) และอัตราภาษีการออม (Capital Income Tax) ในกรณีที่รัฐบาลต้องการให้เกิดการจัดสรรในระบบเศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพโดยการใช้จ่ายในสินค้าสาธารณะในขนาดที่เหมาะสม ภายใต้ระบบเศรษฐกิจที่บุคคลมีความแตกต่างทางอายุอยู่ร่วมกัน (Overlapping Generations)

จากการศึกษาที่กล่าวถึงข้างต้น แสดงให้เห็นว่า งานศึกษาที่ผ่านมาในอดีตยังไม่มีงานใดศึกษาเรื่องเกี่ยวกับภาษีที่เหมาะสม (The Optimal Tax) ของประเทศไทย ดังนั้น การศึกษานี้ จะใช้การจำลองสถานการณ์การเก็บภาษีทางตรง (ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา) และภาษีทางอ้อม (ภาษีมูลค่าเพิ่ม) ภายใต้สวัสดิการสังคมแบบต่างๆ โดยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดภาษีอุตมภาพ

4. วิธีการดำเนินวิจัย

การรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ปีพ.ศ. 2554 แบ่งออกเป็น

1. ข้อมูลภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีสรรพสามิต และรายได้ภาษีของรัฐบาล มาจากสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

2. ข้อมูลด้านรายได้ และรายจ่ายครัวเรือน มาจากรายงานการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน (Socio-Economic Survey: SES) ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ

3. ข้อมูลรายจ่ายเพื่อการบริโภค ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ มาจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

วิธีการศึกษา การศึกษานี้ใช้กรอบแนวคิดของ Honma (1990) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ภาคครัวเรือน (Household) i ครัวเรือนที่ ใดๆ มีรายได้จากแรงงาน (Labor Income) และรายได้จาก แหล่งอื่นๆ ซึ่งรัฐบาลจัดเก็บภาษีเฉพาะรายได้จากแรงงาน (Proportional Income Tax)

$$T_w^i = t_w(w^i L^i - a) \qquad (1)$$

โดยที่ T_w^i คือ รายรับจากการจัดเก็บภาษีรายได้จากแรงงานของครัวเรือน i

t_w คือ อัตราภาษีเงินได้

w^i คือ อัตราค่าจ้างแรงงานต่อชั่วโมง

L^i คือ จำนวนชั่วโมงการทำงานของครัวเรือน i

a คือ เงินได้ที่ได้รับการยกเว้นภาษี

อีกทั้งรัฐบาลจัดเก็บภาษีการบริโภค

$$T_c^i = t_c p C^i \quad (2)$$

โดยที่ T_c^i คือ รายรับจากการจัดเก็บภาษีการบริโภคของครัวเรือน i

t_c คือ อัตราภาษีการบริโภค

p คือ ระดับราคาสินค้า

C^i คือ ระดับการบริโภคสินค้าของครัวเรือน i

ครัวเรือนมีรายได้จากการทำงาน $(w^i L^i)$ และรายได้จากแหล่งอื่นๆ (g^i) หากครัวเรือนมีรายได้สูงกว่ารายได้ขั้นต่ำ ครัวเรือนจะต้องเสียภาษีรายได้ในส่วนที่เกินจากรายได้ขั้นต่ำ และหากครัวเรือนมีรายได้ต่ำกว่าเงินได้ที่ได้รับการยกเว้นภาษี ครัวเรือนจะไม่ต้องเสียภาษีรายได้ และรายจ่ายเพื่อการบริโภคของครัวเรือนจะต้องเท่ากับรายได้หลังหักภาษี เพื่ออรรถประโยชน์สูงสุด ดังสมการที่ 3

$$(1+t_c)pC^i = \begin{cases} (1-t_w)w^i L^i + t_w a + g^i & , wL^i > a \\ w^i L^i + g^i & , wL^i \le a \end{cases} \quad (3)$$

ฟังก์ชันอรรถประโยชน์ของครัวเรือน ถูกกำหนดโดยระดับการบริโภคและการพักผ่อน

$$U^i = U^i(C^i, (1-L^i)) \quad (4)$$

พฤติกรรมของครัวเรือน คือ เลือกระดับการบริโภคและการทำงานเพื่อให้ได้รับอรรถประโยชน์สูงสุดภายใต้เงื่อนไขงบประมาณ (Budget Constraint) คือ รายจ่ายเพื่อการบริโภคของครัวเรือนจะต้องเท่ากับรายได้หลังหักภาษี

$$\underset{C,L}{Max} U^i = U^i(C^i, (1-L^i))$$

subject to $$(1+t_c)pC^i = \begin{cases} (1-t_w)w^i L^i + t_w a + g^i & , wL^i > a \\ w^i L^i + g^i & , wL^i \le a \end{cases}$$

จากนั้น จะได้อุปสงค์ของการบริโภค และอุปทานของแรงงานจะ ซึ่งถูกกำหนดโดย w^i, p และตัวแปรนโยบายด้านภาษี t_w, a, t_c

$$C^i = C^i(w^i, p; t_w, a, t_c) \quad (5)$$

$$L^i = L^i(w^i, p; t_w, a, t_c) \quad (6)$$

แทนค่าสมการที่ (5) และ (6) ลงในสมการที่ (4) จะได้ฟังก์ชันอรรถประโยชน์ทางอ้อม (Indirect Utility Function) ดังสมการที่ (7)

$$V^i = V^i(w^i, p; t_w, a, t_c) \quad (7)$$

ภาครัฐบาล (Government) รายรับรวมของรัฐบาลมาจากการจัดเก็บภาษีรายได้และภาษีการบริโภคจากครัวเรือนทั้งหมด คือ

$$R = \sum_{i=1}^{H} t_w (w^i L^i - a) + \sum_{i=1}^{H} t_c p C^i \quad (8)$$

รัฐบาลทราบว่า ตัวแปรนโยบายส่งผลต่ออุปสงค์ของการบริโภค และอุปทานของแรงงาน ดังนั้น สมการรายรับรวมของรัฐบาล (R) จะถูกกำหนดโดย w^i, p และตัวแปรนโยบายด้านภาษี t_w, a, t_c

$$R = \sum_{i=1}^{H} t_w \left[w^i L^i(w^i, p; t_w, a, t_c) - a \right] + \sum_{i=1}^{H} t_c p C^i(w^i, p; t_w, a, t_c) \qquad (9)$$

หน้าที่ของรัฐบาล คือ กำหนด "สัดส่วนระหว่างภาษีทางตรงและภาษีทางอ้อมที่เหมาะสม" ผ่านการกำหนด t_w, a, t_c เพื่อทำให้ระดับสวัสดิการสังคม (Social Welfare) สูงสุด ภายใต้การประเมินคุณค่าใดๆ โดยกำหนดให้รายรับของรัฐบาลคงที่ (R = ค่าคงที่) ซึ่งมี t_w, a, t_c จำนวนมากมายที่ทำให้รายรับของรัฐบาลคงที่ $(\overline{R})$

พฤติกรรมของรัฐบาล คือ เลือกระดับสวัสดิการสังคมสูงสุด ภายใต้เงื่อนไขงบประมาณ (Budget Constraint) คือ รายรับของรัฐบาลคงที่ ($\overline{R}$)

$$\underset{t_w, a, t_c}{Max} W = W\left[V^i(w^i, p; t_w, a, t_c) \right]$$

subject to $$\overline{R} = \sum_{i=1}^{H} t_w \left[w^i L^i(w^i, p; t_w, a, t_c) - a \right] + \sum_{i=1}^{H} t_c p C^i(w^i, p; t_w, a, t_c)$$

สมมติ ฟังก์ชันสวัสดิการสังคม คือ

$$W = \begin{cases} \sum_{i}^{H} \frac{1}{\gamma} (V^i)^{\gamma} & , \gamma \neq 0 \\ \sum_{i}^{H} \ln(V^i) & , \gamma = 0 \end{cases} \qquad (10)$$

โดยที่ γ คือ พารามิเตอร์ แสดงการประเมินคุณค่า

ฟังก์ชันนี้จะรวมฟังก์ชันสวัสดิการสังคมหลายแบบ เช่น กรณี $\gamma = 1$ จะเป็นฟังก์ชันสวัสดิการสังคมแบบอรรถประโยชน์นิยม และหาก γ ยิ่งน้อยลงเรื่อยๆ จนใกล้ค่าลบอินฟินิตี้ แสดงว่าสังคมยิ่งให้น้ำหนักกับครัวเรือนที่แย่ที่สุดหรือครัวเรือนที่จนที่สุด

ดังนั้น รัฐบาลสามารถเลือก t_w, a, t_c ที่ทำให้ระดับสวัสดิการสังคมสูงสุดภายใต้ γ ใดๆ

การศึกษานี้ใช้ฟังก์ชันอรรถประโยชน์แบบ CES (Constant Elasticity of Substitution)

$$U^i(C^i, L^i) = \left[\alpha (C^i)^{-\rho^i} + (1-\alpha)(1-L^i)^{-\rho^i} \right]^{-\frac{1}{\rho^i}}, \quad 0 < \alpha < 1 \text{ และ } \rho > -1$$

โดยที่ α คือ พารามิเตอร์แสดงน้ำหนักที่ให้ต่อการบริโภคและการพักผ่อน

a คือ เงินได้ที่ได้รับการยกเว้นภาษี

g^i คือ รายได้จากแหล่งอื่นที่ไม่ใช่จากการทำงาน

ρ คือ พารามิเตอร์ที่กำหนดความยืดหยุ่นของการทดแทนกันระหว่างบริโภคและการพักผ่อน (The Elasticity of Substitution: ε^i) ดังสมการ $\varepsilon^i = \frac{1}{1+\rho^i}$

5. สรุปผลการวิจัย

จากข้อมูล SES ปี 2554 ที่ใช้ในการศึกษานี้ พบว่าลักษณะการกระจายของครัวเรือนส่วนใหญ่เป็นแบบพ่อแม่ลูก ดังนั้น การศึกษานี้จึงเลือกรูปแบบครัวเรือนแบบพ่อแม่ และลูก 1 คน โดยพ่อแม่อยู่ในวัยทำงานและมีรายได้จากการการทำงาน และลูกไม่ได้ทำงาน เป็นตัวแทนของครัวเรือนขนาดมาตรฐาน ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 886 ครัวเรือน โดยแบ่งกลุ่มครัวเรือนตามชั้นรายได้ออกเป็น 10 กลุ่ม เช่นเดียวกับรายงานการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน (SES) ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ และปรับชั้นรายได้ให้มีลักษณะการกระจายแบบปกติ (Normal Distribution)

ข้อมูลชั่วโมงทำงาน รายได้ และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของแต่ละครัวเรือนใน SES นำมาใช้คำนวณค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกัน (ε^i) ได้ดังตารางที่ 1 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ยิ่งลำดับชั้นครัวเรือนมีรายได้สูงขึ้น ความยืดหยุ่นของการทดแทนกันระหว่างการบริโภคและการพักผ่อนจะต่ำลง หมายความว่า ครัวเรือนที่มีรายได้มากจะตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของค่าจ้างน้อยกว่าครัวเรือนที่มีรายได้น้อย นั่นคือ จะเปลี่ยนแปลงการทำงาน การพักผ่อน และการบริโภคน้อยกว่า

ตารางที่ 1 ผลการคำนวณค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกัน (ε^i) และค่า ρ^i

ลำดับชั้นครัวเรือน	ช่วงรายได้ต่อปี	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อปี (C^i)	ชั่วโมงทำงานต่อปี (L^i) [1]	ค่าจ้างเฉลี่ยต่อชั่วโมง	ε^i	ρ^i
class 1	<7500	97,401.24	0.45	15.01	1.5471	-0.3536
class 2	7500-10000	110,910.12	0.51	20.99	1.5142	-0.3396
class 3	10001-12500	128,279.40	0.52	25.17	1.5000	-0.3333
class 4	12501-15000	152,901.48	0.53	30.75	1.4881	-0.3280
class 5	15001-20000	178,688.04	0.59	34.73	1.5010	-0.3338
class 6	20001-30000	253,242.12	0.56	51.11	1.4682	-0.3189
class 7	30001-50000	366,380.88	0.52	87.48	1.4164	-0.2940
class 8	50001-75000	499,537.92	0.48	157.66	1.3560	-0.2626
class 9	75001-100000	646,990.20	0.46	234.18	1.3261	-0.2459
class 10	>100000	870,544.56	0.48	337.23	1.3116	-0.2376

[1] ชั่วโมงทำงานต่อปี (L^i) คำนวณจากข้อมูลชั่วโมงทำงานต่อปีใน SES หารด้วยเวลาทั้งหมดใน 1 ปี (24 ชั่วโมง * 365 วัน)

นอกจากนี้ ข้อมูล SES ทำให้คำนวณหาค่าพามิเตอร์ต่างๆ ได้ และจากนั้นนำไปแทนค่าในฟังก์ชันสวัสดิการสังคม และเงื่อนไขรายรับของรัฐบาล และหาค่าอัตราภาษีเงินได้ (t_w) และอัตราภาษีการบริโภค (t_c) ที่ทำให้สวัสดิการสังคมสูงสุด ภายใต้สวัสดิการสังคมแบบต่างๆ โดยการเปลี่ยนค่า γ

จากการจำลองสถานการณ์ โดยการเพิ่มเงินได้ที่ได้รับการยกเว้นภาษี (a) และลดค่า γ ลงเรื่อยๆ พบว่า อัตราภาษีเงินได้ (t_w) เพิ่มขึ้น และอัตราภาษีการบริโภค (t_c) ลดลง ดังตารางที่ 2 ซึ่งทำให้รายได้เฉลี่ยหลังจากหักภาษี และค่า Theil Index ลดลง หมายความว่า การให้ความสำคัญกับครัวเรือนที่จนมากขึ้น โดยการเพิ่มเงินได้ที่ได้รับการยกเว้นภาษี จะทำให้ความเป็นธรรมในสังคมเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 2 รายได้เฉลี่ยหลังหักภาษีและค่า Theil Index

gamma	a	t_w (ร้อยละ)	t_c (ร้อยละ)	ภาษีทางตรง	ภาษีทางอ้อม	สัดส่วนภาษีทางตรง	สัดส่วนภาษีทางอ้อม	รายได้ก่อนเก็บภาษีเฉลี่ยต่อครัวเรือน (บาท)	รายได้หลังเก็บภาษีเฉลี่ยต่อครัวเรือน (บาท)	Theil Index
1.00	150,000.00	1.01	100.00	63,470.51	262,599.24	0.19	0.81	839,716.38	833,369.33	0.4555
0.50	150,000.00	1.01	100.00	63,470.51	262,599.24	0.19	0.81	839,716.38	833,369.33	0.4555
0.10	233,965.17	1.08	100.00	61,703.96	264,365.79	0.19	0.81	839,033.04	832,862.65	0.4547
0	233,965.17	1.08	100.00	61,703.96	264,365.79	0.19	0.81	839,033.04	832,862.65	0.4547
-0.10	233,965.17	1.08	100.00	61,703.96	264,365.79	0.19	0.81	839,033.04	832,862.65	0.4547
-0.50	233,965.17	1.08	100.00	61,703.97	264,365.78	0.19	0.81	839,033.04	832,862.64	0.4547
-1.00	300,000.00	2.42	57.26	127,596.97	198,472.78	0.39	0.61	842,069.21	829,309.51	0.4484
-3.00	300,000.00	4.23	22.10	223,491.71	102,578.04	0.69	0.31	844,205.05	821,855.88	0.4414
-5.00	400,000.00	4.83	18.40	233,856.67	92,213.08	0.72	0.28	840,521.01	817,135.34	0.4388
-10.00	400,000.00	4.83	18.40	233,856.67	92,213.08	0.72	0.28	840,521.01	817,135.34	0.4388
-15.00	450,000.00	5.73	14.71	249,999.83	76,069.92	0.77	0.23	839,720.04	814,720.06	0.4323
-20.00	450,000.00	5.73	14.71	249,999.83	76,069.92	0.77	0.23	839,720.04	814,720.06	0.4323
-25.00	500,000.00	5.99	14.14	251,028.68	75,041.07	0.77	0.23	837,532.70	812,429.83	0.4309
-30.00	500,000.00	5.99	14.14	251,028.68	75,041.07	0.77	0.23	837,532.70	812,429.83	0.4309
-35.00	750,000.00	9.60	9.74	267,520.23	58,549.52	0.82	0.18	825,532.80	798,780.78	0.4139
-40.00	750,000.00	9.60	9.74	267,520.23	58,549.52	0.82	0.18	825,532.80	798,780.78	0.4139

6. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาโดยการใช้ข้อมูล SES ปีพ.ศ. 2554 โดยนำมาคำนวณค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกัน (ε^i) พบว่า ลำดับชั้นครัวเรือนมีรายได้สูงขึ้น ความยืดหยุ่นของการทดแทนกันระหว่างการบริโภคและการพักผ่อนจะต่ำลง หมายความว่า เมื่อค่าจ้างเปลี่ยนแปลงไป ครัวเรือนที่มีรายได้มากจะเปลี่ยนแปลงการทำงาน การพักผ่อน และการบริโภคน้อยกว่าครัวเรือนที่มีรายได้น้อย

นอกจากนี้ การจำลองสถานการณ์ (Simulation) ฟังก์ชันสวัสดิการสังคมแบบต่างๆ โดยการกำหนดค่า γ ในฟังก์ชันสวัสดิการสังคม พบว่า เมื่อให้ความสำคัญกับครัวเรือนที่มีรายได้น้อย โดยการเพิ่มเงินได้ที่ได้รับการยกเว้นภาษี (a) และลดค่า γ ลงเรื่อยๆ พบว่า อัตราภาษีเงินได้ (t_w) เพิ่มขึ้น และอัตราภาษีการบริโภค (t_c) ลดลง ซึ่งทำให้รายได้เฉลี่ยหลังจากหักภาษี และค่า Theil Index ลดลง แสดงให้เห็นว่า หากต้องการทำให้ความเป็นธรรมในสังคมเพิ่มขึ้น รัฐบาลควรที่จะเก็บภาษีเงินได้เพิ่มขึ้น และเก็บภาษีการบริโภคลดลง นอกจากนี้การศึกษายังพบว่า สถานการณ์การเก็บภาษีในปัจจุบันของประเทศไทย หากรัฐบาลต้องการให้สวัสดิการของสังคมเพิ่มขึ้น รัฐบาลควรเก็บภาษีเงินได้เพิ่มขึ้นอีกด้วย

7. รายการอ้างอิง

นุชจรีย์ คนตรง. 2543. “ผลของภาษีมูลค่าเพิ่มที่มีต่อการกระจายรายได้ในประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พรินดา ศรีสงค์. 2549. ผลของภาษีมูลค่าเพิ่มที่มีต่อการกระจายรายได้ในประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มยูร บุญยะรัตน์. 2554. **อัตราภาษีสรรพากร** [ออนไลน์]. Retrieved April 18, 2012. From http://www.fpo.go.th/FPO/index2.php?mod=Content&file=contentview&contentID=CNT0006732

ลักษิกา วรรณจิตจรูญ. 2552 . “ภาระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและผลกระทบของรายได้ครัวเรือน” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ลัญฉกร วุฒิสิทธิกุลกิจ และคณะ. 2551. **การใช้งานโปรแกรม MATLAB เบื้องต้น**. 1,000 เล่ม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด สามลดา.

วรเวศม์ สุวรรณระดา. 2551. **เศรษฐศาสตร์สาธารณะ**. 600 เล่ม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ศักดิโสภาการพิมพ์ จำกัด.

สมคิด บางโม. 2554. **การภาษีอากรธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: จูนพับบลิชชิ่ง.

สุมาลี สถิตชัยเจริญ และคณะ. 2554. **โครงการวิจัยเรื่องการศึกษาผลของภาษีมูลค่าเพิ่มต่อการสร้างความเป็นธรรมในการกระจายรายได้และเศรษฐกิจของประเทศไทย**. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง,

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2553. **ตารางเปรียบเทียบการปรับปรุงรายได้ประชาชาติของประเทศไทย** [ออนไลน์]. Retrieved November 4, 2012. from http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=94

_____. 2555. **ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่ 2/2555** [ออนไลน์]. Retrieved November 4, 2012. from http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=95 [2555, พฤศจิกายน 4]

_____. 2553. **สถิติบัญชีประชาชาติของประเทศไทย** [ออนไลน์]. Retrieved November 4, 2012. from http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=94

Atkinson, A.B., and Stiglitz, J.E. 1980. **Lectures on Public Economics**. Great Britain.

Atkinson, A.B., and Stiglitz, J.E. 1976. The design of tax structure: direct versus indirect taxation. **Journal of Public Economics.** 6: 55-75.

Chiang, Alpha C., and Wainwright, K. Fundamental Methods of Mathematical Economics. 4th ed. Singapore: McGraw-Hill, 2005.

Dadkhah, K. 2011. **Foundations of Mathematical and Computational Economics**. 2nd ed. New York: Springer.

Feldstein, M. 1976. On the theory of tax reform. **Journal of Public Economics.** 6: 77-104.

Hunt, B.R., Lipsman, R.L., Rosenberg, J.M., Coombes, K.R., Osborn, J.E., and Stuck G.J. 2001. **A Guide to MATLAB for Beginners and Experienced Users**. New York: Cambridge University Press.

Kaplow, L. 2008. **The Theory of Taxation and Public Economics**. New Jersey: Princeton University Press.

Mankiw, N. G., Weinzierl, Ma., and Yagan, D. 2009. Optimal taxation in theory and practice. **Journal of Economic Perspectives**. 23 : 147-174.

Stern, N.H. On the specification of models of optimum income taxation. Journal of Public Economics 6 (1976): 123-162.

Stiglitz, J.E. 2000. **Economics of The Public Sector**. 3rd ed. New York: W.W. Norton & Company.

Zabalza, A. 1983. The CES Utility Function, Non-linear Budget Constraints and Labour Supply. Results on Female Participation and Hours. **The Economic Journal** 93 : 312-330.

การศึกษาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อการผลิตมังคุดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรท่าใหม่ จำกัด จังหวัดจันทบุรี

THE STUDY OF THE EFFECT OF CLIMATE CHANGE ON MANGOSTEEN PRODUCTION OF TAMAI AGRICULTURAL COOPERATIVES'S MEMBER IN CHANTHABURI PROVINCE

กมลนันท์ กระจาย

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail: pippyduck_pp@hotmail.com

อภิวันท์ กำลังเอก

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail: fecoawk@ku.ac.th

บทคัดย่อ

ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ถึงสภาวะการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ แนวทางแก้ไขต่อการผลิตมังคุดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรท่าใหม่ จำกัด จังหวัดจันทบุรี จากเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 110 ราย โดยแบ่งกลุ่มเกษตรกรออกเป็น 2 กลุ่ม คือ เกษตรกรในพื้นที่อำเภอท่าใหม่ และในพื้นที่อำเภอนายายอาม อย่างละ 55 ราย จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างผู้ปลูกมังคุดในสหกรณ์การเกษตรท่าใหม่ จำกัด ทั้งหมดรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ได้แก่ ในด้านอุณหภูมิ ความแรงของแสงแดด ปริมาณฝน ความชื้นสัมพัทธ์ และกระแสลม โดยเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าสภาพภูมิอากาศเริ่มเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 และเห็นว่าสภาพภูมิอากาศมีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุดในปี พ.ศ. 2554 ซึ่งการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลกระทบต่อเกษตรกรผู้ปลูกมังคุด โดยส่งผลในด้านการเกิดโรคระบาด คือ โรคเพลี้ยไฟและไรแดงที่ระบาดอย่างหนัก ในด้านปริมาณผลผลิตที่เสียหายเพิ่มขึ้น ส่งผลให้คุณภาพไม่ตรงตามความต้องการของตลาด การให้น้ำและความถี่ที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการใช้ยากำจัดศัตรูพืชที่เพิ่มขึ้นอีกด้วย

ABSTRACT

The study on this guideline is about the sensation on the effect of climate change and know-how to handle with the mangosteen production process of Tamai Agricultural Cooperative's member in Chanthaburi approximately 110 peoples. The farmers are divided into 2 groups which consist Tamai District and Na yai arm District farmer group. According to the research it was found that all of Tamai Agricultural Cooperative were

aware of the climate variation such as temperature, sunlight, rainfall, relative humidity and wind. The majority agreed that the climate was slightly negative changed in 2006, and noticed the climate change was strongly peak in 2010. However, the climate changes itself. This means the farmers have to face a negative pressure in terms of spread out an epidemic disease; the thrips and red mites, low standard quality of product in the fruit market, the frequency of watering and addition of herbicide usability.

KEYWORDS : Climate Change, Mangosteen Production, Tamai Agricultural Cooperatives

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มังคุดเป็นผลไม้ที่มีชื่อเสียงชนิดหนึ่ง มีชื่อทางพฤกษศาสตร์ว่า Garcinia mangostana L. มีถิ่นกำเนิดในแถบคาบสมุทรมาเลย์ (อัมพิกา ปุนนจิต, 2547) เป็นที่นิยมของชาวไทยและชาวต่างประเทศ จนได้รับการกล่าวขานว่าเป็น “ราชินีแห่งผลไม้” ซึ่งในแต่ละปีมีการส่งออกนำเงินเข้าประเทศปีละหลายพันล้านบาท โดยเฉพาะในปี 2553/2554 มีปริมาณการส่งออกถึง 111,716,101 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่าส่งออก 2,070,740,334 บาท การปลูกมังคุด ต้องประกอบไปด้วยปัจจัย อันได้แก่ 1) ลักษณะดิน ชนิดของดินที่เหมาะสม คือ ดินเหนียวปนทราย 2) อุณหภูมิและความชื้น คืออยู่ในช่วงประมาณ 25-35 องศาเซลเซียส 3) ลม บริเวณปลูกมังคุดที่มีลมแรง โดยเฉพาะระยะที่มีมังคุดกำลังติดดอกออกผล จะทำให้ติดผลน้อยลง 4) แหล่งน้ำ มังคุดเป็นผลไม้ที่ต้องการน้ำมาก โดยเฉพาะในขณะที่ต้นมังคุดยังเล็กอยู่จะขาดน้ำไม่ได้เลย 5) ฝน มังคุดเป็นพืชที่ชอบฝนมาก ยกเว้นในช่วงก่อนฤดูกาลออกดอก หากมังคุดได้รับน้ำฝนมากในช่วงระยะนี้ จะทำให้ฤดูกาลออกดอกตามธรรมชาตินั้นเปลี่ยนแปลงไป ในบางครั้งอาจทำให้การติดผลลดน้อยลงด้วย (เกียรติเกษตร กาญจนพิสุทธิ์, 2530) จังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกที่มีพื้นที่การเพาะปลูกมังคุดมากเป็นอันดับหนึ่งในประเทศไทย โดยในปี 2554 มีพื้นที่การเพาะปลูกที่ให้ผลผลิตถึง 115,080 ไร่ มีผลผลิตรวม 77,679 ตัน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2554) จังหวัดจันทบุรีมีการรวมกลุ่มของเกษตรกรหลายรูปแบบ และสหกรณ์การเกษตรเป็นสถาบันหนึ่งที่เกิดจากการรวมตัวของเกษตรกร โดยพบว่ามีเพียงสหกรณ์เดียวที่มีการรวมกลุ่มของสมาชิกเพื่อปรับปรุงคุณภาพ และมาตรฐาน เป็นสหกรณ์นำร่องที่มีฐานการตลาดอยู่ในประเทศญี่ปุ่น คือ สหกรณ์การเกษตรท่าใหม่ จำกัด มีสมาชิกทั้งหมดจำนวน 2,392 ราย (สหกรณ์การเกษตรท่าใหม่ จำกัด, 2554) ซึ่งสมาชิกของสหกรณ์ ปลูกมังคุดถึงร้อยละ 70 จากจำนวนสมาชิกทั้งหมด (กาหลง เพิ่มพูน, 2555) อย่างไรก็ตาม ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ศูนย์เครือข่ายวิเคราะห์ วิจัยและฝึกอบรมการเปลี่ยนแปลงของโลกแห่งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2554) พบว่า ภูมิอากาศเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเกษตร โดยการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของภูมิอากาศในลักษณะต่างๆ อันได้แก่อุณหภูมิเพิ่มสูงขึ้น รูปแบบการกระจายตัวของฝนในช่วงฤดูฝนเปลี่ยนแปลงเป็นต้น ดังนั้นเหตุการณ์ต่างๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการเพาะปลูกมังคุดในประเทศไทย ซึ่งนับวันจะรุนแรงและเพิ่มความถี่มากขึ้นทุกปี ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงควรมีการศึกษาเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการหาแนวทางป้องกันและเป็นแนวทางในการปรับตัวภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อให้ผลผลิตเพียงพอต่อความต้องการและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการรับรู้ถึงสภาวะการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและแนวทางแก้ไขต่อการผลิตมังคุดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรท่าใหม่ จำกัด จังหวัดจันทบุรี

3. ทบทวนวรรณกรรม

ในปัจจุบันงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่นับวันจะรุนแรงมากขึ้นเริ่มมีออกมาอย่างต่อเนื่อง หลายประเทศเริ่มให้ความสำคัญและตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว โดยสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศนั้น เนื่องมาจากภาวะโลกร้อน หรือที่เรียกว่าภาวะเรือนกระจก ส่วนใหญ่เกิดมาจากกิจกรรมการดำเนินชีวิตของมนุษย์ที่ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อันได้แก่ ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ มีเทน และไนตรัสออกไซด์ เป็นต้น ซึ่งนับวันความรุนแรงจะเพิ่มมากขึ้น โดยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตบนโลกใบนี้อย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นพืช สัตว์ และมนุษย์ ซึ่งขึ้นอยู่กับความรุนแรงของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในแต่ละพื้นที่ และความสามารถในการปรับตัวของสิ่งมีชีวิตนั้นๆ

จากหลายงานวิจัยในเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลต่อภาคเกษตรกรรม ได้แก่ ชนาพร คำวงษ์ (2553) ได้ทำการวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศประเมินผลกระทบที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้สุทธิภาคการเกษตร สายัณห์ สดุดี และคณะ (2553) ได้ทำการศึกษาถึงผลของภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง ส่งผลกระทบต่อการเจริญเติบโตด้านสรีรวิทยาของมังคุดทั้งก่อนและหลังการออกดอกในจังหวัดพัทลุง ศิริพร วรกุลดำรงชัย และคณะ (ม.ป.ป.) ได้ทำการศึกษารูปแบบการแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ และปัจจัยสภาพภูมิอากาศที่มีผลกระทบต่อการผลิตทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี พรอุมา อุไรพันธ์ (2552) ได้ทำการศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อชีพลักษณ์ของลองกองในจังหวัดสงขลา Boonklong (2005) ได้ทำการตรวจสอบปัจจัยด้านภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง (จำนวนวันที่ฝนตก จำนวนวันที่ฝนแล้ง อุณหภูมิสูงสุด และต่ำสุด) ที่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่ที่ปลูกมังคุดทั้งสามพื้นที่ในประเทศไทยคือ Nelson et al (2009) ได้ทำการวิเคราะห์โดยการสร้างแบบจำลองการเจริญเติบโตของพืชภายใต้การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ Zhai et al. (2010) ได้ทำการตรวจสอบผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อการผลิตในภาคเกษตรกรรมที่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน จากผลการวิจัยพบว่าการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลต่อภาคเกษตรกรรมโดยตรง และกระทบไปในภาคอื่นๆ ด้วย การที่สิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงทั้งหมดนี้ได้ส่งผลกระทบต่อการปลูกมังคุด เพราะมีผลให้ปริมาณผลผลิตเสียหายที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการวางแผนและปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่นับวันจะรุนแรงมากขึ้นอีกด้วย

4. ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์การเกษตรท่าใหม่ จำกัด จังหวัดจันทบุรี โดยการสุ่มตัวอย่างในครั้งนี้จะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีจุดมุ่งหมาย (Purposive Sampling) (สุวรรณา ธุวโชติ, 2541) กลุ่มตัวอย่างคือ สมาชิกสหกรณ์การเกษตรท่าใหม่ จำกัด ซึ่งประกอบอาชีพเพาะปลูกมังคุดในอำเภอท่าใหม่ และอำเภอนายายอาม การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณสัดส่วนของประชากร ทางสหกรณ์

การเกษตรท่าใหม่ จำกัด ไม่มีข้อมูลของสมาชิกที่เพาะปลูกมังคุดที่แน่นอน จึงเป็นกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยเปิดจากตารางการหาขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ซึ่งกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยที่สัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.5 กำหนดความคลาดเคลื่อน ± 10% ได้ขนาดตัวอย่างอยู่ที่ 100 ราย (สุวรรณา ธุวโชติ, 2541) นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้เพิ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวบข้อมูลได้อีก 10% เพื่อลดการผิดพลาดของข้อมูล ซึ่งรวมทั้งสิ้นเป็นจำนวน 110 ราย คือในพื้นที่อำเภอท่าใหม่ และอำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี อย่างละ 55 ราย

การรวบรวมข้อมูล

<u>ข้อมูลปฐมภูมิ</u> ศึกษาความเห็นของประชากรตัวอย่างเกี่ยวกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อการประกอบอาชีพเพาะปลูกมังคุด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามกับผู้ปลูกมังคุดซึ่งเป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตรท่าใหม่ จำกัด จังหวัดจันทบุรี ซึ่งอยู่ในพื้นที่อำเภอท่าใหม่ และอำเภอนายายอาม

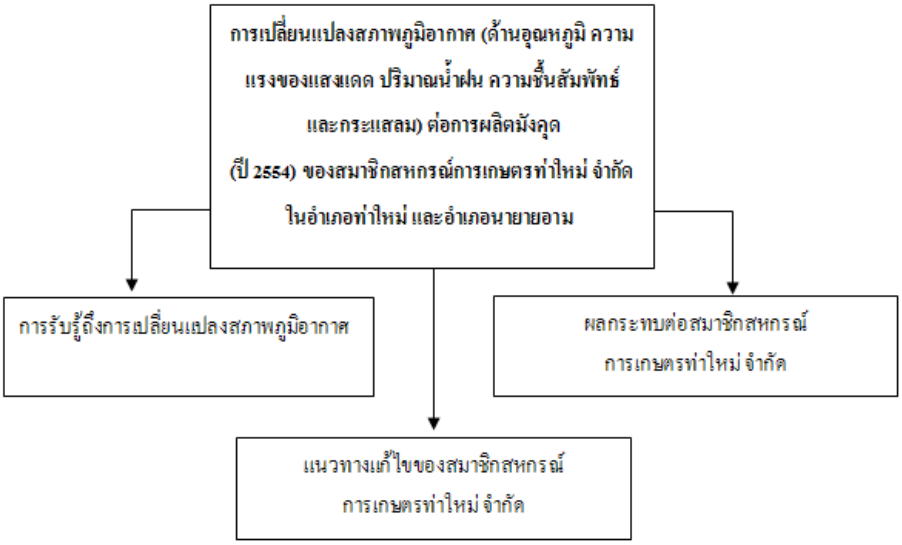
<u>ข้อมูลทุติยภูมิ</u> เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ข้อมูลการเพาะปลูกมังคุด รูปแบบการเพาะปลูก การเก็บเกี่ยวผลผลิต จากหน่วยงานต่างๆ เช่น สหกรณ์การเกษตรท่าใหม่จำกัด สำนักเกษตรอำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี กรมอุตุนิยมวิทยา ตลอดจนข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อทราบถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศต่อการเพาะปลูกมังคุด โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ความเห็นของผู้ประกอบอาชีพเพาะปลูกมังคุด ประกอบไปด้วย ข้อมูลพื้นฐาน ข้อมูลเศรษฐกิจ ข้อมูลสังคม ข้อมูลการรับรู้การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยการเปรียบเทียบระหว่างปีการผลิตปกติซึ่งเป็นปี 2549 ที่ข้อมูลของกรมอุตุนิยมวิทยาวิเคราะห์ว่าค่าเฉลี่ยของลักษณะภูมิอากาศต่างๆเริ่มเกิดความแปรปรวนกับปี 2554 และแนวทางการจัดการกับผลกระทบที่ได้รับ อธิบายประกอบกับข้อมูลทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และบรรยายสรุปในรูปคำอธิบายประกอบตาราง

2. การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Quantitative) เป็นการทดสอบสมมติฐานที่ว่าความเห็นของเกษตรกรผู้ปลูกมังคุดทั้งสองกลุ่ม คือ กลุ่มเกษตรกรอำเภอท่าใหม่ และอำเภอนายายอาม มีความเห็นเกี่ยวกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศสัมพันธ์กันหรือไม่ โดยใช้การทดสอบทางสถิติแบบ Chi-square

กรอบแนวคิดในการศึกษา



5. ผลการศึกษา

5.1 การรับรู้การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อำเภอท่าใหม่ และอำเภอนายายอาม พบว่า เกษตรกลุ่มตัวอย่างรับรู้ว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมากที่สุดในปี 2554 ทั้งสองอำเภอ โดยเห็นว่าสภาพภูมิอากาศเริ่มต้นเปลี่ยนแปลงในปี 2549 รองลงมาเห็นว่าเริ่มเกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเมื่อปี 2550 และ 2551 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การรับรู้การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของเกษตรกรผู้ปลูกมังคุด อำเภอท่าใหม่และนายายอาม

การรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	อำเภอท่าใหม่		อำเภอนายายอาม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับรู้	55	100.0	55	100.0
ปีที่คิดว่าสภาวะภูมิอากาศเริ่มเปลี่ยนแปลง				
2548	8	14.5	2	3.6
2549	12	21.8	17	30.9
2550	10	18.2	13	23.6
2551	10	18.2	11	20.0
2552	6	10.9	5	9.1
2553	3	5.5	3	5.5
2554	6	10.9	4	7.4
ปีที่คิดว่าอากาศเปลี่ยนแปลงมากที่สุด				
2553	6	10.9	14	25.5
2554	49	89.1	41	74.5

ที่มา: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

5.2 ความเห็นของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยในการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

จากความเห็นของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างผู้ปลูกมังคุดในพื้นที่อำเภอท่าใหม่ เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในช่วงฤดูกาลต่างๆ พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกมังคุดทั้งหมดเห็นว่าอุณหภูมิเปลี่ยนแปลงในช่วงฤดูร้อน ฤดูฝนและฤดูหนาว โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า อุณหภูมิเพิ่มสูงขึ้น ส่วนในด้านความแรงของแสงแดด เกษตรกรส่วนใหญ่เห็นว่ามีการเปลี่ยนแปลงในช่วงฤดูร้อน ฤดูฝน และฤดูหนาว เช่นเดียวกัน สำหรับปริมาณฝน เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเห็นว่าปริมาณฝนมีการเปลี่ยนแปลงในช่วงฤดูร้อนและฤดูหนาว อย่างไรก็ตาม เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าความชื้น เปลี่ยนแปลงมากในฤดูร้อน โดยมีความชื้นลดลง ส่วนด้านกระแสลมเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าเปลี่ยนแปลงในช่วงฤดูร้อน โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่ากระแสลมมีความรุนแรงขึ้น ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ปลูกมังคุดในพื้นที่อำเภอนายายอามเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในช่วงฤดูกาลต่างๆ พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกมังคุดอำเภอนายายอามทั้งหมดเห็นว่าอุณหภูมิเปลี่ยนแปลงในช่วงฤดูร้อน ฤดูฝนและฤดูหนาว โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า อุณหภูมิเพิ่มสูงขึ้น เช่นเดียวกัน ความแรงของแสงแดด เกษตรกรส่วนใหญ่เห็นว่ามีความเปลี่ยนแปลงในช่วงฤดูร้อน ฤดูฝน และฤดูหนาว กล่าวคือจำนวนวันและความแรงแสงเพิ่มมากขึ้น สำหรับปริมาณฝนเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเห็นว่าปริมาณฝนมีความเปลี่ยนแปลงในช่วงฤดูร้อนและฤดูหนาว อย่างไรก็ตามเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าความชื้นเปลี่ยนแปลงมากในช่วงฤดูหนาวและฤดูร้อน โดยมีความชื้นลดลง ส่วนด้านกระแสลมเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าเปลี่ยนแปลงในช่วงฤดูฝนและฤดูร้อน กล่าวคือ เห็นว่ากระแสลมรุนแรงขึ้น (ดังตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจากปัจจัยต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้ปลูกมังคุดอำเภอท่าใหม่ และนายายอาม

ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ฤดูฝน		ฤดูหนาว		ฤดูร้อน	
	อ.ท่าใหม่ (55 ราย)	อ.นายายอาม (55 ราย)	อ.ท่าใหม่ (55 ราย)	อ.นายายอาม (55 ราย)	อ.ท่าใหม่ (55 ราย)	อ.นายายอาม (55 ราย)
อุณหภูมิ	55	55	55	55	55	55
ความแรงของแสงแดด	41	43	50	43	52	53
ปริมาณน้ำฝน	30	49	55	49	55	55
ความชื้น	25	27	29	27	36	36
กระแสลม	26	41	15	41	30	27

ที่มา: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

กล่าวได้ว่าความคิดเห็นของเกษตรกรทั้งสองกลุ่มตัวอย่างทั้งในพื้นที่อำเภอท่าใหม่ และอำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี มีความสอดคล้องบางประการกับข้อมูลของกรมอุตุนิยมวิทยาที่ได้ทำการวิเคราะห์สถานการณ์ของสภาวะสภาพการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศว่าในปี 2554 ในด้านอุณหภูมิ ความแรงของแสงแดด ปริมาณฝน ความชื้น และกระแสลม มีรายละเอียดดังนี้

อุณหภูมิ จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกรมอุตุนิยมวิทยา พบว่าอุณหภูมิเฉลี่ยมีระดับเพิ่มสูงขึ้นในช่วงฤดูหนาว ส่วนในช่วงฤดูอื่นๆ ไม่แตกต่างกันมากนัก โดยระดับอุณหภูมิต่ำสุดของปี 2554 สูงกว่าระดับอุณหภูมิต่ำสุดของปีปกติประมาณ 2 องศาเซลเซียส

ปริมาณฝน จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกรมอุตุนิยมวิทยา พบว่าปริมาณฝนมีระดับเพิ่มสูงขึ้นในช่วงฤดูฝนและช่วงปลายฤดูฝน โดยปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยทั้งปีของปี 2554 มากว่าปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยของปีปกติประมาณ 40 มิลลิเมตร ด้านจำนวนวันที่ฝนตกต่อเดือน พบว่าจำนวนวันที่ฝนตกของปี 2554 มากกว่าปีปกติในช่วงฤดูฝน ส่วนฤดูอื่นๆไม่แตกต่างกัน ด้านจำนวนวันที่ปริมาณฝนตกมากที่สุดของปี 2554 สูงกว่าปีปกติประมาณ 90 มิลลิเมตร เช่นเดียวกับจำนวนวันที่เกิดฝนฟ้าคะนองของปี 2554 มากกว่าปีปกติในช่วงฤดูร้อน ส่วนในช่วงฤดูอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ระดับความชื้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกรมอุตุนิยมวิทยา พบว่าระดับความชื้นน้อยลงในช่วงฤดูร้อนและฤดูหนาว โดยความชื้นเฉลี่ยในปี 2554 น้อยกว่าปีปกติประมาณ 3% ด้านความชื้นต่ำสุดของปี 2554 พบว่าต่ำกว่าปีปกติประมาณ 8% และความชื้นเฉลี่ยสูงสุดของปี 2554 พบว่าต่ำกว่าปีปกติประมาณ 3%

กระแสลม จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกรมอุตุนิยมวิทยา พบว่าระดับความแรงของลมมากกว่าปีปกติในช่วงฤดูร้อน ฤดูฝน และฤดูหนาว โดยความเร็วลมเฉลี่ยของปี 2554 สูงกว่าปีปกติประมาณ 5 นอต

5.3 ผลกระทบและระดับผลกระทบ

ผลกระทบของการปลูกมังคุดที่ได้รับจากสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการปลูกมังคุด คือ อุณหภูมิ,ความแรงของแสงแดด,ปริมาณน้ำฝน,ความชื้นสัมพัทธ์ และกระแสลม ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้ปลูกมังคุด

ปัจจัย	อำเภอท่าใหม่	อำเภอนายายอาม
อุณหภูมิ ความแรงของแสงแดด เปลี่ยนแปลง	- ส่งผลต่อการเกิดโรคระบาดในมังคุด คือโรคเพลี้ยไฟและไรแดง - ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตของมังคุดได้รับความเสียหาย ไม่ได้คุณภาพตรงตามความต้องการของตลาด - ส่งผลต่อการออกดอกติดผล โดยส่งผลให้มีระยะพักตัวที่ยาวนานขึ้น และการติดผลที่ลดลง - ส่งผลต่อการใช้ยากำจัดศัตรูพืชที่เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากวงจรชีวิตของแมลง และศัตรูพืชสั้นลง	- ส่งผลต่อการเกิดโรคระบาดในมังคุด คือโรคเพลี้ยไฟและไรแดง - ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตของมังคุดได้รับความเสียหาย - ส่งผลต่อการออกดอกติดผล โดยส่งผลให้มีระยะพักตัวที่ยาวนานขึ้น และการติดผลที่ลดลง - ส่งผลต่อการใช้ยากำจัดศัตรูพืชที่เพิ่มมากขึ้น
ปริมาณฝน เปลี่ยนแปลง	- ส่งผลให้ระยะพักตัวเตรียมออกดอกยาวนานขึ้น ปริมาณการติดผลที่ลดลง - ส่งผลต่อปริมาณผลผลิตที่เสียหายเพิ่มมากขึ้น จากการเกิดเนื้อแก้ว ยางไหล และเนื้อมังคุดที่เน่าเสียเพิ่มมากขึ้น	- ส่งผลให้ระยะพักตัวเตรียมออกดอกยาวนานขึ้น ปริมาณการติดผลที่ลดลง - ส่งผลต่อปริมาณผลผลิตที่เสียหายเพิ่มมากขึ้น จากการเกิดเนื้อแก้ว ยางไหล และเนื้อมังคุดที่เน่าเสียเพิ่มมากขึ้น
ความชื้นสัมพัทธ์ เปลี่ยนแปลง	- ส่งผลต่อการให้น้ำและความถี่ที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนที่เพิ่มขึ้นของเกษตรกรในการปลูกมังคุด	- ส่งผลต่อการให้น้ำและความถี่ที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนที่เพิ่มขึ้นของเกษตรกรในการปลูกมังคุด
กระแสลม เปลี่ยนแปลง	-ส่งผลต่อปริมาณผลผลิตที่เสียหาย และการติดผล แต่ในปริมาณที่ไม่มากนัก	-ส่งผลต่อปริมาณผลผลิตที่เสียหาย และการติดผล แต่ในปริมาณที่ไม่มากนัก

ที่มา: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกมังคุดจำนวน 110 ราย ในพื้นที่อำเภอท่าใหม่ และอำเภอนายายอาม พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในระดับปานกลางมากที่สุด ในอำเภอท่าใหม่มีจำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 89.1 และอำเภอนายายอาม จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 87.3 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ระดับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ระดับผลกระทบ	อำเภอท่าใหม่		อำเภอนายายอาม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับผลกระทบ	**(n=55)**	**100.0**	**(n=55)**	**100.0**
ระดับผลกระทบน้อย	1	1.8	4	7.3
ระดับผลกระทบปานกลาง	49	89.1	48	87.3
ระดับผลกระทบมาก	5	9.1	3	5.4

ที่มา: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

5.4 การทดสอบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพื้นที่เพาะปลูกในอำเภอท่าใหม่และอำเภอนายายอาม

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลกระทบจากทุกปัจจัยทางสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลต่อมังคุดกับระดับความเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของเกษตรกรผู้ปลูกมังคุด พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการปลูกมังคุดในอำเภอท่าใหม่ และอำเภอนายายอาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าทุกปัจจัยทางสภาพภูมิอากาศไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความเห็นของเกษตรกรผู้ปลูกมังคุดในอำเภอท่าใหม่ และอำเภอนายายอาม เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของผู้ปลูกมังคุดอำเภอท่าใหม่และอำเภอนายายอามกับปัจจัยต่างๆ

ปัจจัยทางสภาพภูมิอากาศ	ค่า χ^2
อุณหภูมิ	$\chi^2_c = 5.26$ ($\chi^2_{t(0.05,2)} = 5.99$ ซึ่งพบว่าค่าที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่าวิกฤติ จึงยอมรับ H_0 คือ พื้นที่และอุณหภูมิ ไม่มีความสัมพันธ์กัน)
ความแรงของแสงแดด	$\chi^2_c = 3.58$ ($\chi^2_{t(0.05,2)} = 5.99$ ซึ่งพบว่าค่าที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่าวิกฤติ จึงยอมรับ H_0 คือ พื้นที่และความแรงของแสงแดด ไม่มีความสัมพันธ์กัน)
ปริมาณฝน	$\chi^2_c = 0.49$ ($\chi^2_{t(0.05,2)} = 5.99$ ซึ่งพบว่าค่าที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่าวิกฤติ จึงยอมรับ H_0 คือ พื้นที่และปริมาณฝน ไม่มีความสัมพันธ์กัน)
ความชื้นสัมพัทธ์	$\chi^2_c = 0.96$ ($\chi^2_{t(0.05,1)} = 3.84$ ซึ่งพบว่าค่าที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่าวิกฤติ จึงยอมรับ H_0 คือ พื้นที่และความชื้นสัมพัทธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กัน)
กระแสลม	$\chi^2_c = 1.65$ ($\chi^2_{t(0.05,1)} = 3.84$ ซึ่งพบว่าค่าที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าค่าวิกฤติ จึงยอมรับ H_0 คือ พื้นที่และกระแสลมไม่มีความสัมพันธ์กัน)

ที่มา: ข้อมูลจากการทดสอบความสัมพันธ์ทางสถิติ

5.5 แนวทางการแก้ไขของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง

จากการสัมภาษณ์ประชากรกลุ่มตัวอย่าง 110 ราย ในพื้นที่อำเภอท่าใหม่และนายายอาม บางส่วนได้แสดงความเห็นในประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับแนวทางแก้ไขผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อการผลิตมังคุด ซึ่งเป็นสมาชิกสหกรณ์ท่าใหม่ จำกัด ดังต่อไปนี้

อุณหภูมิ เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างมีแนวทางการแก้ปัญหาดังกล่าว โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการแก้ปัญหาสภาพอากาศที่แห้งแล้งเพิ่มขึ้นนั้น เกษตรกรมีแนวทางคือ ลดการกวาดใบ ซึ่งจะทำให้ดินมีความชื้นอยู่เสมอ มีจำนวน 14 ราย รองลงมาคือการฉีดพ่นน้ำในช่วงที่มีการระบาดของโรคเพลี้ยไฟและไรแดง ซึ่งเป็นการกำจัดเพลี้ยไฟและไรแดงได้อีกวิธีหนึ่ง นอกเหนือจากการฉีดพ่นยากำจัดศัตรูพืช มีจำนวน 4 ราย และแนวทางในการลดการกวาดใบและฉีดพ่นน้ำเพื่อกำจัดเพลี้ยไฟและไรแดงร่วมกัน มีจำนวน 3 ราย

จำนวนวันและความแรงแสง เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในด้านจำนวนวันและความแรงแสงที่เพิ่มขึ้น ถ้าเกิดเป็นระยะเวลานานจะส่งผลให้เกิดโรคใบไหม้ และการระบาดของแมลงศัตรูพืชคือ เพลี้ยไฟและไรแดง อีกทั้งยังส่งผลให้สภาพอากาศที่แห้งแล้งเพิ่มขึ้น โดยเกษตรกรมีแนวทางคือ ลดการกวาดใบ จำนวน 13 ราย รองลงมาเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าแก้ปัญหาด้วยการฉีดพ่นน้ำเพื่อลดการระบาดของแมลงศัตรูพืช จำนวน 7 ราย และลดการกวาดใบร่วมกับการฉีดพ่นน้ำเป็นจำนวน 1 ราย

ปริมาณฝน เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าแนวทางแก้ไขผลกระทบจากปริมาณฝนที่เพิ่มสูงขึ้นในช่วงฤดูฝน เป็นสาเหตุให้เกิดโรคใบจุด ในช่วงฤดูหนาวเป็นสาเหตุให้ระยะพักตัวในการเตรียมออกดอกเพิ่มมากขึ้น และในช่วงฤดูร้อนปริมาณฝนที่เพิ่มสูงขึ้นเป็นสาเหตุความสมบูรณ์ของผลมังคุดลดลง ในด้านการเกิดเนื้อแก้วยางไหล โดยเกษตรกรมีแนวทางแก้ไขคือ การให้น้ำอย่างสม่ำเสมอ เพื่อไม่ให้ผลมังคุด เมื่อเจอน้ำฝนกะทันหันแล้วเกิดอาการเนื้อแก้วยางไหล มีจำนวน 27 ราย

ความชื้น เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าความชื้นเปลี่ยนแปลงโดยการที่มีความชื้นน้อยลง ส่งผลให้ความชื้นที่มีอยู่ในดินลดลง โดยเกษตรกรมีแนวทางคือ ลดการกวาดใบ เพื่อสั่งสมความชื้น จำนวน 21 ราย

กระแสลม เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าแนวทางแก้ไขผลกระทบจากการที่เกษตรกรเห็นว่ากระแสลมรุนแรงมากขึ้น โดยมีแนวทางในการแก้ไขคือ ลดการกวาดใบ เพื่อลดการกระแทกของผลมังคุดเมื่อหล่นจากต้นมังคุด มีจำนวน 18 ราย และรองลงมาเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าลดการกวาดใบร่วมกับการปลูกต้นไม้เป็นแนวกันลม เช่น ต้นไผ่ เป็นต้น มีจำนวน 3 ราย และปลูกต้นไม้เป็นแนวกันลมเพียงอย่างเดียว มีจำนวน 1 ราย เพื่อบรรเทาความเสียหายจากกระแสลมที่รุนแรงทั้งในด้านความสมบูรณ์ของผลผลิต โดยกระแสลมจะส่งผลให้มังคุดร่วงหล่น กระแทกพื้น จนได้รับความเสียหาย อีกทั้งยังส่งผลให้กิ่งมังคุดหักโค่นอีกด้วย

6. สรุปผล

การศึกษาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลต่อการปลูกมังคุดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรท่าใหม่ จำกัด จังหวัดจันทบุรี พบว่า เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยเห็นว่าสภาพภูมิอากาศเริ่มเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี 2554 มีระดับอุณหภูมิ ความแรงของแสงแดด ปริมาณฝน ความชื้นสัมพัทธ์ และกระแสลม เปลี่ยนแปลง ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของกรมอุตุนิยมวิทยา และส่งผลกระทบต่อการปลูกมังคุดในด้านการเกิดโรคระบาด ปริมาณผลผลิตที่เสียหายเพิ่มขึ้น

คุณภาพของมังคุดที่ไม่ตรงตามความต้องการของตลาด การให้น้ำและความถี่ที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการใช้ยากำจัดศัตรูพืชที่เพิ่มขึ้นอีกด้วย

7. อภิปรายผล

จากการที่เกษตรกรประสบปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศนั้น แนวทางการแก้ไขของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง ยังเป็นเพียงการอาศัยประสบการณ์ในการทำสวนของตนเอง ดังนั้นสหกรณ์การเกษตรท่าใหม่ จำกัด หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดการอบรบให้กับสมาชิกเกษตรกรผู้ปลูกมังคุดให้มีแนวทางในการจัดการภายใต้สภาวะที่มีการเปลี่ยนแปลงของอากาศ โดยเชิญเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการหรือเอกชน ที่มีความรู้ในเรื่องดังกล่าวมาให้ความรู้จึงควรมีการจัดการอบรมเกี่ยวกับการจัดการภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งนับวันจะรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ทั้งแนวทางแก้ไขในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อเป็นประโยชน์แก่สมาชิก

8. ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ศึกษาผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลต่อการปลูกมังคุด ดังนั้น ควรศึกษาวิจัยผลกระทบทางด้านวิทยาศาสตร์เพิ่มขึ้นด้วย และควรให้มีการศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์ และสามารถปรับใช้เพื่อการจัดการการปลูกมังคุดภายใต้การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศได้อย่างต่อเนื่องเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

10. รายการอ้างอิง

กาหลง เพิ่มพูน. 2555. ผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรท่าใหม่ จำกัด. **สัมภาษณ์**, 26 กันยายน 2555.

เกียรติเกษตร กาญจนพิสุทธิ์. 2530. **มังคุด**. 3,500 เล่ม. กรุงเทพมหานคร : สหมิตร ออฟเซท.

ชนาพร คำวงษ์. 2553. การประเมินผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มีต่อรายได้ภาคการเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการทรัพยากร) สาขาวิชาการจัดการทรัพยากร ภาควิชาโครงการสหวิทยาการระดับบัณฑิตศึกษา 154 หน้า

พรอุมา อุไรพันธ์. 2552. ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศต่อชีพลักษณ์ของลองกอง. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพืชศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ศิริพร วรกุลดำรงชัย และคณะ. ม.ป.ป. **ศึกษารูปแบบการแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศต่อการผลิตทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี**. โครงการพัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือเครือข่ายนักวิจัยสิ่งแวดล้อม ศูนย์วิจัยและฝึกอบรมด้านสิ่งแวดล้อม กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม

ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ศูนย์เครือข่ายวิเคราะห์ วิจัยและฝึกอบรมการเปลี่ยนแปลงของโลกแห่งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2554. **การศึกษาด้านผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศในอนาคตและการปรับตัวของภาคส่วนที่สำคัญ**. รายงานการวิจัยเสนอต่อสำนักนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. มกราคม 2554. ม.ป.ท..

สหกรณ์การเกษตรท่าใหม่ จำกัด. 2554**. รายงานกิจการประจำปี 2554 สหกรณ์การเกษตรท่าใหม่ จำกัด 30 ธันวาคม 2554**. ม.ป.ท..

สายัณห์ สดุดี และคณะ. 2553. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ ผลของสภาพภูมิอากาศต่อการผลิตมังคุดนอกฤดูใน จังหวัดพัทลุง ภาควิชาพืชศาสตร์ คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สุวรรณา ธุวโชติ. 2541. **วิธีวิจัยทางสหกรณ์.** กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555. **สถิติการส่งออก (Export) -- มังคุด : ปริมาณและมูลค่าการส่งออกรายเดือน** (Online). www.oae.go.th/oae_report/export_ import/export.php. 1 สิงหาคม 2555.

อัมพิกา ปุนนจิต และคณะ. 2547. **เอกสารวิชาการ มังคุด**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

Boonklong, O. 2005. Climate change affecting mangosteen productiving in Thailand. Ph.D. Thesis of computational Science. Walailak University.

Zhai, F. et al.. 2010. **A general equilibrium analysis of the impact of climate change on agriculture in the People's Republic of China** (Online). http://mpra.ub.uni-muenchen.de/21127/. 1 August 2013.

Nelson, G.C. et al.. 2009. Climate Change Impact on Agriculture and Costs of Adaptation. International Food Policy Research Institute Washington, D.C.

การศึกษาความสัมพันธ์และวิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพบริการที่คาดหวังในมหาวิทยาลัยเอกชนไทยจากมุมมองของนักศึกษาและอาจารย์ผู้สอน

THE STUDY OF RELATIONSHIP AND FACTOR ANALYSIS OF THE SERVICE QUALTIY EXPECTATIONS IN THAI PRIVATE UNIVERSITY FROM THE PERSPECTIVES OF STUDENTS AND LECTURES

มุกดาฉาย แสนเมือง

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : mukdashine.sa@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการที่คาดหวังของนักศึกษา และของอาจารย์ ในมหาวิทยาลัยเอกชนไทย และเพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบของคุณภาพบริการที่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แบบสอบถามได้ถูกพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรม และผ่านการสอบทานจากผู้เชี่ยวชาญก่อนที่จะนำไปทำการทดสอบเบื้องต้น จากนั้นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ประกอบไปด้วย 34 ตัวแปรของคุณภาพบริการ จำนวน 700 ชุด ถูกส่งไปให้กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายซึ่งได้แก่ นักศึกษา และอาจารย์ ใน 6 มหาวิทยาลัยเอกชนทั่วประเทศ สิ่งที่ค้นพบจากงานวิจัยคือ ระดับความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการทางการศึกษาที่ประเมินจากความคาดหวังของนักศึกษา และ อาจารย์ อยู่ในระดับที่สูงและมีทิศทางเดียวกัน มากไปกว่านั้นผลของระดับความสัมพันธ์นี้ทำให้สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพบริการได้ออกมา เป็น 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความสามารถและทัศนคติของอาจารย์ 2) สิ่งอำนวยความสะดวก 3) การบริหารจัดการการศึกษา 4) ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ 5) ความน่าเชื่อถือ และ 6) แผนการเรียน โดยตัวแปรของคุณภาพบริการที่อยู่ในองค์ประกอบที่ 1 มีระดับค่าความคาดหวังเฉลี่ยสูงที่สุด ในขณะที่ระดับค่าความคาดหวังเฉลี่ยของตัวแปรในองค์ประกอบที่ 6 ต่ำที่สุด

ABSTRACT

This purpose of the study aims at determining the relationship between the service quality expectations in private universities in Thailand from the perspectives of their most important stakeholders: students and lecturers, and conducting factor analysis. The list of service quality expectations in higher education was first established based on a review of relevant research literature and then finalized with input from interviews with experts and a pilot survey. Over 700 questionnaires with 34 items of service quality were then delivered to stakeholders in 6 private universities around Thailand. The key findings were as follows: 1) there are high positive correlations between the perceived importance of service quality expectations from

different stakeholder groups and the correlations between different stakeholder groups were generally high and 2) exploratory factor analysis revealed that the service quality expectations in Thai private universities from the perceived importance across key stakeholder groups could more appropriately be divided into 6 groups namely; competence and attitude of lecturer; facilities; quantitative indicators; education management; recognition; and program issue. The most important expectations of the stakeholders are in factor 1 while the least are in factor 6.

1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่มีการปฏิรูปการศึกษาทั้งระบบในปี พ.ศ. 2542 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากมายในทุกด้าน โดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษา อาทิเช่น จำนวนสถาบันอุดมศึกษาภายใต้สังกัดของคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) เพิ่มขึ้นอย่างมาก จากเดิม 60 แห่งในปีพ.ศ. 2542 เป็น 148 แห่งในปี 2550 (Praphamontripong, 2010) และในปี 2555 มีจำนวนทั้งสิ้น 171 แห่ง (สกอ, 2555) เนื่องจากการยกระดับวิทยฐานะของสถาบันราชภัฏและสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ให้เป็นมหาวิทยาลัย ทำให้ทุกมหาวิทยาลัยต้องมีการแข่งขันกันมากขึ้นทั้งในด้านจำนวนนักศึกษาที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นไม่มากนักในแต่ละปีจากเดิม 1,643,447 คนในปี 2542 เป็น 2,064,626 คนในปี 2010 (The Office of Education Council, 2004; สกอ, 2555) มากไปกว่านั้นมหาวิทยาลัยยังเผชิญกับความต้องการที่มากขึ้นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในด้านคุณภาพการบริการ ทางการศึกษาและการประกันคุณภาพการศึกษาที่กำหนดโดยหน่วยงานรัฐซึ่งกำหนดให้ทุกสถาบันอุดมศึกษามีการจัดทำการประกันคุณภาพภายในสถาบัน

ดังนั้นเพื่อให้ยังคงความสามารถในการแข่งขัน ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาเอกชนต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการเพื่อที่จะเพิ่มระดับความพึ่งพอใจให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะนักศึกษาและผู้ปกครองในขณะเดียวกันก็ต้องยังคงให้ความสำคัญกับคุณภาพการศึกษามากกว่าการเพิ่มจำนวนนักศึกษาเพื่อให้มาตราฐานการศึกษาของตนเข้าสู่มาตราฐานระดับสากล การศึกษานี้ได้นำเอาตัวแบบคุณภาพการบริการการศึกษา มาใช้ในการวัดระดับความสำคัญและหาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อคุณภาพบริการ โดยเน้นที่กลุ่มผู้รับบริการคือนักศึกษาและผู้ให้บริการโดยตรงคืออาจารย์ผู้สอน ในมหาวิทยาลัยเอกชน 6 แห่ง เพื่อที่จะได้เป็นแนวทางในการวางแผนการบริการทางการศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. ทบทวนวรรณกรรม

ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณภาพการศึกษาก็แตกต่างกันตามการรับรู้ที่แตกต่างกันในสังคม (Green, 1995) องค์ประกอบของคุณภาพก็แตกต่างกันในเรื่องของระดับความสำคัญตามมุมมองของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แตกต่างกัน (Owlia and Apsinwall, 1996) แต่คุณภาพตามความหมาย “สอดคล้องกับสิ่งที่คาดหวัง” ดูเหมือนจะใกล้เคียงกับเนื้อหาของการบริการทางการศึกษา (Watty, 2000; Lamas, 2002; Hertzman และ Ackerman, 2010) ซึ่งคุณภาพการศึกษาสามารถระบุและวัดได้จากความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดย Srikanthan and Dalrymple, (2003) ได้ระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ นักศึกษา อาจารย์และผู้บริหารสถานศึกษา นายจ้าง และกลุ่มสุดท้ายคือ หน่วยงานรัฐบาล โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักเหล่านี้หลักมีส่วน

เกี่ยวข้องและมีผลกระทบโดยตรงต่อคุณภาพการศึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับอุดมศึกษา อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบางกลุ่มก็ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงนักในกระบวนการเรียนการสอน โดยเฉพาะนายจ้างและหน่วยงานรัฐ ในขณะที่กลุ่มผู้รับบริการโดยตรงคือนักศึกษาและผู้ให้บริการทางการศึกษาคืออาจารย์ผู้สอนมีส่วนเกี่ยวของกับกระบวนการบริการทางการศึกษาทั้งระบบ ดังนั้นคุณภาพบริการทางการศึกษาจึงเป็นส่วนสำคัญที่ต้องศึกษาเพื่อที่จะสามารถนำผลงานวิจัยมาเป็นข้อมูลในการบริหารจัดการและวางแผนดำเนินงานด้านคุณภาพการบริการทางการศึกษา

ในงานวิจัยของการตลาดบริการ แนวความคิดของคุณภาพบริการถูกระบุว่าเป็นความสามารถในการตอบสนองความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้า (Parasuraman et al.,1985) มากไปกว่านั้น Parasuraman et al., (1991) และ Zeithaml and Bitner, (1996) ได้พัฒนาตัวแบบ SERVQUAL ที่ถูกใช้อย่างแพร่หลาย โดยเป็นตัวแบบที่ใช้วัดความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของคะแนนการรับรู้และความคาดหวัง เนื่องจากช่องว่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองค่านี้สามารถระบุถึงการขาดคุณภาพการบริการ ดังนั้นในความสามารถของการวัดคุณภาพบริการ ตัวแบบ SERVQUAL ได้ถูกนำมาใช้ในการประเมินผลงานการดำเนินงานในบริบทของการศึกษา (Mosahab et al., 2010; Oilfield and Baron, 2000; Pariseau and McDaniel, 1997; Shaney et al., 2003, 2008) ในขณะเดียวกันมีงานวิจัยที่นำเอาตัวแบบนี้มาทดสอบกับคุณภาพบริการทางการศึกษา (Firdus, 2005 and 2006; Hill, 1995; Lagrosen et al., 2004; Owlia and Aspinwall, 1996; Srikatanyoo and Gnoth, 2005; Telford and Masson, 2005) ซึ่งในการศึกษานี้ได้นำเอาผลที่ได้จากการศึกษาตัวแบบ SERVQUAL เหล่านี้ มาพัฒนาเป็นแบบสอบถาม โดยเน้นศึกษาในด้านความคาดหวังของนักศึกษาและอาจารย์ เนื่องจาก Zeithaml et al., (1990) ได้กล่าวว่าสิ่งที่สำคัญที่จะสามารถส่งมอบคุณภาพบริการคือการรู้และเข้าใจความต้องการของลูกค้าก่อน ในขณะที่ Sultan and Wong, (2010) ได้กล่าวว่าการรับรู้ระดับความสำคัญของลูกค้าหรือความคาดหวังของลูกค้ายังคงต้องมีอยู่ในกระบวนการประเมินคุณภาพ และมากไปกว่านั้น Telford and Masson, (2005) ได้สรุปว่าการเข้าใจคุณภาพที่คาดหวังหรือคุณค่ามีผลกระทบโดยตรงกับการมีส่วนร่วมของนักศึกษาและความพึงพอใจของนักศึกษาในกระบวนการให้บริการทางการศึกษา มากไปกว่านั้นจากงานวิจัยที่ได้ทบทวนข้างต้นพบว่ายังไม่มีการศึกษาในเรื่องของความสัมพันธ์ของความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อคุณภาพบริการว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่และในทิศทางใด ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาถึงการหาความสัมพันธ์เพื่อเป็นการเพิ่มเติมผลงานวิจัยที่ได้ทบทวนข้างต้น

3.วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการที่คาดหวังของนักศึกษาและโดยอาจารย์
2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบที่เหมาะสมตามความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักทั้งสองกลุ่ม

4. ขอบเขตของการวิธีวิจัย

การพัฒนาแบบสอบถาม

ได้เริ่มจากการทบทวนวรรณกรรมในงานวิจัยของ Owlia and Aspinwall, 1996; Hill et al., 2003; Lagrosen et al., 2004; Srikatanyoo and Gnoth, 2005; Firdaus, 2005, 2006; Telford and Masson, 2005 และ

Shaney et al., 2003, 2008 ได้นำเอาผลที่ได้ของงานวิจัยเหล่านี้มาพัฒนาเป็นแบบสอบถาม และถูกสอบทานโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการศึกษาจำนวน 6 ท่าน จากนั้นได้ทำการทดสอบแบบสอบถามเบื้องต้น (pilot testing) กับกลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่ม ได้แก่นักศึกษา จำนวน 100 ราย และอาจารย์จำนวน 20 ราย เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อคำถาม จากกระบวนการเหล่านี้จึงได้แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ที่ประกอบไปด้วยคุณภาพที่คาดหวังจำนวน 34 ตัวแปร โดยข้อคำถามจะถูกวัดโดยใช้สเกลแบบ Likert-type scales (จาก (1) คือไม่สำคัญ ถึง (4) คือ สำคัญมาก) โดยแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นส่วนที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับคุณภาพบริการทางการศึกษาที่คาดหวัง

กลุ่มตัวอย่าง

เพื่อจะให้เป็นตัวแทนของมหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย งานวิจัยนี้ได้มีเกณฑ์ในการกำหนดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงสาขาวิชาที่เรียน ขนาดมหาวิทยาลัย ทำเลที่ตั้ง ดังนั้นแบบสอบถามจำนวน 700 ชุดได้ถูกส่งไปให้กลุ่มตัวอย่างในคณะบริหารธุรกิจและคณะวิศวกรรมศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเอกชนทั้ง 6 แห่ง โดยแบ่งการเก็บข้อมูลเป็นการเก็บข้อมูลกับนักศึกษา 500 ชุด และกับอาจารย์ 200 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อที่จะวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลที่เก็บได้จากกลุ่มตัวอย่าง ค่าระดับความคาดหวังของ 34 ตัวแปรของคุณภาพบริการ ที่ถูกประเมินโดยนักศึกษาและอาจารย์ จะถูกทำมาคำนวณหาระดับความสัมพันธ์ระหว่างค่าความคาดหวังของนักศึกษาและอาจารย์ จากนั้นก็จะมีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) เพื่อจับกลุ่มหรือรวมกลุ่มซึ่งในที่นี้คือ ตัวแปรของคุณภาพบริการที่คาดหวังที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในกลุ่มเดียวกัน

5. ผลการศึกษาวิจัย

จำนวนแบบสอบถามที่ได้รับการตอบโดยกลุ่มตัวอย่างตามแผนการเก็บข้อมูล มีจำนวน 601 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบแบบสอบถาม 85.9 เปอร์เซนต์ โดยในจำนวนแบบสอบถามที่ตอบกลับแบ่งเป็น 460 ชุดจากการตอบกลับโดยนักศึกษา และ 141 ชุดจากการตอบกลับโดยอาจารย์ ตารางที่ 1 ได้สรุปรายละเอียดลักษณะของกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ข้างต้น

ตาราง 1. ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามตามเกณฑ์ของขนาดมหาวิทยาลัย สถานที่ตั้งและคณะ

กลุ่ม	ทำเลที่ตั้ง		ขนาดมหาวิทยาลัย		คณะ		รวม
	กรุงเทพ	ต่างจังหวัด	ใหญ่	กลางและเล็ก	บริหารธุรกิจ	วิศวกรรมศาสตร์	
นักศึกษา	291	169	225	235	236	224	460
	63%	37%	49%	51%	51%	49%	
อาจารย์	84	57	61	80	69	72	161
	60%	40%	43%	57%	49%	51%	
รวม	375	226	286	315	305	296	601

การศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการที่คาดหวังของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

ค่าความคาดหวังของตัวแปรคุณภาพทั้ง 34 ตัวแปร ที่ประเมินโดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มคือ นักศึกษาและอาจารย์จะถูกนำมาหาระดับความสัมพันธ์ระหว่างสองกลุ่ม โดยใช้สัมประสิทธ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson correlation coefficient) ตารางที่ 2 แสดงถึงระดับความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการที่คาดหวังของนักศึกษาและอาจารย์

ตารางที่ 2 ระดับความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการที่คาดหวังของนักศึกษาและของอาจารย์

		นักศึกษา	**อาจารย์**
	Pearson Correlation	1.000	**0.753****
นักศึกษา	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	34	34

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 2 ระดับความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการที่คาดหวังโดยนักศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพบริการที่คาดหวังโดยอาจารย์อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งไม่เป็นที่แปลกใจในผลของระดับความสัมพันธ์ที่ค่อนข้างสูง (r_s = 0.735) และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากความคาดหวังในคุณภาพบริการทางการศึกษาเป็นมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกันโดยตรงคือนักศึกษา (ผู้รับบริการ) และอาจารย์ (ผู้ให้บริการ) สิ่งที่ค้นพบได้สนับสนุนผลการศึกษาของ Telford and Masson, (2005) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า อาจารย์ผู้ที่อยู่ใกล้กับนักศึกษามีความต้องการไม่แตกต่างไปจากระดับการรับรู้ที่สำคัญของนักศึกษาในเรื่องคุณ ภาพบริการทางการศึกษา

การวิเคราะห์องค์ประกอบ

จากผลของระดับความสัมพันธ์ของการวิเคราะห์ข้างต้นทำให้ตัวแปร ของคุณภาพบริการที่คาดหวังทั้ง 34 ตัวแปรสามารถนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบ ตามข้อกำหนดหรือข้อตกลงเบื้องต้นว่า ตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์องค์ประกอบควรมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในระดับสูง ดังนั้นข้อมูลระดับความคาดหวังในคุณภาพบริการทางการศึกษาที่ประเมินโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งสองกลุ่มจะถูกนำมารวมกัน แล้วจากนั้นจึงทำการตรวจสอบว่าคุณภาพบริการที่คาดหวังรายการต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ โดยใช้สถิติ KMO (Kaiser – Meyer – Olkin Measure of Sampling Adequacy) โดยเกณฑ์ค่า KMO ที่เหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบควรมีค่าไม่น้อยกว่า 0.6 จึงจะสามารถยอมรับได้ และค่า Bartlett's Test of Sphericity เพื่อทดสอบนัยสาคัญของความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการที่คาดหวังแต่ละรายการ ซึ่งต้องมีค่านัยสาคัญทางสถิติ (Significance) จึงสามารถใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบได้ ในการตรวจสอบพบว่าค่า KMO ที่ได้ มีค่า 0.949 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนดระดับสูงมาก (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551) และ จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้ Bartlett's Test of Sphericity ปรากฏว่าค่าสถิติ ไคสแควร์ (Chi - Square) มีนัยสาคัญทางสถิติ (ตารางที่ 3) จึงแสดงว่าตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน จึงสามารถกล่าวได้ว่า ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยนี้เหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ

ตารางที่ 3 แสดงค่า KMO และ Bartlett's Test of Sphericity

KMO Kaiser – Meyer – Olkin Measure of Sampling Adequacy		0.949
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	8953.327
	df.	561
	Sig.	0.000

จากนั้นใช้ค่าไอเกน (Eigen values) และการหมุนแกนองค์ประกอบ (Factor Rotation) ด้วยวิธีออร์โธโกนอล (Orthogonal Rotation) คือแบบตั้งฉาก ด้วยวิธี แวริแมกซ์ (Varimax) โดยดำหนดให้แสดงค่าไอเกน (Eigen values) ที่มีค่าสูงกว่า 1 และไม่แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Factor loading) ที่น้อยกว่า 0.3 ผลปรากฏว่า ค่าไอเกนที่ได้มากกว่า 1 มีเพียง 6 องค์ประกอบ ซึ่งอธิบายความผันแปร (Variance) ทั้งหมดได้ร้อยละ 55.74 โดยที่องค์ประกอบแรกสามารถอธิบายได้มากที่สุดร้อยละ 11.82 ในขณะที่องค์ประกอบที่ 6 อธิบายได้ร้อยละ 1.02 และจากการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรทุกตัวมีค่า Factor loading มากกว่า 0.30 จึงนำตัวแปรทุกตัวมาจำแนกเป็นองค์ประกอบ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลของการการวิเคราะห์องค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

	Component					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
• อาจารย์มีความยุติธรรมในการประเมินผลการเรียนของนักศึกษา	0.692					
• อาจารย์มีเวลาให้นักศึกษาเข้าพบได้ง่ายและให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มกำลังความสามารถ	0.666					
• วุฒิการศึกษา(ปริญญา)ได้รับการรับรองโดยกระทรวงศึกษาธิการ	0.649					
• มหาวิทยาลัยได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพการศึกษาจากหน่วยงานที่ได้รับการแต่งตั้ง จากกระทรวงศึกษาธิการ	0.646					
• หลักสูตรการเรียนของมหาวิทยาลัยใช้ได้กับการประกอบอาชีพของนักศึกษาในอนาคต	0.579					
• อาจารย์เข้าใจความต้องการของนักศึกษา	0.56					
• อาจารย์มีความเชี่ยวชาญในด้านการสอนและการสื่อสารกับนักศึกษา	0.547					
• นักศึกษามีสังคมที่ดีสำหรับการอยู่ร่วมกันและรู้สึกมีความปลอดภัยเมื่ออยู่ในมหาวิทยาลัย	0.515					
• มหาวิทยาลัยมีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย		0.768				
• มหาวิทยาลัยมีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ		0.737				
• มหาวิทยาลัยมีสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่และส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้		0.729				
• มหาวิทยาลัยมีเจ้าหน้าที่ฝ่ายสนับสนุนที่มีความรู้ความสามารถในระบบการให้บริการที่ไม่ใช่การ เรียนการสอน		0.641				
• มหาวิทยาลัยมีการจัดการเรียนการสอนให้นักศึกษามีความรู้และทักษะขั้นพื้นฐานตามสาขาวิชา		0.463				

	Component					
	1	2	3	4	5	6
• มหาวิทยาลัยมีการออกแบบห้องเรียนที่ดีเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษา		0.457				
• อาจารย์มีความกระตือรือร้นในการให้ความร่วมมือกับภาคเอกชน		0.411				
• มหาวิทยาลัยมีการจัดการเรียนการสอนที่สนับสนุนให้นักศึกษามีความรู้และทักษะส่วนเสริมเพิ่มเติม		0.385				
• มหาวิทยาลัยมีแผนกลยุทธ์ที่ชัดเจนและตัวชี้วัดความสำเร็จที่ดีสำหรับการติดตามการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผน			0.664			
• มหาวิทยาลัยมีระบบฐานข้อมูลที่มีศักยภาพเพื่อสนับสนุนการทำวิจัย			0.662			
• มหาวิทยาลัยมีระบบฐานข้อมูลที่มีศักยภาพเพื่อสนับสนุนการเรียนการสอน			0.603			
• มหาวิทยาลัยมีนโยบายที่ชัดเจนและระบบที่พัฒนาและบริหารหลักสูตรการเรียนการสอน			0.586			
• มหาวิทยาลัยมีนโยบายที่ชัดเจนและระบบที่พัฒนาและธำรงรักษาไว้ให้บุคลากรมีคุณภาพและประสิทธิภาพ			0.46			
• มหาวิทยาลัยมีนโยบายที่ชัดเจนและระบบในการประกันคุณภาพการศึกษาภายในมหาวิทยาลัย			0.444			
• หลักสูตรการเรียนของมหาวิทยาลัยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ			0.406			
• บัณฑิตระดับปริญญาตรีสามารถหางานทำได้ง่าย			0.363			
• มหาวิทยาลัยมีการบริการที่เสนอให้กับนักศึกษานอกเหนือจากการเรียนการสอน			0.361			
• จำนวนของอาจารย์ประจำที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอกหรือเทียบเท่า				0.74		
• จำนวนของอาจารย์ประจำที่ดำรงตำแหน่งทางวิชาการ				0.717		
• จำนวนนักศึกษาต่อห้องเรียน				0.596		
• อัตราส่วนอาจารย์ประจำต่อนักศึกษา				0.565		
• มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันที่มีชื่อเสียง					0.784	
• มหาวิทยาลัยมีศิษย์เก่าที่มีชื่อเสียง					0.745	
• มหาวิทยาลัยมีโครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษากับมหาวิทยาลัยต่างประเทศ					0.554	
• มหาวิทยาลัยมีหลักสูตรที่ยืดหยุ่น						0.772
• มหาวิทยาลัยมีหลักสูตรที่หลากหลาย						0.692
Eigen value	11.82	2.33	1.56	1.23	1.09	1.02
Percentage of variance	34.77	6.87	4.29	3.63	3.20	2.98
Cumulative percentage of variance	34.77	41.64	45.92	49.56	52.76	55.74

การวิเคราะห์องค์ประกอบของคุณภาพบริการที่คาดหวัง ผู้วิจัยเลือกพิจารณา 6 องค์ประกอบ แล้วนำผลมากำหนดเป็นองค์ประกอบคุณภาพบริการทางการศึกษาในระดับอุดมศึกษา จำนวน 6 องค์ประกอบ รวมทั้งสิ้น 34 ตัวแปรดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 มี 8 ตัวแปร ประกอบด้วย ความยุติธรรมในการประเมินผลการเรียนของนักศึกษา การเข้าพบได้ง่ายและการให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ของอาจารย์ วุฒิการศึกษา(ปริญญา)ได้รับการรับรองโดยกระทรวงศึกษาธิการ การได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพการศึกษาจากกระทรวงศึกษาธิการ หลักสูตรการเรียนของมหาวิทยาลัยใช้ได้กับการประกอบอาชีพของนักศึกษาในอนาคต การเข้าใจความต้องการของนักศึกษา ความเชี่ยวชาญในด้านการสอนและการสื่อสารกับนักศึกษา และการมีสังคมที่ดีสำหรับการอยู่ร่วมกันและรู้สึกมีความปลอดภัยเมื่ออยู่ในมหาวิทยาลัย จึงตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “ความสามารถและทัศนคติของอาจารย์ ”โดยตัวแปรกลุ่มนี้มีค่าไอเกน เท่ากับ 11.82 และระดับค่าความคาดหวังเฉลี่ยขององค์ประกอบนี้ เท่ากับ 3.3625

องค์ประกอบที่ 2 มี 8 ข้อ ประกอบด้วย อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยและเพียงพอ การออกแบบห้องเรียนที่ดีเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษา สภาพแวดล้อมที่น่าอยู่และส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ ฝ่ายสนับสนุนที่มีความรู้ความสามารถในระบบการให้บริการที่ไม่ใช่การเรียนการสอน การจัดการเรียนการสอนให้นักศึกษามีความรู้และทักษะขั้นพื้นฐานตามสาขาวิชาและทักษะส่วนเสริมเพิ่มเติม และความร่วมมือกับภาคเอกชนจึงตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “สิ่งอำนวยความสะดวก” โดยตัวแปรกลุ่มนี้มีค่าไอเกน เท่ากับ 2.33 และระดับค่าความคาดหวังเฉลี่ยขององค์ประกอบนี้ เท่ากับ 3.20

องค์ประกอบที่ 3 มี 9 ข้อ ประกอบด้วย การแผนกลยุทธ์ที่ชัดเจนและตัวชี้วัดความสำเร็จ ระบบฐานข้อมูลที่มีศักยภาพเพื่อสนับสนุนการทำวิจัยและการเรียนการสอน ระบบที่พัฒนาและบริหารหลักสูตรการเรียนการสอน ระบบที่พัฒนาและบริหารงานบุคคล ระบบในการประกันคุณภาพการศึกษาภายในมหาวิทยาลัย หลักสูตรการเรียนของมหาวิทยาลัยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ บัณฑิตระดับปริญญาตรีสามารถหางานทำได้ง่าย และมหาวิทยาลัยมีการบริการที่เสนอให้กับนักศึกษานอกเหนือจากการเรียนการสอน จึงตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “การบริการจัดการการศึกษา” โดยตัวแปรกลุ่มนี้มีค่าไอเกน เท่ากับ 1.56 และระดับค่าความคาดหวังเฉลี่ยขององค์ประกอบนี้ เท่ากับ 3.1811

องค์ประกอบที่ 4 มี 4 ข้อ ประกอบด้วย จำนวนของอาจารย์ประจำที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอกหรือเทียบเท่า จำนวนของอาจารย์ประจำที่ดำรงตำแหน่งทางวิชาการ จำนวนนักศึกษาต่อห้องเรียน และอัตราส่วนอาจารย์ประจำต่อนักศึกษา จึงตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ” โดยตัวแปรกลุ่มนี้มีค่าไอเกน เท่ากับ 1.23 และระดับค่าความคาดหวังเฉลี่ยขององค์ประกอบนี้ เท่ากับ 3.0925

องค์ประกอบที่ 5 มี 3 ข้อ ประกอบด้วย ความมีชื่อเสียงของสถาบัน ความมีชื่อเสียงของศิษย์เก่า และโครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษากับมหาวิทยาลัยต่างประเทศ จึงตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “ความน่าเชื่อถือ” โดยตัวแปรกลุ่มนี้มีค่าไอเกน เท่ากับ 1.09 และระดับค่าความคาดหวังเฉลี่ยขององค์ประกอบนี้ เท่ากับ 3.0467

องค์ประกอบที่ 6 มี 2 ข้อ ประกอบด้วย การมีหลักสูตรที่ยืดหยุ่น และการมีหลักสูตรที่หลากหลาย จึงตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “แผนการเรียน” โดยตัวแปรกลุ่มนี้มีค่าไอเกน เท่ากับ 1.09 ระดับค่าความคาดหวังเฉลี่ยขององค์ประกอบนี้ เท่ากับ 3.10

6. อภิปรายผล

สิ่งที่ค้นพบจากการศึกษาวิจัยนี้ทำให้เข้าใจถึงภาพรวมของคุณภาพบริการทางการศึกษาที่คาดหวังจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (นักศึกษา และ อาจารย์) ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับระบบการเรียนการสอนซึ่งถือเป็นงานบริการอีกรูปแบบหนึ่ง แม้ว่าจะมีคำกล่าวที่ใช้กันโดยทั่วไปว่ากลุ่มคนที่มีความแตกต่างกันยอมมีความต้องการหรือการรับรู้ที่แตกต่างกัน แต่งานวิจัยชิ้นก็ชี้ให้เห็นว่าถึงแม้ในรายละเอียดจะมีความแตกต่างกันบ้างแต่ว่าโดยรวมแล้วคุณภาพบริการทางการศึกษาที่คาดหวังโดยนักศึกษาและอาจารย์ก็มีระดับความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันและค่อนข้างใกล้เคียงกัน ดังนั้นในการวางแผนเพื่อบริหารจัดการในเรื่องของคุณภาพบริการของสถานศึกษาก็ไม่น่าจะซับซ้อนเนื่องจากทุกคนมีความต้องการที่ไปในทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะในมหาวิทยาลัยเอกชนซึ่งเป็นองค์กรที่มีลักษณะการทำเป็นธุรกิจการศึกษา ซึ่งต้องหวังผลกำไรจากการธุรกิจบริการนี้ ก็ต้องให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

มากไปกว่านั้นมหาวิทยาลัยก็สามารถนำเอาผลของการจัดอันดับความสำคัญตามความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยคำนึงถึงรายการที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดเป็นอันดับต้น ๆ เพื่อนำมาบริหารจัดการให้ดียิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จากคุณภาพบริการขององค์ประกอบที่ 1 มีค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังที่มากที่สุด รองลงมาคือ องค์ประกอบที่ 2, 3, 4, 5 และ 6 ดังนั้นรายการของคุณภาพบริการในองค์ประกอบที่ 1 ควรถูกให้ความสำคัญในการนำมาบริหารจัดการ โดยเฉพาะการปรับปรุงในตัวแปรคุณภาพบริการเหล่านั้นเพื่อให้ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะนักศึกษาซึ่งคือลูกค้าของธุรกิจบริการทางการศึกษา

7. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยที่พบ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปคือ ควรทำวิจัยที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์ช่องว่างของการรับรู้และความคาดหวังเพื่อศึกษาว่าสิ่งที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับรู้นั้นแตกต่างจากที่พวกเค้าคาดหวังหรือไม่ เพื่อที่จะได้ทราบข้อเท็จจริงของคุณภาพการบริการทางการศึกษาว่าสามารถตอบสองความต้องการผู้บริโภคในระดับใหน และปัจจัย หรือ ตัวแปรคุณภาพบริการใดบ้างที่มีช่องว่างมากเพื่อหาแนวทางแก้ไขต่อไป มากไปกว่านั้นตัวแบบ SERVEQUAL ก็สามารถนำไปใช้ได้ในธุรกิจบริการประเภทอื่นซึ่งงานวิจัยในอุตสาหกรรมบริการประเภทอื่น ๆ ก็น่าสนใจศึกษาเช่นกัน

8. รายการอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2551. **การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธรรมสาร.

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. 2555. **สถิติการศึกษา** [Online]. Retrieved November 28, 2012. from http://www.info.mua.go.th/information/index.php

Firdaus, A. 2005. “HEdPERF versus SERVPERF: the quest for ideal measuring instrument of service quality in higher education sector.” **Quality Assurance in Education**. 13, 4: 305-328.

Firdaus, A. 2006. “Measuring service quality in higher education: three instruments compared.” **International Journal of Research and Method in Education**. 29, 1: 71-89.

Green, D. 1995. What is quality in higher education? Concepts, policy and Practice in Green, D. (Ed.). **What is Quality in Higher Education?,** SRHE and Open University Press, Buckingham.

Hertzman, J., & Ackerman, R. 2010. "Evaluating quality in associate degree culinary arts programs." **Quality Assurance in Education.** 18, 3: 209-226.

Hill, F., 1995. "Managing service quality in higher education: the role of the student as primary consumer." **Quality Assurance in Education**. 3, 3: 10-21.

Hill, Y., Lomas, L., & MacGregor, J. 2003. "Students' perceptions of quality in higher education." **Quality Assurance in Education**. 11, 1: 15-20.

Lagrosen, S., Seyyed-Hashemi, R. & Leitner, M. 2004. "Examination of the dimensions of quality in higher education." **Quality Assurance in Education**. 12, 2: 61-69.

Lomas, L. 2002. "Does the development of mass education necessarily mean the end of quality?." **Quality in Higher Education**. 8, 1: 71-9.

Mosahab, R., Mahamad, O., & Ramayah, T. 2010. "Comparison of service quality gap among teachers and students as internal and external customers." **International Journal of Marketing studies.** 2, 2: 13-20.

Old field, B.M., & Baron, S. 2000. "Student perceptions of service quality in a UK university business and management faculty." **Quality Assurance in Education**. 8, 2: 85-95.

Owlia, M.S. and Aspinwall, E.M. 1996. "A framework for the dimensions of quality in higher education." **Quality Assurance in Education**. 4, 2: 12-20.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L., 1985. A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**. 49, Autumn: 41-50.

Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V., 1991. Refinement and reassessment of the SERQUAL scale. **Journal of Retailing**. 67, 4: 420-450.

Pariseau, S.E., & McDaniel, J.R. 1997. "Assessing service quality in schools of business." **International Journal of Quality & Reliability Management.** 14, 3: 204-218.

Praphamontripong, P., 2010. **Intra-Sector Diversity: A Political Economy of Thai Private Higher Education.** Ph.D. University at Albany.

Shaney, S., Banwet D.K. & Karunes, S. 2003. "Enhancing quality in education: application of quality function deployment – an industry perspective". **Work Study**. 52, 6: 297-309.

Shaney, S., Banwet D.K. and Karunes, S. 2008. "An integrated framework of indices for quality management in education: a faculty perspective." **The TQM Journal**. 20, 5: 502-519.

Srikatanyoo, N., & Gnoth, J. 2005. "Quality dimensions in international tertiary education: A Thai prospective students' perspective." **The Quality Management Jou**rnal. 12, 1: 30-40.

Sultan, P., & Wong, H.Y. 2010. "Service quality in higher education – a review and research agenda". **International Journal of Quality and Service Sciences.** 2, 2 : 259-272.

Telford, R., & Masson, R. 2005. "The congruence of quality values in higher education". **Quality Assurance in Education**. 13, 2 : 107-119.

The Office of the Education Council. 2004. **Education in Thailand in 2004**. Amarin Printing and Publishing, Bangkok.

Watty, K. 2000. "Conceptions of quality in higher education: different strokes for different folks." **Working Paper**.12: 1-12.

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ของนักกอล์ฟชาวไทยและชาวต่างชาติ

THE STUDYOF THE FACTOR AFFECTING THAI AND FOREIGN CUSTOMERS TOWARDS SELECTING GOLF COURSES IN CHIANG MAI PROVINCE

นายทวีวัฒน์ ทวีผล

พัชรมน รักษพลเดช

พันตรีหญิง ศิริกุล มนตร์ศักดิ์

นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: pan@alpinegolfresort.com

ดร.ปรางทิพย์ ยุวานนท์

ผู้อำนวยการหลักสูตร บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: prangtip.yu@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ ในการเลือกสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ วิธีการเก็บข้อมูลมาจากลูกค้าจำนวน 385 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นแบบสถิติเชิงพรรณนา โดยศึกษาจากค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สัญชาติเอเชีย อายุมากกว่า 51 ปี สถานภาพสมรส อาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,000 เหรียญสหรัฐเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟ ความถี่ในการใช้บริการสนามกอล์ฟ สัปดาห์ละครั้ง ระยะเวลาในการใช้บริการสนามกอล์ฟ ครั้งละ 4 - 5 ชั่วโมง วัตถุประสงค์ในการเล่นกอล์ฟ ผ่อนคลายความเครียด จำนวนครั้งที่เคยมาใช้บริการสนามกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ 5 – 6 ครั้ง ส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ ช่วงเวลาที่ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ก่อนเวลา 9.00 น. ระยะเวลาในการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ ครั้งละ 4 - 5 ชั่วโมง จำนวนวันที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งล่าสุด น้อยกว่า 7 วัน วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาที่จังหวัดเชียงใหม่ ต้องการมาเล่นกอล์ฟโดยเฉพาะ บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ ตนเอง แหล่งข้อมูลในการรู้จักสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ จากเพื่อนสนิท มีการใช้บริการเสริมของสนามกอล์ฟ คือ แคดดี้ ระดับความพึงพอใจในภาพรวมของสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จะกลับมาเล่นกอล์ฟที่จังหวัดเชียงใหม่ และจะแนะนำสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าชาวไทย และชาวต่างชาติในการเลือกสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดแต่ละปัจจัยได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความท้าทาย ความยาก-ง่ายของสนาม ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสนามกอล์ฟ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คือ การจัดคิวการเล่นกอล์ฟให้มีความสะดวก ปัจจัยด้านบุคลากร คือ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาและค่าธรรมเนียมในการออกรอบ ปัจจัยด้านสถานที่ คือ สนามกอล์ฟอยู่ใกล้ตัวเมือง และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ โบรชัวร์ และหนังสือท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การตลาดบริการ กีฬากอล์ฟ ธุรกิจกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่

ABSTRACT

This research was transpired based on affecting Thai and foreign customers towards selecting golf courses in Chiang Mai province. Data collection was compiled by the distribution of 385 questionnaires to customers in the province. The given data were then analyzed by descriptive statistics composing of frequency, percentage, and mean.

The eclectic approach findings, most respondents were married Asian male over 51 years in age . The average income of these business respondents was over 10,000 US a month . Most of them were members of the golf courses and the frequency of time they spent was once a week. The average time course using was 4 – 5 hours for each visit and its purpose was relaxation. Most players were in Chiang Mai golf courses5–6 times but none of member status. The usual time of the golf courses was before 9.00am. Time spent at the golf course in Chiang Mai was 4– 5 hours for each visit. Main purpose of their visiting, Chiang Mai was golf . People with the most influence on selecting the golf course were the respondents themselves. They usually gained information regarding the golf courses in Chiang Mai ran via their close-friends, especially caddy services in extra hiring. Anyway the researching was found that the highest level of respondents satisfaction was came from the characteristics of services. Causing, the respondents would revisit, recommended their friends, including induced acquaintances to play golf in Chiang Mai again.

As a result of the study, the factors which affected the golfers decision at high level were Product, Physical Evidence, and Process respectively. In terms of Product, the topmost sub-factor affecting their decision was challenge of the golf course such as reputation, smooth queue to deploy groups management, staff services, the suitable golf fee or respondents convenience and particularly the golf course promotion and advertising.

KEYWORD: Chiang Mai golf courses, Golf Business, Service Marketing

บทนำ

ปัจจุปันกีฬากอล์ฟได้รับความนิยมอย่างมากสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้ถึงปีละ 14,000ล้านบาท (แนวหน้า 2553:ออนไลน์) โดยมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนี้มากมาย อาทิ อุปกรณ์กอล์ฟ โรงเรียนสอนกอล์ฟ ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม ส่งผลให้มีอัตราการเติบโตของธุรกิจกอล์ฟมีอย่างต่อเนื่อง ประเทศไทยมีนักกอล์ฟประมาณ 1.0-1.21 ล้านคน มีสนามกอล์ฟมาตรฐานมากกว่า 200 แห่ง โดยถือว่าเป็นประเทศที่มีทรัพยากรด้านกอล์ฟจำนวนมาก เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ (แนวหน้า 2553:ออนไลน์) อีกทั้งนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่มีวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ และนโยบาย เพื่อเสริมสร้างศักยภาพทางการท่องเที่ยวด้วยการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันด้านตลาดเชิงรุก ทั้งในและต่างประเทศ มีการพัฒนาสินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลก ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ ชื่นชอบกีฬากอล์ฟให้มาออกรอบ ในประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2554,:ออนไลน์)

ในส่วนของจังหวัดเชียงใหม่ ธุรกิจสนามกอล์ฟมีอัตราการเติบโตมากกว่าร้อยละ 50 โดยเฉพาะช่วงเดือนพฤศจิกายน - เดือนกุมภาพันธ์ จะเป็นช่วงที่สามารถทำรายได้ให้กับสนามกอล์ฟต่างๆได้เป็นอย่างดีเนื่องจากมีนักกอล์ฟทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นิยมเดินทางเข้ามาใช้บริการ ขณะเดียวกันสนามกอล์ฟเป็นธุรกิจที่ลงทุนสูง แต่สามารถสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น ด้วยการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชอบเล่นกีฬากอล์ฟให้เข้ามาใช้บริการ โดยในปัจจุบันนี้มีสนามกอล์ฟมาตรฐาน 18 หลุมที่เปิดให้บริการในเชิงพาณิชย์ ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ สนามอัลไพน์กอล์ฟรีสอร์ทเชียงใหม่ สนามเชียงใหม่ไฮแลนด์กอล์ฟรีสอร์ทแอนด์สปา สนามเชียงใหม่อินทนนท์กอล์ฟแอนด์เนชั่น รัลรีสอร์ท สนามแม่โจ้กอล์ฟคลับแอนด์สปา สนามซัมมิทกรีนวัลเลย์กอล์ฟคลับ และสนามรอยัลเชียงใหม่กอล์รีสอร์ท โดยแต่ละแห่งจะมีความแตกต่างกันในเรื่องของทำเล ที่ตั้ง ราคา อัตราค่าบริการต่างๆ พร้อมทั้งได้มีการพัฒนาคุณภาพของสนาม และบริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่ และธุรกิจสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่มีแนวโน้มเติบโตและมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น (พรสิทธิ์ ศรีอรทัยกุล ,2555:สัมภาษณ์) ด้วยเหตุนี้ คณะผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ของนักกอล์ฟชาวไทยและต่างชาติ)

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ของนักกอล์ฟชาวไทยและต่างชาติ ได้ใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Services Marketing Mix) หรือ 7P's (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ ,2552 อ้างถึงใน Kotler, Philip,1999) คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และการสร้างภาพลักษณ์ทางกายภาพ และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้ศึกษาทราบถึงปัจจัยเบื้องต้น ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ซึ่งทางผู้ศึกษาสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาออกแบบแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลในเชิงลึกกับนักกอล์ฟชาวไทยและต่างชาติ ได้มากยิ่งขึ้น และสามารถสรุปแนวคิดของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) การพิจารณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธุรกิจบริการ จะต้องพิจารณาถึงขอบเขตของการบริการ คุณภาพของการบริการ ระดับชั้นของการบริการ สายการบริการ ไปจนถึงการรับประกัน

และการบริการหลังการขาย เช่นเดียวกับการพิจารณาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจทั่วไป เพื่อสนองความต้องการ และทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ถึงแม้ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจบริการอาจไม่มีตัวตนที่จับต้องได้เสมอไป แต่ผลิตภัณฑ์นั้นก็ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) กล่าวคือ มีมูลค่า มีประโยชน์ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้ได้ จึงจะมีผลให้ผลิตภัณฑ์นั้นขายได้ ทั้งนี้ ความครอบคลุมในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ถือเป็นสิ่งสำคัญของธุรกิจบริการ

2. ด้านราคา (Price) ราคาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะในขั้นตอนของการประเมินทางเลือกและตัดสินใจซื้อ โดยปกติแล้ว ผู้บริโภคนิยมผลิตภัณฑ์และบริการที่มีราคาไม่แพง ผู้ประกอบการจึงพยายามที่จะลดต้นทุนในการผลิตสินค้าหรือบริการ และเสนอขายในราคาที่ไม่แพงหรือใช้ปัจจัยอื่นๆ ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ ในขณะเดียวกัน ราคาเปรียบเสมือนต้นทุนของลูกค้า ดังนั้น บริการที่ลูกค้าได้รับจึงควรอยู่ในระดับที่เหนือความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งจะมีผลอย่างมากในการแข่งขันทางธุรกิจ

3. ด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ที่ตั้งของผู้ให้บริการและความยากง่ายในการเข้าถึง อันเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญของการตลาดบริการ ทั้งนี้ ความยากง่ายในการเข้าถึงการบริการนั้น มิได้หมายแต่เพียงการเข้าถึงทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการด้วย ดังนั้น ประเภทของช่องทางการจัดจำหน่ายและความครอบคลุมด้านการติดต่อสื่อสารจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเข้าถึงการบริการอีกด้วย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การสื่อสารกับตลาดด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อการจูงใจให้มีการซื้อสินค้าและบริการ เช่น การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งแม้กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย อาจไม่สามารถใช้ได้กับการบริการบางประเภทได้ ด้วยข้อจำกัดในการนำเสนอคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เป็นรูปธรรม แต่ในสนามแห่งการแข่งขันทางธุรกิจ ผู้ประกอบการจำนวนมากได้หันมาให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขายและเริ่มคิดค้นกลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อดึงดูดใจลูกค้า

5. ด้านบุคลากร (People) ในธุรกิจบริการ ผู้ให้บริการนอกจากจะทำหน้าที่ผลิตการบริการแล้ว ยังต้องทำหน้าที่ในการขายการบริการไปพร้อมๆ กันอีกด้วย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในธุรกิจบริการ ผู้ประกอบการจึงต้องทำการคัดเลือก อบรม และจูงใจพนักงานผู้ให้บริการให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ เพื่อสร้างความแตกต่างให้อยู่เหนือคู่แข่งขัน พนักงานจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ มีความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าแต่ละราย และมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ ทั้งนี้ การบอกกันปากต่อปากระหว่างลูกค้าเกี่ยวกับผู้ให้บริการ ล้วนมีผลทั้งด้านบวกและด้านลบต่อกิจการ

6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ในธุรกิจบริการ กระบวนการในการส่งมอบบริการมีความสำคัญเคียงคู่ไปกับบุคลากรผู้ให้บริการ ดังนั้นระบบการส่งมอบบริการจะต้องครอบคลุมถึงนโยบายและกระบวนการที่นำมาใช้ในการจัดการกับพนักงาน ระดับความรู้ในการใช้เครื่องมือ และอุปกรณ์ในการให้บริการของพนักงาน อำนาจตัดสินใจของพนักงาน รวมไปถึงการที่มีส่วนร่วมของลูกค้าในกระบวนการให้บริการ ดังนั้น นอกจากความถูกต้องแม่นยำในการปฏิบัติงานแล้ว ธุรกิจบริการยังต้องเน้นการส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และประทับใจลูกค้า

7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) หมายถึง การพัฒนารูปแบบในการให้บริการ โดยการสร้างคุณภาพรวม เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า ได้แก่ สภาพแวดล้อม

ของสถานที่การให้บริการ การตกแต่งสถานที่ สี ผังที่ตั้ง ระดับเสียง ลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า รวมถึงการดูแลเอาใจใส่ในความเป็นอยู่และทรัพย์สินของลูกค้าให้มีความปลอดภัยเสมอ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ของนักกอล์ฟชาวไทยและต่างชาติ

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักกอล์ฟชาวไทยและต่างชาติ ที่มาใช้บริการสนามกอล์ฟ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการดำเนินวิจัย

1. กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟเชิงพานิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 6 แห่ง ซึ่งเป็นสนามกกอล์ฟมาตรฐานสำหรับนักกอล์ฟชาวไทยและต่างชาติ การกำหนดกลุ่มตัวอย่างการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามสนามกอล์ฟเชิงพาณิชย์ ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 6 แห่ง แล้วเก็บตามความสะดวก (Convenience Sampling) ประกอบด้วยสนามอัลไพน์กอล์ฟรีสอร์ทเชียงใหม่ สนามเชียงใหม่ไฮแลนด์กอล์ฟรีสอร์ท แอนด์ สปา สนามเชียงใหม่ อินทนนท์กอล์ฟแอนด์เนชั่นรัล รีสอร์ท สนามแม่โจ้กอล์ฟคลับแอนด์สปา สนามซัมมิทกรีนวัลเลย์กอล์ฟคลับ และสนามรอยัลเชียงใหม่กอล์ฟ รีสอร์ท

2. การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากทราบจำนวนประมาณการของนักกอล์ฟชาวไทยและต่างชาติ ในแต่ละปี การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จึงใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane (ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์, 2538) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการสอบถามลูกค้า ในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 385 ราย

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย เอกสารอ้างอิงต่างๆ วิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการและเว็บไซต์ทางอินเตอร์เน็ทที่เกี่ยวข้อง

4. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบ สอบถาม ได้แก่ สัญชาติ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักกอล์ฟ ในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่พบในการใช้บริการและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) นำเสนอในรูปของตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้ความถี่ และร้อยละ ส่วนข้อมูลในส่วนที่ 2 ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สัญชาติเอเชีย อายุมากกว่า 51 ปี สถานภาพสมรส อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 10,000เหรียญสหรัฐฯ เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟ มีความถี่ในการใช้บริการสนามกอล์ฟ สัปดาห์ละครั้ง มีระยะเวลาในการออกรอบครั้งละ 4-5 ชั่วโมง มีวัตถุประสงค์ในการเล่นกอล์ฟเพื่อผ่อนคลายความเครียด เคยมาใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ 5-6 ครั้ง ส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ โดยช่วงเวลาที่ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ก่อนเวลา 09.00 น. มีระยะเวลาในการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งล่ะ 4-5ชั่วโมง มีวัตถุประสงค์หลัก คือ เดินทางเพื่อมาเล่นกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่โดยเฉพาะ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าชาวไทยและต่างชาติ ในการเลือกสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่

2.1 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความท้าทาย ความยาก-ง่ายของสนาม (ค่าเฉลี่ย 4.63) มาตรฐานของสนามโดยรวมที่ได้มาตรฐานสากล (ค่าเฉลี่ย 4.56) และรูปแบบและการออกแบบพื้นที่ในสนาม (ค่าเฉลี่ย 4.54) ตามลำดับ

2.2 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านราคา มีความสำคัญอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคารวมในการออกรอบ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ราคาค่าใช้สนามหรือ กรีนฟี (ค่าเฉลี่ย 3.67) และราคาค่าเช่ารถกอล์ฟ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

2.3 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านสถานที่ มีความสำคัญอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.90) โดยปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีความสำคัญในระดับมาก คือ ความอยู่ใกล้ตัวเมือง (ค่าเฉลี่ย 3.86) และ การคมนาคมที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.72)

2.4 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.79) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญในระดับมาก คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ โบรชัวร์ และหนังสือท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.76)

2.5 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านบุคลากร มีความสำคัญอยู่ใน ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าทุกรายอย่าง เสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.26) พนักงานสามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.89) และพนักงานเอาใจใส่ดูแลให้คำแนะนำและบริการที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

2.6 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีความสำคัญอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ การดูแลจัดการการเล่นกอล์ฟในสนามของแต่ละกลุ่มมีความสะดวกไม่ติดขัดกลุ่มอื่นๆ(ค่าเฉลี่ย4.55)

2.7 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความสำคัญอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสนามกอล์ฟ (ค่าเฉลี่ย 4.60) และความสวยงามของทิวทัศน์รอบอาณาเขตสนามกอล์ฟ (ค่าเฉลี่ย 4.55)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าชาวไทยและต่างชาติ ในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่

3.1 ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ มาตรฐานของสนามโดยรวมที่ไม่ได้มาตรฐานสากล (ร้อยละ 15.6) รองลงมาคือ ความไม่ท้าทายของระดับความยาก-ง่าย ของสนาม (ร้อยละ10.6) และสภาพกรีนที่ไม่ได้มาตรฐาน (ร้อยละ10.4) ตามลำดับ

3.2 ปัญหาด้านราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด คือ ราคารวมในการออกรอบที่ ไม่เหมาะสม/แพงเกินไป (ร้อยละ 10.9) รองลงมาคือ ราคาค่าใช้สนาม หรือ กรีนฟี ที่ไม่เหมาะสม/แพงเกินไป (ร้อยละ 10.6) และ ราคาค่าอาหาร/เครื่องดื่ม ที่ไม่เหมาะสม/แพงเกินไป (ร้อยละ 7.3) ตามลำดับ

3.3 ปัญหาด้านสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ความอยู่ไกลตัวเมือง (ร้อยละ 19.0) รองลงมาคือ การคมนาคมที่ไม่สะดวก (ร้อยละ 12.7) และ ความอยู่ไกลที่พัก (ร้อยละ 11.4) ตามลำดับ

3.4 ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ โบรชัวร์ และหนังสือท่องเที่ยว หรือมีน้อยเกินไป (ร้อยละ 14.5) รองลงมาคือ ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ และสื่อ Social Media (Facebook หรือ Twitter) หรือมีน้อยเกินไป (ร้อยละ 13.2) และ ไม่มีการลดราคาให้ในกรณีแข่งขันเป็นกลุ่มทั้งกลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่ (ร้อยละ 11.7) ตามลำดับ

3.5 ปัญหาด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ พนักงานที่ไม่ให้บริการแก่ลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค (ร้อยละ 18.2) รองลงมาคือ พนักงานที่ไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ดีพอ (ร้อยละ 17.4) และ พนักงานขาดความรู้ความเข้าใจในหน้าที่ดีพอ (ร้อยละ 9.9) ตามลำดับ

3.6 ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ การดูแลจัดการการเล่นกอล์ฟในสนามของแต่ละกลุ่ม ขาดความสะดวก ติดขัดกลุ่มอื่นๆ (ร้อยละ 16.4) รองลงมาคือ การจัดกลุ่มออกรอบตามคิวไม่มีความเป็นธรรม ไม่เท่าเทียมกัน (ร้อยละ 14.0) และ การจัดแคดดี้เพื่อบริการรับ-ส่งถุงกอล์ฟมีความผิดพลาดล่าช้า (ร้อยละ 10.9) ตามลำดับ

3.7 ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด คือ ความไม่สะอาดของห้องน้ำ (ร้อยละ 15.3) รองลงมาคือ ชุดฟอร์มเครื่องแต่งกายของพนักงานและแคดดี้ ดูไม่

สะอาดเรียบร้อย (ร้อยละ 11.4) และ คลับเฮาส์ ที่ขาดความหรูหรา คับแคบ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน (ร้อยละ 9.9) ตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าชาวไทยและต่างชาติ ในการเลือกสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ ,2552 อ้างถึงใน Kotler, Philip,1999) อันประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) สามารถอภิปรายผลการศึกษากับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรุงศักดิ์ โชติบาง (2550) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ปัจจัยทางด้านราคา แต่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พณิชา จิระสัญญาณสกุล (2551) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟในเขตภาคตะวันออก ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดของนักกอล์ฟชาวต่างชาติ คือ ความท้าทาย ความยาก-ง่ายของสนาม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรุงศักดิ์ โชติบาง (2550) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดของนักกอล์ฟชาวไทย คือ การบริการลูกค้าที่มีคุณภาพ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พณิชา จิระสัญญาณสกุล (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดของนักกอล์ฟชาวไทย คือ ความสวยงามของสนาม แสดงให้เห็นว่า นักกอล์ฟชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่อง ความท้าทาย ความยาก-ง่ายของสนาม มากกว่า นักกอล์ฟชาวไทย

ปัจจัยด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด ของนักกอล์ฟชาวต่างชาติ คือ ราคารวม ในการออกรอบ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรุงศักดิ์ โชติบาง (2550) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดของนักกอล์ฟชาวไทย คือ ราคาค่าธรรมเนียมสนามกอล์ฟเหมาะสมกับบริการของสนาม และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พณิชา จิระสัญญาณสกุล (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดของนักกอล์ฟชาวไทย คือ อัตราค่าบริการสนาม (ค่ากรีนและค่าแคดดี้) แสดงให้เห็นว่า นักกอล์ฟชาวไทยและต่างชาติ ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่อง ราคารวม ในการออกรอบ มากที่สุดเช่นเดียวกัน

ปัจจัยด้านสถานที่ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด ของนักกอล์ฟชาวต่างชาติ คือ ความอยู่ใกล้ตัวเมือง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรุงศักดิ์ โชติ

บาง (2550) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดของนักกอล์ฟชาวไทย คือ สามารถเดินทางไปได้โดยสะดวก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พณิชา จิระสัญญาณสกุล (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดของนักกอล์ฟชาวไทย คือ สภาพภูมิทัศน์โดยรอบของสนามกอล์ฟ แสดงให้เห็นว่า นักกอล์ฟชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่อง ความอยู่ใกล้ตัวเมือง มากกว่านักกอล์ฟชาวไทย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดของนักกอล์ฟชาวต่างชาติ คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ โบรชัวร์ และหนังสือท่องเที่ยว ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรุงศักดิ์ โชติบาง (2550) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดของนักกอล์ฟชาวไทย คือ สนามกอล์ฟทำการส่งเสริมการขายด้านราคา เช่น ลดราคาลงในบางช่วงเวลา และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พณิชา จิระสัญญาณสกุล (2551) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดของนักกอล์ฟชาวไทย คือ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อป้ายโฆษณา แสดงให้เห็นว่า นักกอล์ฟชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่อง การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ โบรชัวร์ และหนังสือท่องเที่ยว มากกว่า นักกอล์ฟชาวไทย

ปัจจัยด้านบุคลากร จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดของนักกอล์ฟชาวต่างชาติ คือ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรุงศักดิ์ โชติบาง (2550) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดของนักกอล์ฟชาวไทย คือ การบริการของแคดดี้ แสดงให้เห็นว่า นักกอล์ฟชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับ ปัจจัยย่อยเรื่อง พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค มากกว่า นักกอล์ฟชาวไทย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดของนักกอล์ฟชาวต่างชาติ คือ การดูแลจัดการการเล่นกอล์ฟในสนามของแต่ละกลุ่ม มีความสะดวก ไม่ติดขัดกลุ่มอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรุงศักดิ์ โชติบาง (2550) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดของนักกอล์ฟชาวไทย คือ การดูแลจัดการการเล่นกอล์ฟในสนามของแต่ละกลุ่ม มีความสะดวก ไม่ติดขัดกลุ่มอื่นๆ แสดงให้เห็นว่า นักกอล์ฟชาวไทยและต่างชาติให้ความสำคัญกับเรื่อง การดูแลจัดการการเล่นกอล์ฟในสนามของแต่ละกลุ่ม มีความสะดวก ไม่ติดขัดกลุ่มอื่นๆ มากที่สุดเช่นเดียวกัน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดของนักกอล์ฟชาวต่างชาติ คือ คือชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสนามกอล์ฟ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรุงศักดิ์ โชติบาง (2550) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดของนักกอล์ฟชาวไทย คือ มีทิวทัศน์สวยงามโดยรอบ แสดงให้เห็นว่า นักกอล์ฟชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่อง ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสนามกอล์ฟ มากกว่า นักกอล์ฟชาวไทย

ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อนักกอล์ฟชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจสนามกอล์ฟควรจะให้ความสำคัญในการผลิตภัณฑ์ได้รับประสบการณ์ใหม่จากความสนุกสนานในการออกรอบ โดยจะต้องให้ความสำคัญในด้านการบำรุงรักษาสนามให้ได้มาตรฐาน

2. ปัจจัยด้านราคา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อนักกอล์ฟชาวไทยในการเลือกใช้บริการมากที่สุดโดยให้ความสำคัญด้านราคาที่เป็นค่าเฉลี่ยในการออกรอบครั้งละประมาณ 501-1,000 บาท แต่สำหรับนักกอล์ฟชาวต่างชาติมีผลในด้านการตัดสินใจน้อยกว่า ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องทำให้ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ และนำไปสู่ความคุ้มค่าด้านราคา (Value of Money)

3. ปัจจัยด้านสถานที่ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่สูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ใกล้ตัวเมือง การคมนาคมสะดวก และที่ตั้งมีสภาพแวดล้อมทางภูมิทัศน์สวยงาม ดังนั้นผู้ที่จะลงทุนในกิจการนี้ จะต้องนำปัจจัยด้านนี้ไปพิจารณา ด้านสถานที่ให้มีความเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสะดวกในการเดินทางและทิวทัศน์ที่สวยงาม

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยหลักใน 3 ลำดับแรกของกลุ่มนักกอล์ฟชาวไทย ที่ต้องการเล่นกอล์ฟในราคาที่ไม่สูงนัก แต่สำหรับนักกอล์ฟต่างชาติ เป็นเพียงปัจจัยย่อย ในการที่จะรับข้อมูลข่าวสารของสนามนั้นๆ โดยตรง เพียงแต่กลุ่มลูกค้าต่างชาติให้ความเชื่อถือ ในการให้ข้อมูลจาก เพื่อน หรือ คนรู้จัก จึงควรมีกระบวนการนำเอา Social Media มาใช้ เพื่อกระจายข่าวสารตรงไปยังกลุ่มเป้าหมาย

5. ปัจจัยด้านบุคลากร เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ลูกค้าชาวต่างชาติ โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มยุโรป ที่จะให้ความสำคัญในด้านการสื่อสารของพนักงาน รองลงมาคือการปฏิบัติกับลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาค ส่วนลูกค้าชาวเอเชียจะให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ดังนั้น การนำเอาระบบ HRM (Human Resource Management) มาใช้จึงเป็นกระบวนการที่ผู้ประกอบการควรจะให้ความสำคัญ เริ่มต้นตั้งแต่การคัดเลือก การอบรม และการพัฒนาพนักงาน รวมไปถึงการรักษาบุคลากร

6. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเข้ามาใช้บริการ คือ การจราจรภายในสนามจะต้องไม่ติดขัดเกินไป และความปลอดภัยในทรัพย์สินโดยเฉพาะถุงกอล์ฟที่มีราคาแพง ดังนั้นแต่ละสนามจะต้องมีการบริหารจัดการงานบริการให้เกิดประสิทธิภาพที่ดี มีความถูกต้องแม่นยำ และปลอดภัย

7. ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ โดยลูกค้าจะให้ความสำคัญด้าน ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสนามกอล์ฟ รองลงมาคือทิวทัศน์โดยรอบ และคลับเฮาส์ที่มีความสวยงาม หรูหรา ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องการสร้างตราสินค้า (Brand) ของสนามให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในผลิตภัณฑ์ต่างๆที่นำเสนอขาย ทั้งในด้าน สภาพสนาม ความสะอาด สวยงามของคลับเฮาส์ จนเกิดเป็นความประทับใจและชื่นชอบในตรายี่ห้อ หรือ สนามนั้นๆ

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2554**. ทัวร์เกาหลีแห่ตีกอล์ฟ หนุนธุรกิจเชียงใหม่คึกคักรับไฮซีซั่น**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.citiservice.net/forum/index.php. (13 มีนาคม 2555)

จรุงศักดิ์ โชติบาง. 2550. **ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่.** การค้นคว้าแบบอิสระ สาขาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2546. **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย**. กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร

แนวหน้า. 2553**.หลักสูตรบริหารกอล์ฟ ก้าวแรกแห่งโปรมืออาชีพ**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.naewna.com/news.asp?ID=52048. (13 มีนาคม 2555)

พรสิทธิ์ ศรีอรทัยกุล. 2555. **นายกสมาคมสนามกอล์ฟไทย.** (สัมภาษณ์ 14 มีนาคม 2555)

พณิชา จิระสัญญาณสกุล. 2551. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟในเขตภาคตะวันออก**. การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร.

วรรณนิภา เกตุสมใจ. 2549. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการมาใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในเขตกรุงเทพมหานคร.** สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2552. **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ : เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์. 2538. **ทฤษฎีและเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง**. ภาควิชาคณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้า และการตัดสินใจซื้อบริการจากคลินิกเสริมความงาม "วุฒิศักดิ์" ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

THE STUDY OF MEDIA EXPOSURE OF BRAND COMMUNICATION TOOLS AND CONSUMER DECISION MAKING IN BEAUTY CLINIC "WUTTISAK" IN BANGKOK

ณิชา อดิศรมงคลกุล

นักศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail: adi.nicha@gmail.com

ร.ต.อ.ดร.มัลลิกา ผลอนันต์

ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail: mallika.k@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และการตัดสินใจซื้อบริการคลินิกเสริมความงามวุฒิศักดิ์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่ใช้บริการวุฒิศักดิ์ คลินิก ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน จากการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อบริการของวุฒิศักดิ์ คลินิก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 16 – 25 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษา และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท กลุ่มผู้บริโภคมีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้าของสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ และสื่อบุคคลประเภทคนในครอบครัวเป็นอับดับที่ 1 โดยทำการเปิดรับสื่อด้วยการรับชม ฟัง อ่าน และได้ยินสาร หรือข้อมูลของตราสินค้าวุฒิศักดิ์ คลินิก ผ่านสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ และสื่อบุคคลประเภทเพื่อนเป็นอันดับที่ 1 นอกจากนี้ กลุ่มผู้บริโภคมีระดับของความถี่ในการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้าของวุฒิศักดิ์ คลินิก ในระยะเวลา 1 เดือน พบว่า มีการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ และสื่อบุคคลประเภทแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ของวุฒิศักดิ์ คลินิกเป็นอันดับที่ 1 และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ตัวผู้บริโภคเอง โดยมีระดับการค้นหาข้อมูลในระดับปานกลางโดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อบริการจากวุฒิศักดิ์ คลินิกประเภทการรักษาสิว และปัจจัยด้านตัวสินค้า เป็นเหตุผลทำให้กลุ่มผู้บริโภคตัดสินใจซื้อบริการที่วุฒิศักดิ์ คลินิก มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 โดยมีการใช้จ่ายไม่เกิน 3,000 บาท/ครั้ง และมีค่าใช้จ่ายสะสมเฉลี่ยอยู่ที่ 26,580.25 บาท กลุ่มผู้บริโภคมีระยะเวลาสะสมในการใช้บริการ เท่ากับ 17.61 สัปดาห์ หรือ เท่ากับ 4 เดือน 1.61 สัปดาห์ โดยใช้บริการเดือนละ 1 ครั้ง กลุ่มผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่สะดวก และนิยมตัดสินใจซื้อบริการที่วุฒิศักดิ์ คลินิก ในวันเสาร์ อาทิตย์ ช่วงเวลา 17.00 – 00.00 หลังเลิกงาน โดยมีความพึงพอใจในผลลัพธ์ที่ได้รับหลังจาก

การเข้ารับบริการที่วุฒิศักดิ์ คลินิก ในระดับมาก และอาจจะตัดสินใจซื้อบริการของวุฒิศักดิ์ คลินิกต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ พฤติกรรมการซื้อบริการ การสื่อสารตราสินค้า คลินิกเสริมความงาม

ABSTRACT

This research aims to study the demographic patterns which are gender, age, marital status, education, occupationand income per month of Wuttisak Clinic consumer within Bangkok area that consumer media exposure behavior and consumer behavior. The study applies quantitative research methodology, using questionnaire to collect data of 200 samples of Wuttisak Clinic consumer in Bangkok area. The research found that consumer of Wuttisak Clinic are mostly female with age between 16-25 years old, single, education level of Bachelor degree or equal, Student has income within the range of 10,000 baht. The most mass media that consumer has exposed is television and personal media is family. For Wuttisak Clinic's mass media and personal media communication tools that consumer have exposed by watching, hearing, reading and hearing, the most are television and friend. Within a period of one month, the highest frequency of Wuttisak Clinic communication tools that consumer have exposed from the mass media is television and for the personal media is Wuttisak Clinic's doctor. The person who has the most influence of decision making for choosing Wuttisak Clinic is consumer themselves.For the pre purchase stage, consumer have search for information about Wuttisak clinic at moderate level and the first priority that consumer have considered before making a decision is product factor. Service that consumer use the most is to healing acne problem and most of consumer has expense for using service at Wuttisak Clinic less than 3,000 baht per time. Consumer has average aggregating expense at 26,580.25 baht and average aggregating period of using at 17.61 weeks or 4 months 1.61 weeks. Consumer mostly uses Wuttisak Clinic once a month. For the convenience day of using is weekend and convenience time of using is after work or 5pm onward. The Post purchase evaluation, consumer has high level of satisfaction toward Wuttisak Clinic and they tend to use Wuttisak Clinic service in the future.

KEYWORDS: Brand Communication Tools, Beauty Clinic , Media exposure, Consumer Decision Making

1. ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

กลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบันมีแนวโน้มในการใช้จ่ายเพื่อความงามเพิ่มมากขึ้น และปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้สถาบันเสริมความงามต่างๆ ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น (สำรวจสาวมหาลัย, 2555) เนื่องมาจากค่านิยมของสังคม กระแสการใส่ใจดูแลสุขภาพ และกระแสหน้าเด้งขาวใสสไตล์เกาหลี ดังที่สังเกตได้จากการสำรวจเหตุผลของการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงาม พบว่า เยาวชนไทย 81.82% ตัดสินใจทำศัลยกรรมความงาม เพราะต้องการให้ตนเองดูดีขึ้น (วัยรุ่นไทยเกินครึ่ง สนใจการทำศัลยกรรมความงาม, 2552) นอกจากนี้กลุ่มผู้บริโภคได้มีทัศนคติที่ดีต่อการศัลยกรรมเสริมความงามมากขึ้นทั้งในด้านของการมองว่า การทำศัลยกรรมความงามไม่ใช่เรื่องน่ากลัว

อย่างเมื่อก่อน การให้ความยอมรับต่อตัวผู้ทำศัลยกรรมความงาม และความเชื่อถือในตัวศัลยแพทย์ (วัยรุ่นไทยเกินครึ่ง สนใจการทำศัลยกรรมความงาม, 2552)

สืบเนื่องจากในปัจจุบัน ผู้บริโภคจะมีทัศนคติที่ดี และมีความสนใจในการเสริมความงามมากขึ้น แต่การแสดงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบริการของผู้บริโภคนั้น ก็ยังขึ้นอยู่กับการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ (วัยรุ่นไทยเกินครึ่ง สนใจการทำศัลยกรรมความงาม, 2552) จากข้างต้นจึงเป็นสาเหตุที่ผู้วิจัยเกิดความสนใจ และต้องการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้า และการตัดสินใจซื้อบริการคลินิกเสริมความงาม วุฒิศักดิ์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และผลการวิจัยนี้สามารถประยุกต์ใช้ในการสื่อสารเพื่อการสร้างตราสินค้าคลินิกเสริมความงามวุฒิศักดิ์ ให้มีประสิทธิภาพยิ่ง ๆ ขึ้นไป รวมทั้งการประยุกต์ใช้กับการสื่อสารสำหรับตราสินค้าอื่นๆ ในกลุ่มสินค้าประเภทเดียวกัน หรือใกล้เคียงต่อไปได้

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้า ของผู้บริโภคก่อนการตัดสินใจซื้อบริการวุฒิศักดิ์ คลินิก ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้าของคลินิกเสริมความงาม วุฒิศักดิ์ คลินิก ของผู้บริโภคก่อนการตัดสินใจซื้อบริการวุฒิศักดิ์ คลินิก ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบริการของผู้บริโภคที่ใช้บริการที่วุฒิศักดิ์ คลินิก ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเรื่องประเภทของสื่อที่ใช้ในการสื่อสารตราสินค้า ซึ่งจะเห็นได้ว่าสื่อเป็นเครื่องมือที่องค์กรใช้เพื่อทำการสื่อสารตราสินค้า โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 สื่อหลัก คือ สื่อมวลชน (Mass Media) และสื่อบุคคล (Personal Media) ซึ่งสื่อหลักประเภทที่ 1 คือ สื่อมวลชนสามารถแบ่งออกได้เป็น 11 ประเภท ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ (Television) สื่อหนังสือพิมพ์ (Newspaper) สื่อโรงภาพยนตร์ (Theater) สื่อวิทยุ (Radio) สื่อนิตยสาร (Magazine) สื่อกลางแจ้ง (Outdoor) สื่อยานพาหนะ (Transit) สื่อภายในร้านค้า (In-store) สื่อออนไลน์ (Online) สื่อจดหมายทางตรง (Direct Mail) และสื่อพิเศษต่าง ๆ (Specialty Ads)

2. ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ ผู้บริโภคจะมีการเปิดรับสื่อตามความต้องการ (Needs) ค่านิยม (Values) จากแหล่งที่มาของข้อมูลที่ได้รับ และเป้าหมาย (Goals) ของการนำข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ ไปใช้ ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีปัจจัยต่างๆ ที่เป็นแรงจูงใจ (Motivational Factors) หรือเหตุผลจากการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน เช่น เปิดรับสื่อเพราะมีความสนใจเฉพาะในเรื่องนั้น หรือการนำข้อมูลไปใช้เป็นประโยชน์ในการเข้าสังคม เป็นต้น ซึ่งปัจจัยต่างๆ ที่เป็นแรงจูงใจ (Motivational factors) ที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับสื่อ คือ ความโดดเดี่ยวของผู้บริโภค ณ ขณะนั้น (Loneliness) ความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว (Curiosity) และเพื่อประโยชน์ส่วนตน (Self-Aggrandizement)

3. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ขั้นตอน กล่าวคือ การเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้งาน (Use) และการเลิกใช้ (Dispose) ตราสินค้าใดตราสินค้าหนึ่งซึ่งตราสินค้านั้น อาจจะอยู่ใน

รูปตัวสินค้า (Goods) บริการ (Services) ความคิด (Ideas) และประสบการณ์ (Experiences) โดยในการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าใดตราสินค้าหนึ่งของผู้บริโภคจะประกอบไปด้วยขั้นตอนที่ต่อเนื่องกัน จำนวน 3 ขั้นตอน คือ การค้นหาข้อมูลต่าง ๆ การเปรียบเทียบตราสินค้า และการประเมินผล ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคนี้กระทำเพื่อที่จะตอบสนองความจำเป็น และความต้องการ และก่อให้เกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) สูงสุดของผู้บริโภคเอง

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจากการศึกษาทำให้ทราบว่าการเปิดรับสื่อข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับสถานเสริมความงาม กลุ่มผู้ใช้บริการจะทราบข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อบุคคลผ่านการบอกกล่าวแนะนำของพนักงานส่งเสริมการขาย ผ่านสื่อโทรทัศน์ และกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้ทดลองใช้ ความรู้และข่าวสารเกี่ยวกับความงามด้านผิวพรรณ มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้บริโภครวมทั้งการเปิดรับสื่อมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าอาทิ งานวิจัยของ พันธุ์พิมล จีวรตานนท์ (2551) ที่ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการความงามด้านผิวพรรณของผู้บริโภค ในเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของ Iman Khalid A. Qader (2011) ที่ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้ออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่รักษาสิ่งแวดล้อม ของอาจารย์มหาวิทยาลัย Malaysia Pahang”

4.วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อบริการที่วุฒิศักดิ์ คลินิก จำนวน 200 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล หลังจากเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องแล้วจึงนำมาลงรหัสจนครบจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้ว ไปวิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์แบบสำเร็จรูป และใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล

5. สรุปผลการศึกษา

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้าของกลุ่มผู้บริโภค ก่อนการตัดสินใจซื้อบริการที่วุฒิศักดิ์ คลินิก ในเขตกรุงเทพมหานคร จากสื่อประเภทสื่อมวลชน

เครื่องมือการสื่อสารตราสินค้า ประเภทสื่อมวลชน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ ในการเปิดรับ
โทรทัศน์	3.06	0.82	มาก
วิทยุ	2.07	0.94	ปานกลาง
นิตยสาร	2.22	1.01	ปานกลาง
หนังสือพิมพ์	2.17	1.01	ปานกลาง
เว็บไซต์	2.65	1.07	มาก
เว็บไซต์ของวุฒิศักดิ์ คลินิก	1.18	1.02	น้อย

ตารางที่ 1 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้าของกลุ่มผู้บริโภค ก่อนการตัดสินใจซื้อบริการที่วุฒิศักดิ์ คลินิก ในเขตกรุงเทพมหานคร จากสื่อประเภทสื่อมวลชน

เครื่องมือการสื่อสารตราสินค้า ประเภทสื่อมวลชน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ ในการเปิดรับ
สังคมออนไลน์	2.73	1.19	มาก
ชุมชนออนไลน์	1.72	1.09	ปานกลาง
ป้ายโฆษณา	1.95	0.75	ปานกลาง
การจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด	1.58	0.77	น้อย

จากการศึกษาตารางที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ความถี่ในการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้าประเภทสื่อมวลชนของวุฒิศักดิ์ คลินิก ของกลุ่มผู้บริโภคก่อนการตัดสินใจซื้อบริการที่วุฒิศักดิ์ คลินิก ในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ อันดับที่ 2 ได้แก่ สื่อสังคม และอันดับที่ 3 ได้แก่ เว็บไซต์

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้าของกลุ่มผู้บริโภค ก่อนการตัดสินใจซื้อบริการที่วุฒิศักดิ์ คลินิก ในเขตกรุงเทพมหานคร จากสื่อประเภทสื่อบุคคล

เครื่องมือการสื่อสารตราสินค้า ประเภทของสื่อบุคคล	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับใน การเปิดรับ
พนักงานของวุฒิศักดิ์ คลินิก	1.67	0.93	ปานกลาง
แพทย์ผู้เชี่ยวชาญของวุฒิศักดิ์ คลินิก	1.83	1.01	ปานกลาง
คนในครอบครัว	3.21	0.93	มากที่สุด
เพื่อนร่วมงาน	2.59	1.21	มาก
เพื่อน	3.08	0.86	มาก
แฟน/คนรัก	1.95	1.56	ปานกลาง
ศิลปิน นักแสดง นักร้อง	1.55	1.14	น้อย

จากการศึกษาตารางที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้าจากสื่อประเภทสื่อบุคคลของวุฒิศักดิ์ คลินิก ของกลุ่มผู้บริโภคก่อนการตัดสินใจซื้อบริการที่วุฒิศักดิ์ คลินิก ในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ คนในครอบครัว อันดับที่ 2 ได้แก่ เพื่อน และ อันดับที่ 3 ได้แก่ เพื่อนร่วมงาน

ตารางที่ 3 ระดับของการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้าวุฒิศักดิ์ คลินิก ก่อนการตัดสินใจซื้อบริการที่วุฒิศักดิ์ คลินิก ในเขตกรุงเทพมหานคร จากสื่อประเภทสื่อมวลชน

เครื่องมือการสื่อสารตราสินค้า ประเภทสื่อมวลชน	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ ในการเปิดรับ
โทรทัศน์	2.66	0.85	มาก
วิทยุ	1.60	0.91	น้อย
นิตยสาร	1.70	0.93	ปานกลาง
หนังสือพิมพ์	1.51	0.94	น้อย
เว็บไซต์	1.30	0.99	น้อย
เว็บไซต์ของวุฒิศักดิ์ คลินิก	1.18	1.11	น้อย
สังคมออนไลน์	1.33	1.01	น้อย
ชุมชนออนไลน์	1.16	0.97	น้อย
ป้ายโฆษณา	1.82	0.89	ปานกลาง
การจัดกิจกรรมพิเศษทาง การตลาด	1.32	0.91	น้อย

จากการศึกษาตารางที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า ระดับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้าต่าง ๆ จากสื่อประเภทสื่อมวลชนของวุฒิศักดิ์ คลินิก ที่กลุ่มผู้บริโภคเปิดรับสื่อก่อนการตัดสินใจซื้อบริการที่วุฒิศักดิ์ คลินิก ในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ โทรทัศน์ อันดับที่ 2 ได้แก่ ป้ายโฆษณา และอันดับที่ 3 ได้แก่ นิตยสาร

ตารางที่ 4 ระดับของการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้าวุฒิศักดิ์ คลินิก ก่อนการตัดสินใจซื้อบริการที่วุฒิศักดิ์ คลินิก ในเขตกรุงเทพมหานคร จากสื่อประเภทสื่อบุคคล

เครื่องมือการสื่อสารตราสินค้า ประเภทสื่อบุคคล	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ ในการเปิดรับ
พนักงานของวุฒิศักดิ์คลินิก	1.57	0.99	น้อย
แพทย์ผู้เชี่ยวชาญของวุฒิศักดิ์คลินิก	1.65	0.98	ปานกลาง
คนในครอบครัว	1.97	1.15	ปานกลาง
เพื่อนร่วมงาน	1.58	1.14	น้อย
เพื่อน	2.00	1.00	ปานกลาง
แฟน/คนรัก	1.36	1.33	น้อย
ศิลปิน นักแสดง นักร้อง	1.28	1.24	น้อย

จากการศึกษาตารางที่ 4 ผลการวิจัยพบว่า ระดับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้าต่าง ๆ จากสื่อประเภทบุคคลต่าง ๆ ของวุฒิศักดิ์ คลินิก ที่กลุ่มผู้บริโภคทำการเปิดรับสื่อบุคคลก่อนการตัดสินใจซื้อบริการที่วุฒิศักดิ์ คลินิก ในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ เพื่อน อันดับที่ 2 ได้แก่ คนในครอบครัวและอันดับที่ 3 ได้แก่ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญของวุฒิศักดิ์ คลินิก

การวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจ และการแสดงพฤติกรรมการซื้อบริการของกลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อบริการวุฒิศักดิ์ คลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่ากลุ่มผู้บริโภคมีระดับการค้นหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อบริการที่วุฒิศักดิ์ คลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลาง การบริการประเภทต่าง ๆ ที่กลุ่มผู้บริโภคตัดสินใจซื้อบริการจากวุฒิศักดิ์ คลินิก ในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ การรักษาสิว มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งไม่เกิน 3,000 บาท/ครั้งโดยมีค่าใช้จ่ายสะสมนับตั้งแต่มีการเริ่มซื้อ และใช้จนกระทั่งถึงปัจจุบันอยู่ที่ 26,580.25 บาทและใช้บริการเป็นระยะเวลาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน เท่ากับ 17.61 สัปดาห์ หรือเท่ากับ 4 เดือน 1.61 สัปดาห์ โดยมีระยะเวลาสะสมในการซื้อบริการต่ำที่สุดอยู่ที่ 1 สัปดาห์ และมีระยะเวลาสะสมในการซื้อบริการสูงสุดอยู่ที่ 144 สัปดาห์ หรือเท่ากับ 3 ปีซึ่งมีความถี่ในการใช้บริการเดือนละ 1 ครั้ง และสะดวกที่จะมาใช้บริการในวันเสาร์ อาทิตย์ ช่วงเวลา 17.00 – 00.00 หรือช่วงเวลาหลังเลิกงาน ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในผลลัพธ์ที่ได้รับในระดับมากและอาจจะตัดสินใจซื้อบริการของวุฒิศักดิ์ คลินิกต่อไปในอนาคต

6. การอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้า และพฤติกรรมการซื้อบริการวุฒิศักดิ์ คลินิก ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลที่ได้จากการศึกษา ดังนี้

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้า และประเภทสื่อมวลชนผู้บริโภคมีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อโดยทั่วไป และมีการรับชม ฟัง อ่าน และได้ยินสารหรือข้อมูลของตราสินค้าวุฒิศักดิ์ คลินิก ในช่วงระยะเวลา 1 เดือนจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้า ผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เหมาะสมกับการใช้ภาพในการสื่อสาร และมีการเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นสื่อที่กระตุ้นให้ผู้รับสารจดจำชื่อตราสินค้าได้มากกว่าการใช้สื่ออื่น (Rodman, 2012)นอกจากนี้ กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่ตัดสินใจซื้อบริการที่คลินิก เสริมความงามวุฒิศักดิ์ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้า ประเภทสื่อบุคคลโดยมีระดับความถี่ในการเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้าจากคนในครอบครัวมากที่สุด และมีการรับชม ฟัง อ่าน และได้ยินสาร หรือข้อมูลของตราสินค้าวุฒิศักดิ์ คลินิก ผ่านเพื่อน ซึ่งในช่วงระยะเวลา 1 เดือน ที่ผ่านมา กลุ่มผู้บริโภคมีการรับชม ฟัง อ่าน และได้ยินสาร หรือข้อมูลจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้าผ่านแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ของวุฒิศักดิ์ คลินิก ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลดังกล่าวเป็นบุคคลที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นในกับกลุ่มผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ดังที่ Harden &Heyman (2009) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อบุคคลที่ทำให้เกิดกระแสการบอกปากต่อปาก (Word-of-Mouth) คือ การสื่อสาร หรือการบอกต่อข้อมูลระหว่างผู้บริโภค ซึ่งในปัจจุบันผู้รับสารมีความเชื่อมั่นในสารที่ได้รับจากการบอกต่อมากกว่าสารที่ได้รับจากสื่ออื่น เพราะการสื่อสารนี้ส่วนมากเกิดจากการแนะนำ หรือแบ่งปันข้อมูลระหว่างเพื่อนที่ผู้รับสารนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคจะมีโอกาสในการซื้อ คือ วันเสาร์ – อาทิตย์ และในช่วงเวลา 17.00 – 00.00 หลังเลิก

งาน ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคซื้อได้แก่ สาขาต่าง ๆ ที่เปิดให้บริการของวุฒิศักดิ์ คลินิก และมีความถี่ในการเข้ารับบริการเดือนละ 1 ครั้ง

นอกจากนี้ ผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือในการสื่อสารตราสินค้าของวุฒิศักดิ์ คลินิก ยังแสดงให้เห็นว่า สื่อมวลชน และสื่อบุคคลเป็นสื่อที่กลุ่มผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการจัดลำดับของสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย Ad Expenditure (2012) ที่ระบุว่าสื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อหลักอันดับ 1 ในการทำการสื่อสารตราสินค้าของประเทศไทยแสดงว่า ขนาดของกลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อบริการของวุฒิศักดิ์ คลินิก เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ โดยจากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 16 – 25ปีมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อบริการวุฒิศักดิ์ คลินิก จึงถือว่ากลุ่มผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 10,000 บาท ต่อเดือน ค่าใช้จ่ายสะสมที่คลินิกมีค่าใช้จ่ายสะสมเฉลี่ยอยู่ที่ 26,580.25 บาท หมายถึง กลุ่มผู้บริโภคได้ใช้จ่ายกับวุฒิศักดิ์ คลินิกนี้มาก และมีค่าเฉลี่ยของระดับการค้นหาข้อมูลอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าถึงแม้ว่ากลุ่มผู้บริโภคจะเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มีรายได้น้อย แต่สาเหตุที่มีค่าใช้จ่ายสะสมในการรักษาโดยเฉลี่ยสูง เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าวเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่สามารถหารายได้ได้ด้วยตนเอง ต้องได้รับค่าใช้จ่ายจากผู้ปกครอง จึงทำให้กลุ่มผู้บริโภคดังกล่าวมีความต้องการในการหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจในระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุมากและมีรายได้สูงก็จะสามารถที่จะค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจได้ด้วยตนเอง โดยที่ ไม่ใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจที่มากนัก และกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุมากก็ย่อมที่จะใช้บริการเสริมความงามเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากอายุทำให้กลุ่มผู้บริโภคประสบกับปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผิวหน้าในรูปแบบต่าง ๆ มากมาย

องค์ประกอบต่าง ๆ โดยภาพรวมของส่วนผสมทางการตลาดที่เป็นเหตุผล หรือปัจจัยที่ทำให้กลุ่มผู้บริโภคตัดสินใจซื้อบริการที่วุฒิศักดิ์ คลินิก ในเขตกรุงเทพมหานครได้แก่ ปัจจัยด้านสินค้า ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายทั้งนี้เนื่องจากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคเมื่อมีสินค้าและบริการที่เลือกไว้ในใจแล้ว ผู้บริโภคจะทำการพิจารณาถึงปัจจัยด้านราคาก่อนเป็นอันดับแรก เนื่องจากปัจจัยด้านรายได้เป็นปัจจัยที่มีส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ ดังนั้นปัจจัยด้านราคาจึงถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุด รองลงมา อันดับที่ 2 ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย อันดับที่ 3 ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และอันดับที่ 4 ได้แก่ ปัจจัยด้านสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) ที่ได้กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์ที่สามารถนำมาปรับใช้เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความพึงพอใจ คือ กลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วย สินค้า ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ผู้ที่มีอิทธิพลประเภทต่าง ๆ ต่อการตัดสินใจซื้อบริการที่วุฒิศักดิ์ คลินิก มากที่สุด อันดับที่ 1 คือ ตัวเอง รองลงมา คือ คนในครอบครัว และเพื่อน ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ วุฒิศักดิ์ คลินิกนั้น กลุ่มผู้บริโภคมักจะทำการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตนเอง ซึ่งอาจจะมีการรับทราบข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ มาเป็นอย่างดีแล้ว จึงทำให้สามารถตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Schiffman&Kanuk (2010) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ในกระบวนการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะทำการค้นหาข้อมูลจากประสบการณ์ในอดีตของตัวผู้บริโภคก่อน จากนั้นจึงทำการขอคำแนะนำจากผู้อื่น เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจต่อไป

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า โดยกลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้มักต้องการที่จะทำการสื่อสารให้บุคคลอื่นไม่ว่าจะเป็นเพื่อนหรือคนรู้จักได้มีโอกาสในการเข้าไปใช้บริการในวุฒิศักดิ์ คลินิก ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวถือได้ว่าเป็นการสื่อสารแบบปากต่อปาก นอกจากนี้การเปิดรับสื่อของกลุ่มผู้บริโภคเป็นแรงจูงใจพื้นฐานเพื่อประโยชน์ส่วนตนโดยกลุ่มผู้บริโภคจะแสวงหาข่าวสาร และใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง และมีการนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ (Merrill & Lowenstein, 1971)

ผลการวิจัยเรื่องนี้ ยังแสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อบริการของวุฒิศักดิ์ คลินิก มีลักษณะทางประชากรต่าง ๆ ที่มีการประเมินผลพฤติกรรมจากการประเมินผลภายหลังจากการซื้อบริการอยู่ในระดับพึงพอใจ และผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อระดับการให้บริการของ วุฒิศักดิ์ คลินิก และมีแนวโน้มว่าอาจจะซื้อบริการจากวุฒิศักดิ์ คลินิก ต่อไปในอนาคต อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ผลการวิจัยดังกล่าวจึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Iman Khalid A. Qader (2011) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องผลกระทบของการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้ออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่รักษาสิ่งแวดล้อม พบว่า การเปิดรับสื่อนั้นมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่รักษาสิ่งแวดล้อม

7. ข้อเสนอแนะ

1. ด้านข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร กลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อบริการของวุฒิศักดิ์ คลินิก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 16 – 25 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษา โดยมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000 บาท และส่วนใหญ่มีถิ่นที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ยังพบว่าลักษณะประชากรทางด้านอายุ และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อบริการคลินิกเสริมความงาม วุฒิศักดิ์ คลินิก ดังนั้นในการวางแผนการตลาด โดยเฉพาะการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผู้ประกอบการควรนำลักษณะทางประชากรมาใช้ในการกำหนดประเภทของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในลักษณะดังกล่าวให้มากที่สุด และมุ่งเน้นการจัดทำแผนการตลาดที่สามารถตอบสนองกับความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายกลุ่มนี้ให้ได้มากที่สุด

2. ด้านการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้า (Brand Communication) กลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อบริการคลินิกเสริมความงาม วุฒิศักดิ์ คลินิก ส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อจากเครื่องมือการสื่อสารตราสินค้า (Brand Communication) จากสื่อโทรทัศน์ ดังนั้นในการวางแผนเพื่อการสื่อสารตราสินค้าผ่านสื่อประเภทดังกล่าว ผู้ประกอบการควรทำการวิเคราะห์ว่าควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารตราสินค้า (Brand Communication) ในช่วงเวลาใด และวันใดบ้าง โดยช่วงเวลาดังกล่าวจะต้องเป็นช่วงเวลาที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ

3. ด้านพฤติกรรมการซื้อบริการคลินิกเสริมความงาม วุฒิศักดิ์ คลินิก กลุ่มผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อบริการคลินิกเสริมความงาม วุฒิศักดิ์ คลินิก ส่วนใหญ่ซื้อบริการในการรักษาสิว โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ถือเป็นปัจจัยที่เป็นเหตุผลในการตัดสินใจซื้อบริการคลินิกเสริมความงาม วุฒิศักดิ์ คลินิกมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาการรักษาโดยเฉพาะการรักษาสิว มุ่งเน้นการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคนิค และวิธีการ

รักษาที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยเข้ามาใช้ในการให้บริการในสถานเสริมความงาม

8. รายการอ้างอิง

พันธุ์พิมล จีวรตานนท์.2551. **"ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการความงามด้านผิวพรรณของผู้บริโภคในเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร.**"วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

ใครคือผู้ที่ใช้บริการคลินิกความสวยความงาม "วุฒิ-ศักดิ์คลินิก". 2556. **Marketeer**. 14, 157: 248-249.

"*คลินิกรักษาสิว และเสริมความงาม: แข่งขันสูง...รับกระแสหน้าเด้ง*".**รายงานผลการวิจัยของศูนย์การวิจัยกสิกรไทย.** ฉบับปีที่ 15 ฉบับที่ 2660 วันที่ 9 ตุลาคม 2552. สืบค้นจาก http://202.29.22.182/research/intranet/product/thai/member/brief/bri09/oct/y2660.pdf

สำรวจสาวมหาลัย' แห่ทำศัลยกรรม. (2555, 7 มิถุนายน).**ไทยโพสต์**. 1, 3.

วัยรุ่นไทยเกินครึ่ง สนใจการทำศัลยกรรมความงาม.(ม.ป.ป.).สืบค้นจาก http://www.dek-d.com/content/print.php?id=17903

Ad Expenditure.2012. Retrieved August 15, 2013, from http://www.adassothai.com/index.php/main/ad_expenditure

Rodman, G. 2012.**Mass Media in a Changing World** (4th ed.). USA:Mcgraw-Hill.

Harden, L. &Heyman, B.2009. **Digital Engagement**.New York: American ManagementAssociation.

Schiffman, G. L. &Kanuk, L. L. 2010. **Consumer Behavior** (10th ed.). Boston: Pearson Education.

Merrill, J. C., & Lowenstein, R. L. 1971. **Media, messages, and men: New perspectives in communication**. New York: David Mckey.

Iman, K.A. (2011). The impact of media exposure on intention to purchase green electronicproducts amongst lecturers**. International Journal of Business and Management**. 6, 3: 240-248.

การศึกษาวิธีการพยากรณ์เงินให้กู้พิเศษของสหกรณ์ออมทรัพย์กรมป่าไม้ จำกัด

A STUDY OF FORECASTING METHOD OF SPECIAL LOANS OF THE ROYAL FOREST DEPARTMENT SAVINGS AND CREDIT COOPERATIVE, LIMITED

ฉัตรสรวง สัมพันธ์ศิริกุล

นิสิตปริญญาโท ภาควิชาสหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E- mail: fang_fy@hotmail.com

ณรงค์ กู้เจริญประสิทธิ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาสหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E- mail: feconrk@ku.ac.th

รังสรรค์ ปิติปัญญา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาสหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E- mail: fecorsp@ku.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการพยากรณ์เงินให้กู้พิเศษของสหกรณ์ออมทรัพย์กรมป่าไม้ จำกัด โดยเปรียบเทียบวิธีการพยากรณ์ 6 วิธี คือ วิธีเฉลี่ยเคลื่อนที่สองครั้ง วิธีปรับให้เรียบแบบเอ็กซ์โพเนนเชียล 2 ครั้งตามแบบโฮลท์ วิธีบอกซ์ – เจนกินส์ วิธีพยากรณ์รวมโดยให้น้ำหนักของแต่ละวิธีเท่ากัน วิธีพยากรณ์รวมโดยให้น้ำหนักแตกต่างกัน และวิธีพยากรณ์รวมโดยการวิเคราะห์การถดถอย ว่าวิธีใดเหมาะสมที่สุด โดยพิจารณาจากค่าความคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ยที่ต่ำสุด โดยข้อมูลที่นำมาศึกษาเป็นข้อมูลรายเดือน ที่มีแนวโน้ม ตั้งแต่เดือน มกราคม พ.ศ. 2549 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2554 เป็นระยะเวลา 6 ปี (ข้อมูล 72 เดือน) และใช้วิธีการพยากรณ์ที่เหมาะสมนั้น ทำการพยากรณ์ล่วงหน้า 12 เดือน โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่เดือน มกราคม พ.ศ. 2555 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2555 เปรียบเทียบความถูกต้องของการพยากรณ์ล่วงหน้า 6 เดือน และ 12 เดือน ว่าช่วงระยะเวลาใดเหมาะสม โดยพิจารณาจากค่าวัดความคลาดเคลื่อน ได้แก่ ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนสัมบูรณ์เฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนสัมบูรณ์เฉลี่ย และค่าความคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ย เกณฑ์การเลือก คือ พิจารณาจากค่าวัดความคลาดเคลื่อนต่ำสุด ผลของการศึกษา พบว่า วิธีพยากรณ์รวมโดยให้น้ำหนักแตกต่างกัน เป็นวิธีการพยากรณ์ที่เหมาะสมสำหรับอนุกรมเวลาเงินให้กู้พิเศษ นอกจากนี้ ผลของการศึกษายัง พบว่า การพยากรณ์ล่วงหน้า 12 เดือน เป็นช่วงระยะเวลาการพยากรณ์ที่เหมาะสมสำหรับเงินให้กู้พิเศษ

คำสำคัญ: การพยากรณ์, สหกรณ์ออมทรัพย์, วิธีบอกซ์ – เจนกินส์

ABSTRACT

The purpose of this research was to study of forecasting method of the special loans level of the Royal Forest Department Savings and Credit Cooperative, Limited, to compare 6 methods of forecasting, the Double Moving Average technique, the Double Exponential Smoothing system, Holt's method, the Box - Jenkins method, the Combination Forecasting Simply Averaging method, the Combination Forecasting Different method and the Combination Forecasting Regression method. The suitable forecasting methods were chosen by considering the smallest value of the Mean Square Error (MSE), The data used in this study is monthly data, had trend, from January 2006 to December 2011 total is six years (72 months). Then, the suitable forecasting method was used for forecasting 12 time periods in advance, by using data from January 2012 to December 2012, and then finding which of two periods - 6 months and 12 months - was the most suitable forecasting period, by considering the lowest value of the Mean Absolute Percentage Error (MAPE); the Mean Absolute Deviation (MAD); and the MSE. The study found that the Combination Forecasting Different method is the best method for forecasting of special loans. Moreover, the results of the study show that 12 months is a suitable forecasting period for special loans.

KEYWORDS: Forecasting, Savings and Credit Cooperative, Box - Jenkins method

บทนำ

สหกรณ์ออมทรัพย์กรมป่าไม้ จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2521 โดยเริ่มต้นมีสมาชิก จำนวน 167 คน ทุนดำเนินงาน 15,570 บาท ปัจจุบัน สหกรณ์มีจำนวนสมาชิก 26,029 คน มีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 11,196,573,804.03 บาท (สหกรณ์ออมทรัพย์กรมป่าไม้ จำกัด, 2556) สหกรณ์ออมทรัพย์กรมป่าไม้ จำกัด ได้รับเกียรติบัตรจากกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในปี พ.ศ. 2549 ให้เป็นสหกรณ์ต้นแบบในเรื่องการบริหารจัดการสหกรณ์ดีเด่นภาคกลาง และได้รับคัดเลือกเป็นสหกรณ์ดีเด่นแห่งชาติในปี พ.ศ. 2550

ภายใต้สภาพเศรษฐกิจ และสังคมไทยในปัจจุบัน สหกรณ์ออมทรัพย์กรมป่าไม้ จำกัด จำเป็นต้องรู้จักปรับตัวให้ทันต่อสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป สหกรณ์ควรนำการพยากรณ์เข้ามาใช้เป็นเครื่องมือในการวางแผนการดำเนินงาน เพราะการพยากรณ์ปริมาณเงินให้กู้พิเศษของสหกรณ์ออมทรัพย์กรมป่าไม้ จำกัด เป็นปัจจัยหนึ่งในการวางแผนการดำเนินงานของสหกรณ์ มีประโยชน์คือสหกรณ์สามารถใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนประกอบการตัดสินใจ หรือกำหนดนโยบาย หรือการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้สอดคล้องกับการคาดการณ์เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ ช่วยทำให้แผนการทำงานที่วางแผนเอาไว้ มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษาวิธีการพยากรณ์ที่เหมาะสมสำหรับการพยากรณ์เงินให้กู้พิเศษของสหกรณ์ออมทรัพย์ กรมป่าไม้ จำกัด และใช้วิธีการพยากรณ์ที่เหมาะสมนั้น ทำการพยากรณ์ล่วงหน้า 12 เดือน เพื่อเปรียบเทียบความถูกต้องของการพยากรณ์ล่วงหน้าว่าช่วงระยะเวลาใดเหมาะสมสำหรับเงินให้กู้พิเศษของสหกรณ์ออมทรัพย์กรมป่าไม้ จำกัด

วิธีการดำเนินวิจัย

การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่นำมาศึกษาเป็นข้อมูลปริมาณเงินให้กู้พิเศษของสหกรณ์ออมทรัพย์กรมป่าไม้ จำกัดรายเดือน ตั้งแต่เดือน มกราคม พ.ศ. 2549 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2554 เป็นระยะเวลา 6 ปี (ข้อมูล 72 เดือน) เก็บรวบรวมจากสหกรณ์ออมทรัพย์กรมป่าไม้ จำกัด และข้อมูลปริมาณเงินให้กู้พิเศษของสหกรณ์ออมทรัพย์กรมป่าไม้ จำกัด รายเดือน ตั้งแต่เดือน มกราคม พ.ศ. 2555 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2555 จำนวน 12 เดือน สำหรับตรวจสอบช่วงระยะเวลาการพยากรณ์ล่วงหน้า 2 ช่วง คือ 6 เดือน และ 12 เดือน ว่าช่วงเวลาใดเหมาะสมที่สุด

วิธีที่ใช้ในการวิจัย

1. วิธีการเฉลี่ยเคลื่อนที่สองครั้ง (Double Moving Average)

สุพล ดุรงค์วัฒนา (2537: 50) ได้กล่าวว่าวิธีนี้เหมาะกับข้อมูลที่มีการเคลื่อนที่แบบแนวโน้มเชิงเส้นตรง (Linear Trend) แบบจำลองการพยากรณ์มี ตัวแบบ ดังนี้

$$M_t = \frac{Y_t + Y_{t-1} + Y_{t-2} + \ldots + Y_{t-k+1}}{k} \quad , \quad M_t^{'} = \frac{M_t + M_{t-1} + M_{t-2} + \ldots + M_{t-k+1}}{k}$$

$$a_1 = M_t + \left(M_t - M_t^{'}\right) \quad , \quad b_1 = \frac{2}{k-1} + \left(M_t - M_t^{'}\right)$$

$$\hat{Y}_{t+p} = a_1 + b_1 p$$

โดยที่ a_1 , b_1 = พารามิเตอร์ของรูปแบบข้อมูล ณ ข้อมูลเวลา t

M_t = ค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่อย่างง่ายครั้งที่ 1

$M_t^{'}$ = ค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่อย่างง่าย ครั้งที่ 2

k = ค่าคงที่จำนวนเทอมสำหรับการเฉลี่ย

$\hat{Y}_{t+p}$ = ค่าพยากรณ์ ณ ช่วงเวลา t + p

p = ค่าเวลา

ซึ่ง สมการสุดท้ายจะเป็นสมการที่ใช้ในการพยากรณ์

2. วิธีทำให้เรียบแบบเอกซ์โพเนนเชียลด้วยวิธีของโฮลต์ (Double Exponential Smoothing: Holt's Two-Parameter Method และ Holt's Linear Method)

พจนา สุนทโร (2548: 13) ได้กล่าวว่า เป็นวิธีการพยากรณ์ที่เหมาะกับข้อมูลที่มีการเคลื่อนไหวเป็นแนวโน้มแบบเส้นตรง และยังเหมาะกับการพยากรณ์ในระยะสั้นจนถึงการพยากรณ์ในระยะปานกลาง ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณควรจะมีอย่างน้อย 5 ข้อมูล

1) รูปแบบการบวก $Y_t = \beta_0 + \beta_1 t + \varepsilon_t$

2) รูปแบบการคูณ $Y_t = (\beta_0 + \beta_1 t)\varepsilon_t$

เมื่อกำหนดให้ Y_t คือ ข้อมูล หรือค่าสังเกต ณ เวลา t

β_0 , $\beta_1 t$ คือ ค่าพารามิเตอร์ของรูปแบบ

ε_t คือ ค่าความคลาดเคลื่อน ณ เวลา t

สำหรับสมการในการพยากรณ์ทั้งรูปแบบการบวกและการคูณคือ $\hat{Y}_{t+p} = a_t + b_t(p)$

เมื่อกำหนดให้ $\hat{Y}_{t+p}$ คือ ค่าพยากรณ์ ณ เวลา t + p

a_t และ $b_t(p)$ คือ ค่าประมาณค่าพารา มิเตอร์ β_0 และ β_1 ณ เวลา t

p คือ จำนวนช่วงเวลาที่ต้องการพยากรณ์ไปข้างหน้า

ค่าของ a_t และ b_t คำนวณได้จาก $a_t = \alpha Y_t + (1-\alpha)(a_{t-1} + b_{t-1})$,

$b_t = \gamma(a_t - a_{t-1}) + (1-\gamma)b_{t-1}$

เมื่อกำหนดให้ α คือ ค่าคงที่การทำให้เรียบระหว่างข้อมูลจริงกับค่าพยากรณ์และ $0 < \alpha < 1$

γ คือ ค่าคงที่การทำให้เรียบระหว่างแนวโน้มจริงกับค่าประมาณของแนวโน้ม และ$0 < \gamma < 1$

กำหนดค่าเริ่มต้นของ $a_0 = Y_1$, $b_0 = Y_2 - Y_1$

3. วิธีของบอกซ์ - เจนกินส์ (Box - Jenkins Method)

ทรงศิริ แต้สมบัติ (2549 : 245) ได้กล่าวว่า วิธีนี้ให้ผลการพยากรณ์ที่ค่อนข้างแม่นยำกว่าวิธีการพยากรณ์อื่นๆ ขั้นตอนการพยากรณ์ด้วยวิธีบ๊อกซ์ - เจนกินส์ มี 4 ขั้นตอน คือ

1. กำหนดตัวแบบ (Identification) ก่อนการกำหนดรูปแบบจะต้องตรวจสอบข้อมูล เพื่อพิจารณาว่าอนุกรมเวลาเป็นสเตชันนารี หรือไม่ โดยพิจารณาจากกราฟของอนุกรมเวลา หรือ พิจารณาจากกราฟฟังก์ชั่นสหสัมพันธ์ในตัวเอง (Autocorrelation Function : ACF) และฟังก์ชั่นสหสัมพันธ์ในตัวเองบางส่วน (Partial Autocorrelation Function: PACF) ของอนุกรมเวลา หากพบว่าอนุกรมเวลาไม่เป็นสเตชันนารี จะต้องแปลงอนุกรมเวลาเดิมให้เป็นอนุกรมเวลาใหม่ ทำได้โดยการกำจัดแนวโน้ม หรืออิทธิพลของฤดูกาล หรือการแปลงอนุกรมเวลาให้มีค่าความแปรปรวนคงที่ หรือการแปลงค่าสังเกตของอนุกรมเวลาด้วยฟังก์ชั่นทางคณิตศาสตร์ (Bowerman, O'Connell, and Koehler, 2005) ซึ่งการแปลงอนุกรมเวลาขึ้นอยู่กับลักษณะของอนุกรมเวลาที่สนใจศึกษา

2. การประมาณค่าพารามิเตอร์ (Parameter Estimation) ด้วยวิธีกำลังสองน้อย

3. การตรวจสอบตัวแบบ (Diagnostic Checking) ตัวแบบ ARIMA(p , d , q) สามารถจะเขียนในรูปของ backward operator (สมเกียรติ เกตุเอี่ยม, 2548) ได้ดังนี้

$$(1-B)^d(1-\phi_1 B-\phi_2 B^2-\ldots-\phi_p B^p)Y_t = \theta_0 + (1-\theta_1 B-\theta_2 B^2-\ldots-\theta_q B^q)\varepsilon_t$$

โดยที่ Y_t แทน ค่าสังเกตของอนุกรมเวลา ณ เวลาที่ t

B แทน backshift โดยที่ $B^p Y_t = Y_{t-p}$

θ_0 แทน ค่าคงที่

$\phi_1,\ldots,\phi_p$ แทน พารามิเตอร์ของออโตรีเกรสซีฟ

$\theta_1,\theta_2,\ldots,\theta_q$ แทน พารามิเตอร์ของการเฉลี่ยเคลื่อนที่

ε_t แทน ค่าความคลาดเคลื่อน ณเวลา t มีการแจกแจงแบบปกติที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0 ค่าความแปรปรวนเท่ากับ σ^2 และเป็นอิสระกัน

จะต้องตรวจสอบความเหมาะสมของค่าพารามิเตอร์ในตัวแบบ และค่าความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นว่ามีการแจกแจงแบบปกติ มีความแปรปรวนคงที่ และเป็นอิสระจากกัน การตรวจสอบทำได้โดยใช้ตัวทดสอบ t หรือตัวทดสอบของ Box – Ljung

4. การพยากรณ์ (Forecasting) หลังจากขั้นตอนที่ 3 หากพบว่ามีรูปแบบที่เหมาะสมมากกว่า 1 ควรเลือกรูปแบบที่ให้ความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ต่ำที่สุดก็จะใช้รูปแบบนั้นเพื่อการพยากรณ์ค่าในอนาคต

4. วิธีการพยากรณ์รวมโดยให้น้ำหนักของแต่ละวิธีเท่ากัน และ 5. วิธีพยากรณ์รวมโดยให้น้ำหนักแตกต่างกัน

ตารางที่ 1 วิธีการพยากรณ์รวมโดยให้น้ำหนักของแต่ละวิธีเท่ากัน และ วิธีพยากรณ์รวมโดยให้น้ำหนักแตกต่างกัน

วิธีการพยากรณ์รวม	สมการพยากรณ์	เงื่อนไข
วิธีการพยากรณ์รวมโดยให้น้ำหนักของแต่ละวิธีเท่ากัน	$\hat{Y}_{1c} = \frac{\hat{Y}_{11} + \hat{Y}_{12} + \ldots + \hat{Y}_{1m}}{m} = \frac{\hat{Y}_{11}}{m} + \frac{\hat{Y}_{12}}{m} + \ldots + \frac{\hat{Y}_{1m}}{m}$	เมื่อกำหนดให้ $\hat{Y}_{1c}$ = ผลรวมค่าการพยากรณ์รวมจากวิธีต่าง ๆ เมื่อ c = 1,2,…,m
วิธีพยากรณ์รวมโดยให้น้ำหนักแตกต่างกัน	$\hat{Y}_{1c} = w_1\hat{Y}_{11} + w_2\hat{Y}_{12} + \ldots + w_m\hat{Y}_{1m}$ $\sum_{i=1}^{m} w_i = 1 \qquad 0 < w_i < 1$	m = จำนวนวิธีการทั้งหมดที่ใช้ w_i = น้ำหนักการพยากรณ์ในแต่ละวิธี เมื่อ i = 1,2,…,m

6. วิธีการพยากรณ์รวมโดยใช้วิธีการพยากรณ์การวิเคราะห์การถดถอย

ยิ่งยง แสนเดช (2554) ได้กล่าวว่า $\hat{Y}_t = \beta_0 + \beta_1\hat{Y}_{1,t} + \beta_2\hat{Y}_{2,t} + \ldots + \beta_p\hat{Y}_{p,t} + \varepsilon_t$

โดยที่ $\hat{Y}_t$ แทน ค่าพยากรณ์จากวิธีการพยากรณ์รวม ณ เวลา t

$\hat{Y}_{1,t}$ แทน ค่าพยากรณ์เดี่ยวจากวิธีการพยากรณ์ที่ 1 ณ เวลา t

$\hat{Y}_{2,t}$ แทน ค่าพยากรณ์เดี่ยวจากวิธีการพยากรณ์ที่ 2 ณ เวลา t

$\hat{Y}_{p,t}$ แทน ค่าพยากรณ์เดี่ยวจากวิธีการพยากรณ์ที่ p ณ เวลา t

$b_0, b_1, b_2, \ldots, b_p$ แทน สัมประสิทธิ์การถดถอย

e_t แทน ความผิดพลาดสุ่ม ณ เวลา t

การทดสอบความเหมาะสมของรูปแบบ

1. การทดสอบแบบ F เป็นการทดสอบว่ามีอย่างน้อยหนึ่งตัวแปรอิสระมีส่วนในการอธิบายความผันแปรของตัวแปรตาม โดยการใช้ตัวสถิติทดสอบ F

2. การทดสอบพารามิเตอร์ เป็นการทดสอบว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีส่วนในการอธิบายความผันแปรของตัวแปรตาม หรือไม่ โดยใช้ตัวสถิติทดสอบ t

3. การทดสอบสหสัมพันธ์ในตัวเองจะใช้ Durbin-Watson Test เป็นวิธีการทดสอบสหสัมพันธ์ในตัวเองของค่าความคลาดเคลื่อนในช่วงเวลาที่ห่างกัน 1 ช่วง

เกณฑ์ที่ใช้เปรียบเทียบความสามารถของวิธีการพยากรณ์

จินตพร หนิ้วอินปั๋น (2555) ได้กล่าวว่า

ตารางที่ 2 ค่าวัดความคลาดเคลื่อนของวิธีการพยากรณ์

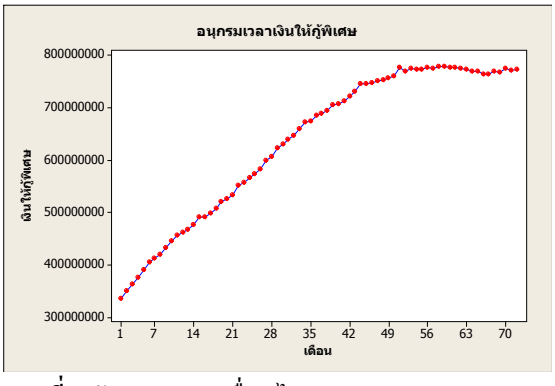
ค่าวัดความคลาดเคลื่อน	สมการพยากรณ์	เงื่อนไข
1. ค่าเบี่ยงเบนสัมบูรณ์เฉลี่ย (Mean Absolute Deviation: MAD)	$MAD = \frac{1}{n}\sum_{t=1}^{n}\lvert e_t\rvert$ $= \frac{1}{n}\sum_{t=1}^{n}\lvert Y_t - \hat{Y}_t(h)\rvert$	โดยที่ e_t เป็น ผลต่างของค่าจริงกับค่าพยากรณ์ ณ เวลา t Y_t เป็น ค่าจริง ณ เวลา t $\hat{Y}_t(h)$ เป็น ค่าพยากรณ์ h ช่วงเวลาล่วงหน้า ณ เวลา t n เป็น ขนาดของอนุกรมเวลา
2. ค่าความคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ย (Mean Square Error: MSE)	$MSE = \frac{1}{n}\sum_{t=1}^{n} e_t^2$ $= \frac{1}{n}\sum_{t=1}^{n}(Y_t - \hat{Y}_t(h))^2$	
3. เปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนสัมบูรณ์เฉลี่ย (Mean Absolute Percentage Error: MAPE)	$MAPE = \frac{1}{n}\sum_{t=1}^{n}\left\lvert\frac{e_t}{Y_t}\right\rvert$ ด 100 $= \frac{1}{n}\sum_{t=1}^{n}\left\lvert\frac{Y_t - \hat{Y}_t(h)}{Y_t}\right\rvert$ ด 100	

ผลการวิจัย

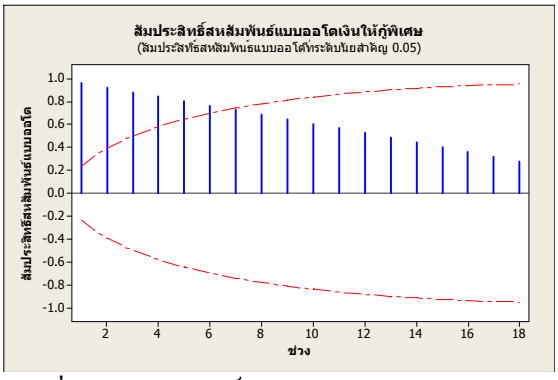
ลักษณะของข้อมูลอนุกรมเวลาเงินให้กู้พิเศษ

จากการพล็อตกราฟ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเวลา และเงินให้กู้พิเศษ แสดงได้ดังภาพที่ 1 และแผนภาพค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบออโต (Autocorrelation Function) เพื่อแสดงถึงการสังเกตลักษณะทางฤดูกาล สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าอนุกรมเวลาเงินให้กู้พิเศษ 72 เดือน มีลักษณะการเคลื่อนไหวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและมีการกระจายของข้อมูลไม่สม่ำเสมอ ดังนั้นอนุกรมเวลาเงินให้กู้พิเศษน่าจะมีความแปรปรวนไม่คงที่ และเมื่อพิจารณาจากแผนภาพค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบออโตพบว่า ฟังก์ชั่นสหสัมพันธ์ในตัวเองมีค่ามาก และ เป็นบวก เมื่อช่วงมีค่าน้อย และ ค่อยๆ ลดลง เมื่อช่วงมีค่าเพิ่มขึ้น แสดงว่า อนุกรมเวลาเงิน

ให้กู้พิเศษ เป็นอนุกรมเวลาที่ไม่เป็น สเตชันนารี (Nonstationary Series) มีลักษณะการเคลื่อนไหวที่มีแนวโน้ม และไม่มีฤดูกาล



ภาพที่ 1 ลักษณะการเคลื่อนไหวของอนุกรมเวลาเงินให้กู้พิเศษ 72 เดือน



ภาพที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบออโตของอนุกรมเวลาเงินให้กู้พิเศษ72 เดือน

การวิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลา

1. วิธีเฉลี่ยเคลื่อนที่สองครั้ง

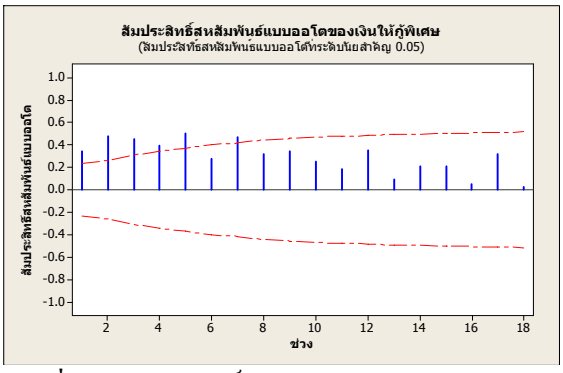
จากการวิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลาเงินให้กู้พิเศษ พบว่า ค่าความคลาดเคลื่อนต่ำที่สุด คือ MSE = 2.94 x 10^{13}

2. วิธีปรับให้เรียบแบบเอ็กซ์โพเนนเชียล 2 ครั้งตามแบบโฮลท์

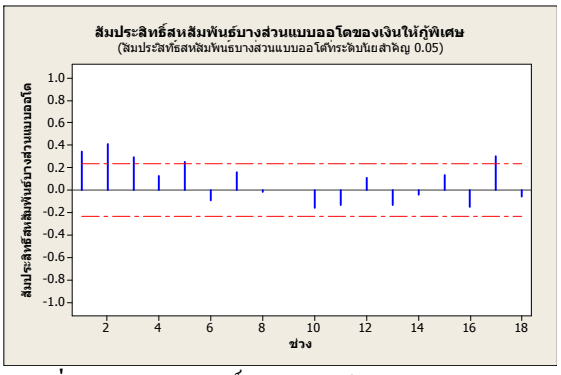
จะกำหนดค่า Alpha และ Gamma ที่เหมาะสม ซึ่งจะต้องมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 แล้วเลือกค่าที่ให้ค่า MSE ต่ำที่สุด ซึ่งค่าที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลาเงินให้กู้พิเศษ Alpha และ Gamma ที่เหมาะสม คือ Alpha = 1.00000 และ Gamma = 0.07835 ให้ค่าความคลาดเคลื่อนต่ำที่สุด คือ MSE = 1.06 x 10^{14}

3. วิธีบอกซ์– เจนกินส์

จากการศึกษา พบว่า เป็นอนุกรมเวลาที่ไม่เป็นสเตชันนารี จึงทำการแปลงอนุกรมเวลาให้เป็นอนุกรมเวลาที่เป็นสเตชันนารี ด้วยการกำจัดอิทธิพลของแนวโน้ม โดยการหาผลต่าง จะทำให้ได้ลักษณะข้อมูลที่มีความนิ่ง



ภาพที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบออโตของอนุกรมเวลาเงินให้กู้พิเศษที่แปลงอนุกรมเวลาด้วยการหาผลต่าง



ภาพที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์บางส่วนแบบ

ออโตของอนุกรมเวลาเงินให้กู้พิเศษที่แปลง อนุกรมเวลาด้วยการหาผลต่าง

จากการพิจารณากราฟที่แปลงอนุกรมเวลาด้วยการหาผลต่างให้เป็นอนุกรมเวลาที่เป็นสเตชันนารี พบว่า มีรูปแบบที่เหมาะสมหลายรูปแบบ แต่จะเลือกรูปแบบที่ค่าความคลาดเคลื่อนต่ำที่สุด (MSE = 2.11 x 10^{13}) ซึ่งจากผลการวิเคราะห์รูปแบบที่เหมาะสมกับอนุกรมเวลาเงินให้กู้พิเศษ 72 เดือน คือ ARIMA (0,2,2) สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ในรูปของ backward operator ได้ดังนี้(สมเกียรติ เกตุเอี่ยม, 2548) $(1-B)^2 Y_t = q_0 + (1-q_1 B - q_2 B^2)e_t$

ซึ่งรูปแบบดังกล่าว ไม่มีค่าคงที่ (q_0) ค่าประมาณพารามิเตอร์จากรูปแบบ ARIMA (0,2,2) แสดงผลได้ดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าประมาณพารามิเตอร์จากรูปแบบARIMA (0,2,2)

พารามิเตอร์	ค่าประมาณ	SE	T	P
q_1	1.1049	0.1154	9.57	0.000
q_2	-0.3144	0.1190	-2.64	0.010

ค่าประมาณพารามิเตอร์ q_1 = 1.1049 และ q_2 = -0.3144 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ในรูปของ backward operator ได้ดังนี้

$$(1-B)^2 Y_t = (1-q_1 B - q_2 B^2)e_t$$

$$Y_t - Y_{t-2} = (1-1.1049B + 0.3144B^2)e_t$$

$$Y_t - Y_{t-2} = e_t - 1.1049e_{t-1} + 0.3144e_{t-2}$$

การตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบ โดยการทดสอบพารามิเตอร์ในรูปแบบว่าเท่ากับ 0 หรือไม่ โดยใช้การทดสอบ t ภายใต้สมมติฐาน $H_0: q_1 = 0$ และ $H_1: q_1 \neq 0$, $H_0: q_2 = 0$ และ $H_1: q_2 \neq 0$ เมื่อ q_1 และ q_2 เป็นพารามิเตอร์ ผลการทดสอบ พบว่า การทดสอบ q_1 ได้ค่า t = 9.57 (P – Valve = 0.000) และ q_2 ได้ค่า t = -2.64 (P – Valve = 0.010) เนื่องจาก ค่า P-Value = 0.000 และ 0.010 มีค่าน้อยกว่า ค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่า q_1 และ q_2 มีค่าไม่เท่ากับ 0 (ทรงศิริ แต้สมบัติ, 2549) พารามิเตอร์ q_1 = 1.1049 และ q_2 = -0.3144 สามารถอยู่ในสมการได้ ดังนั้น รูปแบบ ARIMA (0,2,2) ที่กำหนดขึ้นมีความเหมาะสม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4. วิธีพยากรณ์รวมโดยให้น้ำหนักของแต่ละวิธีเท่ากัน และ5. วิธีพยากรณ์รวมโดยให้น้ำหนักแตกต่างกัน

ตารางที่ 4 สรุปการพยากรณ์รวมโดยให้น้ำหนักแต่ละวิธีเท่ากัน และ วิธีพยากรณ์รวมโดยให้น้ำหนักแตกต่างกัน

เงินให้กู้พิเศษ	MSE	
	วิธีพยากรณ์รวมโดยให้น้ำหนักของแต่ละวิธีเท่ากัน	วิธีพยากรณ์รวมโดยให้น้ำหนักแตกต่างกัน
DMA, Holt	2.48 x 10^{13}	2.62 x 10^{13}
DMA, Box –Jenkins	2.28 x 10^{13}	2.22 x 10^{13}
Holt, Box –Jenkins	2.22 x 10^{13}	2.03 x 10^{13}
DMA, Holt, Box – Jenkins	2.21 x 10^{13}	2.18 x 10^{13}

จากตารางที่ 4 การพยากรณ์รวมโดยให้น้ำหนักแต่ละวิธีเท่ากัน สามารถสรุปได้ว่า วิธีที่ให้ค่า MSE น้อยที่สุด คือ วิธีการพยากรณ์รวมโดยใช้วิธีเฉลี่ยเคลื่อนที่สองครั้ง, วิธีปรับให้เรียบแบบเอ็กซ์โพเนนเชียลของโฮลท์ และ วิธีบอกซ์ – เจนกินส์ MSE = 2.21×10^{13}

และ จากตารางที่ 4 การพยากรณ์รวมโดยให้น้ำหนักแตกต่างกัน สามารถสรุปได้ว่า วิธีที่ให้ค่า MSE น้อยที่สุด คือ วิธีการพยากรณ์รวมโดยใช้วิธีปรับให้เรียบแบบ เอ็กซ์โพเนนเชียลของโฮลท์ และ วิธีบอกซ์ – เจนกินส์ MSE = 2.03×10^{13}

6. วิธีพยากรณ์รวมโดยการวิเคราะห์การถดถอย

พบว่า มีวิธีการพยากรณ์เดี่ยวอย่างน้อย 1 วิธี ที่สามารถอธิบายปริมาณเงินให้กู้พิเศษได้ และ จากการทดสอบพารามิเตอร์ในตัวแบบที่ใช้วิธีการพยากรณ์เดี่ยวแบบเฉลี่ยเคลื่อนที่สองครั้ง และ วิธีการพยากรณ์เดี่ยวแบบเอ็กซ์โพ เนนเชียล 2 ครั้งตามแบบโฮลท์ มีค่าไม่เท่ากับ 0 และ จากการตรวจสอบความเหมาะสมของตัวแบบโดยใช้สถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 2.27683 เปรียบเทียบกับค่าสถิติ Durbin-Watson จากตาราง พบว่า การพยากรณ์รวมโดยใช้วิธีเฉลี่ยเคลื่อนที่สองครั้ง และ วิธีปรับให้เรียบแบบเอ็กซ์โพเนนเชียล 2 ครั้งตามแบบโฮลท์ ค่าความคลาดเคลื่อนไม่มีสหสัมพันธ์กันในตัวเอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 MSE = 2.51×10^{13} ตัวแบบ การพยากรณ์รวมที่ได้ คือ

$$\hat{Y}_t = 0.4857\hat{Y}_{DMA,t} + 0.5133\hat{Y}_{Holt,t}$$

โดยที่ $\hat{Y}_t$ แทน ค่าพยากรณ์ปริมาณเงินให้กู้พิเศษ ณ เวลา t

$\hat{Y}_{DMA,t}$ แทน ค่าพยากรณ์เดี่ยวแบบเฉลี่ยเคลื่อนที่สองครั้ง ณ เวลา t

$\hat{Y}_{Holt,t}$ แทน ค่าพยากรณ์เดี่ยวแบบปรับให้เรียบแบบเอ็กซ์โพเนนเชียล 2 ครั้งตาม แบบโฮลท์ ณ เวลา t

เปรียบเทียบวิธีการพยากรณ์

สรุปความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์เดี่ยวและการพยากรณ์รวม พบว่า เงินให้กู้พิเศษ วิธีการพยากรณ์ที่เหมาะสมที่สุด คือ วิธีพยากรณ์รวมโดยให้น้ำหนักแตกต่างกัน สมการพยากรณ์ คือ

$$\hat{Y}_t = 0.17\hat{Y}_{Holt,t} + 0.83\hat{Y}_{Box\text{-}Jenkins,t} \quad MSE = 2.03 \times 10^{13}$$

จากนั้นใช้วิธีการพยากรณ์รวมโดยให้น้ำหนักแตกต่างกันนั้น ทำการพยากรณ์ล่วงหน้า 12 เดือน

ตารางที่ 5 การพยากรณ์ปริมาณเงินให้กู้พิเศษ

ปี 2555	ค่าจริง	ค่าพยากรณ์	ปี 2555	ค่าจริง	ค่าพยากรณ์
มกราคม	775,838,577.37	772,821,152.66	กรกฎาคม	789,443,991.16	778,069,486.81
กุมภาพันธ์	779,368,529.23	773,695,875.02	สิงหาคม	789,821,438.12	778,944,209.17
มีนาคม	787,054,569.08	774,570,597.38	กันยายน	780,823,043.07	779,818,931.53
เมษายน	788,434,763.10	775,445,319.74	ตุลาคม	787,517,472.34	780,693,653.89
พฤษภาคม	802,019,976.89	776,320,042.10	พฤศจิกายน	797,409,117.51	781,568,376.25
มิถุนายน	796,326,339.47	777,194,764.46	ธันวาคม	808,752,505.89	782,443,098.60

จากตารางที่ 5 การพยากรณ์ปริมาณเงินให้กู้พิเศษ นำมาเปรียบเทียบความถูกต้องของการพยากรณ์ล่วงหน้า 6 เดือน และ 12 เดือน ว่าช่วงระยะเวลาใดเหมาะสม โดยการหาผลต่างระหว่างค่าพยากรณ์ล่วงหน้ากับ

ข้อมูลจริงในส่วนที่ 2 ตั้งแต่เดือน มกราคม 2555 ถึง เดือน ธันวาคม 2555 โดยการเปรียบเทียบค่า MSD MAPE และ MSE ที่ต่ำสุด พบว่า เงินให้กู้พิเศษ ช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมที่สุด คือ ช่วงระยะเวลา 12 เดือน โดยมีค่า MSD = 12,602,067.97, MAPE = 1.584168640 และ MSE = 2.19×10^{14}

สรุปและอภิปรายผล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผลการศึกษา พบว่า วิธีพยากรณ์รวมโดยให้น้ำหนักแตกต่างกัน เป็นวิธีการพยากรณ์ที่เหมาะสมที่สุด และเมื่อนำรูปแบบที่เหมาะสมที่สุดมาพยากรณ์ล่วงหน้า12 เดือน ผลของการศึกษา พบว่า 12 เดือนเป็นช่วงเวลาการพยากรณ์ที่เหมาะสมสำหรับเงินให้กู้พิเศษ

ข้อเสนอแนะ

1. การพยากรณ์ด้วยวิธีต่าง ๆ เหมาะสมกับการนำไปใช้พยากรณ์ล่วงหน้าได้จริง แต่เหมาะสมกับการพยากรณ์ล่วงหน้าในระยะเวลาไม่นานนัก จะต้องเก็บข้อมูลเพิ่มเติม และพัฒนาแบบจำลองต่อไป

บรรณานุกรม

จินตพร หนิ้วอินปั๋น. 2555. “การเปรียบเทียบวิธีการพยากรณ์ 4 วิธี สำหรับความต้องการพลังไฟฟ้าสูงสุดในประเทศไทย.” ในเอกสาร **โครงการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัย ระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 14**, หน้า 281 – 290. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ทรงศิริ แต้สมบัติ. 2549. **การพยากรณ์เชิงปริมาณ.** กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาสถิติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พจนา สุนทโร. 2548. “รูปแบบการพยากรณ์การออมทรัพย์และการกู้ยืม: กรณีศึกษาสหกรณ์การเกษตรหาดใหญ่ จำกัด อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาสถิติ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ยิ่งยง แสนเดช. 2554. “การศึกษาตัวแบบการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็ง.” **วารสารมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี)**, 3, 2: 32 - 44.

สมเกียรติ เกตุเอี่ยม. 2548. **เทคนิคการพยากรณ์.** สงขลา: ภารกิจเอกสารและตำรา กลุ่มงานบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยทักษิณ.

สหกรณ์ออมทรัพย์กรมป่าไม้ จำกัด. 2556. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2556, จาก http://www.025798899.com/2011/index.php

สุพล ดุรงค์วัฒนา. 2537. **การพยากรณ์ทางธุรกิจ.** กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Bowerman, B.L. O’ Connell, Richard T., and Koehler, Anne B. (2005). **Forecasting, time series, and regression : an applied approach.** 4th ed. The United States of America: Thomson Brooks.

การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาโลจิสติกส์โซ่อุปทานไทย ตามแนวพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช

THE SYNTHESIS OF THE RESEARCHES ON LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN OF THAILAND FROM THE ROYAL SPEECH OF HIS MAJESTY, BHUMIBOL ADULYADEJ THE GREAT

ณัฐพนธ์ เกษสาคร

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา 1061 ถนนอิสรภาพ เขตธนบุรี กรุงเทพ 10600

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์งานวิจัยด้านการพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทานให้ยั่งยืนตามแนวพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ข้อมูลที่ใช้สังเคราะห์มาจากแผนยุทธศาสตร์โลจิสติกส์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 และฉบับที่ 2 ปี พ.ศ. 2550-2560 งานวิจัยที่ได้รับทุนวิจัยที่ได้รับทุน สกว. จำนวน 5 เรื่อง งานวิจัยด้านเศรษฐกิจพอเพียง 8 เรื่อง งานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารต่างประเทศ 30 ฉบับ ตามลำดับ เครื่องมือในการวิจัย คือแบบบันทึกข้อมูล 2 ชุด ทำการสังเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธีวิเคราะห์อภิมาน และ การทำแผนที่ความคิด ผลการวิจัยพบว่า แนวคิดด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในปัจจุบันทั้งต่างประเทศและของประเทศไทยมุ่งการแข่งขันเพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก โดยทุกกิจกรรมในองค์กรมุ่งสู่ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล การทำกำไร และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้โซ่อุปทาน จึงเป็นการสร้างต้นทุนที่ไม่จำเป็นให้ลูกค้า ไม่ได้เป็นการสร้างคุณค่าที่แท้จริง การแข่งขันที่มุ่งเอาชนะไม่คำถึงรูปแบบ วิธีการและป้องกันผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นกับสมาชิกในโซ่อุปทาน สมาชิกเหล่านั้นถูกเอาเปรียบ และการทำลายทรัพยากร ซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบของโซ่อุปทานเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง งานวิจัยนี้มุ่งพัฒนาด้วยปรัชญาที่เรียกว่า “โลจิสติกส์โซ่อุปทานอภิมาน” เน้นการพัฒนาจากส่วนที่เล็กที่สุดและเป็นข้อต่อที่เปราะบางที่สุดในสายโซ่ คือ คน หรือทรัพยากรบุคคล ทิศทางการพัฒนาตามแนวพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเรื่อง “เรียนความรู้ เรียนความดี เรียนทำงานเป็น” สามารถสร้างโซ่คุณค่า “แท้จริง”ใหม่ ที่นำไปสู่ความยั่งยืนของการพัฒนาโลจิสติกส์ และโซ่อุปทานของประเทศไทย

คำสำคัญ: การสังเคราะห์งานวิจัย, โลจิสติกส์โซ่อุปทานอภิมาน, โซ่คุณค่าแท้จริง,การพัฒนาอย่างยั่งยืน

ABSTRACT

The objective of this research is to synthesize some researches on logistics and supply chain for sustainable development from the royal speech of His Majesty, Bhumobol Adulyadej the Great. The data used to synthesize were from the first and the second National Strategic Plan on Logistics (2007 – 2017), the eight researches on sufficiency economy, the thirty published International models respectively.The synthetic methodology used the two sets of data collection with Meta analysis and the concept of Mind Mapping. The result of this study found that the International and Thailand concepts of logistics and supply chain emphasize the competition for responding to the customer's demand. All transactions of their organizations emphasize proficiency, efficiency, profit making, and the value-added making in their supply chains. The value-added making of the Supply Chain causes the cost increasing which is not necessary for customers. It is not the "real" value.The competition emphasizes the winning without patterns, methods, and protection against negative impacts which influence the members in the supply chain. The members were taken advantage and the natural resources of countries, which are the raw material of the supply chain, were damaged continuously. This study on the supply chain development with the philosophy, which the author calls "Meta Logistics and Supply Chain", emphasizes the smallest and the weakest part of the supply chain, human being or human resource. The development direction from the royal speech of His Majesty, Bhumibal Adulyadej: "Learn knowledge", "Learn about goodness", and "Learn to work successfully", can create the **new "real" value chain** which leads to the sustainability of the development of logistics and supply chain of Thailand.

KEYWORDS: Research Synthesis**,** Meta Logistics and Supply Chain**,** Real value chain**,** sustainable development

บทนำ

การพัฒนากิจกรรมด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในประเทศไทยอาศัยแผนยุทธศาสตร์พัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาปัจจัยต่างๆ ทั้งที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ ระบบการผลิต การบริการ ธุรกิจ ข้อกำหนดเชิงองค์กร สถาบันกฎหมายและระเบียบปฏิบัติ รวมทั้งกระบวนการการให้บริการ ส่งเสริมและกำกับดูแลของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนให้กระบวนการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บ การรวบรวม การกระจายสินค้า วัตถุดิบ ชิ้นส่วนประกอบ และการบริการ และการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการมีประสิทธิภาพ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เพื่อลดต้นทุน เพิ่มผลิตภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ ปัจจุบันเป็นฉบับที่2 (พ.ศ.2556-2560) โดยเป็นแผนที่สืบเนื่องจากฉบับที่1(พ.ศ.2550-2554) ที่มุ่งพัฒนาภายใต้ยุทธศาสตร์ 5 ด้าน คือ 1.การปรับปรุงประสิทธิภาพโลจิสติกส์ในการผลิต 2.การเพิ่มประสิทธิภาพระบบขนส่งและโลจิสติกส์ 3.การพัฒนาธุรกิจโลจิสติกส์ 4.การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า 5.การพัฒนาข้อมูลกลไกขับเคลื่อนทางยุทธศาสตร์ จัดทำโดย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนา

ระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของประเทศไทยให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีเอกภาพโดยเนื้อหาของแผนยุทธศาสตร์พัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยฉบับที่2 เป็นแผนที่มุ่งพัฒนาการอำนวยความสะดวกทางการค้าและการจัดการโซ่อุปทานเพื่อความสามารถในการแข่งขัน มีภาระกิจหลัก 3 ด้านคือ 1.การสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการไทยในโซ่อุปทาน 2.การยกระดับประสิทธภาพระบบอำนวยความสะดวกทางการค้า 3.การพัฒนาปัจจัยสนับสนุน โดยมีเป้าหมายไปสู่อนาคตที่มั่นคง ยั่งยืนและสมดุล สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่11 (พ.ศ. 2555-2559)และเป็นยุทธศาสตร์การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนปี พ.ศ.2558 โดยผลที่ผ่านมาจากแผนยุทธศาสตร์พัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย ฉบับที่1 พบว่าภาพรวมมีประสิทธิภาพโลจิสติกส์ดีขึ้น แนวโน้มต้นทุนด้านโลจิสติกส์ลดลงจาก ร้อยละ17ของGDP ในปี 2550 เป็นร้อยละ 14.7ของ GDP ในปี 2554 (แผนยุทธศาสตร์พัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยฉบับที่2,2556) โดยผู้ประกอบการเอกชน กลุ่มอุตสาหกรรม ต่างๆมีบทบาทในการเพิ่มประสิทธิภาพรวม ส่วนภาคการเกษตรซึ่งเป็นพื้นฐานที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติหลักของประเทศนั้น กลับพบปัญหา คือ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจจากโซ่คุณค่า(Value chain)ได้เพียงร้อยละ25 เท่านั้น นอกจากนั้นปัญหาที่สืบเนื่องมาถึงแผนยุทธศาสตร์พัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยฉบับที่2 ยังพบปัญหาด้านกำลังคน ซึ่งขาดแรงงานที่มีความรู้ความสามารถ คุณภาพ สำหรับการป้อนเข้าสู่สถานประกอบการ และเป็นปัญหาที่เป็นหนึ่งในประเด็นยุทธศาสตร์หลักที่ถูกกำหนดเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน

จากเหตุผลที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าแผนยุทธศาสตร์พัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย นั้นเป็นกลไกที่จะพัฒนาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของประเทศ นอกจากนี้เนื้อหา แนวคิดและนิยามต่างๆที่มีอยู่ในแผนนั้น มีอิทธิพลต่อการอ้างอิงเพื่อพัฒนา โลจิสติกส์และโซ่อุปทานของประเทศสู่เป้าหมายที่ต้องการมุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยยุทธศาสตร์ชาติได้ให้ความหมายการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานไว้ดังนี้ การบริหารจัดการโลจิสติกส์ หมายถึง กระบวนการทำงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการดำเนินการ และควบคุมการทำงานขององค์กร รวมทั้งการบริหารจัดการข้อมูล และธุรกรรมทางการเงินที่เกี่ยวข้อง ให้เกิดการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บ การรวบรวม การกระจาย สินค้า วัตถุดิบ ชิ้นส่วนประกอบ และการบริการ ให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ การจัดการโซ่อุปทาน หมายถึงการบริหารแบบเชิงกลยุทธที่คำนึงถึงความเกี่ยวเนื่องหรือความสัมพันธ์กันแบบบูรณาการ ของหน่วยงานหรือแผนกภายในองค์กรและคู่ค้าที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าหรือซัพพลายเออร์ ในโซ่อุปทานโดยมีจุดประสงค์ที่จะนำส่งสินค้าหรือบริการตามความต้องการของผู้บริโภคให้ดีที่สุดไม่ว่าจะเป็น เรื่องของเวลาราคาหรือคุณภาพโดยบริหารจัดการในเรื่องของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการขององค์กรและคู่ค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลขจัดความล่าช้าในการทำธุรกรรมต่างๆรวมถึงการขจัดปัญหาในการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีผลมาจากระบบการจัดการด้านการเงินไม่มีประสิทธิภาพโดยอาจกล่าวได้ว่าเป็นการบริหารจัดการตั้งแต่ต้นน้ำหรือแหล่งวัตถุดิบในการผลิตชิ้นส่วนต่างๆป้อนเข้าโรงงานจนถึงปลายน้ำหรือมือผู้บริโภค ทั้งนี้ในปัจจุบันถือว่าการบริหารจัดการโลจิสติกส์เป็นกระบวนการย่อยหนึ่งในการจัดการสินค้าและบริการตลอดสายของโซ่อุปทาน จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวกับโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในประเทศไทยในช่วงปี(พ.ศ.2550-2556) และต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับการใช้แผนยุทธศาสตร์พัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย พบว่าหัวข้องานวิจัยส่วนใหญ่ มุ่งการปรับปรุงประสิทธิภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ของโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

ในแต่ละ ผลิตภัณฑ์ (สินค้าและบริการ)ซึ่งในแต่ละผลิตภัณฑ์นั้นย่อมประกอบด้วยกิจกรรมทางโลจิสติกส์และโซ่อุปทานที่แตกต่างกัน ในเชิงปฏิบัติเท่านั้น แต่มีความใกล้เคียงกันในแนวทางทฤษฎี ทั้งนี้การปรับปรุงประสิทธิภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ในแต่ละโซ่อุปทานนั้น ไม่ได้เป็นแนวทางที่สมบูรณ์สำหรับการพัฒนาอย่างยั่งยืน จากการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจพอเพียงและแนวพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช พบว่าเป็นกระบวนทัศน์ที่มีมิติแนวคิด ปรัชญา ในการพัฒนาเศรษฐกิจแบบยั่งยืน สร้างสมดุล และสอดคล้องกับวิถีชีวิต ทรัพยากรธรรมชาติของประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีโครงการต่างๆที่เกิดขึ้นตามแนวพระราชดำรัส ที่สามารถ สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับ ชุมชน สังคม ประเทศ อย่างยั่งยืน สาเหตุที่เลือกสังเคราะห์งานวิจัยทั้งสองประเภทนี้ เนื่องจาก การพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน เป็นการพัฒนาตาม แนวคิด ปรัชญา และนิยามต่างๆ การพัฒนาแบบยั่งยืนนั้น ต้องได้งานวิจัยที่มีเนื้อหาครอบคลุม ทฤษฎี ปรัชญา แนวคิด โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน การพัฒนาแบบยั่งยืน ต้องสามารถนำไปสู่การอธิบายสิ่งที่เป็นจริงได้ เพื่อให้ได้คำตอบที่ชัดเจนที่สุดสำหรับ การสร้างแนวคิด ปรัชญา โลจิสติกส์โซ่อุปทานอภิมาน (Meta Logistics and Supply Chain) โซ่คุณค่าที่แท้จริง(Real value chain) เพื่อการพัฒนาโลจิสติกส์โซ่อุปทานของประเทศไทย

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเอกสาร(Documentary Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์ผลวิจัยสร้างรูปแบบโซ่คุณค่าแท้จริง เพื่อพัฒนาโลจิสติกส์โซ่อุปทานประเทศไทยตามแนวพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช และเพื่อตอบคำถามวิจัย 1 ข้อคือ (1)แนวคิดใน การพัฒนาโลจิสติกส์โซ่อุปทานของประเทศไทยคืออะไร มีความสมบูรณ์มากน้อยเพียงใด หากนำแนวพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราชด้านการพัฒนาการศึกษา คือ เรียนความรู้ เรียนความดี เรียนทำงานเป็น มาเป็นทิศทางการพัฒนา ผลลัพท์ใหม่ จะให้มุมมองอย่างไร

ประชากรคือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน แบบยั่งยืน ด้วยการสืบค้นฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ออนไลน์ของบริษัท UMI ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2010- ค.ศ. 2013 จำนวน 83 เรื่อง แผนยุทธศาสตร์โลจิสติกส์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 และฉบับที่ 2 ปี พ.ศ. 2550-พ.ศ.2560 งานวิจัยที่ได้รับทุนวิจัยที่ได้รับทุน สกอ. จำนวน 5 เรื่อง งานวิจัยด้านเศรษฐกิจพอเพียง 10 เรื่อง ตัวแบบและกรอบความคิดที่ตีพิมพ์ในวารสารต่างประเทศ 10 ตัวแบบ และ 5 กรอบ โดยผู้วิจัยคัดเลือกงานวิจัยตามเกณฑ์งานวิจัยที่ดีมาจำนวน 45 เรื่อง

แบบแผนของการวิจัยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ(Qualitative Analysis)โดยใช้การวิเคราะห์อภิมาน(Meta Analysis)ผู้วิจัยดำเนินการสังเคราะห์จากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 แหล่ง คือ 1.ฐานข้อมูลงานวิจัยโดยใช้คำสืบค้นว่า "โลจิสติกส์" และ "โซ่อุปทาน"ฐานข้อมูลของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.)(elibrary.trf.or.th) และ (2) ฐานข้อมูลของศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจพอเพียง(Center of the Study of Sufficency Economy)(cse.nida.ac.th)(3)ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ออนไลน์ของบริษัท UMI ซึ่งประกอบด้วยฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ทุกสาขาวิชา ในระดับปริญญาโทและปริญญาเอก โดยมีฐานข้อมูลบรรณานุกรม ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1861 ฐานข้อมูลสาระสังเขป ตั้งแต่ ปี ค.ศ. 1981 และมีข้อมูลเพิ่มเติม ตั้งแต่ ค.ศ. 1997 ถึงปัจจุบัน (4)แหล่งข้อมูลอื่นที่สามารถสืบค้นได้นอกเหนือจากฐานข้อมูลวิจัยออนไลน์ เช่น ตำราที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ประสบการณ์ของผู้วิจัย ที่เป็นอาจารย์สอนสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะกรรมการโลจิ

สติกส์การค้าสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในสายวิชาชีพด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานบางท่าน

เครื่องมือวิจัย คือ ใช้แบบบันทึกข้อมูลจากงานวิจัยเรื่องSupply chain management: a structured literature review and implications for future research (Kevin Burgess, Prakash J. Singh and Rana Koroglu. 2006.) จำนวน 2 ชุด โดยชุดที่ 1 มีประเด็นการเก็บข้อมูล4 รายการ (1) รายละเอียดโดยย่อของงานวิจัย(ได้แก่ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้วิจัย ปีที่ทำวิจัย คำสำคัญและผลการวิจัย) (2) แบบแผนของการวิจัย (3)กรอบความคิดในการพัฒนาโลจิสติกส์โซ่อุปทาน (4)ปัจจัยความสำเร็จการพัฒนาโลจิสติกส์โซ่อุปทานแบบยั่งยืน ชุดที่ 2 มีประเด็นการเก็บข้อมูล4 รายการ (1) รายละเอียดโดยย่อของงานวิจัย(ได้แก่ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้วิจัย ปีที่ทำวิจัย คำสำคัญและผลการวิจัย) (2) แบบแผนของการวิจัย (3)กรอบความคิดในการพัฒนาโครงการตามแนวพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช(4)ปัจจัยความสำเร็จการพัฒนาแบบยั่งยืน

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งผู้วิจัยทำตารางตรวจสอบข้อมูลจัดกลุ่มงานวิจัยที่คล้ายกัน จัดกลุ่มคำสำคัญในงานวิจัย จำแนกข้อมูล หาความสัมพันธ์ จากความถี่และร้อยละ ทำการสังเคราะห์ด้วย**ผังมโนภาพ** หรือ **แผนที่ความคิด** (mind map)เพื่อหาข้อค้นพบใหม่

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาในประเด็น กรอบความคิดใน การพัฒนาโลจิสติกส์โซ่อุปทานของประเทศไทยตามแนวพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช พบว่าระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในไทยมีมานานแล้ว เนื่องจากประเทศไทยมีพื้นฐานการผลิตจากการเกษตรซึ่งเป็นการผลิตขั้นปฐมภูมิ หรือเป็นต้นน้ำในโซ่อุปทาน โดยปัจจุบันแนวคิดในการพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทานไทย มีความสอดคล้องกับการพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในงานวิจัยต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นที่การสร้างประสิทธิภาพ ประสิทธิผลในการดำเนินงาน ลดต้นทุนและสร้างกำไร การตอบสนองความต้องการของลูกค้า และจากศึกษาพบอีกว่า การพัฒนาแบบยั่งยืนนั้น มีกรอบแนวคิดหลายรูปแบบ ซึ่งสังเคราะห์มาจากงานวิจัยต่างๆ โดยมีปัจจัยการพัฒนาดังการพัฒนาข้างต้น และ เพิ่มความสัมพันธ์ของสิ่งแวดล้อมเข้ามา นอกจากนี้ทิศทางใน การพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทานนั้นมีหลากหลาย เนื่องจาก รูปแบบ วิธีคิด จะแตกต่างและขึ้นอยู่กับแต่ละผลิตภัณฑ์ ซึ่งงานวิจัยนี้มุ่งหาข้อค้นใหม่ที่จะเป็นแนวทางในการพัฒนาได้ไม่จำกัดผลิตภัณฑ์ในโซ่อุปทาน

ในขณะที่โซ่อุปทานของ 1 ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยจำนวนองค์กรธุรกิจ เป็นจำนวนมาก ซึ่งในทุกองค์กรล้วนมีต้นทุน และในทุกองค์กรต้องการกำไร การที่ในแต่ละธุรกิจมีความรู้ความสามารถจำกัด จึงเป็นผลให้เกิดการเพิ่มจำนวนองค์กรเพื่อรองรับการตอบสนองลูกค้าในโซ่อุปทาน ส่งผลให้ต้นทุนผลิตภัณฑ์สูงขึ้น การทำให้กำไรมากขึ้น เพื่อทำให้แต่ละองค์กรในโซ่อุปทานอยู่รอด โดยวิธีการที่สามารถทำได้คือ (1) เพิ่มราคาขายโดย เพิ่ม มูลค่าทางเศรษฐกิจ (Value added) (2) ลดต้นทุน ของกระบวนการต่างๆ โดยการเพิ่มประสิทธิภาพของงาน ใน มิติของ เวลา คุณภาพ และต้นทุน (3) เพิ่มยอดขายโดยใช้ กระบวนการทางตลาดและโลจิสติกส์ จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อนโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในมิติที่เล็กที่สุด คือ ปรัชญา แนวคิด ที่ส่งผลต่อ ผู้นำ ผู้ปฏิบัติในแต่ละองค์กร ให้ขับเคลื่อนองค์กรจนส่งผลกระทบ ไปจนถึง โลจิสติกส์และโซ่อุปทานของประเทศ และเมื่อนำมาพิจารณาร่วมกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจพอเพียงซึ่ง ให้ความสำคัญกับ ความ

ยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ หรือมองความอยู่รอดของธุรกิจในระยะยาว มากกว่าการมุ่งทำผลกำไรในระยะสั้นโดยยึดหลักตามแนวพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งเน้น การพัฒนาจากการสร้างพื้นฐาน จากหน่วยเล็กที่สุดของสังคม คือทรงมุ่งพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อต้องการให้ประชาชนสามารถพึ่งตนเองได้ ทรงใช้คำว่า **"ระเบิดจากข้างใน"**(พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว อ้างใน สุเมธ ตันติเวชกุล[1] 2554) คือ ทำให้ประชาชนมีความพร้อม มีกินมีใช้ มีความเข้มแข็ง พร้อมทั้งความคิดความสามัคคี ซึ่งจะเป็นรากฐานที่ขยายผลต่อไปในการสร้างความเจริญให้กับประเทศ และประเด็นที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งคือการสร้างความเจริญของประชาชนนั้นคือคุณค่า(Value) ซึ่งไม่ได้หมายถึงผลกำไรแต่อย่างเดียว หรือ คุณค่าที่เกิดขึ้นนั้นไม่ได้ถูกส่งไปเฉพาะเพียงลูกค้าแต่เป็นการส่งไปยังทุกองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง กับการดำรงชีวิตของบุคคลทั้งหลายในสังคมนั้นๆ รวมถึงเป็นการรักษาสมดุล ไม่ว่าจะเป็น ด้าน สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ เศรษฐกิจ สังคม ชุมชน ครอบครัว รวมไปถึงความสุขทางใจ การรักษาสมดุลดังกล่าว เป็นการสร้างคุณค่าและแลกเปลี่ยนคุณค่ากับสิ่งแวดล้อมตามกฎธรรมชาติในระบบนิเวศ ในวันที่ 26 กรกฎาคม 2556 พลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์ ได้ให้สัมภาษณ์ ถึง แนวทางแก้ไขการศึกษาของชาติ โดยยกพระราชดำรัส ของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมานำเสนอเพื่อให้สื่อมวลชนได้ทราบ โดยสรุปอย่างย่อคือ ในด้านของผู้เรียน จำเป็นต้องพัฒนา 3 ด้าน คือ เรียนความรู้ เรียนความดี และเรียนทำงานเป็น (พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว อ้างใน สุรยุทธ จุลานนท์[2] 2556) ซึ่งแนวทางทั้ง 3 ก่อให้เกิดสร้างกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ และเป็นรากฐานของการพัฒนาในทุกด้าน หากทุกงานที่ทุกคนทำประกอบด้วยความรู้ ความดี ทำงานเป็น(ทำงานแล้วมีกินมีใช้ ไม่ยากจน พึ่งพาตนเองได้) กิจกรรมหรืองานนั้นจะเป็นงานให้คุณค่าและยั่งยืนต่อไปในอนาคต ดังเช่นโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริที่มีกว่า 4,000 โครงการ ทุกโครงการ สร้างคุณค่าที่สำคัญ คือ สร้างประโยชน์สุขให้กับประชาชนชาวไทย ดังในพระปฐมบรมราชโองการ ณ พระที่นั่งไพศาลทักษิณ เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม พ.ศ. 2493 ว่า **"เราจะครองแผ่นดินโดยธรรม เพื่อประโยชน์สุขแห่งมหาชนชาวสยาม"** จากการสังเคราะห์งานวิจัยทั้งหมดพบว่า แนวพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เป็นกระบวนทัศน์(paradigm) ของการพัฒนาความเจริญที่คำนึงถึงทุกมิติ ทุกบริบทในสังคม และสามารถ นำมาปรับกระบวนทัศน์ สร้างกรอบแนวคิดใหม่ ของการพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ของประเทศไทยซึ่ง นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนโดยแนวคิดปรัชญา ที่ผู้วิจัยเรียกว่า **โลจิสติกส์โซ่อุปทานอภิมาน**(Meta Logistics and Supply chain) ที่ยึดหลักการพัฒนาคุณค่า จากองค์ประกอบที่เล็กที่สุดในโซ่อุปทาน คือ คน หรือทรัพยากรมนุษย์ ตามแนวพระราชดำรัส **"ระเบิดจากภายใน"**และ **สร้างโซ่คุณค่าแท้จริง**(Real value chain)ซึ่งเชื่อมต่อด้วยการส่งคุณค่า(Value)ที่หมายถึง **ประโยชน์สุข** ให้กับ ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด รวมถึง ทรัพยากร สิ่งแวดล้อม ชุมชน สังคม ครอบครัว คู่ค้า โดย มีรากฐานมาจาก **ความรู้ ความดี ทำงานเป็น** ของทรัพยากรมนุษย์ของไทย อีกทั้งยังสามารถ**สังเคราะห์** กรอบแนวคิด**โซ่คุณค่าแท้จริง**(Real value chain)ขึ้นได้ โดยมีจุดเริ่มต้นตั้งแต่ จากภายใน

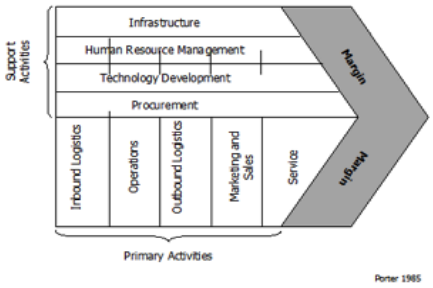
---

[1] cse.nida.ac.th

[2] www.thairath.co.th/content/edu/359310, www.thairath.co.th/content/edu/309838, *www.thairath.co.th/content/edu/358274*

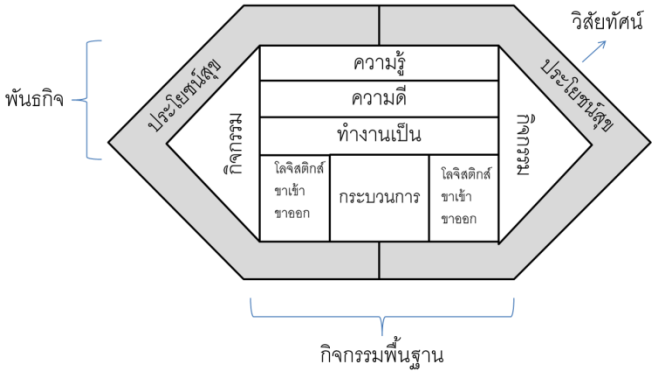
บุคคล และขยายไปถึง วิสัยทัศน์ พันธกิจ องค์กร ซึ่งเป็นหนึ่งในข้อต่อ ของการเชื่อมเป็น **โซ่อุปทานพลวัตร (Dynamic Suply chain)** จนถึง การขยายความสัมพันธ์การแลกเปลี่ยนรับส่งคุณค่าในสภาพจริง ซึ่งในแต่ละหน่วยย่อยในสังคม ล้วนเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับ

คุณค่า ดังภาพประกอบที่ 2-4

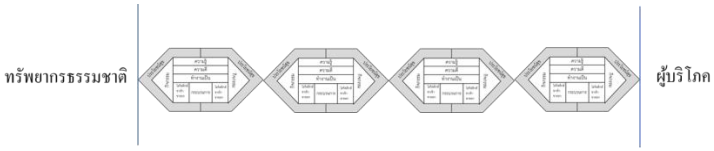


ภาพประกอบที่ 1 : โซ่คุณค่า(Value chain) ของ Michael Porter

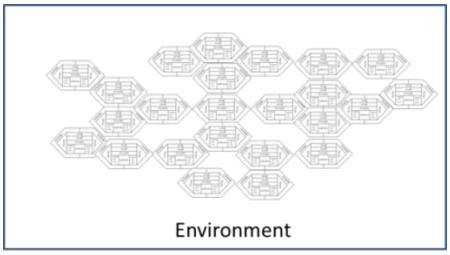
แหล่งที่มา :Porter.1985. Value chain:en.wikipedia.org



ภาพประกอบที่ 2 : **โซ่คุณค่าแท้จริง**(Real value chain)



ภาพประกอบที่ 3:**โซ่อุปทานใหม่** (New Supply chain) **หรือ โซ่อุปทานพลวัตร (Dynamic Supply chain)**



รูปที่ 4 แบบจำลอง ความสัมพันธ์ ของ**โซ่อุปทานพลวัตร (Dynamic Supply chain)**

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบ โซ่คุณค่า และ โซ่คุณค่าแท้จริง

ประเด็นต่างๆ	โซ่คุณค่า	โซ่คุณค่าแท้จริง
	Value chain	Real Value chain
1.คุณค่า(Value)	กำไร (Margin)	ประโยชน์สุข
2.มุ่งตอบสนอง(supply)	ลูกค้า	ทุกมิติที่เกี่ยวข้อง
3.การส่งคุณค่า	ทิศทางเดียว	หลายทิศทาง (ดูรูปที่ 4 ประกอบ)
4.การนำไปใช้งาน	โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน	โลจิสติกส์โซ่อุปทานอภิมาน
5.ผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน	คู่ค้า	All Stakeholders = คนไทยทุกคน
6.การเติบโตทางธุรกิจ	เร็วและก่อความเสียหายเอารัดเอาเปรียบ	เร็วและไม่ก่อความเสียหาย
7.ข้อผูกมัดทางธุรกิจ	สัญญา	สัญญา,ความเชื่อถือ,การไว้วางใจ,สัจจะ+ มิตรภาพและความดี
8.ความสัมพันธ์ในโซ่อุปทาน	ความร่วมมือ	ความสามัคคี
9.การเพิ่มประสิทธิภาพ	เน้นการลดปัจจัยนำเข้า (Input)	ใช้ปัจจัยที่มีอย่างพอเพียงให้เกิดประโยชน์สูงสุด
10.การเพิ่มคุณค่า Value added	การทำกิจกรรม ด้าน การตลาด โลจิสติกส์ เพื่อให้มูลค่าทางเศรษฐกิจสูงขึ้น	มูลค่าทางเศรษฐกิจสูงขึ้นและ ลดค่าใช้จ่ายจากความเสียหาย เช่น การฟ้องร้องเพราะการคดโกง
11.การดำเนินธุรกิจ	ข้อบังคับตามกฎหมาย+ไม่พิจารณาคนคดโกง ใช้ข้อกฎหมายเอาเปรียบคู่ค้า	จรรยาบรรณ,คุณธรรม,กฎหมาย และ ควบคุมคนคดโกงไม่ให้มีอำนาจ
12.การทำการค้าภายในโซ่อุปทาน	กรณีที่มีการคดโกงกันและกันจะเกิดภาวะได้เปรียบเสียเปรียบ= Zero Sum Game	อยู่บนพื้นฐานไม่เบียดเบียนกันและกัน = Win Win Strategy
13.เป้าหมายการทำธุรกิจ	ร่ำรวย	ยั่งยืน
14.สิ่งแวดล้อม	ไม่เห็นคุณค่าสิ่งแวดล้อม	เห็นคุณค่าและอนุรักษ์

อภิปรายผล

การพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทานไทย จำเป็นต้องอาศัยองค์ความรู้ที่เป็นสากลเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของประเทศในทุกมุมมองทุกทิศทาง ซึ่งเป็นการบูรณาการสู่องค์ความรู้ใหม่ที่สามารถสร้างผลสำเร็จในปัจจุบันได้ แต่องค์ความรู้ที่จะพัฒนาสู่ความยั่งยืน เป็นความรู้ที่ต้องอาศัยระยะเวลาในการพิสูจน์ ซึ่งโครงการในพระราชดำริ และแนวพระราชดำรัส ของของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในเรื่องต่าง เป็นบทพิสูจน์ความสำเร็จทั้งผลผลิตและระยะเวลาในการดำเนินโครงการ บนพื้นฐานการบริหารแบบองค์รวม เพื่อความเป็นอยู่ที่มีกินมีใช้มีความสุขของประชาชนไทย และสามารถพัฒนาสู่การสร้างความเจริญของประเทศ การพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในไทย จึงต้องคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีในประเทศสร้างคุณค่า เพราะนี่คือ ต้นน้ำในกระบวนการที่ประเทศมี การพัฒนาให้สู่ความยั่งยืนจึงต้องพัฒนาที่คน หรือ ประชาชน ให้สามารถสร้างคุณค่าออกมาสู่ระบบโซ่อุปทานของประเทศ คุณค่าดังกล่าวที่สร้างจะมีการส่งต่อไปได้ทุกทิศทาง เนื่องจากทุกระบบถูกเชื่อมต่อด้วย **คน** คำว่า ประโยชน์ จึงไม่ได้หมายถึงแค่กำไรที่ครอบคลุมทุกทฤษฎีเท่านั้น แต่ยังหมายถึงผลที่ก่อให้เกิดประโยชน์ เพราะ คน หนึ่งคน เป็น ได้ทุกมิติในโซ่อุปทาน ตั้งแต่ ผู้ผลิต ลูกจ้าง ลูกค้า ผู้บริโภค ผู้จัดส่งฯ คนจึงเป็นทั้งผู้รับและผู้ส่ง คุณค่า ในทุกทิศทาง สิ่งใดตอบสนองความต้องการ อยู่ใน

ความชอบธรรมไม่เอารัดเอาเปรียบก็จะทำให้มีความสุข **ประโยชน์สุข** ในพระปฐมบรมราชโองการ จึงเป็นหัวใจที่ครอบคลุมทุกจุดในโลจิสติกส์และโซ่อุปทานที่ให้สามารถเชื่อมต่อและดำเนินกิจกรรมได้อย่างยั่งยืน

สรุปและข้อเสนอแนะ

การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาโลจิสติกส์โซ่อุปทานของประเทศไทยตามแนวพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช ได้ตอบคำถามวิจัยคือการ สร้างแนวคิด **โลจิสติกส์โซ่อุปทานอภิมาน โซ่คุณค่าแท้จริง** เป็น กระบวนทัศน์สู่การพัฒนาโลจิสติกส์ของประเทศไทยแบบยั่งยืน ทั้งนี้ควรศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมให้สามารถอธิบายได้ด้วยเครื่องมือคณิตศาสตร์เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยพื้นฐาน รวมถึงควรนำมาสู่การทำแผนยุทธศาสตร์ชาติ และปรับระบบการเรียนการสอนด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานใหม่ เพราะถ้า ทุกธุรกิจในโซ่อุปทาน ใช้ **ความรู้ ความดี ทำงานเป็น** สร้างและส่ง คุณค่าคือ**ประโยชน์สุข** ให้ทุกมิติ หน่วยงาน องค์กร ชุมชน สังคม ประเทศ หรือทุกสิ่งที่เกี่ยวข้อง ประชาชน จะมีกินมีใช้ มีความสุข และจะมีความพร้อมในการสร้าง ขยายความเจริญ ให้สู่ประเทศชาติ นอกจากนี้ แนวคิด โลจิสติกส์โซ่อุปทานอภิมาน ไม่ได้จำกัดเฉพาะธุระกิจในโซ่อุปทาน แต่สามารถใช้ได้ในทุกกิจกรรมในชีวิตประจำวัน การบริหาร การปกครอง การค้าระหว่างประเทศ ในขณะที่ผลความสำเร็จของทุกๆกิจกรรมสามารถขยายผลไปในระดับโลกได้

เอกสารอ้างอิง

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.(2550) แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย ฉบับที่ 1 (2550-25554),20 ตุลาคม 2556,nesdb.go.th

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.(2550) แผนยุทธศาสตร์การพัฒน ระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย ฉบับที่ 2 (2556-2560) 20 ตุลาคม 2556,nesdb.go.th

สุเมธ ตันติเวชกุล. 2554. “พื้นฐานความคิดเศรษฐกิจพอเพียงจากงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ.” 25 ตุลาคม 2556,cse.nida.ac.th

วิชิต หล่อจีระชุณห์กุล และ จิราวัลย์ จิตรถเวช.2554. “การพัฒนาดัชนีและตัวชี้วัดการพัฒนาที่ยั่งยืน.” 25 ตุลาคม 2556,cse.nida.ac.th

จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา.2554. “แนวคิดการพัฒนาและการทรงงานเชิงพัฒนาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว”25 ตุลาคม 2556,cse.nida.ac.th

ณัฏฐพงศ์ ทองภักดี .2554.“ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง : ความเป็นมาและความหมาย ” 25 ตุลาคม 2556,cse.nida.ac.th

จุฑาพรรธ์ ผดุงชีวิต.2554.“ การสื่อสารแบบเน้นการมีส่วนร่วมเพื่อความสมดุลและยั่งยืน ” 25 ตุลาคม 2556,cse.nida.ac.th

ณดา จันทร์สม.2554.“ ธุรกิจกับปรัชญาของเศรษกิจพอเพียง ” 25 ตุลาคม 2556,cse.nida.ac.th

อาแว มะแส และ ณัฐวัชร เผ่ากู่.2554.“ นโยบายสาธารณะกับการพัฒนาชุมชนและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในชนบท ” 25 ตุลาคม 2556,cse.nida.ac.th

อมรรัตน์ อภินันท์มหกุล.2554.“ รัฐกับการพัฒนาทุนสังคม ” 25 ตุลาคม 2556,cse.nida.ac.th

อภิชาติ โสภาแดง และคณะ .2551. “โครงการศึกษาระบบโซ่อุปทานลำไยสดในประเทศไทย”. 10ตุลาคม 2556, http://elibrary.trf.or.th

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย.2553. “โครงการศึกาแนวทางการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตร”. 10ตุลาคม 2556,http://elibrary.trf.or.th

กาญจนา เศรษฐนันท์ และคณะ.2552. “โครงการศึกษากระบวนการการจัดการโซ่อุปทานและการกระจายของก๋วยเตี๋ยวเส้นสด” . 10ตุลาคม2556,http://elibrary.trf.or.th

รุธิร์ พนมยงค์ และคณะ.2555. “โครงการปรับปรุงการเข้าถึงของสินค้าไทยสู่ตลาดญี่ปุ่นด้วยการบูรราการกับห่วงโซ่อุปทานของญี่ปุ่น” . 10ตุลาคม2556,http://elibrary.trf.or.th

ภาชินี พยงแย้ม.2553. “การปรับปรุงระบบห่วงโซ่อุปทานสำหรับผลิตภัณฑ์ไก่ปรุงสุกส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น” . 10 ตุลาคม 2556, http://elibrary.trf.or.th

P.Childer and D.R.Towill.2011. “Arcs of supply chain integration.” Internatiol Journal of Production Research Vol.49, No.24, 15 December 2011,7441-7468

Florence Pirard,Serguei Iassinovski and Fouad Riane.2011.A simulation based approach for supply network control.” Internatiol Journal of Production Research Vol.49, No.24, 15 December 2011,7205-7226

Kevin Burgess ,Prakash J. Singh and Rana Koroglu.2006. “ Supply chain management: a structured literature review and implications for future research”. InternationalJournalofOperations& Production Management Vol. 26 No. 7, 2006 pp. 703-729 qEmeraldGroupPublishingLimited 0144-3577

Peters, N. J., Hofstetter, J. S., & Hoffmann, V. H. (2011). Institutional entrepreneurship capabilities for interorganizational sustainable supply chain strategies. *International Journal of Logistics Management, 22*(1), 52-86. doi:http://dx.doi.org/10.1108/09574091111127552

Morali, O., & Searcy, C. (2013). A review of sustainable supply chain management practices in canada. *Journal of Business Ethics, 117*(3), 635-658. doi:http://dx.doi.org/10.1007/s10551-012-1539-4

Abbasi, M., & Nilsson, F. (2012). Themes and challenges in making supply chains environmentally sustainable. *Supply Chain Management, 17*(5), 517-530. doi:http://dx.doi.org/10.1108/13598541211258582

Fabbe-Costes, N., Roussat, C., & Jacques, C. (2011). Future sustainable supply chains: What should companies scan? *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 41*(3), 228-252. doi:http://dx.doi.org/10.1108/09600031111123778

Vinayan, G., Jayashree, S., & Marthandan, G. (2012). Critical success factors of sustainable competitive advantage: A study in malaysian manufacturing industries. *International Journal of Business and Management, 7*(22), 29-45. Retrieved from http://search.proquest.com/docview/1353608748?accountid=31558

Defee, C. C., Theodore P. (Ted) Stank, & Esper, T. (2010). Performance implications of transformational supply chain leadership and followership. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 40*(10), 763-791. doi:http://dx.doi.org/10.1108/09600031011093205

Gobbi, C. (2011). Designing the reverse supply chain: The impact of the product residual value. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 41*(8), 768-796. doi:http://dx.doi.org/10.1108/09600031111166429

Bourlakis, M., Maglaras, G., & Fotopoulos, C. (2012). Creating a "best value supply chain"? empirical evidence from the greek food chain. *International Journal of Logistics Management, 23*(3), 360-382. doi:http://dx.doi.org/10.1108/09574091211289228

Ki-Hoon, L., & Cheong, I. (2011). Measuring a carbon footprint and environmental practice: The case of hyundai motors co. (HMC). *Industrial Management + Data Systems, 111*(6), 961-978. doi:http://dx.doi.org/10.1108/02635571111144991

Bouglet, J., Joffre, O., & Simon, E. (2012). How to reconcile business with sustainable development: An innovation approach. *Society and Business Review, 7*(3), 212-222. doi:http://dx.doi.org/10.1108/17465681211271305

Arlbjørn, J. S., Freytag, P. V., & de Haas, H. (2011). Service supply chain management. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 41*(3), 277-295. doi:http://dx.doi.org/10.1108/09600031111123796

Salimath, M. S., & Jones,Raymond, I.,II. (2011). Population ecology theory: Implications for sustainability. *Management Decision, 49*(6), 874-910. doi:http://dx.doi.org/10.1108/00251741111143595

P.R.C. Gopal, & Thakkar, J. (2012). A review on supply chain performance measures and metrics: 2000-2011. *International Journal of Productivity and Performance Management, 61*(5), 518-547. doi:http://dx.doi.org/10.1108/17410401211232957

Hunt, S. D., & Davis, D. F. (2012). GROUNDING SUPPLY CHAIN MANAGEMENT IN RESOURCE-ADVANTAGE THEORY: IN DEFENSE OF A RESOURCE-BASED VIEW OF THE FIRM. *Journal of Supply Chain Management, 48*(2), 14-20. Retrieved from http://search.proquest.com/docview/1020412026?accountid=31558

Vaaland, T. I., & Owusu, R. A. (2012). What is a responsible supply chain? *International Journal of Business and Management, 7*(4), 154-171. Retrieved from http://search.proquest.com/docview/1013822571?accountid=31558

Lee, S. M., Kim, S. T., & Choi, D. (2012). Green supply chain management and organizational performance. *Industrial Management + Data Systems, 112*(8), 1148-1180. doi:http://dx.doi.org/10.1108/02635571211264609

Hazen, B. T., Cegielski, C., & Hanna, J. B. (2011). Diffusion of green supply chain management. *International Journal of Logistics Management, 22*(3), 373-389. doi:http://dx.doi.org/10.1108/09574091111181372

Fawcett, S. E., Wallin, C., Allred, C., Fawcett, A. M., & Magnan, G. M. (2011). INFORMATION TECHNOLOGY AS AN ENABLER OF SUPPLY CHAIN COLLABORATION: A DYNAMIC-CAPABILITIES PERSPECTIVE. *Journal of Supply Chain Management, 47*(1), 38-59. Retrieved from http://search.proquest.com/docview/864752601?accountid=31558

Gyaneshwar, S. K. (2012). Operational performance through supply chain management practices. *International Journal of Business and Social Science, 3*(2) Retrieved from http://search.proquest.com/docview/913056825?accountid=31558

Genchev, S. E., Richey, R. G., & Gabler, C. B. (2011). Evaluating reverse logistics programs: A suggested process formalization. *International Journal of Logistics Management, 22*(2), 242-263. doi:http://dx.doi.org/10.1108/09574091111156569

Lambrechts, F., Taillieu, T., Grieten, S., & Poisquet, J. (2012). In-depth joint supply chain learning: Towards a framework. *Supply Chain Management, 17*(6), 627-637. doi:http://dx.doi.org/10.1108/13598541211269238

Randall, W. S., Pohlen, T. L., & Hanna, J. B. (2010). EVOLVING A THEORY OF PERFORMANCE-BASED LOGISTICS USING INSIGHTS FROM SERVICE DOMINANT LOGIC. *Journal of Business Logistics, 31*(2), 35-IX. Retrieved from http://search.proquest.com/docview/805382234?accountid=31558

Engelhardt-Nowitzki, C. (2012). Improving value chain flexibility and adaptability in build-to-order environments. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 42*(4), 318-337. doi:http://dx.doi.org/10.1108/09600031211231317

Enquist, B., Camén, C., & Johnson, M. (2011). Contractual governance for public service value networks. *Journal of Service Management, 22*(2), 217-240. doi:http://dx.doi.org/10.1108/09564231111124235

Karthik N.S. Iyer. (2011). Demand chain collaboration and operational performance: Role of IT analytic capability and environmental uncertainty. *The Journal of Business & Industrial Marketing, 26*(2), 81-91. doi:http://dx.doi.org/10.1108/08858621111112267

Cegielski, C. G., Allison Jones-Farmer, L., Wu, Y., & Hazen, B. T. (2012). Adoption of cloud computing technologies in supply chains. *International Journal of Logistics Management, 23*(2), 184-211. doi:http://dx.doi.org/10.1108/09574091211265350

A, Y. D. (2013). Supply chain management practices in an alternative food network: The first organic marketplace of turkey. *International Journal of Business and Social Science, 4*(9) Retrieved from http://search.proquest.com/docview/1428616835?accountid=3155

การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

RESEARCH SYNTHESIS REGARDING OPTIMAL CAPITAL STRUCTURE 0F LISTED COMPANIES IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND

ศิริเพชร สุนทรวิภาต

รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท อะมานะฮ์ ลิสซิ่ง จำกัด (มหาชน)

Email : siriphet@amanah.co.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์ผลการวิจัยเกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในด้านของนักลงทุน คือ การสร้างความมั่งคั่งสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น (Maximize Shareholder Wealth) แบบแผนการวิจัยเป็นการสังเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ประชากรคือ รายงานการค้นคว้าแบบอิสระและรายงานการวิจัยเกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุนที่ทำในช่วงปี พ.ศ.2545-2554 ผู้วิจัยได้คัดเลือกรายงานการค้นคว้าแบบอิสระและงานวิจัยจำนวน 16 เรื่อง เครื่องมือวิจัย คือ แบบบันทึกข้อมูลจำนวน 1 ชุด ผลการวิจัยพบว่า (1) กิจการในประเทศไทยมีการจัดหาเงินทุนตามทฤษฎีลำดับขั้นในการจัดหาเงินทุน เมื่อกิจการต้องการเงินลงทุน กิจการเลือกใช้เงินทุนจากกำไรสะสมก่อน ถ้าต้องการเงินทุนจากแหล่งเงินทุนภายนอก กิจการจะมีการก่อหนี้สินเพิ่มขึ้นมากกว่าการออกหุ้นทุน (2) บริษัทใช้เงินทุนส่วนเกินในการลดหนี้ และบริษัทใช้เงินทุนส่วนเกินเมื่อขาดแคลนเงินทุน โดยเมื่อบริษัทที่มีสัดส่วนหนี้น้อยจะมีการลงทุนและเติบโตสูงในอนาคต เนื่องจากต้นทุนจากการที่มีหนี้สูงมากกว่าผลประโยชน์ทางภาษีที่ได้รับ และเพื่อลดต้นทุนในการจัดหาเงินทุนในอนาคต เมื่อบริษัทมีความต้องการที่จะใช้เงินทุน แต่บริษัทก็มีขีดความสามารถที่จะก่อหนี้ได้ถึงระดับหนึ่งและก็เป็นการสร้างหนี้สินผูกพันให้กับบริษัทในอนาคต โดยทำให้มีภาระดอกเบี้ยจ่ายเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทั้งนี้ เนื่องจากมีต้นทุนในการจัดหาเงินทุน และเพื่อรักษาความสามารถในการจัดหาเงินทุนในอนาคต และ (3) ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการจัดโครงสร้างเงินทุน คือ ความสามารถในการทำกำไรของกิจการ สภาพคล่องของกิจการและขนาดของกิจการ

คำสำคัญ: การสังเคราะห์งานวิจัย โครงสร้างเงินทุน บริษัทจดทะเบียน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ABSTRACT

The objectives of this research was to synthesize research findings regarding optimal capital structure of listed companies in the Stock Exchange of Thailand in order to support investment goals that is referred to build maximize shareholder wealth. The research design was qualitative synthesis and content analysis was

applied. The population was research regarding capital structure independent study and research reports conducted during 2002-2011. The 16 samples were selected. The research instrument was a record. The major research findings as follows: (1) The most companies in Thailand use internal funds from retained earnings as the primary source of funds. When companies need external financing debt is frequently used than equity. These practices agree with pecking order theory.(2) The companies used surplus capital for purposes of debt reduction. On the other hand, companies having proportionately less indebtedness will be better able to make investments and grow at a higher rate in the future. The costs incurred in having debts are higher than the gains from tax benefits. This makes for a reduction of costs in securing capital for the future when the companies face demand for capital. However, companies have the capacity to incur debts at a certain level and yet this results in debt obligations in the future. Moreover, companies are required to pay interest on the debts incurred. Thus, such companies incur additional costs in securing capital and maintaining the capacity to obtain capital for the future. and (3) Profitability, liquidity and firm size were key factors affecting the capital structure management.

KEYWORDS: Research Synthesis Capital Structure Listed Companies Stock Exchange of Thailand

บทนำ

สืบเนื่องจากปัจจุบันนี้ภาวการณ์แข่งขันทางด้านธุรกิจมีแนวโน้มที่จะทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องมีการคิดค้น ปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ในการบริหารงานขององค์กร ให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมในปัจจุบันอยู่เสมอ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในด้านของนักลงทุน คือ การสร้างความมั่งคั่งสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น (Maximize Shareholder Wealth)

การสร้างความมั่งคั่งให้กับผู้ถือหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้น จะต้องพิจารณาในหลาย ๆ ด้าน ซึ่งโครงสร้างเงินทุนก็ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญตัวหนึ่งที่มีผลกระทบอย่างมากต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ดังนั้น จึงจำเป็นต้องกำหนดระดับสัดส่วนของการเลือกใช้เงินทุนของกิจการ ซึ่งสามารถจัดหาได้จากทั้งแหล่งเงินทุนภายใน เช่น กำไรสะสม ค่าเสื่อมราคาสะสม และแหล่งเงินทุนภายนอก เช่น การระดมทุนจากผู้ถือหุ้น การกู้ยืมจากบุคคลภายนอก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่ต้องเลือกใช้แหล่งเงินทุนจากภายนอก ผู้บริหารจะต้องคำนึงถึงระดับสัดส่วนโครงสร้างเงินทุนให้เหมาะสม เนื่องจาก ถึงแม้ว่าการก่อหนี้สามารถนำดอกเบี้ยจ่ายมาถือเป็นค่าใช้จ่าย ทำให้ประหยัดภาษีเงินได้ แต่หากจัดหาเงินทุนจากการก่อหนี้มากเกินไป ก็อาจมีภาระดอกเบี้ยจ่ายที่มากจนเกินไปตามมาได้

นอกจากปัญหาที่กล่าวมาแล้ว ก็ยังมีปัญหาที่เกี่ยวกับการขัดแย้งทางผลประโยชน์ เช่น ปัญหาความขัดแย้งระหว่างเจ้าหนี้และผู้ถือหุ้น หรือ ปัญหาความขัดแย้งระหว่างผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร ซึ่งมีสาเหตุมาจากความแตกต่างกันในสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากความมีเสถียรภาพที่ต่างกันนั่นเอง

ดังนั้นจึงอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การจะกำหนดโครงสร้างเงินทุนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับกิจการนั้น ผู้บริหารจะต้องคำนึงถึงในส่วนของต้นทุนของเงินทุนที่แตกต่างกันของแต่ละแหล่งเงินทุน

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

โครงสร้างเงินทุนประกอบไปด้วยส่วนของหนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น โดยแหล่งที่มาของเงินทุนทั้ง 2 แหล่งคือแหล่งเงินทุนจากภายในและแหล่งเงินทุนภายนอก แหล่งเงินทุนภายในได้มาจากกำไรสะสม ส่วนแหล่งเงินทุนภายนอกสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่หนึ่งเป็นแหล่งเงินทุนจากหนี้สิน ซึ่งอาจหามาจากการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน การจำหน่ายหุ้นกู้ เป็นต้น ส่วนที่สองคือแหล่งเงินทุนจากส่วนของทุน ซึ่งได้แก่ การออกหุ้นสามัญ และการออกหุ้นบุริมสิทธิ์ การตัดสินใจในโครงสร้างเงินทุนนั้น มักจะเผชิญปัญหาในการตัดสินใจว่าจะจัดสรรเงินทุนจากแหล่งใดบ้าง จากแหล่งภายนอกหรือแหล่งภายใน และถ้าจำเป็นต้องใช้แหล่งเงินทุนจากภายนอก กิจการจะต้องตัดสินใจว่าจะเลือกกู้ยืม หรือออกหุ้นสามัญ ซึ่งไม่ว่าจะเลือกทางใดย่อมมีทั้งข้อดีและข้อเสีย คือถ้าเลือกที่จะกู้ยืม กิจการจะสามารถใช้ประโยชน์ของดอกเบี้ยจ่ายในการลดหย่อนภาษีได้ และผู้ถือหุ้นยังคงรักษาส่วนได้ส่วนเสียของตนให้คงไว้ได้ แต่ถ้ากิจการเลือกที่จะออกหุ้นสามัญใหม่ ข้อดีคือไม่มีระยะเวลาการไถ่ถอนและการออกหุ้นสามัญใหม่จะเป็นการขยายความคุ้มครองแก่เจ้าหนี้ ทำให้กิจการมีอำนาจในการกู้ยืมเพิ่มขึ้น แต่เงินปันผลจ่ายที่จ่ายให้ผู้ถือหุ้นไม่สามารถนำมาลดหย่อนภาษีได้ นอกจากนี้การออกหุ้นสามัญใหม่จะทำให้อำนาจการควบคุมของผู้ถือหุ้นเก่าลดลง

ปัญหาดังกล่าวข้างต้นทำให้เกิดแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุนมากมาย เพื่อที่จะอธิบายถึงสาเหตุและเหตุจูงใจของกิจการ รวมถึงพฤติกรรมของกิจการในการเลือกแหล่งเงินทุนและวิธีในการระดมทุน ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะเน้นศึกษาในทฤษฎีซึ่งได้รับการพัฒนาแนวคิดใหม่ ซึ่งมี 3 ทฤษฎีที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นหลัก ดังนี้

1. The Static Trade-off Theory

เป็นแนวคิดที่บริษัทจะเลือกระหว่างประโยชน์ของหนี้สิน (ประโยชน์จากภาษี) กับอัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้น และต้นทุนล้มละลายที่เพิ่มขึ้นเมื่อมีหนี้สินมากขึ้น ฉะนั้น กิจการจะจัดสรรสัดส่วนระหว่างหนี้สินกับส่วนของเจ้าของให้มีสัดส่วนที่เหมาะสมและทำให้มูลค่าของกิจการสูงสุด

2. Pecking Order Theory

ทฤษฎีนี้ได้กล่าวว่า กิจการชอบที่จะจัดหาเงินทุนจากภายในเป็นอันดับแรก รองลงมาคือการกู้หนี้ และทางเลือกสุดท้ายคือการออกหุ้นสามัญใหม่ เพราะต้นทุนในการจัดหาเงินทุนจากแหล่งภายใน (กำไรสะสม) ถูกที่สุด และต้นทุนในการจัดหาเงินทุนจากหนี้สินจะต่ำกว่าการออกหุ้นใหม่นอกจากนี้ Myers และ Majluf (1984) อ้างถึงในรุจิรา จันทรักษ์ (2551) ยังได้อ้างถึงการรับรู้ข้อมูลที่แตกต่างกันระหว่างนักลงทุนเก่า นักลงทุนใหม่และผู้บริหาร (Asymmetric Information) ในการอธิบายถึงทฤษฎีนี้คือการตัดสินใจของผู้บริหารในการเลือกวิธีระดมทุนจะเป็นสัญญาณ (Signal) ที่ผู้บริหารมองอนาคตของบริษัทว่าดีหรือไม่ คือ บริษัทที่มีอนาคตสดใสจะไม่เลือกระดมทุนโดยการจำหน่ายหุ้นสามัญใหม่แต่จะเลือกใช้แหล่งเงินทุนจากหนี้สินแทน เพราะเมื่อบริษัทมีกำไรเพิ่มขึ้นจากโครงการลงทุนใหม่ จะมีผลทำให้ราคาหุ้นสามัญสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว และผู้ซื้อหุ้นสามัญที่ออกใหม่ ก็จะได้รับผลประโยชน์ไปด้วยทำให้ผลประโยชน์ที่ผู้บริหารควรจะได้น้อยลง ในทางตรงกันข้ามผู้บริหารที่เห็นแนวโน้มในอนาคตไม่สดใส ก็จะเลือกระดมทุนจากการจำหน่ายหุ้นสามัญใหม่แทน

3.The Agency Cost Theory

Jensen และ Meckling (1976) อ้างถึงในรุจิรา จันทรักษ์ (2551) ได้แบ่งประเภทของความขัดแย้งระหว่างตัวแทน (Agency Conflict) ออกเป็น 2 ประเภทคือความขัดแย้งระหว่างผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร และความขัดแย้งระหว่างผู้ถือหุ้นและเจ้าหนี้ ในด้านความขัดแย้งระหว่างผู้ถือหุ้นและผู้บริหารนั้นอธิบายได้ว่า ผู้บริหารจะได้ค่าตอบแทนเฉพาะเงินเดือน และไม่สามารถได้มากกว่านั้น แม้ว่าบริษัทจะมีผลกำไรมากเท่าไรก็ตาม ทำให้เป็นเหตุจูงใจให้ผู้บริหารจะไม่พยายามดำเนินงานที่เป็นประโยชน์มากที่สุดแก่ผู้ถือหุ้น ด้วยเหตุนี้บริษัทจึงมีการกู้ยืมจากภายนอกเพื่อเป็นการควบคุมผู้บริหาร ทางหนึ่ง เพราะการกู้ยืมจะมีการจ่ายเงินสดออกไป เพื่อชำระดอกเบี้ยเป็นการลดความเป็นไปได้ที่ผู้บริหารจะใช้จ่ายเงินไม่เหมาะสม อีกทั้งการใช้หนี้สินยังมีความเสี่ยงของต้นทุนการล้มละลาย ทำให้ผู้บริหารลงทุนในโครงการที่ไม่เสี่ยงจนเกินไป เพราะถ้าบริษัทล้มละลาย ผู้บริหารก็จะเสียชื่อเสียง ดังนั้น การใช้แหล่งเงินทุนที่มาจากหนี้สินจะช่วยควบคุมให้ผู้บริหารดำเนินงานในกิจกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการเพื่อลดความเสี่ยงในการล้มละลาย

ในด้านความขัดแย้งระหว่างผู้ถือหุ้นและเจ้าหนี้นั้น อธิบายได้ว่า บริษัทที่มีการกู้ยืมมากจะมีแนวโน้มที่จะลงทุนในโครงการที่ไม่เหมาะสมหรือมีความเสี่ยงมาก เมื่อโครงการมีกำไรเจ้าหนี้กลับได้เพียงดอกเบี้ย ในขณะที่ผู้ถือหุ้นได้กำไรมากกว่ามาก แต่ถ้าโครงการนั้นเกิดขาดทุน เจ้าหนี้จะต้องมาร่วมเฉลี่ยความสูญเสียนี้ด้วย ดังนั้นในสัญญาการกู้ยืมจึงมักกำหนดถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ในการลงทุนไม่ให้ลงทุนในโครงการที่มีความเสี่ยงมากเกินไป ด้วยข้อจำกัดนี้ทำให้กิจการที่มีโอกาสในการเติบโตสูงจะใช้เงินทุนจากภายในมากกว่าภายนอก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2. เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

3. ระบุปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการจัดโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเอกสาร (Documentary Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์ผลการวิจัยเกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในด้านของนักลงทุน คือ การสร้างความมั่งคั่งสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น (Maximize Shareholder Wealth) และเพื่อตอบคำถามงานวิจัย 3 ข้อ คือ (1) ลักษณะโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีอะไรบ้าง (2) ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นอย่างไร และ (3) ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการจัดโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีอะไรบ้าง

ประชากร คือ รายงานการค้นคว้าแบบอิสระและรายงานการวิจัยเกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ทำในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2545-2554 โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกงานวิจัยตามเกณฑ์งานวิจัยที่ดีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ (1) เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุน (2) เป็นงานวิจัยที่ดำเนินการในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2545-2554 และ (3) ผลการวิจัยหรือข้อเสนอแนะจากการวิจัยได้ให้ข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำหรับผลการคัดเลือกได้รายงานการค้นคว้าแบบอิสระและงานวิจัยจำนวน 16 เรื่องที่เป็นไปตามเกณฑ์งานวิจัยที่ดี

แบบแผนของการวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการสังเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Synthesis) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผู้วิจัยดำเนินการสังเคราะห์งานวิจัยจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 แหล่ง คือ (1) ฐานข้อมูลของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) (elibrary.trf.or.th) (2) โครงการเครือข่ายห้องสมุดในประเทศไทย (ThaiLIS-Thai Library Integrated System) (www. thailis.or.th)

เครื่องมือวิจัย คือ แบบบันทึกข้อมูลจำนวน 1 ชุด ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองโดยมีประเด็นการเก็บข้อมูล 5 รายการ คือ (1) รายละเอียดโดยย่อของงานวิจัย (ได้แก่ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้วิจัย ปีที่ทำวิจัย และผลการวิจัย (2) แบบแผนการวิจัย (3) โครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (4) ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการใช้โครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสม และ (5) ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการจัดโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ทั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้มีข้อมูลมากขึ้นโดยการเปรียบเทียบข้อมูลที่มีลักษณะประเภทเดียวกันและนำมาจัดกลุ่ม หลังจากนั้นนำมาหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ แล้วจึงสรุปเป็นข้อค้นพบ

สรุปผลการวิจัย

สำหรับการรายงานผลการวิจัยแบ่งได้เป็น 3 หัวข้อ ตามประเด็นที่มุ่งวิจัย ประกอบด้วย (1) รูปแบบของโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสม (2) ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการใช้รูปแบบดังกล่าว และ (3) ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการจัดโครงสร้างเงินทุน ผลการวิจัยพบว่า

(1) รูปแบบของโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสม จากการศึกษาพบว่า กิจการในประเทศไทยมีการจัดหาเงินทุนตามทฤษฎีลำดับขั้นในการจัดหาเงินทุน เมื่อกิจการต้องการเงินลงทุน กิจการเลือกใช้เงินทุนจากกำไรสะสมก่อน ถ้าต้องการเงินทุนจากแหล่งเงินทุนภายนอก กิจการจะมีการก่อหนี้สินเพิ่มขึ้นมากกว่าการออกหุ้นทุน

(2) ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการใช้รูปแบบตามข้อ (1) บริษัทใช้เงินทุนส่วนเกินในการลดหนี้ และบริษัทใช้เงินทุนส่วนเกินเมื่อขาดแคลนเงินทุน โดยเมื่อบริษัทที่มีสัดส่วนหนี้น้อยจะมีการลงทุนและเติบโตสูงในอนาคต เนื่องจากต้นทุนจากการที่มีหนี้สูงมากกว่าผลประโยชน์ทางภาษีที่ได้รับ และเพื่อลดต้นทุนในการจัดหาเงินทุนในอนาคต เมื่อบริษัทมีความต้องการที่จะใช้เงินทุน แต่บริษัทก็มีขีดความสามารถที่จะก่อหนี้ได้ถึงระดับหนึ่งและก็เป็นการสร้างหนี้สินผูกพันให้กับบริษัทในอนาคต โดยทำให้มีภาระดอกเบี้ยจ่ายเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทั้งนี้ เนื่องจากมีต้นทุนในการจัดหาเงินทุน และเพื่อรักษาความสามารถในการจัดหาเงินทุนในอนาคต

(3) ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการจัดโครงสร้างเงินทุน คือ ความสามารถในการทำกำไรของกิจการ สภาพคล่องของกิจการ และขนาดของกิจการ

อภิปรายผล

จากการวิจัยเกี่ยวกับ "โครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย" ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวมรวมรายงานการค้นคว้าแบบอิสระและรายงานการวิจัยเกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ทำในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2545-2554 โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกงานวิจัยตามเกณฑ์งานวิจัยที่ดีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ (1) เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุน (2) เป็นงานวิจัยที่ดำเนินการในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2545-2554 และ (3) ผลการวิจัยหรือข้อเสนอแนะจากการวิจัยได้ให้ข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำหรับผลการคัดเลือกได้งานวิจัยจำนวน 16 เรื่องที่เป็นไปตามเกณฑ์งานวิจัยที่ดี

จากการศึกษาวิจัยใน 3 ประเด็น ได้แก่ (1) รูปแบบของโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสม (2) ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการใช้รูปแบบดังกล่าว และ (3) ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการจัดโครงสร้างเงินทุน สะท้อนให้เห็นว่า

ความสามารถในการทำกำไรของกิจการ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกอบกุล จินตนาเวชกุล (2547) อ้างถึงใน รุจิรา จันทรักษ์ (2551) ที่กล่าวไว้ว่าบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทยที่มีความสามารถในการทำกำไรที่สูงจะมีแนวโน้มที่จะใช้แหล่งเงินทุนภายในกิจการมากกว่าแหล่งเงินทุนภายนอกกิจการ แสดงให้เห็นว่ากิจการที่มีความสามารถในการทำกำไรที่สูง จะมีการใช้แหล่งเงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นมากกว่าหนี้สิน

สภาพคล่องของกิจการ มีความสัมพันธ์กับอัตราหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี Pecking Order ที่กล่าวถึงลำดับขั้นการจัดหาเงินทุนของกิจการ ซึ่งถ้ากิจการมีสภาพคล่องที่ดี สามารถถ่ายโอนสินทรัพย์หมุนเวียนนั้นเป็นเงินสดได้โดยง่าย กิจการจะใช้เงินทุนจากภายในก่อน และผลที่ได้สอดคล้องกับการศึกษาของ Paudyal, Pescetto และ Deesomsak (2004) และ Mazur (2006) อ้างถึงใน อุไรวรรณ ตั้งสัมพันธ์ (2552) เช่นกัน

ขนาดของกิจการ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Ferri and Jones (1979) , Pandy (2000) และ Gonenc (2003) อ้างถึงใน รุจิรา จันทรักษ์ (2551) แสดงให้เห็นว่ากิจการที่มีขนาดของยอดขายที่สูง จะได้รับความเชื่อถือจากเจ้าหนี้ในการกู้ยืมเงิน มีโอกาสในการล้มละลายที่ต่ำ และมีข้อมูลของกิจการในด้านต่าง ๆ ที่เจ้าหนี้สามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่ากิจการที่มีขนาดเล็ก

หากผู้บริหารให้ความสนใจในประเด็นทั้งสามดังกล่าวข้างต้น จะทำให้กิจการสามารถตอบสนองเป้าหมายของนักลงทุน คือ การสร้างความมั่งคั่งสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น (Maximize Shareholder Wealth)

ข้อเสนอแนะ

การสังเคราะห์ผลการวิจัยเกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ตอบคำถามวิจัย 3 ข้อ และผลการสังเคราะห์นำมาสู่การจัดทำข้อเสนอแนะดังนี้

1. การดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ (Corporate Social Responsibility: CSR) ด้วย เพื่อลดข้อขัดแย้ง (Minimize Conflict) ระหว่างกิจการกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ลงได้ เพื่อให้ธุรกิจสามารถทุ่มเทเวลาในการสร้างผลกำไรสูงสุด (Maximize Profit) โดยที่ไม่เกิดความชะงักงัน กำไรหรือความมั่งคั่งที่เกิดแก่ผู้ถือหุ้น ก็มีความชอบธรรม เพระไม่ได้กลบผลเสียหรือทิ้งปัญหาไว้เบื้องหลังให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียอื่น

2. ผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยควรบูรณาการระบบการบริหารจัดการเข้ากับการบริหาร โครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสมและความรับผิดชอบต่อสังคม และส่งเสริมให้มีการและเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างบุคลากรในหน่วยงานระดับหน่วย/ส่วน/ฝ่าย และในระดับองค์กร ในเรื่องดังกล่าว ตลอดจนปลูกฝังทัศนคติเชิงบวกให้กับบุคลากรและพฤติกรรมในเรื่องจริยธรรมธุรกิจเพิ่มเติมด้วย

รายการอ้างอิง

กอบกุล จินตนาเวชกุล.2547. “**ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนไทย**.” ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหาร มหาวิทยาลัยรามคำแหง.อ้างถึงใน รุจิรา จันทรักษ์.2551. “**ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างเงินทุนกับการเข้าร่วมโครงการบรรษัทภิบาลที่ดีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**.” วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

คณะทำงานจัดทำและเผยแพร่ Guidelines for Social Responsibility และ Guidelines for CSR Report .2555. **แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ.**บริษัท เมจิกเพรส จำกัด:สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บุศรินทร์ บูรณศักดา.2545. “**การทดสอบทฤษฎีลำดับขั้นในการจัดหาเงินทุนของโครงสร้างเงินทุน:การศึกษาของประเทศไทย**.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการเงิน ภาควิชาการธนาคารและการเงิน คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รุจิรา ชิณสุข.2553. “**การวิเคราะห์โครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สุบิน ยุระรัช.2553. “**การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับแนวปฏิบัติที่ดีในการใช้ผลประเมินภายในและภายนอกของสถาบันอุดมศึกษา**.” **วารสารสมาคมส่งเสริมการวิจัย**,1,1:63-71.

อัฉรา ลาภจตุรพิธ.2552. “**การศึกษาปัจจัยสภาวะทางเศรษฐกิจและคุณลักษณะของบริษัทที่มีผลต่อการปรับโครงสร้างเงินทุน**.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาการเงินและการธนาคาร บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Ferri, M. and Jones, W. 1979. “Determinants of Financial Structure: A New Methodological Approach.” Journal of Finance Vol.34: 631-644. อ้างถึงใน รุจิรา จันทรักษ์.2551. “**ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างเงินทุนกับการเข้าร่วมโครงการบรรษัทภิบาลที่ดีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**.” วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Myers, S. 1984. "The Capital Structure Puzzle." Journal of Finance Vol.39: 575-592.อ้างถึงใน รุจิรา จันทรักษ์. 2551. "**ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างเงินทุนกับการเข้าร่วมโครงการบรรษัทภิบาลที่ดีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**." วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Paudyal, Krishna., Pescetto, Gioia. and Deesomsak, Rataporn. 2004. The determinant of capital structure : evidence from the Asia Pacific region. [Online]. Available http : // www.sciencedirect.com. (15 Jun 2007). อ้างถึงใน อุไรวรรณ ตั้งสัมพันธ์.2552. "**ปัจจัยตัวกำหนดโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**." วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

การสื่อสารการตลาดออนไลน์กับการจดจำของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน XYZ

Online Marketing Communication (OMC) and Consumers' Recognition toward XYZ Hospital

ถิรวรรณ สกุลวงศ์สิริโชค

นักวิเคราะห์ บริษัทเอ็มวีพี คอนซัลท์แทนท์

E-mail: thirawan_sakul@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการสื่อสารการตลาดออนไลน์กับการจดจำของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน XYZ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีต่อการจดจำของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน XYZ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการของโรงพยาบาล จำนวน 400 คน และใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารการตลาดออนไลน์แบบบูรณาการ (OMC) ด้านโฆษณาออนไลน์, การสื่อสารโต้ตอบออนไลน์, การประชาสัมพันธ์ออนไลน์, ด้านการสื่อสารความสัมพันธ์ออนไลน์, การสื่อสารเคลื่อนที่ มีอิทธิพลต่อการจดจำของผู้ใช้บริการโรงพยาบาล XYZ ในเขตกรุงเทพมหานครที่ระดับนัยสำคัญ .05

คำสำคัญ : การสื่อสารการตลาดออนไลน์ การจดจำ

ABSTRACT

The research of online marketing communication influences and consumers' recognition toward XYZ hospital. The study was conducted on 400 samples of XYZ hospital customers by questionnaire. . The statistics employed for data analysis was multiple regression to test the hypothesis.

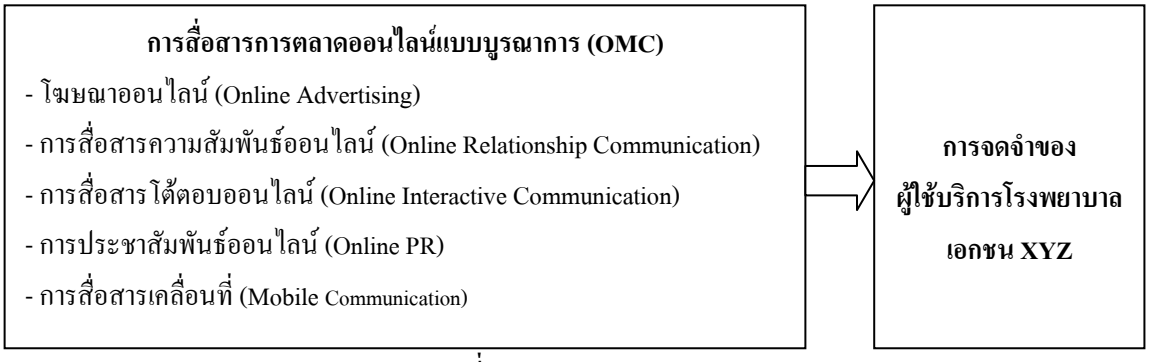
The result indicated that 5 aspects of online marketing communication as follows; online advertising, online relationship communication, online interactive communication, online interactive communication, online PR, mobile communication at the significant of .05

KEYWORDS: Online Marketing Communication, Recognition

1. ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

ระบบออนไลน์มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตและมีบทบาทที่สำคัญสำหรับกระบวนการดำเนินธุรกรรมขององค์กร องค์กรต่างๆ จำนวนมากได้มีการนำประยุกต์ใช้ระบบออนไลน์อย่างอินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างและยกระดับช่องทางการค้าและการสื่อสารเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Jensen, 2007) การนำอินเทอร์เน็ตมาใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารได้สร้างการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด กระบวนการดำเนินงาน และการเกิดประสิทธิภาพด้านต้นทุนในการสื่อสารและสร้างกิจกรรมทางการตลาด ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่ขจัดข้อจำกัดด้านระยะเวลาสำหรับผู้ใช้งานหรือผู้บริโภค ทำให้เกิดการสื่อสารที่รวดเร็วและมีต้นทุนที่ต่ำกว่าการสื่อสารในรูปแบบอื่นๆ สำหรับประเทศไทยทางศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ได้ทำการสำรวจอัตราการใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทยในปี 2556 พบว่าประชากรชาวไทยกว่า 66 ล้านคน มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากถึง 25 ล้านคน และมีผู้ใช้บริการเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) 18 ล้านคน (NECTEC, 2556) ดังนั้นการดำเนินกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดขององค์กรจะสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้งานจำนวนมากอย่างรวดเร็วเป็นการยกระดับคุณภาพการบริการและการสร้างสัมพันธภาพกับลูกค้าโดยมีต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำกว่า สำหรับธุรกิจโรงพยาบาล เป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีความสำคัญเนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนธุรกิจด้านการบริการเพื่อให้ไทยมีการสร้างศูนย์กลางทางการแพทย์ ทำให้โรงพยาบาลจำนวนมากพยายามที่จะมีการปรับปรุงการนำเสนอภาพลักษณ์ขององค์กรเพื่อให้เกิดการจดจำภาพลักษณ์เชิงบวกที่จะนำไปสู่การสร้างชื่อเสียงและความภักดีต่อองค์กร ดังนั้นโรงพยาบาล XYZ ซึ่งเป็นโรงพยาบาลเอกชนที่มีชื่อเสียงในประเทศไทย จึงได้มีการจัดทำการศึกษาการสื่อสารการตลาดออนไลน์กับการจดจำของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน XYZ เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์และก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างยั่งยืน

2. กรอบแนวความคิดและทฤษฎี



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

Jensen (2007) ที่ได้มีการสร้างตัวแบบทางความคิดของการสื่อสารทางตลาดออนไลน์ (Conceptual model of prioritization and potential of OMC) ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้

1) โฆษณาออนไลน์ (Online Advertising)
2) การสื่อสารความสัมพันธ์ออนไลน์ (Online Relationship Communication)

3) การสื่อสารโต้ตอบออนไลน์ (Online Interactive Communication)

4) การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (Online PR)

5) การสื่อสารเคลื่อนที่ (Mobile Communication)

จากองค์ประกอบทั้ง 5 Jensen (2007) ได้ทำการพัฒนาและต่อยอดความคิดมาจากนักวิชาการ และนักวิจัยหลายท่าน เช่น Belch and Belch (2011) Duncan (2008) Jensen and Fischer (2004) de Pelsmacker et al (2001) Pickton and Broderick (2004) Kitchen and de Pelsmacker (2004) Strauss, El-Ansary, & Frost (2003) Roberts (2003) เป็นต้น จากการพัฒนาดังกล่าวจึงทำให้เกิดการสื่อสารทางตลาดออนไลน์ (Online Marketing Communication: OMC) ทั้ง 5 องค์ประกอบ

จากการค้นคว้าในแนวคิดทฤษฎีจะอธิบาย 5 องค์ประกอบได้ดังนี้

1. โฆษณาออนไลน์ (Online Advertising) จะมีตัวชี้วัดที่สำคัญ 3 ตัว ได้แก่

1.1 การแสดงโฆษณาออนไลน์ เช่น แบนเนอร์ (Banner) ป๊อป-อัพ (Pop-up) และโฆษณาแทรก (interstitials) เป็นต้น (Cathy, H., Neil, D., & Fiona, E. C., 2000).

1.2 Search engine optimization (SEO) การปรับแต่งเว็บไซต์ และกระบวนการต่างๆ ของเว็บไซต์ตั้งแต่การออกแบบ เขียนโปรแกรม และการโปรโมทเว็บ เพื่อให้ติดอันดับต้นๆ ของ Search Engine (เครื่องมือค้นหาเว็บไซต์ต่างๆ เช่น Google, MSN, Yahoo, AOL เป็นต้น)

1.3 With affiliate programs หรือการรวบรวมเชื่อมโยงเว็บไซต์ของนักการตลาดบนเว็บไซต์ทางธุรกิจ ซึ่งเจ้าของเว็บไซต์ทางธุรกิจก็จะได้รับค่านายหน้า (Commission) เมื่อมีผู้เข้าชมเว็บไซต์และได้ทำการเข้าชมไปยังเว็บไซต์ที่มีการเชื่อมโยงไว้

2. การสื่อสารความสัมพันธ์ออนไลน์ (Online Relationship Communication)

2.1 การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ตรงไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ (Direct e-mail) เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่มีของ OMC ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการยอมรับโดยนักการตลาด

2.2 Context-based services จะเกี่ยวข้องกับสถานที่ และระยะเวลาของการบริการ direct e-mail ไม่สามารถที่จะทำตามความต้องการในเรื่องต่างๆ ได้ แต่สามารถที่จะบอกถึงสถานการณ์เฉพาะได้ แต่ในกรณีของ Context-based services สามารถอธิบายได้ด้วยตัวอย่าง ดังนี้ เช่น การได้รับข้อความการส่งเสริมการขายผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่จากร้านอาหารที่คุณชื่นชอบ ซึ่งการติดต่อในลักษณะนี้จะต้องได้รับการยินยอม และการรับรู้จากกลุ่มเป้าหมายด้วยการใช้ข้อมูลสำหรับการบริการ (Context-based services) ที่ได้บันทึกไว้

2.3 E-learning คือ การแทนที่ในเรื่องขอบเขตที่ยอดเยี่ยมของการสร้างห้องเรียนแบบเผชิญหน้ากันในธุรกิจจำนวนมากที่กำลังเติบโตด้วยวิธีนี้ ซึ่งมีความเหมาะสมในการใช้สร้างความสัมพันธ์ในการสื่อสารผ่านระบบออนไลน์

3. การสื่อสารโต้ตอบออนไลน์ (Online Interactive Communication)

3.1 การแข่งขันออนไลน์ (Online competitions), คูปอง (coupons), ตัวอย่าง (samples), การโต้แย้ง (contests) และการพนัน (sweepstakes) สามารถนำมาใช้ในการส่งเสริมการขาย และการกระตุ้น

3.2 Microsites คือเว็บไซต์ขนาดเล็กที่พัฒนาขึ้นเพื่อจุดประสงค์พิเศษหรือเฉาพะ เช่น การนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด หรือแคมเปญทางการตลาดโดยเฉพาะ

3.3 online games เป็นหนึ่งช่องทางที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างกันผ่านการเล่นเกมส์ออนไลน์ ซึ่งจะเรียกว่า “Advergaming”

4. การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (Online PR)

4.1 Media relations ความสัมพันธ์กับสื่อ เช่น การนำเสนอข้อมูลแบบ real-time การสร้างความเป็นกันเอง การเปิดเผยข้อมูล และเนื้อหาแบบโปร่งใส การติดตาม และการประเมินมุมมองของคนอื่นๆ ที่มีต่อองค์กร เป็นต้น

4.2 การตลาดแบบไวรัส (Viral Marketing) คือ เทคนิคการทำการตลาดที่ใช้สื่อ Social Networks ที่มีอยู่แล้ว เช่น facebook, hi5, Youtube และอีกมากมาย ในการทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักมากขึ้น หรือ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดด้านอื่นด้วย เช่น สามารถขายผลิตภัณฑ์ได้ โดยเปรียบเสมือนกับกระบวนการแพร่ไวรัส ซึ่งเป็นลักษณะการบอกต่อ ปากต่อปาก หรือที่เรียกว่า Word-of-Mouth (WOM)

5. การสื่อสารเคลื่อนที่ (Mobile Communication) เช่น การใช้ SMS, MMS และเว็บไซต์สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนย้าย

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีต่อการจดจำของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน XYZ

4. วิธีการดำเนินงานวิจัย

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการโรงพยาบาล XYZ (ทางโรงพยาบาลไม่สามารถเปิดเผยข้อมูลจำนวนประชากรทั้งหมดได้) ทั้งนี้ได้ใช้การคำนวณกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการคำนวณของ Taro Yamane (Yamane, 1967) ทำให้มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non - Probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการของโรงพยาบาล XYZ เป็นเวลาต่อเนื่อง 3 ปี

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม ประกอบไปด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ได้แก่เพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบ มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตรวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) และมาตรวัดเรียงอันดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดออนไลน์แบบบูรณาการ (OMC) ลักษณะเป็นคำถามปลายปิดโดยคำถามแบ่งเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่น้อยที่สุดถึงมากที่สุด มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตรวัดอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับการจดจำ (Recognition) เป็นคำถามปลายปิดโดยคำถามแบ่งเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่น้อยที่สุดถึงมากที่สุด มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตรวัดเรียงอันดับ (Interval Scale)

การพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย

ทำการทดสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน (Saunders, Thornhill & Lewis, 2009) โดยหาดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยเลือกข้อคาถามที่มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (Saunders, Thornhill & Lewis, 2009)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regressions) ในการทดสอบสมมติฐาน

5. สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาด้านปัจจัยทางประชากรศาสตร์พบว่าส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

ข้อมูลการสื่อสารการตลาดออนไลน์ (OMC) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อการสื่อสารการตลาดออนไลน์ (OMC) ในประเด็นการสื่อสารความสัมพันธ์ออนไลน์ (Online Relationship Communication) มากที่สุด รองลงมาได้แก่ การสื่อสารโต้ตอบออนไลน์ (Online Interactive Communication) การสื่อสารเคลื่อนที่ (Mobile Communication) การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (Online PR) และโฆษณาออนไลน์ (Online Advertising)

สำหรับการทดสอบอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีต่อการจดจำของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน XYZ พบผลการศึกษาดังตาราง 1 ทั้งนี้พบว่า ตัวแปรอิสระได้แก่ การสื่อสารการตลาดออนไลน์ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ โฆษณาออนไลน์ การสื่อสารความสัมพันธ์ออนไลน์ การสื่อสารโต้ตอบออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ การสื่อสารเคลื่อนที่ มีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01 สรุปได้ว่าการสื่อสารการตลาดออนไลน์ มีอิทธิพลต่อการจดจำของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน XYZ

ตารางที่ 1 การทดสอบการถดถอยพหุคูณ ระหว่างตัวแปรอิสระการสื่อสารการตลาดออนไลน์กับตัวแปรตามการจดจำของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน XYZ

Model	B	Beta	t	Sig
ค่าคงที่	.212	.487	9.112	.000*
โฆษณาออนไลน์	.165	.255	5.922	.000*
การสื่อสารความสัมพันธ์ออนไลน์	.172	.295	6.241	.000*
การสื่อสารโต้ตอบออนไลน์	.187	.303	6.734	.000*
การประชาสัมพันธ์ออนไลน์	.193	.266	5.903	.000*
การสื่อสารเคลื่อนที่	.435	.425	8.115	.000*

**ระดับนัยสำคัญ 0.01

R = 0.981, R Square = 0.815, Adjusted R Square = 0.938 Std. Error of the Estimate = 0.2351, ANOVA Sig. = 0.000**

6. อภิปรายผล

จากการศึกษาที่พบว่าการสื่อสารการตลาดออนไลน์แบบบูรณาการ (OMC) มีอิทธิพลต่อการจดจำของผู้ใช้บริการโรงพยาบาล XYZ ในทุกด้านสอดคล้องกับแนวคิดของ Jensen (2007) เรื่องการสื่อสารทางตลาดออนไลน์ ที่สร้างตัวแบบเรื่องการสื่อสารทางตลาดออนไลน์แบบบูรณาการ นั้นเป็นการผสมผสานการสื่อสารเพื่อให้เกิดผลต่อการรับรู้ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่กระตุ้นการรับรู้ตามแนวคิดเรื่องการรับรู้ที่ได้กล่าวว่า ลักษณะของสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดมีหลากหลายชนิดที่ส่งผลกระทบต่อการรับรู้ของผู้บริโภคและปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้สิ่งกระตุ้นหรือโฆษณามีความสามารถในการเรียกความใส่ใจจากผู้บริโภคคือการเคลื่อนไหวเสียงผิดปกติขนาดของสิ่งกระตุ้นผลจากความตรงข้ามสีและการวางสิ่งกระตุ้นให้อยู่ภายใต้ขอบเขตสายตาของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Doherty, Neil; Ellis-Chadwick, Fiona and Hart, Cathy (2003). ที่ได้ทำการศึกษาการใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ค้าปลีกโดยพบว่าการสื่อสารการตลาดออนไลน์มีอิทธิพลหรือส่งผลต่อการจดจำของผู้ใช้บริการ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าการที่องค์กรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารของตนเองผ่านออนไลน์สร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันด้วยระบบการโต้ตอบการสื่อสารระหว่างกัน หรือการสื่อสารด้วยระบบเคลื่อนที่ทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและเป็นจำนวนมากพร้อมๆ กัน ซึ่งทำให้เกิดการพบเห็นข้อมูลตราสินค้าขององค์กรอย่างบ่อยครั้ง ตลอดจนการรับรู้ข้อความข่าวสารที่องค์กรต้องการนำเสนอจนนำไปสู่การจดจำข้อมูลข่าวสารหรือภาพลักษณ์ที่องค์กรต้องการให้กลุ่มเป้าหมายจดจำ และนำไปสู่การสร้างสัมพันธภาพและยกระดับคุณภาพการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ธุรกิจโรงพยาบาล จะต้องมุ่งเน้นการนำระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาพัฒนาด้านการตลาดให้เกิดความต่อเนื่องในการพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดออนไลน์ให้มีความเหมาะสมและทันสมัย และสนับสนุนให้กลุ่มผู้ใช้บริการสามารถเข้ามาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดประโยชน์ทางการสื่อสารระหว่างธุรกิจกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

7.2 องค์กรธุรกิจโรงพยาบาลควรมุ่งเน้นการพัฒนาช่องทางการสื่อสารโต้ตอบแบบออนไลน์ซึ่งจะทำให้เกิดการยกระดับความรวดเร็วในการสื่อสารและการให้บริการลูกค้าที่เหมาะสม สร้างความประทับใจและนำไปสู่การเกิดความภักดีต่อองค์กร

8. รายการอ้างอิง

Belch, G., & and Belch, M. 2011. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. New York: McGraw-Hill/Irwin.

Cathy, H., Neil, D., & Fiona, E. C. 2000. "Retailer adoption of the Internet – Implications for retail marketing." **European Journal of Marketing**. 34(8). 954 – 974.

de Pelsmacker et al. 2001. **Marketing Communications: A European Perspective**. New Jersey: Prentice Hall.

Duncan, T. 2008. **Integrated Marketing Communication**. New York: McGraw-Hill/Irwin.

Doherty, Neil; Ellis-Chadwick, Fiona and Hart, Cathy. 2003. "An analysis of the factors affecting the adoption of the Internet in the UK retail sector." **Journal of Business Research**. 56(11). 887–897.

Duncan, T. 2008. **Integrated Marketing Communication**. New York: McGraw-Hill/Irwin.

Jensen, M. B. 2007. "Online marketing communication potential Priorities in Danish firms and advertising agencies." **European Journal of Marketing**. 42(3/4). 502-525.

Jensen, M.B. and Fischer, L.H. 2004. **E-Branding**. 1st ed. Copenhagen: Gyldendal.

Kitchen, P, & de Pelsmacker, P. 2004. A **Primer for Integrated Marketing Communications**. London: Routledge.

Kotler, P. 2000. **Marketing management.** (10th Ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

Nectec. 2556. อัพเดทจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของไทย. ค้นเมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2556 จาก http://www.marketingoops.com/reports/metrix/thai-net-users-2/\.

Pickton, D, & Broderick, A. 2004. **Integrated Marketing Communications**. New Jersey: Prentice Hall.

Roberts, M.L. 2003. **Internet Marketing: Integrating Online and Offline Strategies**. New York: McGraw-Hill.

Education Europe, London.Saunders, M, Thornhill, A., & Lewis, P. 2009. **Research Methods for Business Students**. New Jersey: Prentice Hall.

Strauss, J., El-Ansary, A. and Frost, R. (2003), **E-Marketing. 3rd ed**. New Jersey: Pearson Higher Education.

Yamane, T. 1967. **Statistics, an Introductory Analysis**. 2nd Ed. New York: Harper and Row.

การสื่อสารทางการตลาดกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเช่าสนามฟุตบอลในกรุงเทพมมหานคร

MARKETING COMMUNICATION AND CONSUMER BEHAVIOR' IMPLICATION FOR SOCCER CLUB BUSINESS IN BANGKOK

ว่าที่ร้อยโท นรัฎ ชื่นเกิด

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรธุรกิจการกีฬาและการบันเทิง

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

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

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธวิช สุดสาคร

ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

E-mail :tawit.su@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอล และศึกษาเปรียบเทียบการบูรณาการด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบการกระตุ้น และแบบการสร้างการรับรู้ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลของประชากรในกรุงเทพมหานคร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ค่าทางสถิติดังนี้ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบเปรียบเทียบตัวแปรตามสมมติฐานโดยใช้เครื่องมือสถิติ t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

ผลการวิจัยครั้งนี้ผมว่า ประชากรในกรุงเทพมหานครที่เลือกใช้บริการสนามฟุตบอลส่วนมากอายุประมาณ 18-25 ปี รายได้ประมาณ 5,000-12,000 บาทต่อเดือน ใช้บริการประมาณ 2 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งถือว่าเป็นความหลากหลายในการเลือกใช้บริการ เป็นเหตุผลที่ทำให้การบริการสนามฟุตบอลนั้นลำบากมากขึ้น และต้องมีการแข่งขันในทางธุรกิจมากขึ้นเช่นกัน ดังนั้นยังมีอีกหนทางหนึ่งที่เจ้าของธุรกิจจะสามารถนำมาเป็นเครื่องมือสร้างรายได้ ผลกำไรให้กับธุรกิจ นั้นก็คือการเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารทางการตลาดในลักษณะการกระตุ้นผู้บริโภค หรือการสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค ถือว่าเป็นกุญแจสำคัญในด้านการสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับรู้ หรือสร้างความต้องการให้ลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้น ซึ่งจากผลสรุปของงานวิจัยในครั้งนี้ก็ได้กล่าวไว้ว่า เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดในลักษณะการกระตุ้นผู้บริโภค จะเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภค และสามารถให้ผู้บริโภคตอบสนองได้ดีกว่า การสื่อสารทางการตลาดรูปแบบการสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค เพราะฉะนั้นการเลือกใช้เครื่องมือที่ดีที่สุดต่อองค์กรย่อมเกิดประโยชน์ เพราะทุกอย่างที่ทำย่อมมีต้นทุนในจัดทำ ผลงานวิจัยครั้งนี้

หวังเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยให้เจ้าของธุรกิจให้เช่าสนามฟุตบอลได้เลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด และเกิดประสิทธิผลมากที่สุด

คำสำคัญ: รูปแบบการสื่อสารทางการตลาดแบบกระตุ้น รูปแบบการสื่อสารทางการตลาดแบบสร้างการรับรู้ การเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลในกรุงเทพมหานคร ธุรกิจให้เช่าสนามฟุตบอล

ABSTRACT

This research has objectives to study demographic data of football field service users, to study their behavior in choosing to use football field services, and to compare impacts of two forms of marketing communications, namely stimulant marketing communications and perception promotion marketing communications, on user behavior in choosing to use football field services in Bangkok. To obtain data required for these objectives, a questionnaire was used as the tool for collecting data from the sample, which included 400 users of football field services in Bangkok. Statistical analysis was conducted on the collected data to obtain values of frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. Differences in variables according to the hypothesis were determined by using a Student's t-test at a confidence level of 0.05.

The research results revealed that most football field service users in Bangkok were between 18 to 25 years old. Their incomes ranged from 5,000 to 12,000 baht per month. They used football field services for 2 hours a day on average. That means there is diversity of users that may affect their decision in choosing football field services. This is a reason that makes the market of football field services become more difficult with greater competition. One strategy that football field service entrepreneurs can use for promoting income and profit for their business is to select the right form of marketing communications to promote their football fields. Marketing communications are a key activity to allow customers to know about the services and to encourage them to use the services more. For this regard, two important forms of marketing communications to be selected to use are stimulant marketing communications and perception promotion ones. According to the data analysis, this research can conclude that marketing communications conducted by stimulating the customers allow higher accessibility to their demand and better response to their requirements, as compared to marketing communications in form of promoting perception of customers. Since marketing communications involve costs, just like other business activities, choosing to use only the best communication tool for the organization would be beneficial. This research is highly expected to be helpful for football field rental businesses in choosing to use marketing communication tools for highest efficiency and effectiveness.

KEYWORDS: Stimulant marketing communications; Perception promotion marketing communications; Choosing football field services in Bangkok; Football field rental business

บทนำ

จากการสำรวจข้อมูลการประกอบธุรกิจบริการสนามฟุตบอลให้เช่าปัจจุบันบุคคลที่ชื่นชอบกีฬาฟุตบอลและที่จะเข้ามาใช้บริการธุรกิจสนามฟุตบอลนี้มีความหลากหลาย เช่น นักเรียน นักศึกษา และคนที่อยู่ในวัยทำงาน อายุตั้งแต่ 18 ปี ซึ่งพฤติกรรมการเลือกสนามของผู้ใช้บริการในช่วงแรกของธุรกิจนี้ ผู้ใช้บริการสามารถเดินทางไปใช้บริการได้ทุกแห่ง ทุกเวลาไม่มีความกังวลเกี่ยวกับระยะทาง หรือเวลาในการเดินทาง เพราะในช่วงระยะแรกของธุรกิจบริการสนามฟุตบอลที่เปิดให้เช่ายังมีจำนวนของผู้ลงทุนในธุรกิจน้อย แต่เมื่อระยะเวลาผ่านไปในช่วงระยะประมาณ 1-2 ปี ธุรกิจนี้ก็มีความสนใจจากนักลงทุนมากขึ้น ซึ่งก็ทำให้เกิดนักลงทุนรายใหม่มาร่วมแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบธุรกิจนี้ต้องเตรียมกลยุทธ์ และหาวิธีการต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าได้เลือกใช้บริการมากที่สุด อาจกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขัยสูง ดังนั้นกลยุทธ์ที่จะสร้างความเชื่อมั่น เชื่อใจ เกิดเป็นแรงจูงใจ หรือให้ผู้ใช้บริการได้ตัดสินใจใช้บริการนั้นมีจำนวนมาก ผู้ทำการวิจัยจึงเกิดแนวความคิดที่จะช่วยหาแนวทาง กลยุทธ์การสร้างมูลค่าของธุรกิจนี้ เพื่อเปรียบเหมือนเข็มทิศให้ผู้ประกอบการในธุรกิจสนามฟุตบอลให้เช่าทั้งผู้ประกอบการเก่า และใหม่ได้ก้าวเดินในธุรกิจนี้อย่างถูกทาง และมั่นคง ผู้ทำการวิจัยทำการหาข้อมูลแนวทางทฤษฎีต่างๆ เพื่อมาประกอบในงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้มุ่งเน้นในเรื่องการสื่อสารทางการตลาด และพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ หรือการตัดสินใจใช้บริการ สรุปได้ว่าการใช้ทฤษฎีหรือกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดเป็นแนวทางที่สามารถสร้างการรับรู้กับผู้บริโภค และสามารถสร้างแรงจูงใจ หรือแรงกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดีจากบทความของ กิตติ สิริพัลลภ (51 :2540)กล่าวว่าการสื่อสารการตลาดแบบครบเครื่อง)Integrated Marketing Communication, IMC) คือ กระบวนการการพัฒนาระบบการสื่อสารด้วยการใช้เครื่องมือสื่อสารในหลายรูปแบบและนำมาใช้ เพื่อสามารถเข้าถึงผู้บริโภค ซึ่งแต่ละเครื่องมือจะต้องถูกใช้อย่างกลมกลืนและต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ผู้บริโภครู้จัก เข้าใจ และมองว่าสินค้ายี่ห้อนั้นมีคุณค่า และบทความของ เสรี วงษ์มณฑา (2547) กล่าวว่าการสื่อสารทางการตลาดหมายถึงการประสมประสารเครื่องมือสื่อสารการตลาดหลายๆ อย่างเข้าด้วยกันอย่างเหมาะสม เพื่อดำเนินการส่งเสริมการตลาด ซึ่งให้ความสำคัญกับวิธีการสื่อสารเพื่อการจูงใจทุกรูปแบบ และแสดงบุคคลิกภาพของสินค้าอย่างชัดเจน หรือเป็นกระบวนการของการพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาดที่ต้องใช้การสื่อสาร เพื่อการจูงใจหลายรูปแบบกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง ซึ่งข้อมูลจะมีความสอดคล้องกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการซึ่งผู้บริโภคจะมีกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการเริ่มต้นจากการรับรู้ ค้นหาข้อมูล ประเมินข้อมูล ตัดสินใจซื้อ และเกิดเป็นพฤติกรรมในการซื้อ ข้อมูลจากบทความของ (Kotler. 2000 : 178-183) กล่าวว่ากระบวนการในที่นี้หมายถึงกรรมวิธีหรือลำดับการกระทำซึ่งดำเนินต่อเนื่องกันไปจนสำเร็จลงใน ระดับหนึ่ง กระบวนการซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ดังนี้ การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการซื้อ และการเลือกปริมาณการซื้อ โดยผ่านกระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1.การรับรู้ปัญหา 2.การค้นหาข้อมูล 3.การประเมินทางเลือก 4.การตัดสินใจ 5.พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ดังนั้นการแข่งขันสูงเราก็ต้องมีการเลือกกลยุทธ์ที่เราได้เปรียบทางการแข่งขันให้มากที่สุด การมองถึงพฤติกรรมของลูกค้าก็เป็นสิ่งที่ถูกต้อง และจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องสื่อสารให้ผู้บริโภคมาใช้บริการได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งเป็นเหตุผลที่ผู้ทำการวิจัยจึงทำการศึกษาในหัวข้อ “การสื่อสารทางการตลาดกับพฤติกรรม

ของผู้ใช้บริการเช่าสนามฟุตบอลในกรุงเทพมมหานคร" เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ประกอบธุรกิจให้เช่าสนามฟุตบอลต่อไป

กรอบแนวคิด และทฤษฎี

กระบวนการติดต่อสื่อสาร

การสื่อสารทางการตลาด สิทธ์ ธีรสรณ์ 2551): 1-19) กระบวนการติดต่อสื่อสาร)Communication process) หมายถึง ระบบซึ่งแหล่งข่าวสารส่งข่าวสารไปยังผู้รับหรือหมายถึงการแสดงวิธีการ ซึ่ง (ผู้ส่งข่าวสาร) แหล่งข่าวสารพยายามเข้าถึงผู้รับข่าวสาร โดยอาศัยแบบจำลองพื้นฐานเบื้องต้นที่แสดงถึงองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร ประกอบด้วย.1 องค์ประกอบที่แสดงผู้มีส่วนร่วมหลักสำคัญในกระบวนการสื่อสาร คือ ผู้ส่งข่าวสารกับผู้รับข่าวสาร .2 องค์ประกอบของเครื่องมือสื่อสารสำคัญ คือ ข่าวสาร และช่องทางข่าวสาร .3 องค์ประกอบแสดงหน้าที่และกระบวนการสื่อสารสำคัญ คือ การเข้ารหัส การถอดรหัส การตอบสนอง และข้อมูลย้อนกลับ.4 องค์ประกอบสุดท้าย คือ สิ่งรบกวน

แนวคิดหลักของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(2546) เป็นกลยุทธ์การประสานงาน และการรวมความพยายามทางการตลาดของบริษัท ในการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดหลายๆเครื่องมือ เพื่อให้เกิดข่าวสารและภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกัน และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

กิตติ สิริพัลลภ) การสื่อสารการตลาดแบบครบเครื่อง (51 :2540)Integrated Marketing Communication, IMC) คือ กระบวนการการพัฒนาระบบการสื่อสารด้วยการใช้เครื่องมือสื่อสารในหลายรูปแบบและนำมาใช้ เพื่อสามารถเข้าถึงผู้บริโภค ซึ่งแต่ละเครื่องมือจะต้องถูกใช้อย่างกลมกลืนและต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ผู้บริโภครู้จัก เข้าใจ และมองว่าสินค้ายี่ห้อนั้นมีคุณค่า

เสรี วงษ์มณฑา (2547) เป็นการประสมประสารเครื่องมือสื่อสารการตลาดหลายๆ อย่างเข้าด้วยกันอย่างเหมาะสม เพื่อดำเนินการส่งเสริมการตลาด ซึ่งให้ความสำคัญกับวิธีการสื่อสารเพื่อการจูงใจทุกรูปแบบ และแสดงบุคคลิกภาพของสินค้าอย่างชัดเจน หรือเป็นกระบวนการของการพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาดที่ต้องใช้การสื่อสาร เพื่อการจูงใจหลายรูปแบบกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

เสรี วงษ์มณฑา)ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารการตลาดแบบครบเครื่อง (14 : 2540)Integrated Marketing Communication, IMC) เป็นกลยุทธ์การประสานงานและการรวมความพยายามของบริษัทหรือองค์กร และการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาด โดยใช้ทุกเครื่องมือที่จูงใจที่เหมาะสม เพื่อให้ได้ข่าวสารและภาพพจน์ที่สอดคล้องกันและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เนื่องจากกระบวนการสื่อสารทางการตลาดมีความซับซ้อนมากขึ้น ผู้โฆษณาที่เป็นเจ้าของสินค้าพบว่าตลาดมีการแบ่งแยกออกเป็นส่วน ๆ ย่อยเล็กลงไปเรื่อง)Demasification of the market) และการติดต่อสื่อสารทางการตลาดที่จะเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิผลก็สลับซับซ้อนมากขึ้น ทำให้การใช้โฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และการประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นเครื่องมือการสื่อสารการตลาดหลักดั้งเดิมนั้นไม่เพียงพอที่จะสื่อสารตราสินค้า)Brand contact) ให้เกิดพฤติกรรมทางบวกตามที่นักการตลาดต้องการการสื่อสารการตลาดมี ลักษณะที่สำคัญ ดังนี้ 4

) เป็นการสื่อสารเพื่อการจูงใจ .1Persuasive communication) กับกลุ่มเป้าหมายโดยใช้เครื่องมือการสื่อสารที่เหมาะสม เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมีความต้องการซื้อสินค้า

) ยะยาวเป็นกระบวนการที่กระทำระ .2Long run) และกระทำต่อเนื่องกัน (Continuity) เนื่องจากการสื่อสารการตลาดต้องใช้เครื่องมือหลายเครื่องมือ แต่ไม่ได้หมายความว่าจะต้องใช้ทุกเครื่องมือในเวลาเดียวกัน แต่ควรเลือกเครื่องมือที่มีความเหมาะสมมากที่สุด จึงเป็นกระบวนการที่กระทำในระยะยาวและต่อเนื่องกัน

งพฤติกรรมของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับความต้องการการสื่อสารการตลาดมีเป้าหมาย คือ มุ่งสร้า .3 ของตลาดที่มากกว่าการสร้างทัศน(Attitude) หรือการรับรู้ (Awareness) เท่านั้นนั่นคือ การสื่อสารตราสินค้า (Brand contacts) เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความใกล้ชิด ความคุ้นเคยซึ่งจะนำไปสู่ความชอบ (Familiarity feeds liking)

) การสื่อสารตราสินค้าทุกวิธี .4All sources of brand contact points) คือ เน้นกิจกรรมที่ใช้สื่อทุกชนิด (All media activities) และกิจกรรมที่ไม่ใช่สื่อทั้งหมด (Non-media activities)

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model)

พฤติกรรมผู้บริโภค(2550 ฉัตยาพร เสมอใจ.ดร: (38-32พฤติกรรมของผู้ซื้อเริ่มต้นจากสิ่งเร้า (Stimulus) มากระตุ้น (Stimulate) ความรู้สึกของเราทำให้รู้สึกนึกถึงความต้องการ จนต้องทำการหาข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของเขา เพื่อทำการตัดสินใจซื้อและเกิดพฤติกรรมการซื้ออันเป็นการตอบสนอง (Response) ในที่สุด

1. สิ่งเร้า คือสิ่งที่เข้ามากระทบและกระตุ้นผู้ซื้อ ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้จากสิ่งเร้าภายใน (Inside Stimulus) ที่ร่างการเกิดความไม่สมดุลทางกายภาพหรือทางจิตใจ ก่อให้เกิดความต้องการที่จะรักษาสมดุลนั้น หรือจากสิ่งเร้าภายนอก (Outside Stimulus)

2. กล่องดำ เป็นระบบความรู้สึก ความต้องการ และกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นจากความคิดและจิตใจของผู้ซื้อ อันเป็นสิ่งที่ยากแก่การเข้าใจ เปรียบเสมือนกับกล่องดำของเครื่องบินที่เก็บข้อมูลทั้งหมดเกี่ยวกับลูกค้าไว้ภายใน ซึ่งนักการตลาดต้องพยายามศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ รวมถึงต้องศึกษาถึงขั้นตอนของกิจกรรมในการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อด้วย

3. การตอบสนอง เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อันเป็นการตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งผู้ซื้อจะแบ่งการตัดสินใจออกเป็นขั้นๆ เริ่มต้นจากการตัดสินใจเกี่ยวกับชนิดของผลิตภัณฑ์ เช่น เลือกซื้อดินสอธรรมดาหรือดินสอกด เมื่อตัดสินใจว่าจะเลือกซื้อดินสอกด จากนั้นจึงเลือกผู้ขายก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ แต่ถ้าหากสินค้าหรือบริการนั้นๆ ไม่มีความซับซ้อนหรือราคาไม่แพงมากนัก ผู้ซื้อก็อาจจะไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการเลือกผู้ขายมากนัก แต่จะพิจารณาจากความพึงพอใจในการบริการเป็นหลัก จากนั้นจะพิจารณาถึงช่วงเวลาที่ซื้อ โดยอาจจะเลือกซื้อเมื่อสินค้าเดิมหมด เมื่อต้องการใช้บริการในขณะนั้น หรือวางแผนการซื้อล่วงหน้าก่อนที่จะต้องใช้ในครั้งต่อไป หรือก่อนที่ของเดิมจะหมด หรือซื้อเมื่อมีการมอบข้อเสนอพิเศษ ซึ่งอาจส่งผลถึงการตัดสินใจในปริมาณที่จะซื้อด้วย

4. กระบวนการการตัดสินใจซื้อ ถึงแม้ผู้ซื้อจะมีลักษณะการซื้อ เหตุผล หรือความชอบที่แตกต่างกัน แต่ผู้ซื้อจะมีขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อที่เหมือนกัน ซึ่งเราสามารถแบ่งออกเป็น ขั้นตอนคือ 5

ขั้นตอนที่ ตนเองการรับรู้ถึงความต้องการ ผู้บริโภครายหนึ่งๆ จะตระหนักถึงความต้องการในสิ่งที่ 1 รู้สึกว่ายังขาดหายไปในชีวิตของตน และจะมองหาผลิตภัณฑ์ที่สามารถมาเติมเต็มให้กับความต้องการนั้น เช่น

ผู้บริโภคคนหนึ่งตระหนักถึงความต้องการใช้คอมพิวเตอร์ เพื่อที่จะสามารถทำรายงาน สืบค้นข้อมูล และใช้ติดต่อกับผู้อื่นผ่านอินเตอร์เน็ตได้สะดวกมากขึ้น

ขั้นตอนที่ การค้นหาข้อม 2ล ผู้บริโภคจะพยายามหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ให้มากที่สุด เพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจ เช่น เมื่อผู้บริโภคต้องการซื้อคอมพิวเตอร์ ก็จะทำการหารายระเอียดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ โดยการสอบถามจากร้านค้า เพื่อน ผู้รู้ เพื่อให้ได้ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่คาดว่าจะเหมาะสมกับตนเอง

ขั้นตอนที่ การประเมินทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มากทำการเปรียบเทียบเพื่อหาทาง 3 เลือกที่ดี และเหมาะสมกับตนเองที่สุด เช่น เมื่อผู้บริโภคที่ต้องการซื้อคอมพิวเตอร์ได้ข้อมูลที่ต้องการทั้งหมดแล้ว นาดของเครื่องก็จะนำมาเปรียบเทียบถึงขคุณสมบัติ ยี่ห้อ ราคา รูปแบบเพื่อหาทางเลือกที่ดีและเหมาะสมที่สุดในการใช้งานและความสามารถที่จะจ่ายได้ของผู้บริโภคโดยทำการเปรียบเทียบระหว่างตราว่ามีลักษณะแตกต่างกันอย่างไร มีข้อโดดเด่นหรื้อข้อเสียแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งอาจจะประเมินโดยการให้คะแนนจากมากไปหาน้อยแก่แต่ละคุณสมบัติก็ได้ เมื่อรวมคะแนนทั้งหมดแล้ว คะแนนของสินค้าตัวใดสูงกว่าก็จะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าตัวนั้น เป็นต้น

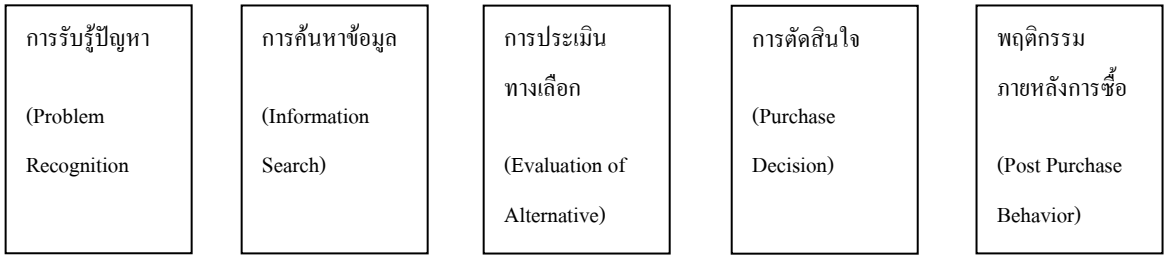
เป็นการศึกษาสิ่งจูงใจที่มำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า โดยมีการเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimuli) ที่ทำให้เกิดความต้องการก่อน โดยสิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ที่ผู้ผลิตไม่สามารถคาดคะเนได้จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) หน้าที่ของนักการตลาดคือ พยายามเข้าใจถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อระหว่างสิ่งกระตุ้นที่มีจากภายนอกกับการตัดสินใจของผู้ซื้อ .ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ)2539 : 110-115 ; อ้างอิงจาก Kotler. 2000)

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะและความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

กระบวนการในที่นี้หมายถึง กรรมวิธีหรือลำดับการกระทำซึ่งดำเนินต่อเนื่องกันไปจนสำเร็จลงในระดับหนึ่ง กระบวนการซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ดังนี้ การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการซื้อ และการเลือกปริมาณการซื้อ โดยผ่านกระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน ดังนี้ (Kotler. 2000 : 178-183)



ภาพประกอบที่ 1 : แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ที่มา : Kotler. (2000) Marketing Management .p 179.

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รายงานวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ชินวุธ แสงเรือง) ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร (มหาชน). 2550)

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษา การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ของลูกค้าในกรุงเทพม (มหาชน)หานคร ซึ่งการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

สอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ในการการวิจัยครั้งนี้เป็นการสำรวจข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบวิจัยครั้งนี้เป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ในกรุงเทพมหานคร จำนวน (มหาชน) 385 คนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูบคือ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้ค่า ที (Independent Sample t-Teat) ในการทดสอบและวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยใช้เทคนิคสถิติอย่างง่ายของเพียร์สัน

ผลการวิจัย และผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปได้ดังนี้

1. กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปีโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพลูกจ้างพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,000-20,001 บาทต่อเดือน

2. ระดับอิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีผลต่อการเลือกใช้บริการของลูกค้าอยู่ในระดับมาก คือ พนักงาน การให้บริการ และการใช้ป้ายต่างๆ ตามลำดับ ส่วนเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของลูกค้าอยู่ในระดับปานกลาง คือ การจัดนิทรรศการ การตลาดเชิงกิจกรรม การโฆษณา และ การประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

3. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการใช้บริการของลูกค้าธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด พบว่า ลูกค้ามี (มหาชน) นานที่สุด (มหาชน) กค้าของธนาคาไทยพาณิชย์ จำกัดระยะเวลาในการเป็นลูคือ 30 ปี มีการใช้บริการด้านการฝาก ถอน มากที่สุด มีความถี่ในการใช้บริการบ่อยที่สุดคือ/20 ครั้งต่อเดือน จะใช้บริการของธนาคารบริเวณที่สาขาตั้งอยู่ทั่วไป ระยะเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 12.31-14.30 นโดยผู้ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ . มากที่สุดคือตัวเอง และเหตุผลที่เลือกใช้บริการคือ การที่มีสาขากระจายอยู่มากมาย

4. ลูกค้าที่ใช้บริการมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ในด้านระยะเวลาใน (มหาชน) การเป็นลูกค้าของธนาร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการโฆษณาไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร (มหาชน)

6. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการส่งเสริมการขายมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ในด้านระยะเวลาในการเป (มหาชน)็นลูกค้าของธนาคาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการประชาสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร (มหาชน)

8. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการตลาดเชิงกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด น อย่างมีนัยสำคัญทางถอ/ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ในด้านการ ฝาก (มหาชน) สถิติที่ระดับ0.05

9. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการจัดนิทรรศการ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร (มหาชน)

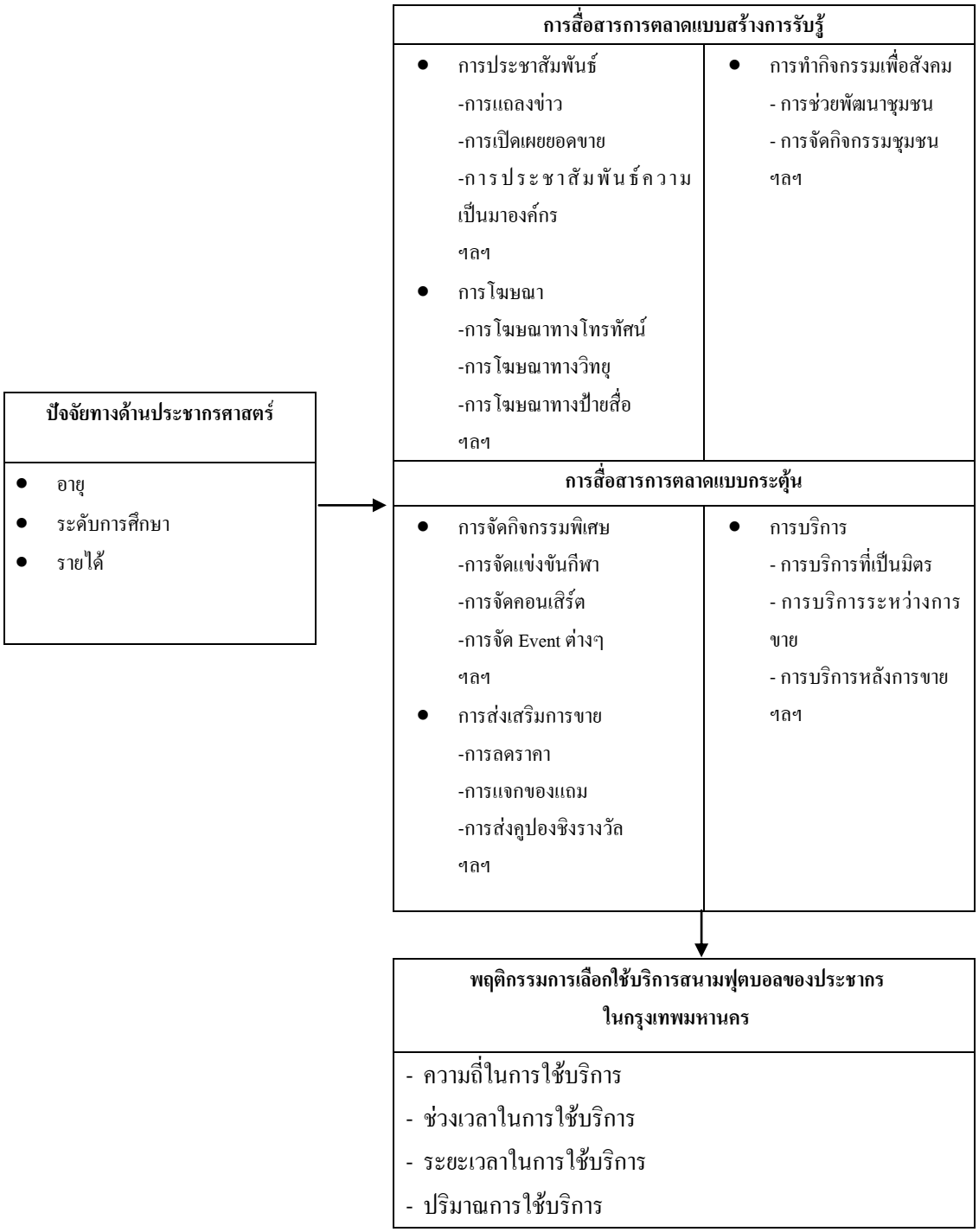
10. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร (มหาชน)

11. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการใช้พนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์ดับการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร (มหาชน)

12. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณการด้านการใช้ป้ายต่างๆ มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ของลูกค้า (มหาชน)ในกรุงเทพมหานคร ในด้านระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

13. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการใช้เครื่อข่ายสื่อสารทางอิเลคทรอนิกส์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร (มหาชน)

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ในด้านระยะเวลาในการลูกค้าของธนาคาร (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ภาพประกอบที่ 2 : กรอบแนวคิด และทฤษฎี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอล
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลของประชากรในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของการบูรณาการด้านการสื่อสารการตลาดแบบการกระตุ้น และแบบการสร้างการรับรู้ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอล

คำถามการวิจัย

- การสื่อสารทางการตลาดแบบกระตุ้นผู้บริโภค และแบบสร้างการรับรู้มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลต่างกันจริงหรือไม่

สมมุติฐานการวิจัย

- การสื่อสารทางการตลาดแบบกระตุ้นแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลไม่แตกต่างกัน
- การสื่อสารทางการตลาดแบบสร้างการรับรู้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลไม่แตกต่างกัน

วิธีการดำเนินวิจัย

1. ลักษณะประชากร

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดประชากร และการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรในกรุงเทพมหานครเพศชาย ซึ่งเกิดจากการสำรวจจากผู้ประกอบการสนามฟุตบอลให้เช่าโดยการสอบถามถึงเพศที่เข้าใช้บริการ ซึ่งได้คำตอบว่า ผู้ใช้บริการส่วนมากเป็นเพศชาย และประชากรกลุ่มตัวอย่างจะต้องรู้จักหรือเคยใช้บริการเช่าสนามฟุตบอล ซึ่งประชาชนชาวไทยเพศชายที่อยู่ในบริเวณเขตกรุงเทพมหานคร มากกว่า คน 100,000(ข้อมูลกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย : ธันวาคม , 2554 http://www.dopa.go.th) เป็นหลักฐานในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

2. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรไทยเพศชาย มีจำนวนมากกว่า คน จากการคาดคะเน จึงได้กำหนดขนาด 100,000 ของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรตารางYamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และค่าความคลาดเคลื่อน 5% คำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ คน จากหนังสือ 400(Stastistics : AnIntroductory Analysis. Yamane, 1967, p.886) สามารถกำหนดแบ่งออกเป็น 9 เขตพื้นที่ จำนวน 20 สนาม และทำการเก็บข้อมูลสนามละ 20 คน

3. ข้อมูลสนามฟุตบอลในกรุงเทพมหานคร

เขตพื้นที่	จำนวน/สนาม	เขตพื้นที่	จำนวน/สนาม	เขตพื้นที่	จำนวน/สนาม	เขตพื้นที่	จำนวน/สนาม
เขตบางเขน	10	เขตยานนาวา	2	เขตบางขุนเทียน	10	เขตบางพลัด	2
เขตบางกะปิ	13	เขตพญาไท	1	เขตภาษีเจริญ	4	เขตดินแดง	2
เขตปทุมวัน	3	เขตห้วยขวาง	3	เขตหนองแขม	2	เขตบึงกุ่ม	2
เขตพระโขนง	2	เขตตลิ่งชัน	10	เขตราษฎร์บูรณะ	1	เขตบางซื่อ	1
เขตพื้นที่	จำนวน/สนาม	เขตพื้นที่	จำนวน/สนาม	เขตพื้นที่	จำนวน/สนาม	เขตพื้นที่	จำนวน/สนาม
เขตบางกอกน้อย	2	เขตสวนหลวง	1	เขตบางแค	3	เขตคลองสามวา	1
เขตจตุจักร	5	เขตจอมทอง	2	เขตสายไหม	3	เขตบางนา	7
เขตบางคอแหลม	2	เขตดอนเมือง	2	เขตคันนายาว	2	เขตทวีวัฒนา	9
เขตประเวศ	6	เขตลาดพร้าว	10	เขตสะพานสูง	1	เขตทุ่งครุ	5
เขตคลองเตย	1	เขตวัฒนา	4	เขตวังทองหลาง	1	เขตบางบอน	6

สรุปผลการวิจัย

จากการสำรวจ เก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดแล้ว พบว่า ประชากรในกรุงเทพมหานครที่เลือกใช้บริการสนามฟุตบอลส่วนมากอายุ 18-25 ปี มีจำนวน 165 คน จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ซึ่งมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีมากเป็นอันดับแรก และช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีจำนวนมากที่สุด 5,001- 12,000 บาท ผลของการวิเคราะห์ จำนวนสนามฟุตบอลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการ ถ้าตามทฤษฎีแล้วคือปริมาณการเลือกใช้บริการ ซึ่งจากการสำรวจ เก็บข้อมูล และวิเคราะห์แล้ว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 215 คนเคยใช้บริการสนามฟุตบอล 4 – 6 สนาม และเป็นคำตอบที่มากที่สุด แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการสนามฟุตบอลไม่มีความจงรักภักดีต่อสนามฟุตบอลใดสนามหนึ่ง หรือไม่ได้มีความต้องการใช้บริการสนามฟุตบอลเพียงแค่สนามเดียว ในขณะเดียวกันช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการสนามฟุตบอลมากที่สุดคือ ช่วงเวลา 19.01 – 21.00 น. ซึ่งมีผู้ตอบในช่วงเวลานี้จำนวน 188 คน จากข้อมูลจะเห็นได้ว่าช่วงเวลาที่เหมาะสมในการให้บริการ หรือการทำการสื่อสารทางการตลาดที่ดีที่สุดคือช่วงเวลาที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากๆ เพราะอาจจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดโอกาสที่ดีต่อสนามฟุตบอล เช่น การนำข่าวไปบอกต่อ หรือการกลับมาใช้บริการซ้ำ เป็นต้น ในส่วนของความถี่ของการใช้บริการผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก กำหนดความถี่ของการเข้าใช้บริการสนามฟุตบอลอยู่ในระดับที่ 1 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ แสดงว่าลูกค้ายังมีความต้องการใช้สนามฟุตบอลเพื่อทำกิจกรรมเป็นจำนวนมาก หรืออีกนัยหนึ่งคือธุรกิจนี้ยังสามารถทำกำไรได้อีกมากมาย นอกจากนี้พฤติกรรมการใช้บริการสนามฟุตบอลในหัวข้อสุดท้ายที่นำมาทำการสำรวจในครั้งนี้ได้แก่ จำนวนระยะเวลาในการใช้บริการสนามฟุตบอลของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งคำตอบส่วนมากอยู่ในจำนวนระยะเวลา 1- 2 ชั่วโมงต่อครั้ง แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลมีเวลาในการดำเนินกิจกรรมประมาณ 2 ชั่วโมง ดังนั้นผู้ประกอบการควรดำเนินการในช่วงระยะเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการให้ลูกค้าได้ทราบข้อมูลข่าวสาร หรือแนะนำโปรโมชั่นให้ลูกได้ทราบ นอกจากนั้นจะต้องเน้นการบริการให้เกิดความ

ประทับใจให้มากที่ในช่วงเวลาประมาณ 2 ชั่วโมง หรือถ้าไม่สามารถบริการได้ทั่วถึงก็ต้องสร้างความประทับใจตั้งแต่ลูกค้าเดินเข้ามาในสนาม และก่อนลูกค้ากลับ

จากการวิเคราะห์เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบการสร้างการรับรู้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดรูปแบบการทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยนในระดับ 2.68 และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อแล้วจึงพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นในระดับปานกลาง และระดับน้อยเป็นส่วนมาก ซึ่งมีเพียง 1 ข้อที่กล่าวถึงการทำป้ายสื่อโฆษณาธุรกิจสนามฟุตบอลติดตามสถานที่ต่างๆมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลของท่าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นในระดับมาก จากการวิเคราะห์ทำให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่เกิดพฤติกรรมการใช้บริการมากเท่าที่ควรเมื่อใช้การบูรณาการเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบของการสร้างการรับรู้ ซึ่งอาจจะบ่งบอกถึงการลงทุนที่สิ้นเปลืองถ้ามีการเลือกลงทุนการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบนี้ แต่ก็ไม่ได้กล่าวว่าถึงทุกที่จะลงทุนแล้วไม่เกิดประสิทธิผล และประสิทธิภาพ เพราะจะเห็นบางหัวข้อก็มีการให้ความสนใจจากผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในทางตรงกันข้ามเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดรูปแบบการกระตุ้นผู้บริโภค พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดรูปแบบการกระตุ้นผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยระดับ3.70 และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อแล้วจึงพบว่าส่วนมากผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นในระดับมาก และก็มีความคิดเห็นในระดับปานกลางเป็นบางหัวข้อ แต่มีเพียง 1 ข้อคือ การจัดคอนเสิร์ตให้กับผู้ใช้บริการของสนามฟุตบอลมีผลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลของท่าน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นในระดับน้อย เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่เห็นความสำคัญ หรือมีความสนใจเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบการกระตุ้นผู้บริโภคใน สังเกตุได้จากการวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นในระดับมาก นั้นแสดงว่าผู้ประกอบธุรกิจสามารถสร้างมูลค่าของสนามฟุตบอล และสามารถทำการตลาดโดยการใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดรูปแบบการกระตุ้นผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

จากการวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัยข้างต้นผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระหว่างการสื่อสารทางการตลาดรูปแบบการกระตุ้นกับการสื่อสารทางการตลาดรูปแบบการสร้างการรับรู้ต่อพฤติกรรมการเลือกใช้สนามฟุตบอล เกิดจากการเก็บแบบสอบถามการวิจัยจากผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลในกรุงเทพมหานครทั้งหมด 400 คน ซึ่งการศึกษาเปรียบเทียบตามสมมติฐานการวิจัยสรุปได้ว่า การใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดในลักษณะรูปแบบการทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้กับการใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดในลักษณะรูปแบบการกระตุ้นผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลแตกต่างกันเมื่อมีการใช้เครื่องมือช่วยในการคำนวณตามสมมติฐานเป็นรายข้อคำถาม จึงพบว่าการเปรียบเทียบคำถามที่ใช้ในแบบสอบถามการวิจัยทั้งการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบการกระตุ้น และการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบการสร้างการรับรู้มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันค่อนข้างชัดเจน ซึ่งค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้เป็นการบ่งบอกถึงความสนใจหรือสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าเหมาะสมและมีความต้องการส่วนค่าการเปรียบเทียบทางสถิติที่แสดงถึงความแตกต่างกันมีความหมายว่า ตัวแปรทั้ง 2 ตัวเมื่อมีการนำไปใช้ที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบ หรือการตอบสนองที่แตกต่างกัน

ผลการอภิปราย

1. การสื่อสารทางการตลาดรูปแบบการสร้างการรับรู้ผลสรุปจากการตอบแบบสอบถามของผู้ที่ใช้บริการสนามฟุตบอลมีผลโดยรวมในทางสถิติอยู่ในระดับ ปานกลาง แสดงว่าการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบนี้ยังไม่สามารถสร้างความสนใจให้กับผู้ที่รับรู้ในธุรกิจนี้ได้มากนัก แต่ก็ไม่ใช่ว่าผลที่ออกมาจะบ่งบอกว่าการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบการสร้างการรับรู้จะไม่มีประสิทธิภาพ แต่เป็นการบ่งบอกให้ทราบผลและนำไปปรับปรุงเพราะจะเห็นได้ว่าในคำถามบางข้อจะมีค่าทางสถิติอยู่ในระดับมาก และระดับปานกลาง แสดงว่ายังสามารถนำแนวคิดและวิธีการไปพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง และให้เกิดประสิทธิภาพสูงที่สุด ซึ่งตามที่มีการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคจะตัดสินใจในการซื้อ หรือเลือกใช้บริการ การเกิดการรับรู้จะเป็นขั้นที่ 1 แสดงว่าการที่ทางธุรกิจสนามฟุตบอลมีการนำการสื่อสารทางการตลาดรูปแบบการรับรู้ไปใช้ก็สามารถสร้างได้แค่การให้ข่าวสาร การให้ข้อมูลกับผู้บริโภคเท่านั้น เพราะการที่จะทำให้ลูกค้าเกิดพฤติกรรมการซื้อ หรือเลือกใช้บริการจะต้องทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกกับสินค้าชนิดนั้นเสียก่อน เช่น รู้สึกว่าสินค้าชนิดนี้มีประโยชน์ รู้สึกคุ้มค่ากับสินค้าชนิดนี้เป็นต้น ดังนั้นจากผลอภิปรายเบื้องต้นจะเห็นถึงความสอดคล้องกับแนวคิดของ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539:93-94) กระบวนการตอบสนองและวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสาร กระบวนการตอบสนอง (Response process) เป็นขั้นตอนที่ผู้รับข่าวสารเปลี่ยนแปลงไปสู่พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือพฤติกรรมการซื้อ วิธีการซื้อ นักการตลาดต้องใช้ความพยายามทางการตลาด เพื่อให้เกิดการตอบสนอง การศึกษากระบวนการตอบสนองจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ติดต่อสื่อสารทางการตลาด กล่าวคือ ใช้กำหนดวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสาร การซื้อของผู้บริโภคไม่ได้เกิดขึ้นทันทีทันใด ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การเกิดความเข้าใจ 2) การเกิดความรู้สึก 3) การเกิดพฤติกรรม ทั้ง 3 พฤติกรรมจัดว่าเป็นองค์ประกอบของทัศนคติซึ่งนักการตลาดใช้เป็นแนวทางว่าการสร้างให้ผู้บริโภคเกิดการตอบสนองหรือเกิดการซื้อ ก็คือ การสร้างให้ผู้บริโภคเกิดการตอบสนองหรือเกิดการซื้อ ก็คือ การสร้างให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า

) ส่วนของความเข้าใจ 1.1Cognitive component) หมายถึง ส่วนของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ แสดงความรู้(Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อถือ (Beliefs)ซึ่งผู้บริโภคมีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ส่วนของความเข้าใจเป็นส่วนประกอบส่วนแรก คือ ความรู้และการรับรู้ที่ได้รับจากการประสมกับประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งความรู้นี้ และผลกระทบต่อการรับรู้จะกำหนดความเชื่อถือ)Beliefs) หมายถึง สภาพด้านจิตใจสะท้อนความรู้เฉพาะอย่างบุคคลและมีการประเมินเกี่ยวกับความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง คือการที่ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่ง คุณสมบัติของสิ่งหนึ่งหรือพฤติกรรมเฉพาะอย่างจะนำไปสู่ผลลัพธ์เฉพาะอย่าง

) ส่วนของความรู้สึก 1.2Affective component) หมายถึง ส่วนของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ ซึ่งสะท้องอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ส่วนของอารมณ์และความรู้สึกมีการค้นพบโดยผู้วิจัยผู้บริโภค ซึ่งมีการประเมินผลเบื้องต้นโดยธรรมชาติ ซึ่งมีการค้นพบโดยการวิจัยผู้บริโภคเป็นประเมินทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการให้คะแนนความพึ่งพอใจหรือไม่พึงพอใจ ดีหรือเลว เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

) ส่วนของพฤติกรรม 1.3Cognitive component หรือ Behavior หรือ Donning) หมายถึงส่วนหนึ่งของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ งความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมของผูประการ สะท้อนถึ 3บริโภค

ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงความตั้งใจที่จะซื้อ(Intention to buy) จากความหมายนี้ส่วนของพฤติกรรมจะรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้น รวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้น รวมทั้งพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคด้วยคะแนนความตั้งใจของผู้ซื้อสามารถนำไปใช้เพื่อประเมินความน่าจะเป็นของการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคหรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

2. การสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบการกระตุ้นผู้บริโภคจากผลสรุปที่ออกมาจะเห็นได้ว่าความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถามในทางสถิติอยู่ในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อแล้วก็ยังพบว่าแต่ละข้อก็อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน แสดงว่าการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบนี้ เป็นรูปแบบที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจ และมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการมากกว่าการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบการสร้างการรับรู้ หรืออีกนัยหนึ่งสามารถบ่งบอกได้ว่าการลงทุนกับการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบการกระตุ้นจะมีความคุ้มค่ามากกว่าเพราะลูกค้าไม่จำเป็นต้องใช้เวลานานๆเพื่อทำความรู้จักกับสินค้า เราสามารถใช้การสื่อสารทางการตลาดรูปแบบนี้กระตุ้น เพื่อเป็นการสื่อสารและจูงใจให้ลูกค้ามีความต้องการทันที เช่น ลด แลก แจก แถม แล้วลูกค้าก็จะเป็นคนที่เข้ามาหาข้อมูลเอง และจะต้องทำอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจนี้ก็จะไม่ต้องเหนื่อยกับการประชาสัมพันธ์ สิ้นเปลืองกับค่าโฆษณาที่ไม่มีเป้าหมาย กล่าวโดยสรุปว่าการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบการกระตุ้นผู้บริโภค มีความเหมาะสม และสามารถสร้างรายได้ให้กับธุรกิจสนามฟุตบอลได้อย่างดีเยี่ยน ซึ่งจากการอภิปรายในครั้งนี้จะเห็นถึงความสอดคล้องกับแนวคิดของ กิตติ สิริพัลลภ () การสื่อสารการตลาดแบบครบเครื่อง (51 :2540Integrated Marketing Communication, IMC) คือ กระบวนการการพัฒนาระบบการสื่อสารด้วยการใช้เครื่องมือสื่อสารในหลายรูปแบบและนำมาใช้ เพื่อสามารถเข้าถึงผู้บริโภค ซึ่งแต่ละเครื่องมือจะต้องถูกใช้อย่างกลมกลืนและต่อเนื่องโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ผู้บริโภครู้จัก เข้าใจ และมองว่าสินค้ายี่ห้อนั้นมีคุณค่า เสรี วงษ์มณฑา (ได้ (14 : 2540 กล่าวไว้ว่า การสื่อสารการตลาดแบบครบเครื่อง(Integrated Marketing Communication, IMC) เป็นกลยุทธ์การประสานงานและการรวมความพยายามของบริษัทหรือองค์กร และการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาด โดยใช้ทุกเครื่องมือที่จูงใจที่เหมาะสม เพื่อให้ได้ข่าวสารและภาพพจน์ที่สอดคล้องกันและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เนื่องจากกระบวนการสื่อสารทางการตลาดมีความซับซ้อนมากขึ้น ผู้โฆษณาที่เป็นเจ้าของสินค้าพบว่าตลาดมีการแบ่งแยกออกเป็นส่วน ๆ ย่อยเล็กลงไปเรื่อง (Demasification of the market) และการติดต่อสื่อสารทางการตลาดที่จะเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิผลก็สลับซับซ้อนมากขึ้น ทำให้การใช้โฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และการประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นเครื่องมือการสื่อสารการตลาดหลักดั้งเดิมนั้นไม่เพียงพอที่จะสื่อสารตราสินค้า (Brand contact) ให้เกิดพฤติกรรมทางบวกตามที่นักการตลาดต้องการการสื่อสารการตลาดมี ลักษณะที่สำคัญ ดั 4งนี้

2.1เป็นการสื่อสารเพื่อการจูงใจ (Persuasive communication) กับกลุ่มเป้าหมายโดยใช้เครื่องมือการสื่อสารที่เหมาะสม เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมีความต้องการซื้อสินค้า

2.2เป็นกระบวนการที่กระทำระยะยาว(Long run) และกระทำต่อเนื่องกัน (Continuity) เนื่องจากการสื่อสารการตลาดต้องใช้เครื่องมือหลายเครื่องมือ แต่ไม่ได้หมายความว่าจะต้องใช้ทุกเครื่องมือในเวลาเดียวกัน แต่ควรเลือกเครื่องมือที่มีความเหมาะสมมากที่สุด จึงเป็นกระบวนการที่กระทำในระยะยาวและต่อเนื่องกัน

2.3การสื่อสารการตลาดมีเป้าหมาย คือ มุ่งสร้างพฤติกรรมของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่มากกว่าการสร้างทัศนคติ (Attitude) หรือการรับรู้ (Awareness) เท่านั้นนั่นคือ การสื่อสารตราสินค้า (Brand contacts) เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความใกล้ชิด ความคุ้นเคยซึ่งจะนำไปสู่ความชอบ (Familiarity feeds liking)

2.4การสื่อสารตราสินค้าทุกวิธี (All sources of brand contact points) คือ เน้นกิจกรรมที่ใช้สื่อทุกชนิด (All media activities) และกิจกรรมที่ไม่ใช่สื่อทั้งหมด(Non-media activities) นอกเหนือจากทฤษฎีข้างต้นแล้วยังพบว่ามีความสอดคล้องกับผลงานวิจัย เรื่อง การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัดรัตนาภรณ์ แปงใจ) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ (มหาชน). 2551) ซึ่งได้มีการอภิปรายความว่า ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด หรือ (มหาชน) KTC ในภาพรวม พบว่าการสื่อสารการตลาดในภาพรวมมีความสำคัญระดับมาก โดยเรียงลำดับตามความสำคัญ ดังนี้ คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านการใช้บุคคลากรในการขาย ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดทางตรง ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญของการสื่อสารการตลาดและปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ตามลำดับ

3. ผลการศึกษาเปรียบเทียบ ตามสมมติฐาน ระหว่างการบูรณาการด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบสร้างการรับรู้กับการบูรณาการด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบกระตุ้นที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลไม่แตกต่างกันอภิปรายได้ดังนี้

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบตัวแปรทั้ง 2 ตัวที่มีผลต่อตัวแปรตามมีผลสรุปว่าเลือกใช้การสื่อสารทางการตลาดแบบการสร้างการรับรู้ กับการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบการกระตุ้นที่มีความแตกต่างกันไปในวิธีต่างๆ ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสนามฟุตบอลที่มีความแตกต่างกันไป เมื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์เป็นรายข้อ จะยิ่งเห็นความชัดเจนเลยว่าการใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดทั้ง 2 รูปแบบมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่แตกต่างกันมาก อาจจะบ่งบอกถึงการนำไปใช้หรือการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดให้เหมาะสมกับธุรกิจ จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเลือกเครื่องมือที่มีผลตอบสนองจากผู้ใช้บริการให้มากที่สุด ซึ่งการเลือกใช้ก็สามารถเลือกใช้เครื่องมือทั้ง 2 รูปแบบควบคู่กันไปก็สามารถทำได้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงที่สุด เช่น การจัดทำโฆษณาที่สร้างการรับรู้ ให้นำการจัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้น และเป็นแรงจูงใจให้ลูกค้ามีความต้องการอยากจะใช้บริการมากขึ้น ซึ่งสิ่งที่อภิปรายมาทั้งหมดนี้ก็มีผลงานวิจัยที่มีความสอดคล้องกับแนวความคิดของ (สุปัญญา ไชยชาญ. 2538 : 48 ; อ้างอิงจาก Kotler. 2000 : 161-175) การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เกิดจากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการะบวนการตัดสินใจซื้อ กล่าวว่า ปัจจัยทางจิตวิทยา กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคยังตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของปัจจัยทางจิตวิทยาที่สำคัญ 5 อย่างคือ การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อถือ และทัศนคติ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคของบุคคล คนเราเมื่อได้รับแรงจูงใจจากการกระตุ้นทั้งภายนอกและภายในจะทำให้เกิดการรับรู้และเรียนรู้สิ่งนั้นๆ โดยการรับรู้จะเป็นกระบวนการในการกลั่นกรองสิ่งกระตุ้นที่ได้รับ ส่วนการเรียนรู้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากที่ได้สะสมความรู้และประสบการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งข้อมูลข่าวสารและประสบการณ์ที่ได้รับ รวมทั้งการเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่มต่างๆ จะส่งผลทำให้บุคคลนั้นเกิดความชอบหรือไม่ชอบในสิ่งนั้นด้วย กล่ามคือ ทำให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นขึ้นมา และกระบวนการทั้งหมดก็ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมต่อไป และนอกเหนือจากนี้ผลของการวิจัยในครั้งนี้ยังมีความสอดคล้องกับรายงานวิจัยเรื่อง การสื่อสารทางการตลาดที่มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารออมสิน ในกรุงเทพมหานคร (คณิตศร จันทนะเวส , 2552) อภิปรายไว้ว่า การสื่อสารทางการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์ในเรื่องการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคาร ผ่านการจัด Event ต่างๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสินในเรื่องความถี่ในการใช้บริการ โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติ 0.05 และการสื่อสารทางการตลาดด้านการโฆษณาในเรื่องภาพยนต์โฆษณาของธนาคารผ่านสื่อโทรทัศน์ การโฆษณาผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารผ่านวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการในเรื่องระยะเวลาในการเป็นลูกค้าโดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 รายงานวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกบริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ (วรรณา ไพศาลตันติวงศ์, 2551) อภิปรายไว้ว่า การโฆษณา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ สื่อการโฆษณาทางโทรทัศน์ การส่งเสริมการขาย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ การนำเสนอเงื่อนไขดอกเบี้ยพิเศษ การบริการพิเศษที่ให้ประโยชน์ต่อลูกค้า โดยมีการกำหนดระยะเวลาสิ้นสุดโครงการอย่างชัดเจน การสื่อสาร ณ ที่จุดซื้อ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือเครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการใช้บริการให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว การตลาดเจาะตรง มีผลต่อการตัดสินในเลือกใช้บริการธนาคารที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การใช้จดหมาย โทรศัพธ์ อินเทอร์เน็ต และเครือข่ายออนไลน์ในการส่งข่าวสารของธนาคารและติดต่อไปยังลูกค้าโดยตรง การประชาสัมพันธ์ มีผลต่อการการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง คือ การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารเกี่ยวกับนโยบาย การดำเนินกิจการและทิศทางด้านเงินฝากของธนาคาร อัตราผลตอบแทนการลงทุน อัตราดอกเบี้ย การขายโดยพนักงานขาย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานธนาคาร มีทักษะการพูดจาและบุคคลิกภาพดี มีการแต่งกายสุภาพ การตลาดเชิงกิจกรรม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งอยู่ในระดับมาก คือ การจัดงานร่วมกันระหว่างธนาคารต่างๆ หลายๆ ธนาคาร เพื่อให้ความรู้ ข้อมูลแก่ลูกค้าด้านการออมเงินและการลงทุนของลูกค้า

5.ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำผลวิจัยไปใช้

ผลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. การนำเนื้อหาจากผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้จะต้องคำนึงถึงสภาพของธุรกิจในปัจจุบัน และการแข่งขันทางธุรกิจ เพราะการวิจัยในครั้งนี้ผู้ทำวิจัยมีความต้องการช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจสนามฟุตบอลที่มีต้นทุนต่ำและต้องการมีรายได้เพิ่มมากขึ้น จึงมีการทำวิจัยเรื่องการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดขึ้นมาเพื่อเป็นเข็มทิศในการจัดทำแผนการตลาดเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ ในอนาคตต่อไปจะได้ไม่ต้องมีการสูญเสียค่าใช้จ่ายแบบไม่มีผลตอบสนองกลับมา แนวทางการเลือกใช้ ผู้ประกอบการควรอ่านสรุปที่ผู้ทำวิจัยได้กล่าวไว้แล้ว และเลือกวิธีที่ดีที่สุด วิธีที่ท่านคิดว่าเหมาะกับสภาพธุรกิจของท่านมากที่สุด ไม่จำเป็นต้องทำทุกวิธีที่มีผลดี ท่านสามารถเลือกวิธีใดก็ได้ แต่แนะนำให้จัดทำอย่างน้อย 2-3 วิธี

2. หลังจากการทดลองใช้ตามคำแนะนำของผลงานวิจัยครั้งนี้แล้วให้ท่านจัดทำสถิติผลการตอบสนองกับธุรกิจสนามฟุตบอลของท่าน อย่างง่าย เช่น การนับจำนวนผู้เข้าใช้บริการ การเก็บข้อมูลเบื้องต้นจากผู้เข้าใช้บริการ เป็นต้น เพื่อที่จะทำการประเมินความคุ้มค่ากับการลงทุนใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดไปแล้ว เพราะสิ่งที่ผู้ประกอบการเลือกใช้อาจจะไม่ใช่สิ่งที่ดีที่สุดสำหรับสภาพธุรกิจของท่าน ก็ต้องทำการเลือกใช้ในวิธีถัดไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ท่านควรทำวิจัยในหัวข้อลักษณะแบบนี้กับธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบธุรกิจที่มีทุนน้อย จะได้มีแนวทางการดำเนินธุรกิจทางด้านการตลาดที่มั่นคง และไม่หลงทาง ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไปอาจจะทำการแยกรูปแบบการสื่อสารทางการตลาดให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. ท่านสามารถใช้แนวทางการวิจัยในครั้งนี้ไปดำเนินการวิจัยในครั้งต่อไปเนื่องจากผลการวิจัยในครั้งนี้มีการสรุปถึงการเปรียบเทียบของรูปแบบการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ แต่ยังไม่มีการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 3 ตัว ดังนั้นการวิจัยในครั้งต่อไปท่านก็อาจจะทำการต่อยอดของความรู้ในครั้งนี้ก็ได้

รายการอ้างอิง

พวงรัตน์ ทวีรตน์. 2543. **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตรและสังคมศาสตร.** กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มศว. ประสานมิตร.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2546. **พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับมาตรฐาน.** กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ดร.ฉัตยาพร เสมอใจ.2550. **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ: วี.พริ้น (1991) จำกัด.

เสรี วงษ์มณฑา. 2540. **การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย.** กรุงเทพฯ:ไดมอนด์ อิน บิสซิเนส เวิร์ด.

_____ . 2540. **ครบเครื่องการสื่อสารการตลาด.** กรุงเทพฯ: ธีระฟลม และไซเท็กซ.

_____ . 2541. **การสงเสริมการขาย (Sales Promotions).** กรุงเทพฯ: ธีระฟลม และไซเท็กซ.

_____ . 2542. **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ:ไดมอนด์ อิน บิสซิเนส เวิร์ด.

_____ . 2542 ก. **การวิเคราะห์พฤติกรรมผูบริโภค.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพธีระฟลม และไซเท็กซ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2537. **การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด.** กรุงเทพฯ: S.M. Circuit Press.

_____ . 2538. **พฤติกรรมผูบริโภค.** กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. **การบริหารการตลาดยุคใหม (ปรับปรุงใหมลาสุด).** กรุงเทพฯ: ธีระฟลม และไซเท็กซ.

ดารา ทีปะปาล. 2542. **พฤติกรรมผูบริโภค.** กรุงเทพฯ: รุงเรืองสาสนการพิมพ.

สุณิสา วิลัยรักษ์ และสุปัญญา ไชยชาญ. 2538. **หลักการตลาด.** กรุงเทพฯ:ภาควิชาการตลาด สถาบันราชภัฏธนบุรี.

สิทธิ์ ธีรสรณ์. 2550. **แนวคิดพื้นฐานทางการวิจัย.** กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. 2551. **การสื่อสารทางการตลาด.** กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คณิตศร จันทนะเวส. 2552. การสื่อสารทางการตลาดที่มีต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

รัตนาภรณ์ แปงใจ. 2551. การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วรรณภา ไพศาลตันติวงศ์. 2551. การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกบริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นิติเทพ สิงหวรรณุรัตน์. 2550. อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีต่อการรู้จักตราสินค้า กรณีศึกษา บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ความคิดเห็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

A PROFESSIONAL ACCOUNTANT'S OPINION ON THE FACTORS THAT AFFECT THE VALUE ADDED OF THE PROFESSIONAL ACCOUNTS, PREPARATION TO THE ASEAN ECONOMIC COMMUNITY

วีรยุทธ สุขมาก
นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม
E-mail : weerayut.sukmak@gmail.com
กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินิทธิ์
อาจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม
E-mail : kanoksak008@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความรู้ความสามารถในมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) (2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความรู้ความสามารถในภาษีอากร ที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) (3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความรู้ความสามารถในกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) (4) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นในกลุ่มประเทศอาเซียน ที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) (5) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) (6) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชี ที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) (7) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความสามารถในการเรียนรู้เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสังคม และวัฒนธรรม ของกลุ่มประเทศอาเซียน ที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจาก 5 สายงาน ได้แก่ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ผู้สอบบัญชีภาษีอากร หัวหน้าฝ่ายการเงินและบัญชี อาจารย์สาขาวิชาการบัญชี และผู้ทำบัญชี ในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 397 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และใช้วิธีการทางสถิติแบบพรรณนา ในการแปลผลและนำเสนอ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ มากกว่า 45 – 55 ปี มีอาชีพเป็นผู้ทำบัญชี ระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีประสบการณ์ทำงาน มากกว่า 10 ปี และมีรายได้ มากกว่า 20,000 บาท โดยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ได้แก่ ด้านความรู้ความสามารถในมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ด้านความรู้ความสามารถในภาษีอากร ด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชี ด้านภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นในกลุ่มประเทศอาเซียน ด้านความรู้ความสามารถในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และด้านความสามารถในการเรียนรู้เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสังคม และวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน อยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี มีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : การเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

ABSTRACT

This research aims to study (1) The knowledge ability of financial statement factor that affected to the accountant added value in order to prepare into the ASEAN Economic Community (AEC). (2) The knowledge in taxation factor that affected to the accountant added value in order to prepare into the ASEAN Economic Community (AEC). (3) The knowledge ability of Commercial Civil law factor that affected to the accountant added value in order to prepare into the ASEAN Economic Community (AEC). (4) The English language and other languages of ASEAN factor that affected to the accountant added value in order to prepare into the ASEAN Economic Community (AEC). (5) The ethics of accountant factor that affected to the accountant added value in order to prepare into the ASEAN Economic Community (AEC). (6) An accounting information technology factor that affected to the accountant added value in order to prepare into the ASEAN Economic Community (AEC). (7) The ability of learning to adapt into the society and culture of ASEAN that affected to the accountant added value in order to prepare into the ASEAN Economic Community (AEC).

The populations of this research were five groups of accountant including the CPA, Tax auditors, Chief of Finance and Accounting, Finance and Accounting Analyst and Accountant in Thailand. This research is quantitative. The researcher is to use questionnaire to collect data by 397 persons. The research of quantitative data was analyzed by percentage, mean and standard deviation values. Using statistical and descriptive statistical methods.

The results found that the mostly of accountants were females age over than 45 - 55 years, occupation were accountant, education as bachelor degree, experience more than 10 years and income more than 20,000 baht. They were comment for all the factors that affected to the accountant added value including the knowledge ability of financial statement factor, the knowledge in taxation factor, the knowledge ability of Commercial Civil law factor, the English language and other languages of ASEAN factor, the ethics of accountant factor, an accounting information technology factor and the ability of learning to adapt into the society and culture of ASEAN was at a high level.

The hypothesis testing found that the affecting factors of the accountant added value were correlation as positive to the accountant added value in order to prepare into the ASEAN Economic Community (AEC) as statistically significant at the 0.05 level.

KEYWORD : THE ACCOUNTANT ADDED VALUE

1. ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ Asean Economic Community (AEC) คือการรวมตัวของประเทศต่างๆ ในอาเซียน จำนวน 10 ประเทศ ได้แก่ บรูไน, กัมพูชา, อินโดนิเซีย, ลาว, มาเลเซีย, พม่า, ฟิลิปปินส์, สิงคโปร์, ไทย, และเวียดนาม โดยมีเป้าหมายหลักในการรวม 10 ประเทศให้เป็นตลาดและฐานผลิตเดียวเพื่อส่งเสริมการค้าการลงทุนภายในกลุ่ม AEC เอง และสร้างอำนาจต่อรองทางการค้าการลงทุนกับประเทศนอกกลุ่ม AEC ซึ่งเป็นลักษณะคล้ายกับการรวมกลุ่มของสหภาพยุโรป หรือ EU นั่นเอง ซึ่งแต่ละประเทศจะต้องเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ จากการเข้ามาของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในภาพรวมของไทย ตลอดจนแรงงานในสาขาวิชาชีพต่างๆ ที่จะต้องพัฒนาให้เท่าเทียมนานาประเทศ สาขาวิชาชีพเหล่านี้ ได้แก่ วิศวกร แพทย์ พยาบาล นักบัญชี นักสำรวจ ทันตแพทย์ และผู้ประกอบวิชาชีพสถาปนิก เพราะสาขาวิชาชีพเหล่านี้เป็นสาขาวิชาชีพของไทยที่มีความพร้อมสูง มีสมาคมและการรวมตัวที่มีประสิทธิภาพเป็นที่ประจักษ์ และเป็นสมาคมที่ประชาคมอาเซียนได้ยกมาเป็นกลุ่มแรกของไทยที่จะมีการวางกฎเกณฑ์ข้อบังคับต่างๆ หากจะมีคนในประเทศสมาชิกเข้ามาทำงานในกลุ่มวิชาชีพทั้งเจ็ดนี้ในไทย แต่ในทางกลับกันหากคนไทยที่ทำงานในกลุ่มวิชาชีพเหล่านี้ยังไม่พร้อมในการปรับตัว ปัญหาก็จะตกมาสู่พวกเขาเช่นกัน ในประเด็นนี้ข้อสรุป ก็คือ การเปิดให้ผู้ประกอบอาชีพที่มีคุณสมบัติตามที่คณะกรรมการประสานงานวิชาชีพสาขาต่างๆ ทั้ง 7 สาขา (ASEAN Joint Coordinating Committee) และหน่วยงานที่กำกับดูแลวิชาชีพหรือองค์การระดับประเทศสมาชิกต่างๆ หรือสภาวิชาชีพ (Professional Regulatory Authority) หรือกระทรวง/องค์การที่เกี่ยวข้องของประเทศสมาชิก ขึ้นทะเบียนหรือออกใบอนุญาตให้ผู้ประกอบวิชาชีพชาวต่างชาติเข้ามาประกอบวิชาชีพในประเทศอาเซียนได้ โดยต้องปฏิบัติตามกฎและระเบียบภายในประเทศนั้นๆ ในทำนองกลับกันหากคนไทยที่ประกอบวิชาชีพเหล่านี้ ก็สามารถที่จะไปทำงานยังประเทศอื่นที่มีค่าจ้างแรงงานที่สูงกว่าได้เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็น

ผู้ประกอบการไทย หรือแรงงานไทยก็จะมีโอกาสออกไปลงทุนหรือทำงานในต่างประเทศมากขึ้น และได้รับค่าตอบแทนที่สูงจากเดิม (รศ. ดร. จุฑา เทียนไทย. 2555)

ทั้งนี้สภาวิชาชีพบัญชีเอง ก็ได้จัดตั้ง "คณะอนุกรรมการการศึกษาและติดตามผลกระทบของ AEC ต่อวิชาชีพบัญชี" ขึ้น เพื่อศึกษาผลกระทบจากเรื่องดังกล่าว และจะนำผลการศึกษาที่ได้เผยแพร่แก่สมาชิกทราบให้ทั่วถึง รวมทั้งเสนอแนะต่อหน่วยงานรัฐที่มีหน้าที่ในการเจรจา อีกทั้งเสนอผลการศึกษาต่อสภาวิชาชีพบัญชีเพื่อออกกฎระเบียบ เพื่อเป็นการรองรับการเปิดเสรีที่จะมีขึ้นในอีกไม่กี่ปีข้างหน้านี้ (สภาวิชาชีพบัญชี. 2555)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและสนใจที่จะทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีสามารถเตรียมความพร้อม เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 ได้อย่างเต็มภาคภูมิ และสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในกลุ่มประเทศอาเซียนได้

2. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ
(Independent variable)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

1. ความรู้ความสามารถในมาตรฐานการรายงานทางการเงิน
2. ความรู้ความสามารถในภาษีอากร
3. จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี
4. เทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชี
5. ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นในกลุ่มประเทศอาเซียน
6. ความรู้ความสามารถในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
7. ความสามารถในการเรียนรู้เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสังคม และ วัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

ตัวแปรตาม
(Dependent variable)

การเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความรู้ความสามารถในมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ด้านความรู้ความสามารถในภาษีอากร ด้านความรู้ความสามารถในกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ด้านภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นในกลุ่มประเทศอาเซียน ด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชี และด้านความสามารถในการเรียนรู้เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสังคม และวัฒนธรรม ของกลุ่มประเทศอาเซียน ที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

4. วิธีการดำเนินวิจัย

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต จำนวน 6,193 คน , ผู้สอบบัญชีภาษีอากร จำนวน 2,731 คน , หัวหน้าฝ่ายการเงินและบัญชี (หน่วยงานภาครัฐ) จำนวน 9,111 คน , อาจารย์สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยภาครัฐและเอกชน จำนวน 709 คน และผู้ทำบัญชี จำนวน 35,428 คน รวมทั้งสิ้น 54,172 คน ทั้งนี้ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 397 คน โดยการใช้สูตรจากตาราง Yamane : Sample Size for Specified Confidence Limits and Precision when Sampling Attributes in Percent

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจาก 5 สายงาน ในเขตภาคกลาง

(หน่วย : ชุด)

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนที่ส่งแบบสอบถาม	จำนวนที่ได้รับคืน	จำนวนที่สมบูรณ์
1. ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	46	46	46
2. ผู้สอบบัญชีภาษีอากร	20	20	20
3. หัวหน้าฝ่ายการเงินและบัญชี	67	67	67
4. อาจารย์สาขาวิชาการบัญชี	5	5	5
5. ผู้ทำบัญชี	262	260	259
รวม	400	398	397

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนและวิธีการดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการส่งแบบสอบถามให้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี จาก 5 สายงาน ด้วยตนเอง และทางไปรษณีย์

2. ดำเนินการตรวจสอบแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้รับกลับคืนมา เพื่อคัดเลือกแบบสอบถามที่ตอบคำถามได้ครบถ้วน สมบูรณ์ มีคุณค่าเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์ต่อไป

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้เวลาเก็บข้อมูล 2 เดือน ตั้งแต่เดือน มิถุนายน ถึง กรกฎาคม 2556

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) กับข้อมูลในแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์เพื่อหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยการคำนวณจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์และใช้วิธีการทางสถิติแบบพรรณนา (Description statistics) ในการแปลผลและนำเสนอ

การทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถในมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ด้านความรู้ความสามารถในภาษีอากร ด้านความรู้ความสามารถในกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ด้านภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นในกลุ่มประเทศอาเซียน ด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชี และด้าน

ความสามารถในการเรียนรู้เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสังคม และวัฒนธรรม ของกลุ่มประเทศอาเซียน มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

โดยนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติในการวิจัย คือ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น และตัวแปรตาม โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. สรุปผลการวิจัย

5.1 ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ มากกว่า 45 – 55 ปี มีอาชีพเป็น ผู้ทำบัญชี ระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีประสบการณ์ทำงาน มากกว่า 10 ปี และมีรายได้ มากกว่า 20,000 บาท

5.2 ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 2 แสดงความคิดเห็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี	ค่าเฉลี่ย $\overline{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD	การแปลผล
1. ความรู้ความสามารถในมาตรฐานการรายงาน	4.03	0.387	มาก
2. ความรู้ความสามารถในภาษีอากร	4.02	0.373	มาก
3. จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี	4.05	0.403	มาก
4. เทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชี	4.04	0.399	มาก
5. ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นในกลุ่มประเทศอาเซียน	4.00	0.349	มาก
6. ความรู้ความสามารถในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์	4.03	0.377	มาก
7. ความสามารถในการเรียนรู้เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน	4.10	0.451	มาก
รวม	4.04	0.391	มาก

5.3 ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

5.4 จากการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 – 7 ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคุณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้หน่วยวิเคราะห์ทั้งหมดจากกลุ่มตัวอย่าง หรือ การวิเคราะห์ข้อมูลแบบรวม พบว่า ปัจจัยทั้ง 7 ด้าน มีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรตามเป็นการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

Variable	Standardized Coefficients Beta	t-value	Sig.
ความรู้ความสามารถในมาตรฐานการรายงานทางการเงิน	0.129	2.196	0.029*
ความรู้ความสามารถในภาษีอากร	0.100	2.012	0.045*
จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี	0.107	2.361	0.019*
เทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชี	0.130	2.516	0.012*
ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นในกลุ่มประเทศอาเซียน	0.247	4.676	0.000*
ความรู้ความสามารถในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์	0.175	3.743	0.000*
ความสามารถในการเรียนรู้เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสังคม และวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน	0.092	2.145	0.033*

หมายเหตุ: n = 397, R = 0.876 , Adjusted R^2 = 0.762 , SE_{est} = 0.185 , F = 182.515

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. อภิปรายผล

6.1 ด้านความรู้ความสามารถในมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ความรู้ความสามารถในมาตรฐานการรายงานทางการเงิน มีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ เกียรตินิยม คุณติสุข และสุธา เจียรนัยกุลวานิช (2556) เรื่อง บทบาทสำคัญของมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ ในโลกยุคปัจจุบัน กล่าวว่า เนื่องจากระบบเศรษฐกิจของโลกมีการเชื่อมโยงต่อกันเพิ่มขึ้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดทุนโดยการสนับสนุนของบริษัทข้ามชาติ และหน่วยงานกำกับดูแลของประเทศต่างๆ จึงได้มีการพิจารณาถึงการจัดทำรายงานทางการเงินให้เป็นรูปแบบเดียวกันมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้รายงานทางการเงินจากประเทศต่างๆ สามารถที่จะเปรียบเทียบกันได้

6.2 ความรู้ความสามารถในภาษีอากร ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ความรู้ความสามารถในภาษีอากร มีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ สาธิต รังคสิริ (2555) เรื่อง ทิศทางการปรับโครงสร้างภาษีเพื่อรองรับเสรีอาเซียน กล่าวว่า ในปี 2558 ประเทศในกลุ่มอาเซียนจำนวน 10 ประเทศ จะได้มีการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(ASEAN Economic Community AEC) ซึ่งการรวมตัวดังกล่าวนี้จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสินค้าบริการ การลงทุนการเคลื่อนย้ายเงินทุน และแรงงาน ส่วนเรื่องของภาษีอากรนั้นก็จะได้รับผลกระทบเช่นกัน เนื่องจากการเคลื่อนย้ายสินค้าบริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรี เพื่อเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน ส่งผลให้เกิดการแข่งขันระหว่างประเทศในกลุ่มเพื่อเป็นศูนย์กลางของอาเซียน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อโครงสร้างและระบบภาษี ตลอดจนการบริหารจัดเก็บภาษีของแต่ละประเทศ

6.3 ด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี มีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ ชูศรี เที้ยศิริเพชร (2553) ได้เขียนบทความเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบข้อบังคับสำหรับนักวิชาชีพบัญชีระหว่างประเทศไทย ประเทศสิงคโปร์ และประเทศอินเดีย กล่าวว่า ในปัจจุบันเศรษฐกิจของประเทศไทยมีการเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกมากขึ้น ทำให้ธุรกิจระหว่างประเทศขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านการค้าและการลงทุน ประเทศไทยจึงต้องร่วมทำข้อตกลงว่าด้วยการเปิดเขตการค้าเสรี (Free Trade Area: FTA) กับองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าและการลงทุนกับประเทศต่างๆ ทั่วโลก วิชาชีพบัญชีเป็นสาขาหนึ่งของการค้าบริการสาขาธุรกิจวิชาชีพที่ประเทศต่างๆ มุ่งหวังที่จะให้มีการเปิดเสรีหรือมีการยอมรับคุณสมบัติซึ่งกันและกันมากขึ้น ผลของการเจรจาการค้าหลายฝ่ายรอบอุรุกวัย (Uruguay Round) ทำให้เกิดความตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าโลก ทั้งนี้ปรากฏว่า กว่า 54 ประเทศได้ยื่นตารางข้อผูกพันให้มีการเปิดตลาดด้านบัญชี โดยเปิดเสรีให้บริษัทในประเทศสามารถใช้บริการด้านบัญชีจากบริษัทในต่างประเทศได้ ทั้งนี้ต้องเป็นบริษัทในประเทศที่ยินยอมให้ผู้มีสัญชาติไทยประกอบอาชีพสอบบัญชีในประเทศนั้นได้ ประเทศไทยจึงมีความผูกพันตามข้อตกลงดังกล่าวข้างต้น ที่จะต้องมีการเปิดเสรีวิชาชีพบัญชีเพิ่มมากขึ้น ทำให้จำเป็นต้องปรับปรุงจุดอ่อนทางด้านกฎหมายให้มีความรัดกุมมากขึ้น เพื่อผลักดันให้มีมาตรฐานบัญชีและข้อบังคับสำหรับนักวิชาชีพบัญชีที่รุดหน้า และสามารถแข่งขันกับประเทศอื่นได้ การพัฒนาทางการบัญชีและข้อบังคับสำหรับนักวิชาชีพบัญชีในแต่ละประเทศนั้นล้วนแตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทางการบัญชีของแต่ละประเทศ ได้แก่ ด้านการเมือง กฎหมาย การศึกษา วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ผลการศึกษาพบว่า ข้อบังคับเกี่ยวกับนักวิชาชีพบัญชีของประเทศสิงคโปร์และประเทศอินเดียมีข้อบังคับและพัฒนาการที่มากกว่านักวิชาชีพบัญชีของประเทศไทย

6.4 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชี ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชี มีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ สุวรรณี รุ่งจตุรงค์ (2555) เรื่อง บทบาทด้านเทคโนโลยีของนักบัญชียุคปัจจุบัน กล่าวว่า นักบัญชีต้องมีความรู้ด้านแนวคิดการบริหารจัดการ มีความเข้าใจพื้นฐานด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งสามารถควบคุมการใช้บริษัทที่ปรึกษาภายนอกที่จำเป็น จึงจะสามารถวางระบบสารสนเทศทางการบัญชีให้มีความสามารถเพียงพอที่จะคอยให้ข้อมูลสนับสนุนการบริหารจัดการต่างๆ เหล่านั้น รวมถึงจะต้องรู้จักการเรียกใช้ความสามารถของระบบสารสนเทศฯ ด้วย ถึงเวลาแล้วที่นักบัญชีจะต้องพยายามปรับตัว ปรับรูปแบบการทำงานเพื่อสร้างมูลค่าให้กับตนเองและองค์กร

6.5 ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นในกลุ่มประเทศอาเซียน ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นในกลุ่มประเทศอาเซียน มีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ สมเกียรติ อ่อนวิมล (2554) เรื่อง การใช้ภาษาอังกฤษและภาษาอื่นในภูมิภาค กับอนาคตของไทยในอาเซียน กล่าวว่า กฎบัตรอาเซียนข้อ 34 บัญญัติว่า “The working language of ASEAN shall be English” “ภาษาที่ใช้ในการทำงานของอาเซียน คือ ภาษาอังกฤษ” ภาษาอังกฤษจึงเป็นภาษาที่สองของชาว

อาเซียน เคียงคู่ภาษาที่หนึ่งอันเป็นภาษาประจำชาติของแต่ละคนส่วนภาษาที่สามของชาวอาเซียนนั้นก็คือภาษาอื่นในอาเซียนภาษาหนึ่งภาษาใดหรือมากกว่าหนึ่งภาษา เช่น ภาษามาเลย์ ภาษาอินโดนีเซีย ภาษาจีน ภาษาลาว ภาษาขแมร์ ภาษาเวียดนาม ภาษาพม่า ภาษาฟิลิปปิโน ภาษาฮินดี และ ภาษาทมิฬ

6.6 ด้านความรู้ความสามารถในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6 พบว่า ความรู้ความสามารถในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2556) เรื่องการจัดตั้งธุรกิจใน 10 ประเทศอาเซียน มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของไทย รวมถึงกฎหมายทางด้านธุรกิจ และกฎระเบียบต่างๆ ของแต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียน ในด้านรูปแบบของธุรกิจ ลักษณะการดำเนินธุรกิจ และการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจที่มีความแตกกัน ซึ่งหากผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมีความรู้ความเข้าใจ ก็จะทำให้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้ ตลอดจนสามารถให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการในกลุ่มประเทศอาเซียนได้อย่างถูกต้อง

6.7 ความสามารถในการเรียนรู้เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสังคม และวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 7 พบว่า ความสามารถในการเรียนรู้เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสังคม และวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน มีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ (2553) เรื่อง ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน คืออะไร และมีเป้าหมายอย่างไร กล่าวว่า อาเซียนมุ่งหวังประโยชน์จากการรวมตัวกันเป็นประชาคมสังคม และวัฒนธรรมอาเซียนเพื่อให้ประชาชนมีความอยู่ดีกินดีปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ มีสิ่งแวดล้อมที่ดีและมีความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกันโดยเน้นการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจระหว่างประเทศสมาชิกในด้านความเชื่อมโยงทางประวัติศาสตร์ มรดกทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ระดับภูมิภาคร่วมกัน ทั้งนี้ การเสริมสร้างรากฐานและความเชื่อมโยงระหว่างกันที่แข็งแกร่งนำไปสู่ความเข้าใจของการเป็นเพื่อนบ้านที่ดีการรู้เขารู้เรา และมีความรับผิดชอบร่วมกันระหว่างประเทศสมาชิกภายใต้สังคมที่เอื้ออาทร และเน้นให้มีการส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักเขียน นักคิดและศิลปินในภูมิภาค ตลอดจนการเสริมสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับอาเซียนในภูมิภาคโดยเฉพาะในระดับประชาชน ทั้งนี้ ไทยจะได้ประโยชน์อย่างมากจากการที่รากฐานสำคัญของประชาคมอาเซียนที่ประชาชนมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน และเข้าใจถึงผลประโยชน์ที่มีร่วมกัน ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้การสร้างประชาคมอาเซียนสามารถประสบความสำเร็จด้วย

7. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

7.1 ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ที่อาจมีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพ เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

7.2 ควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เมื่อเข้าสู่ประเทศไทย ในปี 2558 แล้ว ว่าก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีอย่างไร

7.3 ควรศึกษา กลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เช่น ผู้ตรวจสอบภายใน นักวิชาการการเงินและบัญชี นักบัญชีต้นทุน นักวิเคราะห์และออกแบบระบบบัญชี นักวางแผนภาษีอากร นักวิชาการตรวจเงินแผ่นดิน ที่ปรึกษาด้าน

การเงินและบัญชี คณะกรรมการสภาวิชาชีพบัญชี คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (กลต.) เป็นต้น ซึ่งจะทำให้สามารถวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ได้อย่างครอบคลุมทุกกลุ่มตัวอย่าง

8. รายการอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2551). **ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บรรพ 3 ลักษณะ 22 ห้างหุ้นส่วนและบริษัท** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.dbd.go.th/mainsite/index.php?id=1623 [2013, August 28].

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2556).**การจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจใน 10 ประเทศอาเซียน** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.dbd.go.th/mainsite/index.php?id=26609 [2013, August 28].

กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ. (2553). **ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน คืออะไร และมีเป้าหมายอย่างไร** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://hq.prd.go.th/prTechnicalDM/ewt_news.php?nid=565 [2013, August 3].

เกียรตินิยม คุณติสุข และสุธา เจียรนัยกุลวานิช. (2556). **บทบาทสำคัญของมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ ในโลกยุคปัจจุบัน** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/july_sep_11/pdf/aw28.pdf [2013, July 14].

ชูศรี เที้ยศิริเพชร. (2553). **การศึกษาเปรียบเทียบข้อบังคับสำหรับนักวิชาชีพบัญชีระหว่างประเทศไทย ประเทศสิงคโปร์ และประเทศอินเดีย.** วารสารวิชาชีพบัญชี, 6(15), หน้า 51-68.

ณัฐชา วัฒนวิไล และจุฑามน สิทธิผลวนิชกุล. (2554). **การพัฒนาศักยภาพวิชาชีพบัญชีไทยเมื่อเปิดเสรีทางเศรษฐกิจ** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/july_sep_12/pdf/aw03.pdf [2013, July 15].

ธิดารัตน์ โชคสุชาติ. (2553). **ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : ความสำคัญและการเตรียมความพร้อมของไทย**. วารสาร มฉก.วิชาการ, 14(27), หน้า 99-112.

ไมตรี สุนทรวรรณ และวิเชศ คำบุญรัตน์. (2554). **คนไทยไปอย่างไรในอาเซียน** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : www.pim.ac.th/mba/re/application_form/AEC2.pdf [2013, July 15].

สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2556). **นักบัญชี กับ AEC** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.fap.or.th/index.php?lay=show&ac=article&Id=539623210&Ntype=30 [2013, March 31].

สมเกียรติ อ่อนวิมล. (2554). **การใช้ภาษาอังกฤษและภาษาอื่นในภูมิภาค กับ อนาคตของไทยในอาเซียน** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://blog.eduzones.com/wigi/81880 [2013, March 31].

สาธิต รังคสิริ. (2555). **ทิศทางการปรับโครงสร้างภาษีเพื่อรองรับเสรีอาเซียน** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.thai-aec.com/446 [2013, August 3].

สุวรรณี รุ่งจตุรงค์. (2555). **บทบาทด้านเทคโนโลยีของนักบัญชียุคปัจจุบัน** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.spu.ac.th/account/files/2012/08/บทบาทด้านเทคโนโลยีของนักบัญชียุคปัจจุบันบทความวิชาการ-อ.สุวรรณี.pdf [2013, August 3].

ความนิยมและค่านิยมในการตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษของคนไทย

POPULARITY AND VALUE IN ENGLISH NICKNAMES FOR THAIS

ปาจรีย์ วิเชียรมณี
นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาภาษาศาสตร์เพื่อการสื่อสาร
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
E-mail: topajaree@hotmail.com
นันทนา รณเกียรติ
รองศาสตราจารย์ ภาควิชาภาษาศาสตร์
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
E-mail: n.ronkiat@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความนิยมและค่านิยมในการตั้งชื่อเล่นด้วยคำยืมภาษาอังกฤษของเด็กไทยในกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มที่มีความแตกต่างกันทางด้านสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม และหาลักษณะจำเพาะที่ชัดเจนของกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันทางด้านเศรษฐกิจและสังคม จำนวน 3 กลุ่ม ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยการส่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ซึ่งมีเนื้อความเกี่ยวกับการสอบถามข้อมูลส่วนตัวทั่วไปและเหตุผลต่างๆ ในการเลือกตั้งชื่อบุตรหลานเป็นภาษาอังกฤษ ไปยังผู้ปกครองจำนวน 6 โรงเรียน จากผลการวิจัยบ่งชี้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มมีความแตกต่างกันทางเศรษฐกิจและสังคมจริงตามผลการวิเคราะห์ที่ได้จากชุดข้อมูลทั่วไป ส่วนผลของชื่อเล่นภาษาอังกฤษนั้นพบในทุกกลุ่มตัวอย่าง แต่พบมากที่สุดในกลุ่มตัวอย่างที่ 3 สำหรับเหตุผลของการตั้งชื่อเล่นที่มีนัยสำคัญทางสถิติในทั้ง 3 กลุ่ม คือ แสดงถึงความมีรสนิยมในการเลือก, แสดงถึงความทันสมัย, ตั้งชื่อตามสิ่งที่ชอบ, ตั้งชื่อตามสิ่งที่พบในสื่อ, เป็นแสดงถึงการมีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ, เพื่อความสะดวกในการติดต่อกับคนต่างชาติ และมีบิดาหรือมารดาเป็นชาวต่างชาติ งานวิจัยเรื่องนี้สรุปผลวิจัยได้ว่า ปัจจุบันแนวโน้มในการตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ทัศนคติต่อเลือกตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษให้กับบุตรหลานนั้นแตกต่างกันออกไปตามความต่างของกลุ่มชนชั้น อันนำไปสู่ค่านิยมในแต่ละกลุ่มที่ไม่เหมือนกัน

คำสำคัญ : ชื่อเล่น ทัศนคติ ค่านิยม ชนชั้น ความนิยม

ABSTRACT

This research aims to study the popularity and people's value from three different social and economic classes, towards choosing English nicknames for their children and also examine the factors that differentiate those three classes. The researcher made a survey by using two questionnaires which consist of

questions that concern the topic of why one would choose English nickname for one's child. The questionnaires were sent out to guardians of young students in six schools. The result shows that people of each class has different social and economic background which made them different. The English nicknames were found in every class but the highest percentages belong to the third one. This leads to a growing trend of giving a child English nickname. The significant reasons of naming with English were as follows: show off the taste of giving that name, show off the trendiness, choose by preference, choose from media, show off the knowledge about English, have foreign parents. It is discovered that the different reasons why parents give their children English nicknames depending on different social and economic classes, which lead to the popularity and people's value of naming English nicknames of each class.

KEYWORDS: Nickname, Attitude, Value, Class, Popularity

1. บทนำ

การตั้งชื่อเล่นเป็นการสะท้อนวัฒนธรรม ความคิด ค่านิยม และความเชื่อที่คนในแต่ละยุคแต่ละสมัยถือปฏิบัติได้เป็นอย่างดี หากพิจารณาการตั้งชื่อเล่นในยุคปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมการตั้งชื่อของคนไทยเปลี่ยนไปมาก จากเดิมที่ชื่อจะใช้ภาษาไทยแท้ หรือภาษาบาลีสันสกฤตในการตั้งชื่อเท่านั้น และชื่อเล่นจะมีลักษณะเป็นคำพยางค์เดียวสั้นๆ แต่คนไทยในยุคนี้เริ่มนิยมตั้งชื่อเล่นด้วยภาษาอังกฤษเพิ่มมากขึ้น และผู้วิจัยสังเกตว่าหากครอบครัวใดมีการการตั้งชื่อเล่นบุตรหลานด้วยภาษาอังกฤษอาจถูกคาดหมายจากสังคมว่าครอบครัวของเจ้าของชื่อนั้นย่อมต้องมีความรู้ทางภาษาอังกฤษ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่ากลุ่มคนที่มีความรู้ มีโอกาสทางการศึกษามากกว่าคนกลุ่มอื่นๆ ย่อมถูกจัดไว้ในชนชั้นที่สูงกว่าคนที่ได้รับการศึกษาน้อย หรืออาจเรียกได้ว่ามีศักดิ์ศรีหรือเกียรติภูมิ (prestige) มากกว่า ดังนั้น เมื่อมีประเด็นของการตั้งชื่อเล่นภาษาอังกฤษและความสัมพันธ์กับใช้ภาษาอังกฤษเพื่อแสดงการมีเกียรติภูมิเกิดขึ้น จึงนำไปสู่การตั้งข้อสงสัยที่ว่าผู้ตั้งชื่อเล่นด้วยคำยืมภาษาอังกฤษจากแต่ละชนชั้นมีทัศนคติและค่านิยมต่อการเลือกตั้งชื่อเล่นเหล่านั้นเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร นอกจากนี้ ผู้วิจัยมีข้อสังเกตว่าคนไทยส่วนใหญ่เลือกโรงเรียนให้แก่บุตรหลานตามลักษณะชนชั้นที่ตนเองอยากจะเข้าไปอยู่หรือเป็นชนชั้นที่ตนเองดำรงอยู่อยู่แล้ว อีกทั้งผู้วิจัยคาดว่าการเลือกโรงเรียนจะสามารถสะท้อนกลุ่มทางสังคมที่มีความแตกต่างกันทางด้านสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจในสังคมไทย ด้วยปัจจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม โดยเลือกโรงเรียนเพื่อเป็นตัวแทนของแต่ละกลุ่มชนชั้น เพื่อตอบโจทย์การวิจัยว่าทั้ง 3 กลุ่มชนชั้นที่มีโรงเรียนเป็นตัวแทนนี้ มีความนิยมและค่านิยมต่อการเลือกโรงเรียนให้กับบุตรหลานอย่างไร จากนั้นคำตอบที่ได้จากการทำวิจัยในส่วนแรกจะกลายเป็นคำตอบในการแบ่งชนชั้นในสังคมไทยออกเป็น 3 ระดับ จากนั้นจึงนำไปสู่กระบวนการหาคำตอบเกี่ยวกับทัศนคติและค่านิยมของคนแต่ละชนชั้นต่อการตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษ ว่าแท้จริงแล้วชนชั้นกับการตั้งชื่อเล่นด้วยภาษาอังกฤษจะมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร รวมทั้งการตั้งชื่อเล่นด้วยภาษาอังกฤษจะแสดงเกียรติภูมิสูงในสังคมไทยจริงหรือไม่ นอกจากความต้องการที่จะพิสูจน์ปัญหาที่พบแล้ว ผู้วิจัยต้องการสะท้อนให้เห็นถึงทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และเกียรติภูมิ ซึ่งอาจสรุปโดยรวมได้ว่าเป็นลักษณะของคนไทย ผ่านการศึกษาเรื่องการตั้งชื่อเล่นด้วยคำยืมภาษาอังกฤษที่พบในสังคมไทยด้วยเช่นกัน

2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การตั้งชื่อบุคคลเป็นศาสตร์อย่างหนึ่งที่มีผู้สนใจศึกษาในหลายด้านที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะในแง่โหราศาสตร์ สังคมศาสตร์ หรือภาษาศาสตร์ เหตุเพราะชื่อบุคคลมีความสำคัญในฐานะเป็นสิ่งแสดงถึงความมีตัวตนในสังคม อีกทั้งชื่อยังสามารถสะท้อนลักษณะหรือแนวคิดบางประการเกี่ยวกับบุคคลผู้เป็นเจ้าของชื่อนั้นๆ ได้ อย่างไรก็ตาม การศึกษาชื่อหรือการตั้งชื่อบุคคลในแง่มุมของภาษาศาสตร์อาจยังไม่หลากกลายมากนัก โดยเฉพาะการศึกษาชื่อเล่น เพราะนักวิจัยและนักวิชาการโดยส่วนใหญ่จะให้ความสนใจศึกษาชื่อจริงมากกว่า ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาปรากฏการณ์การตั้งชื่อเล่นในสังคมไทย อีกทั้งในปัจจุบันนี้ยังเป็นที่สังเกตได้ว่าภาษาที่ใช้ตั้งชื่อเล่นไม่ได้ปรากฏแค่ภาษาไทยเพียงเท่านั้นอย่างแต่ก่อน ด้วยเหตุผลด้านการเปลี่ยนแปลงของสังคมและกาลเวลา ทำให้วิวัฒนาการของชื่อในสังคมไทยเปลี่ยนแปรไป ดังงานศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้ภาษาในการตั้งชื่อของสุภาพรรณ ณ บางช้าง (2527) ที่ศึกษาเปรียบเทียบการใช้ภาษาในการตั้งชื่อของคนไทยทั้งด้านไวยากรณ์และความหมายของชื่อในสมัยต่างๆ เริ่มตั้งแต่สมัยสุโขทัย (พ.ศ. 1900) จนถึงปี พ.ศ. 2525 อันจะทำให้เราสามารถเห็นวิวัฒนาการของชื่อในแต่ละยุคแต่ละสมัยได้ หากกล่าวถึงยุคสมัยปัจจุบัน พบว่าชื่อมีการตั้งชื่อเป็นภาษาต่างประเทศมากขึ้น จากการที่ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าบทความและงานวิจัยเกี่ยวกับชื่อเล่น พบว่าการศึกษาวิจัยด้านภาษาที่ใช้ในการตั้งชื่อเล่นนั้นปรากฏในการศึกษาการแปรของลักษณะทางภาษาที่ใช้ในการตั้งชื่อเล่นตามตัวแปรอายุของจริญญา ธรรมโชโต (2537) ผลการศึกษาพบว่าช่วงกลุ่มคนอายุน้อยมีชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษมากที่สุด ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับความคิดเห็นของอมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2549) อมรากล่าวว่าความนิยมในการตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษในสังคมไทยเพิ่มความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ และน่าจะเป็นการตั้งชื่อตามคนดังในวงการบันเทิง

ผู้วิจัยพบว่าชื่อและชื่อเล่นล้วนมีที่มา มีความหมาย เป็นสิ่งที่อยู่กับตัวและปรากฏพบตลอดเวลา ทั้งยังสามารถสะท้อนทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อและสภาพสังคมในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี และมีความสำคัญต่อการผลักดันทิศทางของค่านิยมของคนในยุคนั้นและยุคต่อๆ ไปได้ แต่อย่างไรก็ตาม งานศึกษาเกี่ยวกับชื่อเล่นซึ่งเป็นสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นลักษณะเด่นของสังคมไทย ซึ่งทำให้สังคมไทยมีสิ่งที่แตกต่างอย่างโดดเด่นกว่าสังคมอื่น (UK Government and Interpol, 2006) ยังไม่ปรากฏมากนัก โดยเฉพาะการศึกษาทัศนคติในการตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านความแตกต่างทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ตั้งชื่อ ว่าเลือกตั้งชื่อเล่นให้บุตรหลานเป็นภาษาอังกฤษด้วยเหตุผลอันใด อีกทั้งตามที่ได้กล่าวถึงไปแล้วว่าชื่อเล่นมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละสมัย และสามารถสะท้อนทัศนคติ ค่านิยมและความเชื่อต่างๆ ของคนในแต่ละยุคได้ แต่ผลสะท้อนทัศนคติ อันจะนำไปสู่ค่านิยมในยุคปัจจุบันต่อแนวโน้มการตั้งชื่อเล่นที่เปลี่ยนแปลงไปยังไม่มีผู้ทำการศึกษาเพื่อหาเหตุผลที่ชัดเจน ด้วยเหตุผลต่างๆ เหล่านี้ จึงเป็นสิ่งที่นำมาสู่การศึกษาวิจัยในครั้งนี้

3. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาความนิยมและค่านิยมในการตั้งชื่อเล่นด้วยคำยืมภาษาอังกฤษของเด็กไทยในกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มที่มีความแตกต่างกันทางด้านสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม

4. วิธีการดำเนินงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการหาคำตอบ 2 ประเด็นหลัก โดยประเด็นแรกเพื่อหาลักษณะจำเพาะที่ชัดเจนของกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันทางด้านเศรษฐกิจและสังคม จำนวน 3 กลุ่ม รวมทั้งหาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านภูมิหลังส่วนบุคคลต่อการแสดงทัศนคติในการเลือกโรงเรียนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร และประเด็นที่สอง เพื่อหาจำนวนชื่อเล่นภาษาอังกฤษในแต่ละกลุ่มและศึกษาทัศนคติในการตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษของกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มข้างต้นว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร เพื่อนำไปสู่การหาข้อสรุปของเหตุผลที่เป็นค่านิยมของแต่ละกลุ่มต่อการตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษ

ในประเด็นของการหาความชัดเจนของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มที่จะนำมาเป็นตัวแทนของแต่ละชนชั้นในสังคมนั้น ผู้วิจัยเลือกโรงเรียนจำนวน 6 โรงเรียน ที่มีอัตราค่าเล่าเรียนเฉลี่ยต่อภาคเรียนแตกต่างกัน และนำโรงเรียนเหล่านั้นมาจัดกลุ่มเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มละ 2 โรงเรียน ได้แก่

1. โรงเรียนกลุ่มที่ 1 เลือกจากโรงเรียนที่มีอัตราค่าเล่าเรียนเฉลี่ยต่อภาคการศึกษามากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป และมีการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษโดยครูชาวต่างชาติ จำนวน 2 โรงเรียน

2. โรงเรียนกลุ่มที่ 2 เลือกจากโรงเรียนที่มีอัตราค่าเล่าเรียนเฉลี่ยต่อภาคการศึกษาน้อยกว่า 60,000 บาท และเป็นโรงเรียนเอกชน (โรงเรียนสามัญศึกษา) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 2 โรงเรียน

3. โรงเรียนกลุ่มที่ 3 เลือกโรงเรียนที่ได้รับการยกเว้นค่าเล่าเรียน และเป็นโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากรุงเทพมหานคร จำนวน 2 โรงเรียน

โรงเรียนทั้ง 6 โรงเรียนดังกล่าว ถูกเลือกเพื่อนำมาเป็นตัวแทนของกลุ่มชนชั้น จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามชุดแรก ซึ่งจะสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามและทัศนคติในการเลือกโรงเรียนให้กับบุตรหลาน จากนั้นผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ปกครองของนักเรียนระดับชั้นอนุบาลและประถมศึกษาปีที่ 1 จากโรงเรียนกลุ่มตัวอย่างข้างต้น จำนวน 300 คน แล้วนำแบบสอบถามที่เก็บคืนมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิติ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบสอบถามชุดแรก จะทำให้ได้เกณฑ์ในการแบ่งชนชั้นที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการวิจัยในส่วนของทัศนคติในการตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษของกลุ่มคนที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมแตกต่างกัน การวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดิมทั้งหมด จำนวน 300 คน

5. สรุปผลงานวิจัย

ตารางที่ 1 สรุปผลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม

ข้อมูลทั่วไป	กลุ่ม 1		กลุ่ม 2		กลุ่ม 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. <u>เพศ</u>						
ชาย	28	28.0	36	36.0	38	38.0
หญิง	72	72.0	64	64.0	62	62.0
รวม	**100**	**100.0**	**100**	**100.0**	**100**	**100.0**

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	กลุ่ม 1		กลุ่ม 2		กลุ่ม 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2. อายุ						
21-30	21	21.0	-	-	21	21.0
31-40	53	53.0	58	58.0	52	52.0
41-50	25	25.0	41	41.0	22	22.0
50 ปีขึ้นไป	1	1.0	1	1.0	5	5.0
รวม	**100**	**100.0**	**100**	**100.0**	**100**	**100.0**
3. ระดับการศึกษา						
ปริญญาตรี	59	59.0	59	59.0	69	69.0
สูงกว่าปริญญาตรี	41	41.0	41	41.0	2	2
อื่นๆ (ต่ำกว่าปริญญาตรี)	-	-	-	-	29	29.0
รวม	100	100.0	100	100.0	100	100.0
4. อาชีพ						
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	42	42.0	34	34.0	56	56.0
ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	35	35.0	39	39.0	23	23.0
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	16	16.0	14	14.0	12	12.0
เกษียณอายุ/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	7	7.0	13	13.0	9	9.0
รวม	**100**	**100.0**	**100**	**100.0**	**100**	**100.0**
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
ต่ำกว่า 10,000	-	-	2	2.0	53	53.0
10,001-20,000	19	19.0	6	6.0	40	40.0
20,001-30,000	9	9.0	13	13.0	2	2.0
30,001-40,000	8	8.0	13	13.0	2	2.0
40,001-50,000	5	5.0	16	16.0	1	1.0
50,001-60,000	8	8.0	11	11.0	-	-
60,001-70,000	1	1.0	6	6.0	1	1.0
80,000 บาทขึ้นไป	50	50.0	33	33.0	1	1.0
รวม	**100**	**100.0**	**100**	**100.0**	**100**	**100.0**

จากตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามจากทั้ง 3 กลุ่มเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 31-40 ปี แต่ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามนั้นไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยกลุ่มที่ 1 และ 2 จะมีการศึกษาอยู่ในช่วงสูงกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี แต่ไม่พบการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนกลุ่มที่ 3 จะพบการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีด้วย สำหรับอาชีพนั้น พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจากทั้ง 3 กลุ่ม ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว และสุดท้ายปัจจัยด้านรายได้ พบว่ากลุ่มที่ 1 มีค่าน้ำหนักรายได้มากที่สุดอยู่ที่ 80,000 บาทขึ้นไป ส่วนกลุ่มที่ 2 จะพบการกระจายตัวกันของรายได้ไปในทุกระดับ ส่วนกลุ่มที่ 3 พบว่ามีรายได้เกาะกลุ่มกันอยู่ที่ ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน

หลังจากที่ได้วิเคราะห์การให้คะแนนค่าน้ำหนักเหตุผลในการเลือกโรงเรียนให้กับบุตรหลานของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่มไปแล้ว ผู้วิจัยได้นำผลคะแนนค่าน้ำหนักเหตุผลในการเลือกโรงเรียนให้กับบุตรหลานของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่มไปทดสอบค่าความแปรปรวนหรือความเป็นเอกพันธ์ของความแปรปรวน (homogeneity of variance) ของผลการศึกษาในแต่ละกลุ่มด้วยโปรแกรมคำนวณสถิติ SPSS 11.0 เพื่อให้ค่าน้ำหนักของเหตุผลที่ได้มาจากแต่ละกลุ่มมีความเท่ากัน ก่อนจะนำไปหาค่าความแตกต่างระหว่างกลุ่มต่อไป

จากนั้นผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการทดสอบค่าความแปรปรวนมาทำการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อหาความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยน้ำหนักเหตุผลที่เหลือทีละข้อ ด้วยวิธีการทางสถิติ (One way ANOVA) ของค่าน้ำหนักเหตุผลในการเลือกโรงเรียนของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชนชั้นต่างกัน 3 กลุ่ม พบว่ามีเหตุผลที่ทั้ง 3 กลุ่มให้ค่าแตกต่างกันในรายข้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวนทั้งหมด 4 ข้อ ได้แก่ ข้อ 4 ด้านชื่อเสียงหรือความเก่าแก่ของโรงเรียนข้อ 5 ด้านหลักสูตรและวิธีการสอนเหมาะสม ข้อ 7 ด้านการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการเรียนการสอนเป็นหลัก และข้อ 9 ด้านการคิด จินตนาการและได้ฝึกปฏิบัติจริง

ผู้วิจัยนำจึงผลที่ได้ข้างต้นมาทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ว่าเหตุผลทั้ง 4 ข้อเหล่านี้มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มใดบ้าง ผ่านการทดสอบด้วยวิธีการทางสถิติ independent T-test (post hoc) ตามวิธีของฟิชเชอร์ (LSD) (ยุทธพงษ์, 2543)

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของเหตุผลในการเลือกโรงเรียนระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชนชั้นต่างกัน 3 กลุ่ม

เหตุผลในการเลือกโรงเรียน	**การเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มชนชั้น**	***t***	**SE**	***Sig.***
ข้อ 4 ชื่อเสียงหรือความเก่าแก่ของโรงเรียน	1-2	-0.44***	0.109	0.000
	1-3	0.35**	0.109	0.001
	2-3	0.79***	0.109	0.000
ข้อ 5 หลักสูตรและวิธีการสอนเหมาะสม	1-2	-0.13	0.094	0.167
	1-3	0.38***	0.094	0.000
	2-3	0.51***	0.094	0.000
ข้อ 7 การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการเรียนการสอนเป็นหลัก	1-2	0.08	0.112	0.477
	1-3	0.42***	0.112	0.000
	2-3	0.34**	0.112	0.003
ข้อ 9 การคิด จินตนาการและได้ฝึกปฏิบัติจริง	1-2	-0.1	0.092	0.276
	1-3	0.24**	0.092	0.009
	2-3	0.34***	0.092	0.000

*p<.05 หมายถึง ค่าน้ำหนักของเหตุผลในการเลือกโรงเรียนที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**p<.01 หมายถึง ค่าน้ำหนักของเหตุผลในการเลือกโรงเรียนที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

***p<.001 หมายถึง ค่าน้ำหนักของเหตุผลในการเลือกโรงเรียนที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตารางที่ 2 เป็นการแสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของเหตุผลในการเลือกโรงเรียนทั้ง 4 ข้อระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชนชั้นต่างกัน 3 กลุ่ม ที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามลำดับเหตุผล

คือ เหตุผลในการเลือกโรงเรียนข้อที่ 4 ด้านชื่อเสียงหรือความเก่าแก่ของโรงเรียน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 1 ให้ความสำคัญในด้านนี้น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 2 แต่ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ให้ความสำคัญในเหตุผลข้อนี้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 3 จึงสรุปได้ว่าจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม กลุ่มตัวอย่างที่ 2 ให้ความสำคัญในด้านชื่อเสียงหรือความเก่าแก่ของโรงเรียนมากที่สุด ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ 3 ให้ความสำคัญน้อยที่สุด ส่วนเหตุผลในการเลือกโรงเรียนข้อที่ 5 ด้านหลักสูตรและวิธีการสอนเหมาะสม พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ให้ความสำคัญในเหตุผลข้อนี้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 3 หรืออาจกล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 3 ให้ความสำคัญในด้านนี้น้อยที่สุดจากทั้ง 3 กลุ่ม ต่อมาคือเหตุผลในการเลือกโรงเรียนข้อที่ 7 ด้านการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการเรียนการสอนเป็นหลัก พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ให้ความสำคัญในเหตุผลข้อนี้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 3 และเหตุผลในการเลือกโรงเรียนข้อที่ 9 ด้านการคิด จินตนาการและได้ฝึกปฏิบัติจริง เมื่อเปรียบเทียบกันทั้ง 3 กลุ่มแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ 3 ให้ความสำคัญในด้านนี้น้อยที่สุด

หลังจากที่ผู้วิจัยได้แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมที่ส่งผลให้เกิด “ชนชั้น” ในสังคมไทยและทัศนคติต่อการเลือกโรงเรียนให้กับบุตรหลานของคนในแต่ละชนชั้น ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้เชื่อว่าโรงเรียนเป็นตัวแทนของชนชั้นในสังคมไปแล้ว ลำดับต่อไปคือผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติต่อการตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษให้กับบุตรหลานของกลุ่มคนทั้ง 3 ชนชั้นที่ได้แบ่งไปแล้วอย่างชัดเจน

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์จำนวนชื่อเล่นภาษาอังกฤษจากทั้ง 3 กลุ่ม

ภาษาของชื่อเล่น	กลุ่ม 1		กลุ่ม 2		กลุ่ม 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภาษาไทย	33	33.0	41	41.0	29	29.0
ภาษาอังกฤษ	67	67.0	59	59.0	71	71.0
รวม	**100**	**100.0**	**100**	**100.0**	**100**	**100.0**

จากตารางที่ 3 แสดงจำนวนชื่อเล่นภาษาอังกฤษที่พบทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่าง จะเห็นได้ว่าชื่อเล่นภาษาอังกฤษปรากฏอยู่ในทุกกลุ่ม และพบมากกว่าจำนวนชื่อเล่นภาษาไทย หากพิจารณาเป็นกลุ่ม พบว่ากลุ่มที่ 3 พบจำนวนชื่อเล่นภาษาอังกฤษมากที่สุด

จากนั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์เหตุผลในการตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษโดยใช้วิธีการเช่นเดียวกันกับการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามการเลือกโรงเรียน ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของค่าน้ำหนักเหตุผลในการตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชนชั้นต่างกัน 3 กลุ่ม พบว่ามีเหตุผลในการตั้งชื่อเล่นจำนวน 7 ข้อที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังต่อไปนี้ ข้อที่ 2 แสดงถึงความมีรสนิยมในการเลือกชื่อ ข้อที่ 3 แสดงถึงความทันสมัย ข้อที่ 6 ตั้งชื่อตามสิ่งที่ชอบ เช่น ดารา ศิลปิน ตัวการ์ตูน ข้อที่ 7 ตั้งชื่อตามสิ่งที่พบในภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ นิตยสาร เช่น ชื่อภาพยนตร์ ตัวละครในภาพยนตร์ ข้อที่ 8 เป็นแสดงถึงการมีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ข้อที่ 9 เพื่อความสะดวกในการติดต่อกับคนต่างชาติ ข้อที่ 10 มีบิดาหรือมารดาเป็นชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของเหตุผลในการตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชนชั้นต่างกัน 3 กลุ่ม

เหตุผลในการตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษ	การเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มชนชั้น	*t*	SE	*Sig.*
ข้อ 2 แสดงถึงความมีรสนิยมในการเลือกชื่อ	1-2	0.27*	0.139	0.052
	1-3	-0.11	0.139	0.428
	2-3	-0.38**	0.139	0.007
ข้อ 3 แสดงถึงความทันสมัย	1-2	0.19	0.133	0.154
	1-3	-0.14	0.133	0.293
	2-3	-0.33*	0.133	0.014
ข้อ 6 ตั้งชื่อตามบุคคลที่ชอบ เช่น ดารา ศิลปิน ตัวการ์ตูน	1-2	0.4*	0.159	0.012
	1-3	-0.18	0.159	0.259
	2-3	-0.58***	0.159	0.000
ข้อ 7 ตั้งชื่อตามสิ่งที่พบในภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ นิตยสาร เช่น ชื่อภาพยนตร์ ตัวละครในภาพยนตร์	1-2	0.51**	0.156	0.001
	1-3	-0.18	0.156	0.251
	2-3	-0.69***	0.156	0.000
ข้อ 8 เป็นแสดงถึงการมีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ	1-2	0.58***	0.135	0.000
	1-3	-0.27*	0.135	0.046
	2-3	-0.85***	0.135	0.000
ข้อ 9 เพื่อความสะดวกในการติดต่อกับคนต่างชาติ	1-2	0.38*	0.160	0.018
	1-3	0.08	0.160	0.617
	2-3	-0.3	0.160	0.061
ข้อ 10 มีบิดาหรือมารดาเป็นชาวต่างชาติ	1-2	0.55**	0.182	0.003
	1-3	0.17	0.182	0.352
	2-3	-0.38*	0.182	0.038

*p<.05 หมายถึง ค่าน้ำหนักของเหตุผลในการตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**p<.01 หมายถึง ค่าน้ำหนักของเหตุผลในการตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

***p<.001 หมายถึง ค่าน้ำหนักของเหตุผลในการตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

สำหรับตารางที่ 4 นี้เป็นการแสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของเหตุผลในการเลือกตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษทั้ง 7 ข้อ โดยเปรียบเทียบกันระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชนชั้นต่างกัน 3 กลุ่ม ที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามลำดับเหตุผลดังนี้ เหตุผลในการเลือกตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษข้อที่ 2 แสดงถึงความมีรสนิยมในการเลือกชื่อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 1 ให้ความสำคัญในด้านนี้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 2 แต่กลุ่มตัวอย่างที่ 2 ให้ความสำคัญน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 3 จึงกล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 3 ให้ความสำคัญเรื่องรสนิยมในการเลือกตั้งชื่อเป็นภาษาอังกฤษมากที่สุด ส่วนเหตุผลในการเลือกตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษข้อที่ 3 แสดงถึงความทันสมัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 3 ให้ความสำคัญในเหตุผลข้อนี้มากที่สุดจากทั้ง 3 กลุ่ม และเหตุผลในการเลือกตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษข้อที่ 6 ตั้งชื่อตามสิ่งที่ชอบ เช่น ดารา ศิลปิน ตัวการ์ตูน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 1 ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 2 แต่กลุ่มตัวอย่างที่ 3 ให้ความสำคัญในเหตุผลข้อนี้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 2

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ 2 ให้ความสำคัญในเหตุผลข้อนี้น้อยที่สุด ต่อมา เหตุผลในการเลือกตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษข้อที่ 7 ตั้งชื่อตามสิ่งที่พบในภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์นิตยสาร พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 1ให้ความสำคัญกับเหตุผลข้อนี้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 2 แต่กลุ่มตัวอย่างที่ 3 ให้ความสำคัญในเหตุผลข้อนี้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 2 สำหรับเหตุผลในการเลือกตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษข้อที่ 8 เป็นแสดงถึงการมีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ 1 ให้ความสำคัญกับเหตุผลนี้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 2 แต่ยังน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 3 เนื่องจากเมื่อเปรียบเทียบค่าที่ปรากฏแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 3 ให้ความสำคัญกับเหตุผลประการนี้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 1 และ อย่างมีนัยสำคัญ ถัดมา เหตุผลในการเลือกตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษข้อที่ 9 เพื่อความสะดวกในการติดต่อกับคนต่างชาติพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 1 ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 2 และเหตุผลในการเลือกตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษข้อที่ 10 มีบิดาหรือมารดาเป็นชาวต่างชาติ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 3 ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 2

6. อภิปรายผล

ผลการศึกษาประเด็นความชัดเจนของเกณฑ์ที่ใช้แบ่งกลุ่มชนชั้นด้วยการศึกษาข้อมูลภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าเกณฑ์ที่สามารถใช้แบ่งกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มได้ชัดเจนมากที่สุด และมีความสอดคล้องกับการใช้อัตราค่าเล่าเรียนเฉลี่ยต่อภาคเรียนเป็นเกณฑ์ในการแบ่งโรงเรียน คือ ปัจจัยด้านรายได้ สอดคล้องกับงานวิจัยทางสังคมวิทยาในสังคมตะวันตกที่ส่วนใหญ่ใช้รายได้เป็นเครื่องบ่งชี้อันดับแรก รายได้ถือว่าเป็นเกณฑ์วัตถุวิสัยที่แบ่งชนชั้นในสังคมออกเป็น 5 ชนชั้น (Stewart and Glynn, 1958: 177) ปัจจัยการแบ่งชนชั้นของสังคมไทยในปัจจุบันโดยทั่วไปตามทฤษฎีทางสังคมวิทยาถือเอาเกียรติภูมิ (prestige) หรือฐานะทางสังคมเป็นเกณฑ์ในการแบ่งชนชั้น (อุทัย หิรัญโต, 2522 : 86 – 88) ซึ่งตรงกับเกณฑ์ที่ผู้วิจัยใช้แบ่งกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้

จากผลวิเคราะห์เหตุผลในการเลือกโรงเรียน พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ต่างให้ค่าน้ำหนักกับเหตุผลในการเลือกโรงเรียนที่แตกต่างกันออกไป แต่เหตุผลที่ทั้ง 3 กลุ่มให้ค่าน้ำหนักไปในทิศทางเดียวกันมากที่สุด คือ ด้านอัตราค่าเล่าเรียน ซึ่งได้ค่าน้ำหนักน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกันในบรรดาเหตุผลทุกข้อ ดังนั้น จึงอาจเป็นไปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มคิดว่าค่าเล่าเรียนไม่ใช่ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกโรงเรียน หากโรงเรียนนั้นมีปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ดีเพียงพอ แม้แต่โรงเรียนในกลุ่มตัวอย่างที่ 1 ที่มีอัตราค่าเล่าเรียนสูงมากก็ตาม ผลในส่วนนี้จึงสามารถเป็นคำตอบในการแบ่งชนชั้นในสังคมไทยออกเป็น 3 ระดับได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อของผู้วิจัยที่ว่าโรงเรียนเป็นตัวแทนของชนชั้นที่แตกต่างกันในสังคม

จากผลการศึกษาวิจัยพบจำนวนชื่อเล่นภาษาอังกฤษมากกว่าภาษาไทยในทุกกลุ่มตัวอย่าง แต่ถ้าเทียบจำนวนในแต่ละกลุ่มจะพบชื่อเล่นภาษาอังกฤษมากที่สุดในกลุ่มตัวอย่างที่ 3 สำหรับผลการวิเคราะห์เหตุผลในการตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษทั้ง 10 ข้อ พบว่ามีเหตุผลจำนวน 6 ข้อที่กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มให้ค่าน้ำหนักความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกกลุ่ม ได้แก่ การเลือกตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษ เพราะแสดงถึงความมีรสนิยมของผู้เลือกชื่อ และการแสดงออกถึงความทันสมัย ผลที่ได้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 3 ให้ความสำคัญกับเหตุผล 2 ข้อนี้มากที่สุดจากทั้ง 3 กลุ่ม ในส่วนของเหตุผลลำดับถัดมา คือ การเลือกตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษจากสิ่งที่ชอบ เช่น ดารา สถานที่ พืช สัตว์ ผลที่ได้พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ 2 ให้ความสำคัญกับเหตุผลข้อนี้น้อยที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากเหตุผลในการตั้งชื่อเล่นทั้ง 3 เหตุผลที่ได้กล่าวไปแล้ว ยังมีเหตุผลในการเลือกตั้งชื่อ

เล่นเป็นภาษาอังกฤษตามสิ่งที่พบในภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ นิตยสาร เช่น ชื่อภาพยนตร์ ตัวละครในภาพยนตร์ ซึ่งเหตุผลข้อนี้กลุ่มตัวอย่างที่ 3 ให้ความสำคัญมากที่สุด ส่วนเหตุผลในการเลือกตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษ เพราะเป็นการแสดงการมีความรู้ทางภาษาอังกฤษนั้น พบมากที่สุดในกลุ่มตัวอย่างที่ 3 ซึ่งขัดแย้งกับความเป็นจริงในด้านภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม เนื่องจากการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ 3 ต่ำกว่าระดับการศึกษาที่สำรวจพบในกลุ่มที่ 1 และ 2 เป็นอย่างมาก จึงอาจเป็นไปได้ว่าเหตุผลข้อนี้ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง แต่ผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มที่ 3 อาจจะต้องการนำเหตุผลข้อนี้มาแสดงให้เห็นว่ามีความรู้ภาษาอังกฤษผ่านการตั้งชื่อเล่นเป็นภาษาอังกฤษ หากพิจารณาโดยทั่วไปแล้ว คนที่พูดภาษาอังกฤษได้หรือมีความรู้ทางภาษาอังกฤษย่อมได้รับการยอมรับในสังคมว่าเป็นกลุ่มคนที่ได้รับการขัดเกลาทางสังคมจากการได้รับการศึกษา อีกทั้งการศึกษายังเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่แสดงการมีเกียรติภูมิและชนชั้นอีกด้วย สำหรับเหตุผล 2 ประการสุดท้ายนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ 1 ให้ความสำคัญมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสภาพสังคมหรือชนชั้นที่กลุ่มตัวอย่างที่ 1 เป็นเจ้าของ คือ การมีบิดาหรือมารดาเป็นชาวต่างชาติ และการเรียนหรืออยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีชาวต่างชาติ เพื่อความสะดวกในการติดต่อกับคนต่างชาติ

7. ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการนำกรอบทฤษฎีอื่นมามาใช้ในการวิจัยต่อยอด เพื่อให้ได้ผลที่แตกต่างออกไป

2. ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติมจากการใช้สถิติในเชิงปริมาณ เช่น การสัมภาษณ์ความคิดเห็นหรือการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและสามารถเห็นความชัดเจนได้มากกว่านี้

8. รายการอ้างอิง

จริญญา ธรรมโชโต. 2540. “การศึกษาภาษาที่ใช้ในการตั้งชื่อเล่นของคนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาภาษาศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ยุทธพงษ์ กัยวรรณ์. 2543. **พื้นฐานการวิจัย**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น

สุภาพรรณ ณ บางช้าง. 2527. **การใช้ภาษาในการตั้งชื่อของคนไทย**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2550. **ภาษาศาสตร์สังคม**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุทัย หิรัญโต. 2522. **หลักสูตรวิทยา**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

Stewart, Elbert W. and James A. Glynn. 1995. **Introduction to Sociology**. Fourth Edition. New York: McGraw-Hill.

UK Government and Interpol. 2006. **A guide to names and naming practices**. London: UK Government Press.

ความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ในการนำน้ำเสียกลับมาใช้สำหรับระบบชำระล้างสุขภัณฑ์ของห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์สาขาท่าพระ กรุงเทพมหานคร

ECONOMICAL FEASIBILITY ON REUSE OF WASTEWATER FOR SANITARY CLEANING IN THE MALL DEPARTMENT STORE, THAPRA BRANCH, BANGKOK

พิเชษฐ์ รักพรหม

นักศึกษาปริญญาโท คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Email : rakpom_p@hotmail.com

ดร.อาณัติ ต๊ะปินตา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

Email : athapinta@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ (1) เปรียบเทียบคุณภาพน้ำก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง โดยใช้เครื่องมือทางสถิติด้วยวิธี T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อพิสูจน์สมมุติฐานตามที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า คุณภาพน้ำระหว่างก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้งได้แก่ ความเป็นกรด-ด่าง (pH) สี (Color) และความขุ่น (Turbidity) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และสารแขวนลอย (Suspended Solids) บีโอดี (Biochemical Oxygen Demand, BOD) และปริมาณโคลิฟอร์มแบคทีเรียไม่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยวิธี T-test ได้ เนื่องจากตรวจไม่พบพารามิเตอร์ทั้ง 3 พารามิเตอร์หลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง (2) เปรียบเทียบคุณภาพน้ำหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้งกับมาตรฐานคุณภาพทิ้งที่นำกลับมาใช้งานของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ พบว่าคุณภาพน้ำหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้งทุกพารามิเตอร์มีค่าไม่เกินมาตรฐานคุณภาพน้ำทิ้งที่นำกลับมาใช้ใหม่ของประเทศญี่ปุ่น (3) เพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ในการนำน้ำทิ้งกลับมาใช้สำหรับระบบชำระล้างสุขภัณฑ์ ด้วยวิธีการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ (Cost-Benefit Analysis หรือ CBA) โดยใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจ 4 วิธี ดังนี้ (1) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) (2) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio หรือ BCR) (3) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR) และระยะเวลาคืนทุน (Payback period หรือ PB) ซึ่งจากผลการวิเคราะห์พบว่า โครงการมีความคุ้มค่ากับการลงทุน กล่าวคือ มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 452,766 บาท อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (BCR) เท่ากับ 1.0447 และอัตราผลตอบแทนภายในทางการเงิน (FIRR) เท่ากับ 4.10915451% แต่ระยะเวลาคืนทุน (PB) เท่ากับ 11.69 ปี ซึ่งมากกว่าที่ทำการประเมินไว้ก่อนเริ่มโครงการที่ 8 ปี

คำสำคัญ : ความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ / การนำน้ำเสียกลับมาใช้ใหม่

ABSTRACT

The objectives of this research were (1) to compare water quality before and after wastewater treatment process by statistical tool in term of T-test at significant level 0.05 for proving defined hypothesis. The result of analysis showed that the water quality in terms of pH, color and turbidity before and after wastewater treatment process were significantly different at significant level 0.05. Suspended Solids, BOD (Biochemical Oxygen Demand)and Coliform bacteria could not be analyzed by T-test method since such parameters were not inspected after wastewater treatment process (2) to compare water quality after wastewater treatment process versus reuse water quality of Japan. The result of analysis showed that water quality after wastewater treatment process were not higher than reuse water quality of Japan in every parameter (3) to study economical feasibility on reuse of wastewater for sanitary cleaning by Cost-Benefit Analysis (CBA) with 4 criteria as follows: (1) (Net Present Value (NPV) (2) Benefit-Cost Ratio (BCR) (3)Internal Rate of Return (IRR) and (4) Payback period (PB) The result of analysis showed that the project was so worth for the investment that Net Present Value (NPV) was 452,766 Baht, Benefit-Cost Ratio (BCR) was 1.0447 and Financial Internal Rate of Return (FIRR) was 4.10915451% But the Payback period (PB) is equal to more than a year to 11.69 estimated before the start of the project, 8 years.

KEYWORDS : Economical Feasibility, Reuse of Waste Water

1. บทนำ

โดยหลักการทางวิชาการน้ำเสียเมื่อผ่านการบำบัดแล้วจะมีคุณภาพดีขึ้นจนสามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้ใหม่ ซึ่งมีกิจกรรมหลายอย่างที่ไม่จำเป็นต้องใช้น้ำที่มีคุณภาพสูงระดับน้ำประปา ดังนั้นหากสามารถนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาใช้ก็จะช่วยลดปริมาณการใช้น้ำประปาหรือน้ำดิบจากแหล่งน้ำธรรมชาติลงได้ระดับหนึ่ง แต่กิจกรรมการใช้ประโยชน์จะเป็นกิจกรรมใดนั้นจะต้องมีการศึกษาความเหมาะสมเสียก่อน ส่วนแหล่งน้ำที่จะนำกลับมาใช้ใหม่อาจมีหลายแหล่งแต่แหล่งน้ำแหล่งใหญ่ที่ควรนำมาพิจารณาคือน้ำทิ้งจากระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนการ ในประเทศไทยนั้นการนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาใช้ประโยชน์ยังไม่มีการนำมาใช้มากนักจึงไม่มีการกำหนดมาตรฐานของการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ (ชุติมา ประเสริฐสินธุ์, 2548, หน้า 1-2) การนำน้ำเสียกลับมาใช้ใหม่ของชุมชนอาจพุ่งเป้าไปที่อาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงแรมหรืออาคารชุดคอนโดมิเนียม เป็นต้น อย่างไรก็ตามในนำน้ำเสียกลับมาใช้ใหม่นั้นควรพิจารณาถึงความเหมาะสมและความเป็นไปได้ทางด้านวิศวกรรมและทางด้านเศรษฐศาสตร์ก่อนตัดสินใจ เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการลงทุนของโครงการ การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการเปรียบเทียบคุณภาพน้ำระหว่างก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้งว่ามีค่าเกินมาตรฐานคุณภาพทิ้งที่นำกลับมาใช้ใหม่ของประเทศญี่ปุ่นหรือไม่ และศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านเศรษฐศาสตร์โดยการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ (Cost-Benefit Analysis หรือ CBA) ที่เกิดขึ้นกับโครงการ โดยใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจ 4 วิธี ดังนี้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio หรือBCR) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate

of Return หรือ IRR) และระยะเวลาคืนทุน (Payback period หรือ PB) โดยใช้ระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้งห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์สาขาท่าพระ กรุงเทพมหานคร เป็นกรณีศึกษาในครั้งนี้

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพน้ำระหว่างก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้งของห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์สาขาท่าพระ กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพน้ำหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้งของห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์สาขาท่าพระ กรุงเทพมหานคร กับมาตรฐานคุณภาพน้ำทิ้งที่นำกลับมาใช้ใหม่ของประเทศญี่ปุ่น

3. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการทางด้านเศรษฐศาสตร์ในการการนำน้ำที่ผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้งกลับมาใช้งานสำหรับระบบชำระล้างสุขภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์สาขาท่าพระ กรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตของการวิจัย

1. พารามิเตอร์ที่ใช้ทำการศึกษาคุณภาพน้ำระหว่างก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง ได้แก่ ความเป็นกรด-ด่าง (pH) สี (Color) ความขุ่น (Turbidity) สารแขวนลอย (Suspended Solids) บีโอดี (Biochemical Oxygen Demand, BOD) และปริมาณโคลิฟอร์มแบคทีเรียทั้งหมด (Total Coliform Bacteria) ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ (Cost-Benefit Analysis หรือ CBA) โดยใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจ 4 วิธี ดังนี้ (1)มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) (2)อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio หรือ BCR) (3)อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR) และ(4)การวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (Payback period หรือ PB) ตามลำดับ

3. ใช้ระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้งของห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์สาขาท่าพระ กรุงเทพมหานคร เป็นสถานที่ทดลองในภาคสนาม

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษาและเก็บข้อมูลภาคสนามในการดำเนินงานวิจัย 4 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ. 2556 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2556

5. ระยะเวลาคืนทุนที่ประเมินไว้ก่อนเริ่มโครงการที่ 8 ปี

4. วิธีดำเนินการวิจัย

1. เก็บตัวอย่างน้ำก่อนผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง (บ่อเก็บน้ำที่ 1) และเก็บตัวอย่างน้ำหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง (บ่อเก็บน้ำที่ 3) เพื่อตรวจวัดคุณภาพน้ำในรูปของความเป็นกรด-ด่าง (pH) สี (Color) ความขุ่น (Turbidity) สารแขวนลอย (Suspended Solids) บีโอดี (Biochemical Oxygen Demand, BOD) และปริมาณโคลิฟอร์มแบคทีเรียทั้งหมด (Total Coliform bacteria) ตามลำดับ จำนวน 2 ครั้งต่อสัปดาห์ รวมทั้งสิ้น 15 สัปดาห์ในระหว่างช่วงเดือนมีนาคม 2556 ถึงเดือนมิถุนายน 2556 คิดเป็นจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 60 ตัวอย่าง และนำข้อมูลคุณภาพน้ำทั้ง 6 พารามิเตอร์ที่วิเคราะห์ได้มาเปรียบเทียบคุณภาพน้ำระว่างก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง และเปรียบเทียบกับมาตรฐานคุณภาพทิ้งที่นำกลับมาใช้งานของประเทศญี่ปุ่น

2. เก็บข้อมูลต้นทุนก่อสร้างโครงการและค่าใช้จ่ายต่างๆ ในรอบปีของระบบปรังปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง และปริมาณน้ำหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้งที่นำกลับไปใช้งาน โดยใช้ข้อมูลที่เกิดจากการดำเนินการจริงตั้งแต่ปี 2551 – 2555 นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ โดยการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ (Cost-Benefit Analysis หรือ CBA) ที่เกิดขึ้น โดยใช้หลักการของการตัดสินใจ 4 วิธี ดังนี้ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio หรือ BCR) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return หรือ IRR) และระยะเวลาคืนทุน (Payback period หรือ PB)

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา เพื่อใช้วิเคราะห์คุณภาพน้ำ 6 พารามิเตอร์ทั้งระหว่างก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง ได้แก่ ค่าต่ำสุด-สูงสุด ค่าเฉลี่ย และร้อยละ และสถิติเชิงอนุมาน เพื่อใช้ทดสอบค่า t (T-test) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีสมมุติฐานดังนี้

H_0 : คุณภาพน้ำก่อนผ่านระบบปรับปรุงเท่ากับคุณภาพน้ำหลังผ่านระบบปรับปรุง

H_1 : คุณภาพน้ำก่อนผ่านระบบปรับปรุงไม่เท่ากับคุณภาพน้ำหลังผ่านระบบปรับปรุง

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ใช้หลักการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ (Benefit Cost Analysis หรือ BCA) โดยมีข้อกำหนดในการศึกษาดังนี้ กำหนดระยะเวลาของโครงการไว้ที่ 16 ปี ตามอายุการใช้งานของระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง อัตราส่วนลด (Discount Rate) เลือกใช้อัตราเงินเฟ้อทั่วไปร้อยละ 3.0 ต่อปี (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2556) อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เปรียบเทียบกับอัตราดอกเบี้ยพันธบัตรรัฐบาลร้อยละ 3.8 ต่อปี (สำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ, 2556) ค่าน้ำประปาเท่ากับ 16 บาท/หน่วย และอัตราการใช้น้ำและค่าใช้จ่ายตั้งปี พ.ศ. 2556 – 2566 ใช้อัตราการใช้น้ำและค่าใช้จ่ายในปี พ.ศ. 2555 เป็นเกณฑ์ โดยใช้หลักการตัดสินใจดังนี้

2.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) ซึ่งคำนวณได้จากสูตรดังนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^{n} (B_t - C_t)/(1+i)^t$$

Bt หมายถึงผลประโยชน์ของโครงการในปีที่ t

Ct หมายถึงต้นทุนของโครงการในปีที่ t

i หมายถึงอัตราดอกเบี้ยหรือค่าเสียโอกาสของทุน

t หมายถึงปีของโครงการ

n หมายถึงอายุของโครงการ

2.2 อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio หรือ BCR) ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$BCR = [\sum_{t=1}^{n} B_t /(1+i)^t] \ / [\sum_{t=1}^{n} C_t / (1 + i)^t]$$

Bt หมายถึงผลตอบแทนของโครงการในปีที่ t

Ct หมายถึงต้นทุนของโครงการในปีที่ t

i หมายถึงอัตราส่วนลด/ อัตราคิดลด

t หมายถึงปีของโครงการ

n หมายถึงอายุของโครงการ

2.3 อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return หรือ IRR) ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$\text{IRR} = \sum_{t=1}^{n} (B_t - C_t)/(1+r)^t = 0$$

Bt หมายถึงผลตอบแทนของโครงการในปีที่ t

Ct หมายถึงต้นทุนของโครงการในปีที่ t

r หมายถึงอัตราส่วนลด/ อัตราคิดลดที่เหมาะสม

t หมายถึงปีของโครงการ

n หมายถึงอายุของโครงการ

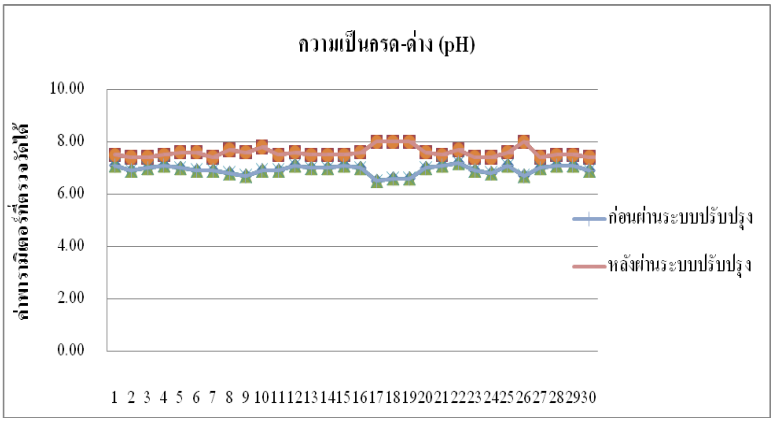
IRR = อัตราคิดลดตัวต่ำ + ผลต่างระหว่างอัตราคิดลดทั้งสอง x (NPV ที่ใช้อัตราส่วนลดตัวต่ำ/ ผลต่างของ NPV ที่ใช้อัตราคิดลดทั้งสอง)

2.4 ระยะเวลาคืนทุน (Payback period หรือ PB) คือ ระยะเวลาที่ผลตอบแทนสุทธิจากการดำเนินงานมีค่าเท่ากับค่าลงทุนของโครงการ วิธีการนี้พิจารณาถึงจำนวนปีที่จะได้รับผลตอบแทนคุ้มกับเงินลงทุน

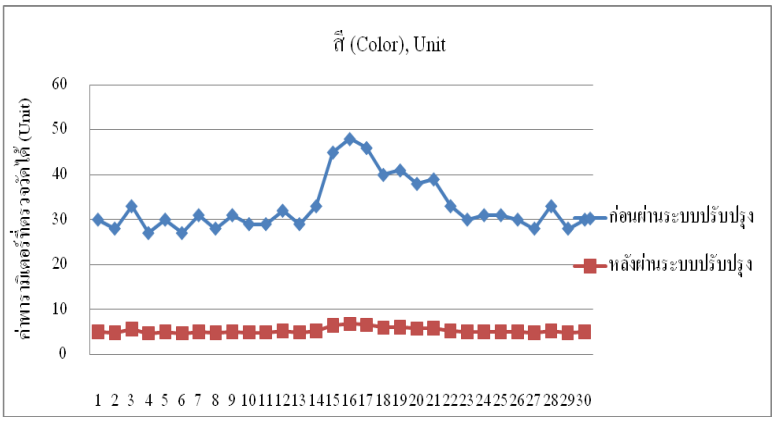
ระยะเวลาคืนทุน (PB) = ค่าใช้จ่ายในการลงทุน / ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยต่อปี

5. ผลการวิเคราะห์

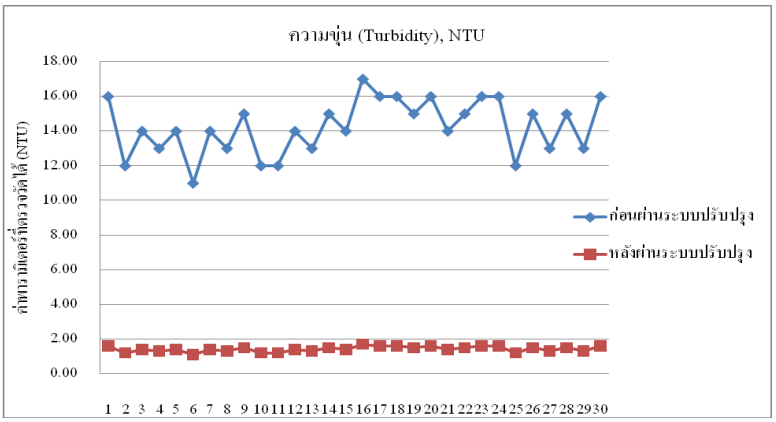
1. การศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพน้ำระหว่างก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง



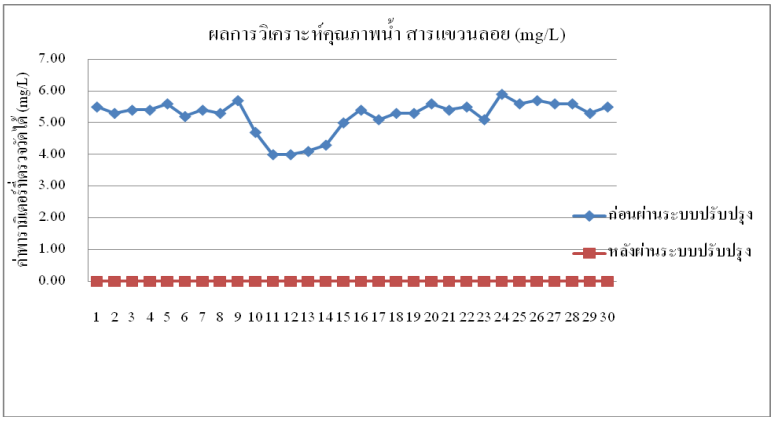
ภาพ 1 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ความเป็นกรด-ด่าง (pH) ของน้ำทิ้งก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง



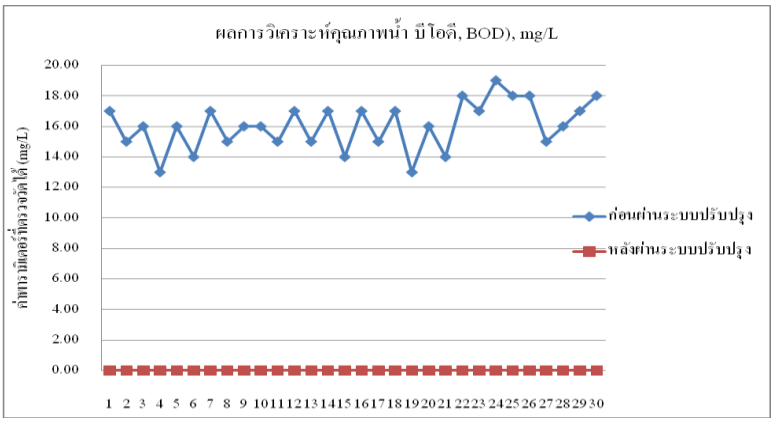
ภาพ 2 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ สี (Color) ของน้ำทิ้งก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง



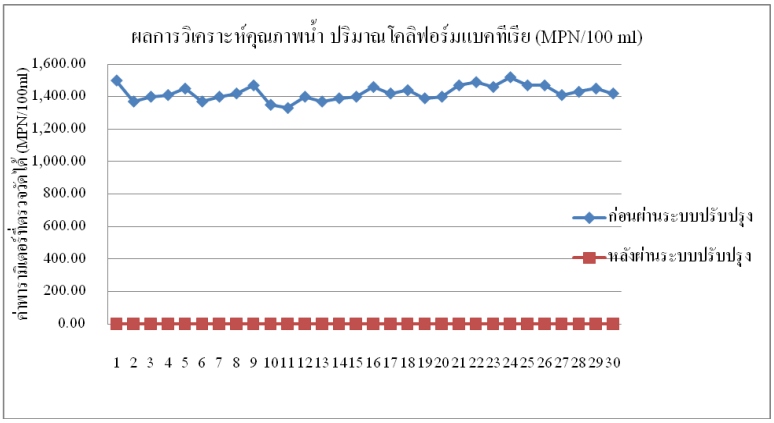
ภาพ 3 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์คุณภาพน้ำ ความขุ่น (Turbidity) ของน้ำทิ้งก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง



ภาพ 4 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์คุณภาพน้ำ สารแขวนลอย (Suspended Solids) ของน้ำทิ้งก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง



ภาพ 5 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์คุณภาพน้ำ บีโอดี (Biochemical Oxygen Demand, BOD) ของน้ำทิ้งก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง



ภาพ 6 เปรียบเทียบผลการวิเคราะห์คุณภาพน้ำ ปริมาณโคลิฟอร์มแบคทีเรีย น้ำทิ้งก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง

นอกจากนี้ยังศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพน้ำระหว่างก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้งของห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์สาขาท่าพระ กรุงเทพมหานคร โดยใช้เครื่องมือทางสถิติด้วยวิธี T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อพิสูจน์สมมุติฐานตามที่ตั้งไว้ ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 1

H_0 : คุณภาพน้ำก่อนผ่านระบบปรับปรุงเท่ากับคุณภาพน้ำหลังผ่านระบบปรับปรุง

H_1 : คุณภาพน้ำก่อนผ่านระบบปรับปรุงไม่เท่ากับคุณภาพน้ำหลังผ่านระบบปรับปรุง

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ทางสถิติเปรียบเทียบคุณภาพน้ำระหว่างก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง

พารามิเตอร์ที่ตรวจวัด	ตัวอย่าง	N	$\overline{X}$	SD	t	Sig.
ความเป็นกรด-ด่าง(pH)	ก่อนผ่านระบบปรับปรุง	30	6.93	0.17	-10.87	0.00*
	หลังผ่านระบบปรับปรุง	30	7.59	0.19		
สี(Color)	ก่อนผ่านระบบปรับปรุง	30	32.93	5.85	28.72	0.00*
	หลังผ่านระบบปรับปรุง	30	5.3	0.58		
ความขุ่น(Turbidity)	ก่อนผ่านระบบปรับปรุง	30	14.23	1.56	49.69	0.00*
	หลังผ่านระบบปรับปรุง	30	1.42	0.15		

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า พารามิเตอร์ที่ทำการตรวจวัดของน้ำทิ้งระหว่างก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง ได้แก่ความเป็นกรด-ด่าง (pH) สี(Color) และความขุ่น (Turbidity) มีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 < 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 นั่นคือคุณภาพน้ำระหว่างก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในส่วนของพารามิเตอร์สารแขวนลอย (Suspended Solids) บีโอดี (Biochemical Oxygen Demand, BOD) และปริมาณโคลิฟอร์มแบคทีเรียไม่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยวิธี T-test ได้เนื่องจากตรวจไม่พบพารามิเตอร์ทั้ง 3 พารามิเตอร์ หลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง

2. ศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพน้ำหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้งกับมาตรฐานคุณภาพน้ำทิ้งที่นำกลับมาใช้ใหม่ของประเทศญี่ปุ่น สรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้ คุณภาพน้ำหลังผ่านระบบปรับปรุงทุกพารามิเตอร์มีค่าไม่เกินมาตรฐานคุณภาพน้ำทิ้งที่นำกลับมาใช้ใหม่ของประเทศญี่ปุ่น ค่ามาตรฐานคุณภาพน้ำทิ้งที่นำกลับมาใช้ใหม่ของประเทศญี่ปุ่น ความเป็นกรด-ด่าง (pH) อยู่ระหว่าง 5.8 – 9 สี (Color) น้อยกว่า 10 Unit ความขุ่น (Turbidity) น้อยกว่า 5 NTU สารแขวนลอย (Suspended Solids) น้อยกว่า 5 mg/L บีโอดี (Biochemical Oxygen Demand, BOD) น้อยกว่า 10 mg/L และปริมาณโคลิฟอร์มแบคทีเรียทั้งหมด (Total Coliform bacteria) ตรวจไม่พบ (ND) (Sanki Engineering Co.,Ltd. (n.d.), อ้างถึงใน ปิติ แฝงจันดา, 2553, หน้า 21)

3. การศึกษาความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ในการการนำน้ำเสียกลับมาใช้สำหรับระบบชำระล้างสุขภัณฑ์ของห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์สาขาท่าพระ กรุงเทพมหานคร สรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 452,766 บาท อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (BCR) เท่ากับ 1.04 และอัตราผลตอบแทนภายในทางการเงิน (FIRR) เท่ากับ 4.10915451% หมายความว่าความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ใน

การนำน้ำเสียกลับมาใช้สำหรับระบบชำระล้างสุขภัณฑ์ของอาคารห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์สาขาท่าพระ กรุงเทพมหานคร เป็นโครงการที่มีความเป็นไปได้และคุ้มค่าในการลงทุนทางด้านการเงิน แต่ระยะเวลาคืนทุน (PB) เท่ากับ 11.69 ปี ซึ่งมากกว่าที่ทำการประเมินไว้ก่อนเริ่มโครงการที่ 8 ปี

ตาราง 3 การหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

ปี พ.ศ.	ปีที่ (t)	Discount Factor 3% $1/(1+r)^t$	ต้นทุน (บาท) (C_t)	มูลค่าปัจจุบันของต้นทุน (บาท) (NPC)	ผลประโยชน์ (บาท) (B_t)	มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ (บาท) (NPB)
2551	1	0.971	6,090,041.58	5,913,430.37	264,832	257,151.87
2552	2	0.943	314,122	296,217.05	576,928	544,043.10
2553	3	0.915	337,928	309,204.12	797,312	729,540.48
2554	4	0.888	347,282	308,386.42	836,800	743,078.40
2555	5	0.863	374,057	322,811.19	940,240	811,427.12
2556	6	0.837	374,057	313,085.71	940,240	786,980.88
2557	7	0.813	374,057	304,108.34	940,240	764,415.12
2558	8	0.789	374,057	295,130.97	940,240	741,849.36
2559	9	0.766	374,057	286,527.66	940,240	720,223.84
2560	10	0.744	374,057	278,298.41	940,240	699,538.56
2561	11	0.722	374,057	270,069.15	940,240	678,853.28
2562	12	0.701	374,057	262,213.96	940,240	659,108.24
2563	13	0.681	374,057	254,732.82	940,240	640,303.44
2564	14	0.661	374,057	247,251.68	940,240	621,498.64
2565	15	0.642	374,057	240,144.59	940,240	603,634.08
2566	16	0.623	374,057	233,037.51	940,240	585,769.52
รวม		12.559	11,578,057.58	10,134,649.95	13,758,752	10,587,415.94

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) = 452,766 บาท

อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (BCR) = NPB/NPC = 1.04

อัตราผลตอบแทนภายในทางการเงิน (FIRR) = 4.10915451 %

ระยะเวลาคืนทุน (PB) = 11.69 ปี

จากตาราง 3 พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 452,766 บาท อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (BCR) เท่ากับ 1.04 และอัตราผลตอบแทนภายในทางการเงิน (FIRR) เท่ากับ 4.10915451% หมายความว่าความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ในการนำน้ำเสียกลับมาใช้สำหรับระบบชำระล้างสุขภัณฑ์ของอาคารห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์สาขาท่าพระ กรุงเทพมหานคร เป็นโครงการที่มีความเป็นไปได้และคุ้มค่าในการลงทุนทางด้านการเงิน แต่ระยะเวลาคืนทุน (PB) เท่ากับ 11.69 ปี ซึ่งมากกว่าที่ทำการประเมินไว้ก่อนเริ่มโครงการที่ 8 ปี

6. สรุป

1. การศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพน้ำระหว่างก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง พบว่า คุณภาพน้ำก่อนผ่านระบบปรับปรุงที่มาจากระบบบำบัดน้ำเสียส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ค่ามาตรฐานน้ำทิ้งจากอาคาร ทำให้คุณภาพน้ำหลังผ่านระบบปรับปรุงมีคุณภาพน้ำอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน และพารามิเตอร์ที่ทำการตรวจวัดของน้ำทิ้งระหว่างก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง ได้แก่ความเป็นกรด-ด่าง(pH) สี(Color) และความขุ่น(Turbidity) มีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 < 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 นั่นคือคุณภาพน้ำระหว่างก่อนและหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในส่วนของพารามิเตอร์สารแขวนลอย (Suspended Solids) บีโอดี (Biochemical Oxygen Demand, BOD) และปริมาณโคลิฟอร์มแบคทีเรียไม่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยวิธี T-test ได้เนื่องจากตรวจไม่พบพารามิเตอร์ทั้ง 3 พารามิเตอร์ หลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้ง

2. การศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพน้ำหลังผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้งกับมาตรฐานคุณภาพน้ำทิ้งที่นำกลับมาใช้ใหม่ของประเทศญี่ปุ่น พบว่า ทุกพารามิเตอร์มีค่าไม่เกินมาตรฐานคุณภาพน้ำทิ้งที่นำกลับมาใช้ใหม่ของประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากคุณภาพน้ำทิ้งก่อนผ่านระบบปรับปรุงมีคุณภาพน้ำอยู่ในเกณฑ์ดี และส่วนใหญ่มีค่าไม่เกินเกณฑ์ค่ามาตรฐานน้ำทิ้งจากอาคาร ทำให้ระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้งทำงานได้ดีและมีประสิทธิภาพ

3. การศึกษาความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ในการนำน้ำเสียกลับมาใช้สำหรับระบบชำระล้างสุขภัณฑ์ของอาคารห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์สาขาท่าพระ กรุงเทพมหานคร พบว่า โครงการนำน้ำเสียกลับมาใช้สำหรับระบบชำระล้างสุขภัณฑ์ของห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์สาขาท่าพระ กรุงเทพมหานคร เป็นโครงการที่มีความเป็นไปได้ทางด้านเศรษศาสตร์และคุ้มค่าในการลงทุนทางด้านการเงิน กล่าวคือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) เท่ากับ 454,766 บาท มีค่ามากกว่า 0 หรือเป็น + แสดงว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (BCR) เท่ากับ 1.0047 มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่า ผลตอบแทนที่ได้จากโครงการจะมีมากกว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไป หมายความว่า โครงการให้ผลประโยชน์รวมมากกว่าต้นทุนรวม ซึ่งถือว่ายอมรับโครงการได้ IRR เท่ากับ 4.1091 มีค่ากว่าค่าเสียโอกาสของทุนคืออัตราดอกเบี้ยพันธบัตรรัฐบาลร้อยละ 3.8 ต่อปี หมายความว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า แต่ระยะเวลาคืนทุน (PB) เท่ากับ 11.69 ปี ซึ่งมากกว่าที่ทำการประเมินไว้ก่อนเริ่มโครงการที่ 8 ปี

ปิติ แฝงจันดา (2553) ได้ทำการศึกษาความความคุ้มค่าในการนำกลับน้ำเสียมาใช้สำหรับระบบชำระล้างสุขภัณฑ์ในอาคารห้างสรรพสินค้า พบว่าน้ำที่ผ่านระบบปรับปรุงคุณภาพน้ำทิ้งเพื่อนำกลับมาใช้งานในระบบชำระล้างสุขภัณฑ์ในอาคารห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์สาขารามคำแหง 3 มีคุณภาพตามมาตรฐานคุณภาพน้ำทิ้งที่เพื่อนำกลับมาใช้งานในระบบสุขภัณฑ์ของประเทศญี่ปุ่นยกเว้นค่าสีเท่านั้นที่มีค่าสูงเกินกว่ามาตรฐาน การวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์พบว่าโครงการจะมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 9 ปี ซึ่งมากกว่าที่ทำการประเมินไว้ก่อนเริ่มโครงการซึ่งประเมินไว้ที่ 3 ปี 6 เดือน และมีความคุ้มค่าเหมาะสมกับการลงทุน เนื่องจากมีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) จากการดำเนินโครงการเท่ากับร้อยละ 12.27% ต่อปี ซึ่งมีค่ามากกว่าอัตราดอกเบี้ยของพันธบัตรรัฐบาลร้อยละ 4.875

จากผลการการเปรียบเทียบพบว่า ทั้ง 2 โครงการมีความเป็นไปได้ทางด้านเศรษศาสตร์และคุ้มค่าในการลงทุน แต่ระยะเวลาคืนทุนจะมากกว่าที่ประเมินไว้ก่อนเริ่มโครงการ

7. รายการอ้างอิง

ชุติมา ประเสริฐสินธุ์. (2548). **การประเมินความเป็นไปได้ทางเศรษศาสตร์จากการใช้ประโยชน์น้ำเสีย ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทรัพยากร โครงการสหวิทยาการระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปิติ แฝงจันดา. (2553). **การศึกษาความความคุ้มค่าในการนำกลับน้ำเสียมาใช้สำหรับระบบชำระล้างสุขภัณฑ์ในอาคารห้างสรรพสินค้า.** สารนิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ. (2556). **พันธบัตรรัฐบาลในปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 ครั้งที่ 5.** สืบค้นเมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม, 2555 จาก http://www.pdmo.go.th/bondDetail.php?m=bond&bond_id=380

ความรู้และพฤติกรรมการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีในมุสลิมจังหวัดปัตตานี

KNOWLEDGE AND PREVENTIVE BEHAVIOR ON HIV AMONG THAI MUSLIMS IN PATTANI

อัลญาณ์ สมุห์เสนีโต

อาจารย์, หน่วยวิจัยอนามัยเจริญพันธุ์ของชาวไทยมุสลิมในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้

ภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: anlayas@yahoo.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความรู้และพฤติกรรมการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีในชาวไทยมุสลิมที่อาศัยอยู่ในจังหวัดปัตตานี ซึ่งบทความนี้ใช้ข้อมูลส่วนหนึ่งจาก "โครงการวิจัยสิทธิอนามัยเจริญพันธุ์ของประชากรไทยมุสลิมในจังหวัดปัตตานี" ซึ่งศึกษาเฉพาะเรื่องความรู้และพฤติกรรมการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีในมุสลิมจังหวัดปัตตานี ผลการศึกษาพบว่า คนไทยมุสลิมในจังหวัดปัตตานีมีความรู้ในเรื่องเอชไอวีและเอดส์ค่อนข้างน้อย เช่นเดียวกับเรื่องพฤติกรรมทางเพศที่ปลอดภัยและการเข้าถึงถุงยางอนามัยกับคู่สมรส และคู่นอนชั่วคราวก็ยังมีปัญหาระดับหนึ่ง สำหรับการรับข่าวสารความรู้โรคเอชไอวีและเอดส์พบปัญหาการเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้อง และในการตรวจหาเชื้อเอชไอวีและเอดส์พบว่า คนส่วนใหญ่หลีกเลี่ยงการตรวจหาเชื้อเอดส์ไอวีและเอดส์ ตลอดจนการเพิกเฉยต่อการเข้ารับปรึกษาวางแผนครอบครัว ซึ่งผลการศึกษานี้คาดว่าเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีและเอดส์ต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: คนไทยมุสลิม ความรู้และพฤติกรรมการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวี สิทธิอนามัยเจริญพันธุ์

ABSTRACT

The study purposes to survey knowledge and behavior on HIV among Thai Muslims in Pattani, Thailand. The data used in the study is a part of the survey carried out for assessing the reproductive right of the Thai-Muslims in Pattani. The results reveal that the comprehensive knowledge of HIV among Thai Muslims is hardly low level. Safe sexual practices and access to condoms with causal and regular partners are still problematic. The survey also reported about exposure to HIV information and knowledge, Voluntary Counseling and Testing of HIV, and family planning practices of Thai Muslims. These findings are beneficial especially to the works of Preventive on HIV.

KEYWORDS: Thai Muslim, Knowledge and Preventive Behavior on HIV, Reproductive rights

บทนำ

โรคเอดส์เป็นปัญหาสาธารณสุขที่สำคัญ เนื่องจากเป็นโรคที่มีอัตราตายสูง จำนวน 98,721ราย แม้ว่าจะมีทางรักษาแล้ว แต่ประชาชนจำนวนมากยังขาดโอกาสเข้าถึงการรักษาให้หายได้ โดยพบครั้งแรกในเดือนมิถุนายน ปี พ.ศ. 2524 ที่ประเทศสหรัฐอเมริกาผู้ป่วยเป็นชายรักร่วมเพศ ป่วยเป็นโรคปอดจากเชื้อ Pneumocystis Carinii ทั้งที่เป็นคนแข็งแรงมาก่อนและไม่เคยใช้ยากดภูมิต้านทาน ผลการตรวจทางห้องปฏิบัติการพบว่า เซลล์ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับภูมิต้านทานไม่สามารถทำหน้าที่ได้ตามปกติ จากการศึกษาย้อนหลังพบว่าโรคนี้มีต้นกำเนิดมาจากประเทศแถบแอฟริกาตะวันตกในปี พ.ศ. 2503 และต่อมาได้แพร่ไปยังเกาะไฮติ ทวีปอเมริกา ยุโรป และเอเชีย รวมทั้งประเทศไทยด้วย สำหรับผู้ป่วยเอดส์รายแรกในประเทศไทย เริ่มในปีพ.ศ. 2526 รับการตรวจรักษาที่โรงพยาบาลแห่งหนึ่งในสหรัฐอเมริกาพบว่า ปอดอักเสบจากเชื้อ Pneumocystis Carinii แพทย์ลงความเห็นว่าเป็นโรคเอดส์จึงกลับมารักษาตัวที่ประเทศไทยในปีพ.ศ. 2527 และเสียชีวิตในเวลาต่อมา (จรัล มะลุลีม. 2554.) สำหรับสถานการณ์ผู้ป่วยเอดส์และผู้ติดเชื้อที่มีอาการในประเทศไทย ในพ.ศ. 2554 มีจำนวนผู้ป่วยเอดส์ ทั้งสิ้น จำนวน 376,690 ราย (จำแนกเป็นเพศชายจำนวน 256,571 ราย และเพศหญิงจำนวน 120,119 ราย) เสียชีวิตแล้ว จำนวน 98,721ราย แม้ว่าแนวโน้มของผู้ป่วยเอดส์และผู้ที่เสียชีวิตด้วยโรคเอดส์ลดลงกว่าในอดีตที่ผ่านมา แต่ก็ยังคงพบผู้ป่วยติดเชื้อเอชไอวีและเอดส์จำนวนมากอย่างต่อเนื่อง (สำนักระบาดวิทยา กรมควบคุมโรค, 2554) สำหรับสถานการณ์โรคเอดส์ในภาคใต้มีแนวโน้มของอัตราผู้ป่วยติดเชื้อเอชไอวีและเอดส์อย่างต่อเนื่องเช่นกัน กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2547 ประมาณร้อยละ 46.35 ของประชากรทั้งประเทศ และในปี พ.ศ.2553 พบสัดส่วนของผู้ติดเชื้อเอชไอวีและเอดส์ในจังหวัดปัตตานี ร้อยละ 35 จังหวัดนราธิวาส ร้อยละ 28 และจังหวัดยะลา ร้อยละ 16 (สำนักระบาดวิทยา กรมควบคุมโรค, 2554) จากสัดส่วนดังกล่าวกระทบกับวิถีชีวิตและความเชื่อของคนในพื้นอย่างมาก เนื่องจากประชาชนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ประชาชนมีความเชื่อ ความศรัทธา และยึดมั่นในคำสอนของศาสนาเป็นอย่างมาก และยังเคารพเชื่อฟังผู้นำศาสนา กล่าวได้ว่าเป็นสังคมที่ศาสนามีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตและขนบธรรมเนียมประเพณีอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้จากบทบัญญัติศาสนาอิสลามกล่าวว่า หนทางที่จะก่อให้เกิดการติดเอดส์ได้นั้นเกิดจากการละเมิดบทบัญญัติของศาสนาเช่น การสำส่อนทางเพศ การใช้สารเสพติด

จากคำกล่าวของศาสนาอิสลามอ้างโดย *มูฮัมหมัดกามัล อัลฟัจรีย์* กล่าวถึงโรคเอชไอวีและเอดส์ว่า ในทัศนะอิสลามที่อัลลอฮได้ตรัสไว้ว่า “พวกเจ้าจงอย่าเข้าใกล้การผิดประเวณี แท้จริง การผิดประเวณีนั่นเป็นสิ่งโสมมและหนทางที่เลวร้าย” (อิสรออฺ : 23) เห็นได้ถึงศาสนาอิสลามห้ามการผิดประเวณีและการส่ำส่อนทางเพศจนก่อให้เกิดโรคร้ายแรงต่าง ๆ ตามมา และยังเป็นต้นเหตุของการล่มสลายของสถาบันครอบครัว สังคม และเศรษฐกิจของชาติ สอดคล้องกับการศึกษาของอังคณา นีละไพจิตร (2549) ได้ระบุสภาพสังคมของชาวไทยมุสลิมไว้ว่า “ชาวมุสลิมในประเทศไทยเป็นชนกลุ่มด้อยโอกาสกลุ่มหนึ่ง ที่ประสบปัญหาต่างๆ โดยเฉพาะปัญหาสาธารณสุขที่เกี่ยวกับสุขภาพทางเพศ” ดังนั้นจึงเป็นการยากที่จะทำให้ชาวไทยมุสลิมยอมรับและยินยอมรักษาตัวเมื่อติดเชื้อเอชไอวีและเอดส์ รวมถึงการหาทางป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีและเอดส์ในชุมชนมุสลิมของประเทศไทย เนื่องในทัศนะของรัฐไทย ความล้มเหลวของการพัฒนาสุขภาพอนามัยมีสาเหตุมาจากวัฒนธรรมอิสลามที่ยึดมั่นอยู่กับแบบแผนการปฏิบัติและความเชื่อดั้งเดิมโดยไม่ยอมปรับตัว” โดยเฉพาะกลุ่มคนไทยมุสลิมในจังหวัดปัตตานีที่ปฏิเสธการรับการรักษาเพราะความเกรงกลัวคำวิจารณ์และวิถีประชาจากสมาชิกในชุมชนเดียวกัน

(โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ และคณะ (2547)

ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้เพื่อสำรวจความรู้และพฤติกรรมการป้องกันเอดส์ในกลุ่มคนไทยมุสลิมจังหวัดปัตตานี ในเรื่องการป้องกันโรคเอชไอวี/เอดส์เป็นประเด็นที่ควรตระหนักเป็นอย่างยิ่ง เนื่องด้วยจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการเรียนรู้วิถีชีวิตประจำวันตลอดวงจรชีวิต การป้องกันการติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์ ตลอดจนการดูแลสุขภาพทางเพศของประชากรในจังหวัดปัตตานี และสามารถนำไปปรับปรุงบริการสุขภาพทางเพศให้สอดคล้องกับหลักศาสนา ความเชื่อ และการปฏิบัติของประชากรส่วนใหญ่ในจังหวัดปัตตานี

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

วัฒนธรรมอิสลามและการติดเชื้อเอชไอวีและเอดส์

กลุ่มคนที่นับถือศาสนาอิสลามในประเทศไทยกำลังเผชิญกับกระแสของยุคโลกาภิวัตน์ ที่มี “กระแสบริโภคนิยม” ที่การกระทำทุกสิ่งเกิดการแข่งขันขึ้น เนื่องจากสังคมตะวันออกเป็นสังคมที่มีระบบคุณค่าครอบงำอยู่ทั้งหมดทั่วประเทศ ไม่ว่าจะเป็นค่านิยมในการใช้ชีวิตทีมีความอิสรเสรีต่อทุกการกระทำ ในสิ่งต่างๆ เช่น การอยู่ก่อนแต่งงาน การเที่ยวสถานที่บริการต่างๆ เป็นสิ่งที่ไม่ผิดทุกคนสามารถทำได้แต่ขัดกับศาสนาอิสลามที่ได้ห้ามทุกสิ่ง จึงทำให้“ความยึดมั่นศรัทธาในหลักการทางศาสนา”ของคนทุกคนจึงมีไม่เหมือนกัน บางคนอาจจะไม่ทำ เพราะกลัวบาป แต่สำหรับคนที่ไม่มีความยึดถือมั่นในหลักการทางศาสนาอย่างแท้จริง ศาสนาก็จะไม่มีพลังในการหน่วงเหนี่ยวไม่ให้แสดงพฤติกรรมบางอย่างได้ จึงทำให้เกิดปัญหาต่างๆเกิดขึ้นที่ขัดแย้งกับหลักการทางศาสนา เช่น ปัญหาท้องก่อนแต่งงานของเยาวชน การเที่ยวสถานบริการต่างๆในยามค่ำคืน ซึ่งเป็นพฤติกรรมเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์ขึ้นได้ สำหรับผู้ที่ไม่ป้องกันที่ถูกต้อง ดังนั้นจึงเกิดทัศนคติของชาวมุสลิมต่อผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์ในลักษณะการตีตรา นั่นคือการมองผู้ติดเชื้อเอชไอวีและเอดส์ด้วยสายตาแห่งความรังเกียจและเป็นผู้ที่ทำให้เกิดความเสื่อมทรามทางสังคมและศาสนา ส่งผลต่อปฏิกิริยาและการปฏิบัติตัวต่อผู้ติดเชื้อ เอชไอวีและเอดส์ในลักษณะที่หลีกเลี่ยงการมีปฏิสัมพันธ์สัมผัสตัวผู้ติดเชื้อ และการอยู่ร่วมกัน ยิ่งไปกว่านั้นกล่าวถึงผู้ติดเชื้อในเชิงกล่าวโทษนินทาโดยเชื่อมโยงไปกับพฤติกรรมเบี่ยงเบนที่ขัดต่อหลักคำสอนทางศาสนา ทั้งนี้ผลจากการแสดงปฏิกิริยากับคนรอบข้างทำให้ผู้ติดเชื้อเอชไอวีและเอดส์ไม่กล้าที่จะเปิดเผยกับสังคม รวมถึงการหลีกเลี่ยงการเข้ารับการรักษา เนื่องจากเกรงว่าตนเองจะทนกระแสวิพากษ์วิจารณ์จากสังคมไม่ได้ (นิฮาฟีซา หะยีวาเงาะ 2554)

ผลจากอิทธิพลของสังคมและวัฒนธรรมที่กลุ่มคนไทยมุสลิมในพื้นที่เป็นผู้สร้างขึ้นและตีตราผู้ที่ติดเชื้อเอชไอวีและเอดส์ว่าเป็นวิถีของผู้ประพฤติผิด ประกอบกับขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคเอดส์อย่างถูกต้อง รวมถึงการปลูกฝังความเชื่อเดิมๆ เกี่ยวกับโรคเอดส์ทำให้ชาวไทยมุสลิมในพื้นที่ดังกล่าว รวมถึงผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์ไม่กล้าที่จะขอรับคำปรึกษาในการป้องกันและรักษาอย่างถูกต้อง

แนวคิดการแพทย์ การสร้างเหยื่อ และชะตากรรมของความเป็นอื่น

รอบ 2 ทศวรรษที่ผ่านมา การแพทย์ได้สร้างวาทกรรม “ความเป็นอื่น” ให้กับการแพร่ระบาดของโรคเอชไอวีและเอดส์ ทำให้เหยื่อถูกกล่าวโทษต้องเผชิญกับชะตากรรมที่เลวร้าย และในกลุ่มชาติพันธุ์มุสลิมถูกมองว่าเกิดจากประเพณี ความเชื่อ การยึดมั่นกับการปฏิบัติตามคำสอนของศาสนามากเกินไป รวมทั้งไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นลักษณะทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์มุสลิมนั้นเป็นมิจฉาทิฐิ เพราะเป็นทัศนะที่มี

ข้อบกพร่องอย่างเด่นชัดหลายประการ โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ และคณะ (2547) กล่าวว่า ประการแรก ทัศนะดังกล่าวเป็นการมองปรากฏการณ์ทางสังคมโดยปราศจากมิติของประวัติศาสตร์ กลุ่มชาติพันธุ์มุสลิมถูกมองว่าดำรงอยู่เช่นเดิมเป็นนิรันดร์ และยิ่งไปกว่านั้นยังเป็นการมองว่ากลุ่มชาติพันธุ์ดำรงอยู่โดยไม่มีประวัติศาสตร์ กล่าวคือ ดำรงอยู่ลอยๆ โดยไม่มีปฏิสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกับเหตุปัจจัยทั้งภายในหรือภายนอกที่เปลี่ยนแปลงและปฏิเสธอำนาจรัฐที่เกิดขึ้นลอยๆ เพราะนิสัยหรือวัฒนธรรมคนใต้ โดยเฉพาะคนมุสลิมที่มักเป็นอย่างนั้นเอง ทัศนะดังกล่าวมองข้ามพลวัตของอำนาจที่มีการต่อสู้เพื่อครอบงำ และต่อต้านการครอบงำที่มีมาในประวัติศาสตร์ ซึ่งตกผลึกเป็นจิตสำนึกทางการเมืองของท้องถิ่น

ประการที่สอง ทัศนะดังกล่าวมองวัฒนธรรมว่ามีสาระและรูปแบบตายตัว (essentializing culture) โดยมองว่า วัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์นั้นมีลักษณะแน่นอนตายตัว ไม่มีการเปลี่ยนแปลงและมีความเป็นเนื้อเดียวกัน ซึ่งทัศนะเช่นนี้ละเลยข้อเท็จจริงที่พบในชีวิตชุมชนที่มีการปรับเปลี่ยนและการผสมผสานองค์ประกอบต่างๆ แม้แต่จากวัฒนธรรมที่โดยทฤษฎีแล้วแตกต่างและขัดแย้งกับความเชื่อหรือศาสนาที่เป็นทางการของชุมชนนั้น ได้สะท้อนถึงความหลากหลายและการเปิดโอกาสให้กับความเป็นไปได้ใหม่ๆ ในการจัดการแก้ปัญหาสุขภาพของชุมชนอย่างชัดเจน

ประการที่สาม ทัศนะดังกล่าวเป็นการมองที่กลบเกลื่อนมูลเหตุและปัจจัยเชิงอำนาจที่เป็นผลพวงจากการกระทำของกลไกรัฐ โดยการเน้นการลงโทษอย่างเหมารวมว่า สาเหตุของปัญหาด้านการสาธารณสุข และความล้มเหลวในแผนงานโครงการด้านสุขภาพนั้นเป็นผลจากวัฒนธรรม พฤติกรรมและความเชื่อแปลกๆ เมื่อเห็นเป็นปัญหาที่เกิดจาก “พวกเขา” ฝ่ายเดียว จึงเน้นการไป “ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม” ที่ผิดๆ ของคนเหล่านั้น โดยมิได้สนใจว่า ปัญหาอีกมากกว่าครึ่งอาจจะอยู่ที่ระบบราชการเองที่จำเป็นต้องปรับตัวด้วย อย่างไรก็ตาม ระบบบริการทางการแพทย์ก็มิใช่มีวัฒนธรรมที่หยุดนิ่งหรือไม่ปรับตัว ในระยะหลังนี้จะพบว่ามีความพยายามที่จะทำให้ระบบบริการทางการแพทย์มีความละเอียดอ่อนและเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นมากขึ้น เช่น ในโรงพยาบาลหลายแห่งในปัจจุบันได้เริ่มมีการจัดทำห้องละหมาดไว้สำหรับผู้ป่วยและญาติชาวไทยมุสลิมไว้บ้างแล้ว อย่างไรก็ตาม ประเด็นการติดเชื้อเอชไอวีและเอดส์ในชาวไทยมุสลิมอาจจะเป็นแนวทางหนึ่งที่จะมีการปรับเปลี่ยนวิธีคิดและการยอมรับมากยิ่งขึ้นของประชาชนในพื้นที่ต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อสำรวจความรู้และพฤติกรรมการป้องกันเอดส์ในกลุ่มคนไทยมุสลิมจังหวัดปัตตานี

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. มีข้อมูลเพื่อใช้ในการประเมินสถานการณ์ในการการรับรู้ การเข้าถึง และเกิดการขยายบริการการป้องกันเอชไอวีและเอดส์ในจังหวัดปัตตานี ที่ยังมีพฤติกรรมเสี่ยงอย่างให้ได้ผลเพื่อลดจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ในจังหวัดปัตตานี

2. เพื่อช่วยให้เกิดความรู้ความเข้าใจการป้องกันการติดเชื้อเอดส์และสามารถนำเอาความรู้ดังกล่าวมาปรับใช้เพื่อส่งเสริมความรู้ในเรื่องการดูแลสุขภาพของประชากรในจังหวัดชายแดนภาคใต้อื่นๆ นอกเหนือจากจังหวัดปัตตานี และต่อยอดไปในระดับอื่นๆต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลโครงการวิจัยสิทธิอนามัยเจริญพันธุ์ของประชากรไทยมุสลิมในจังหวัดปัตตานี สำรวจเมื่อเดือนมีนาคมและเมษายน 2554 โดยวิธีการสุ่มตัวอย่าง และสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม

ประชากรและตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยประชากรคือ ประชาชนที่มีอายุ 15- 49 ปี อาศัยอยู่ในจังหวัดปัตตานี มีจำนวนทั้งสิ้น 432,470 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้จากการคำนวณจากสูตรในเทคนิคการสุ่มตัวอย่างของ ค็อคแครน (Cochran, 1977: 76)

ขนาดตัวอย่างจากสูตรที่คำนวณได้คือ ประชากรวัยเจริญพันธุ์ (15 - 49 ปี) จำนวน 384 คน อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติ ขนาดตัวอย่างที่ศึกษาจำนวนทั้งสิ้น 440 คน เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่ต้องการ ทั้งนี้เพื่อป้องกันการได้ข้อมูลไม่ครบถ้วนสมบูรณ์

สำหรับวิธีการสุ่มตัวอย่างเป็นแบบแบ่งชั้นหลายขั้นตอน (multi – stage sampling technique) ได้จำนวนตัวอย่างในการสัมภาษณ์ 440 คน

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างธรรมดาแบบง่าย (simple random sampling) ได้ 8 อำเภอ จาก 13 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอยะรัง อำเภอหนองจิก อำเภอโคกโพธิ์ อำเภอปะนาเระ อำเภอแม่ลาน อำเภอสายบุรี และอำเภอยะหริ่ง

ขั้นตอนที่ 2 จัดทำบัญชีรายชื่อตำบลในแต่ละอำเภอที่ตกเป็นตัวอย่าง ได้จัดทำบัญชีรายชื่อตำบล จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างธรรมดาแบบง่าย (simple random sampling) ให้ได้ 1 ตำบล จากแต่ละอำเภอตัวอย่าง ได้ตำบลที่ตกเป็นตัวอย่างรวม 27 ตำบล

ขั้นตอนที่ 3 ในแต่ละตำบลที่ตกเป็นตัวอย่าง ได้จัดทำบัญชีรายชื่อหมู่บ้าน จากนั้นใช้วิธีสุ่มตัวอย่างธรรมดาแบบง่าย (simple random sampling) ให้ได้ 2 หมู่บ้านจากแต่ละตำบลตัวอย่าง และในแต่ละตำบลเลือก 2 ชุมชน มาเป็นชุมชนตัวอย่าง จะได้ 6 หมู่บ้านตัวอย่าง และ 6 ชุมชนตัวอย่าง สำหรับเป็นพื้นที่จัดเก็บข้อมูล

ขั้นตอนที่ 4 ในแต่ละหมู่บ้านหรือชุมชนที่ตกเป็นตัวอย่าง ได้จัดทำบัญชีจำนวนครัวเรือน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างครัวเรือนอย่างมีระบบ (systematic sampling) ให้ได้จำนวนตัวอย่างตามการใช้ probability proportional to size (PPS) ได้ 50 ครัวเรือน/ หมู่บ้านหรือชุมชน

เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้ ในการสร้างแบบสัมภาษณ์นั้นผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งปรึกษาและสัมภาษณ์ผู้มี

ประสบการณ์เกี่ยวกับด้านสิทธิอนามัยเจริญพันธุ์ เพื่อหาขอบเขตของการรับรู้และเข้าใจในเรื่องของสิทธิอนามัยเจริญพันธุ์ รวมถึงการมีอนามัยเจริญพันธุ์ที่ปลอดภัยและกำหนดคำจำกัดความของตัวแปรเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดข้อคำถาม

การสร้างแบบสัมภาษณ์ตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยใช้คำจำกัดความของตัวแปรที่กำหนดไว้เป็นหลักในการสร้างข้อคำถามต่างๆ เพื่อให้ครอบคลุมตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด โดยให้แบบวัดสามารถ

วัดได้ในสิ่งที่ต้องการวัด ในการสร้างมาตรวัดสิทธิอนามัยเจริญพันธุ์ เป็นมาตรวัดระดับปัจเจกบุคคลนั้น ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากแนวคิดในการสร้างมาตรวัดทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ของสุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2537) ซึ่งมีขั้นตอนในการสร้างดังนี้

1.กำหนดนิยามของแนวคิดเรื่องสิทธิอนามัยเจริญพันธุ์ประชากรวัยเจริญพันธุ์ (15-49)

2. กำหนดคุณสมบัติและตัวบ่งชี้ของสิทธิอนามัยเจริญพันธุ์ของประชากรวัยเจริญพันธุ์ (15-49 ปี)

3.กำหนดสิ่งเร้าที่จะกระตุ้นให้หน่วยที่ศึกษาแสดงออกซึ่งตัวบ่งชี้

4.กำหนดข้อคำถามที่นำไปสู่ตัวบ่งชี้

เพื่อให้กระบวนการวัดสัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จึงนำแบบวัดที่สร้างขึ้นไปตรวจสอบความเที่ยง (Validity) โดยพิจารณาความถูกต้องเชิงเนื้อหา (Content Validity) ว่าครอบคลุมเรื่องที่จะศึกษาหรือไม่ และพิจารณาความถูกต้องในตัวสร้าง (Construct Validity) ว่าครอบคลุมคุณสมบัติและตัวบ่งชี้ ตามแนวคิดและทฤษฎีเพียงใด หลังจากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try-Out) กับประชากรวัยเจริญพันธุ์ (15-49 ปี) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจริงจำนวน 30 คน แล้วนำแบบวัดที่ทดลองไปตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ด้วยวิธีการวัดความสอดคล้องภายในโดยใช้วิธี ครอนบาค-อัลฟา (Cronbach - Alpha) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2537: 143-144) ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้ $\alpha = N/(N-1)\left[1-\Sigma\sigma^2(Y_1)/\sigma_x^2\right]$

เมื่อ α = สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

N = จำนวนข้อคำถาม

σ_x^2 = ค่าความผันแปรทั้งหมด

$\Sigma\sigma^2(Y_1)$ = ผลรวมของค่าความผันแปรของแต่ละรายการ

หมายเหตุ σ_x^2 **หาได้จากสูตร** $\sigma_x^2 = N\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2 / N(N-1)$

ผลการทดสอบความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) ด้วยวิธีการวัดความสอดคล้องภายในโดยใช้วิธีครอนบาค-อัลฟา (Cronbach- Alpha) พบว่า แบบสัมภาษณ์แต่ละส่วนมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นดังนี้ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิอนามัยเจริญพันธุ์ในด้านต่างๆ ดังนี้ 1) ความรู้การมีเพศสัมพันธ์ อัลฟา เท่ากับ 0.72, 2) พฤติกรรมการคุมกำเนิดและการมีเพศสัมพันธ์ อัลฟา เท่ากับ 0.78, 3) ความรู้เรื่องโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์และเอชไอวี อัลฟา เท่ากับ 0.87, 7) พฤติกรรมการป้องกันโรคเอชไอวีและโรคทางเพศสัมพันธ์ อัลฟา เท่ากับ 0.84, 8) การรับบริการด้านอนามัยเจริญพันธุ์ อัลฟา เท่ากับ 0.77 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้มีความเชื่อมั่นในระดับเหมาะสมสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

สถิติที่ใช้

ใช้สถิติเชิงพรรณนา (ร้อยละ และค่าเฉลี่ย)

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ลักษณะของประชากร และความรู้ ความเข้าใจ และทรรศนะ ต่อการติดเชื้อเอชไอวี

คุณลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจ และสังคมของประชากรในจังหวัดปัตตานี นับเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการดำเนินงานในพื้นที่เชิงรุก เพื่อส่งเสริมการป้องกันเอดส์ในกลุ่มคนไทยมุสลิม โดยเฉพาะในการวางแผน การให้ความรู้ความเข้าใจพฤติกรรมทางเพศและการใช้ถุงยางอนามัย การรณรงค์เรื่องการตรวจเลือดหาเชื้อเอชไอวีด้วยความสมัครใจ การวางแผนครอบครัว และการเข้าถึงบริการสุขภาพ เพราะในกระบวนการส่งเสริมการป้องกันเอดส์อย่างให้ได้ผลนั้น ควรที่จะมีความสอดคล้องกับคุณลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจ และสังคมของกลุ่มนั้นๆ

กลุ่มตัวอย่างมีอายุในช่วง 15 – 49 ปี ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้นของวัยเจริญพันธุ์และการเริ่มสร้างครอบครัว พฤติกรรมการมีเพศสัมพันธ์และการเข้าถึงบริการการดูแลสุขภาพอนามัยเจริญพันธุ์มีความสำคัญทั้งในช่วงเวลาปัจจุบันและในระยะยาว กลุ่มตัวอย่าง 100% อาศัยอยู่กับคู่สมรส ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายขึ้นไป พูดภาษามลายูเป็นหลัก นับถือศาสนาอิสลาม บางส่วนมีความยืดหยุ่นต่อการประกอบศาสนกิจตามศาสนา เช่น การละหมาดครบ 5 เวลา การศึกษาครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างวัยเจริญพันธุ์อายุ 15-49 ปี ร้อยละ 58.6 เป็นหญิงและที่เหลือเป็นชาย (ร้อยละ 41.1) และ โดยกลุ่มอายุ 25-39 ปีมีสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 42) และอายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 34.21 ปี ด้านสถานภาพสมรส พบว่า อยู่กินกันโดยไม่จดทะเบียนในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 45.5) และครัวเรือนของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย 4.83 จำนวนสมาชิกในครัวเรือนสูงสุด 13 คน และด้านการศึกษา พบว่า ร้อยละ 48.4 เป็นผู้จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา รองลงมาเป็นผู้จบปริญญาตรีและสูงกว่า (ร้อยละ 26) ในสัดส่วนใกล้เคียงกับผู้จบการศึกษาประถมศึกษาและต่ำกว่า (ร้อยละ 25.5) นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนอกภาคเกษตรกรรม (ร้อยละ 62) และมีรายได้เฉลี่ย 150,269 บาทต่อปี โดยร้อยละ 67 เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้สูงกว่าเส้นความยากจน (poverty line) ร้อยละ 34.3 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีรายได้มีถึงร้อยละ 30 และอาศัยอยู่นอกเขตเทศบาล (ร้อยละ 61.4)

ความรู้ ความเข้าใจ และทรรศนะต่อการติดเชื้อเอชไอวีและเอดส์

การรู้จักหรือเคยได้ยินเกี่ยวกับเอชไอวี ประมาณร้อยละ 90 ขึ้นไปเคยได้ยินหรือรู้จักโรคเอดส์มาแล้ว แต่เมื่อสอบถามถึงอาการของโรคเอชไอวีและเอดส์ ส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่าคือ “มะเร็งเม็ดเลือดขาว เป็นโรคติดต่อหายยาก คนรังเกียจ มีน้ำเหลืองตามตัว ใครเป็นโรคนี้ ไม่มีใครกล้าคบค้าสมาคมด้วย” สำหรับประเด็นความรู้เรื่องเส้นทางการติดเชื้อเอชไอวีและเอดส์ ยังมีความสับสนอยู่ จากการให้ข้อมูลว่า “การถูกยุงกัดก็สามารถติดเชื้อเอดส์ได้ บางครั้งดื่มน้ำแก้วเดียวกันก็ติดได้” และเกือบร้อยละ 20 ให้ข้อมูลว่า “ทำใจไม่ได้แน่ ถ้ารู้ว่าคนในครอบครัวติดเชื้อเอดส์” นอกจากนี้พบข้อมูลว่า “โรคเอดส์เป็นบทลงโทษจากพระเจ้า สมควรที่จะถูกประณาม”

กรณีการติดเชื้อเอชไอวีและเอดส์ตามองค์การสหประชาชาติ (The United Nations General Assembly Special Session: UNGASS) ใน 5 กรณีในการติดเชื้อที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีได้ ความรู้ที่ถูกต้องในการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีและเอดส์ใน 5 กรณีดังกล่าว ได้แก่ 1) เอชไอวีและเอดส์สามารถติดได้โดยการรับประทานอาหารร่วมกัน 2) เอชไอวี สามารถติดได้เมื่อถูกยุงกัด 3) เอชไอวีและเอดส์ สามารถป้องกันได้โดยการมีคู่ที่ซื่อสัตย์ต่อกันเพียงคนเดียว 4) คนที่มองดูสุขภาพดีสามารถถ่ายทอดเชื้อเอชไอวีได้ 5) เอชไอวีและเอดส์สามารถป้องกันได้จากการใช้ถุงยางอนามัยอย่างถูกต้องทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์ ผลการศึกษาพบว่า ความรู้ในองค์รวมทั้ง

5 กรณี ในชาวไทยมุสลิมอยู่ในระดับที่ไม่เป็นที่น่าพอใจ กล่าวคือ อยู่ในระดับต่ำไม่เกินร้อยละ 25 ในทุกกลุ่ม โดยเฉพาะสตรีมุสลิมที่มีการศึกษาน้อย ความรู้ที่ถูกต้องและครอบคลุมจะต่ำที่สุด คือ ร้อยละ 20 เท่านั้น ในขณะเดียวกันพบว่าความเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอชไอวี พบว่า ชาวไทยมุสลิมประเมินว่าตนเองไม่มีความเสี่ยงเลย เมื่อสัมภาษณ์ถึงทรรศนะบทบาทหญิงชายและพฤติกรรมป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีและเอดส์ พบว่า ผู้ชายควรเป็นผู้รับผิดชอบการพกพาถุงยางอนามัยมากกว่าผู้หญิง ในขณะที่เห็นด้วยว่า ผู้หญิงที่พกถุงยางอนามัยติดตัวเป็นคนไม่ดีมากที่สุด เมื่อสัมภาษณ์ถึงทรรศนะว่าผู้หญิงสามารถเป็นฝ่ายชักชวนให้คู่ใช้ถึงยางอนามัยได้นั้นเห็นด้วยหรือไม่ ปรากฏผลว่ากลุ่มตัวอย่างไม่เห็นด้วยในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 77 และร้อยละ 64 ตามลำดับ)

ความรู้เรื่องถุงยางอนามัยและการเข้าถึงถุงยางอนามัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างกว่าร้อยละ 60 ให้ข้อมูลว่าเคยเห็นและรู้จักถุงยางอนามัย โดยมีข้อยกเว้นในกลุ่มสตรีมุสลิมบางส่วนที่ตอบว่ายังไม่เคยเห็นหรือรู้จักถุงยางอนามัย อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เกือบทุกคนรู้จักและเข้าใจดีว่าถุงยางอนามัยมีไว้ใช้ป้องกันเอชไอวีและเอดส์ นอกจากนั้นยังรู้ด้วยว่าถุงยางอนามัยมีไว้เพื่อการวางแผนครอบครัวและป้องกันตัวจากโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์น้อยมาก ประมาณ 1 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

สำหรับความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์และความชุกของโรค แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเคยได้ยินหรือรู้จักโรคที่สามารถติดต่อได้เมื่อมีเพศสัมพันธ์ แต่การรับรู้ในเรื่องดังกล่าวยังไม่สมบูรณ์ และถือว่ายังอยู่ในระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับความรู้เรื่องโรคเอดส์ เช่นเดียวกับคำอธิบายโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์และการป้องกันการติดต่อทางเพศสัมพันธ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ที่ถูกต้องน้อยมาก เพราะมากกว่าร้อยละ 40 ไม่รู้จักโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ สิ่งนี้ถือเป็นช่องว่างของระบบสาธารณสุขที่ต้องรีบดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งรีบ ส่วนใหญ่รู้ว่าคนที่เป็นโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์มักมีโอกาสที่จะติดเชื้อเอชไอวีได้ง่าย

ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา เมื่อถึงประสบการณ์การเคยมีอาการผิดปกติจากตุ่มแผลหรือเจ็บที่อวัยวะเพศหรือไม่ พบว่า ไม่เกินร้อยละ 10 เกิดอาการดังกล่าวขึ้นกับมุสลิมชาย ดังนั้นการรณรงค์เพื่อแก้ไขปัญหาโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์คงต้องศึกษากลุ่มมุสลิมกลุ่มย่อย จำแนกตามเพศ หรือที่อยู่อาศัยต่อไป อาจจะเริ่มจากมุสลิมชายที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาล ตลอดจนปัจจัยอื่นๆ ที่มีโอกาสทำให้เสี่ยงต่อไป และเมื่อสอบถามต่อถึงกรณีที่มีอาการของโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ต้องการไปรักษาตัวที่แหล่งใด ส่วนใหญ่ตอบซื้อยากินเอง (ร้อยละ 55) และบางส่วน ร้อยละ 12 ให้ข้อมูลว่าไม่คิดจะไปรักษาที่ใดเลย อื่นๆ รายงานว่าจะดูแลตนเองที่บ้าน สำหรับคำตอบที่ว่าจะดูแลตนเองที่บ้านหรือไม่คิดจะรักษาเลย นับว่าเป็นความคิดที่น่ากลัวที่สุดต่อทั้งตนเอง ครอบครัว และอาจรวมถึงคนทั่วไปด้วยในที่สุด ดังนั้นการณรงค์ให้มีการรักษาโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์อย่างถูกวิธีมีความสำคัญและมีโอกาสสร้างการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีด้วย

ในการรับข่าวสารความรู้เกี่ยวกับโรคเอชไอวีและเอดส์ และการใช้ถุงยางอนามัยมีความสำคัญต่อการกำหนดช่องทางในการจัดสื่อและกลยุทธ์การเผยแพร่ ผลการศึกษาพบว่า ร้อยละ 65 ของกลุ่มตัวอย่างดูโทรทัศน์ทุกวัน และร้อยละ 15 ดูอย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง อื่นๆ ที่เหลือไม่รับสื่อใดๆ เลย ในภาพรวมการรับข่าวสารเรื่องโรคเอชไอวีและเอดส์ในประเทศไทยค่อนข้างน้อย แม้ว่ากระทั่งโรงพยาบาลของรัฐและสาธารณสุขก็เข้าถึงข่าวสารและเผยแพร่ข้อมูลค่อนข้างน้อย (จากการลงภาคสนามและเฝ้าสังเกตการณ์) และผลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 55) ไม่ได้ให้ความสนใจในการรับข่าวสารในเรื่องดังกล่าวเลย ยิ่งไปกว่านั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยรับการตรวจหาเชื้อเอชไอวีเลย แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้วิธีคุมกำเนิด แต่สำหรับผู้ใช้วิธีคุมกำเนิดใช้มากสุดคือ ยาเม็ดคุมกำเนิด

สรุป

เนื่องจากขณะนี้ประชากรในจังหวัดปัตตานีมากกว่าร้อยละ 90 เป็นผู้นับถือศาสนาอิสลามและมีแนวโน้มเผชิญกับความเสี่ยงในการติดเชื้อเอชไอวีเพิ่มขึ้นในอนาคต จากการสำรวจข้อมูลพื้นฐานและความรู้และพฤติกรรมการป้องกันการติดเชื้อเอดส์ครั้งนี้ให้ภาพที่ชัดเจนเกี่ยวกับระดับความรู้ ทรรศนะ และพฤติกรรมการปฏิบัติตนในการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีในประชากรจังหวัดปัตตานี โดยเฉพาะคนไทยมุสลิมที่มีความรู้เรื่องโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ค่อนข้างน้อยมาก ซึ่งยังเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานเชิงรุกในพื้นที่ในการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์เพิ่มมากขึ้น เพื่อหวังว่าประชากรในพื้นที่ดังกล่าวจะมีความรู้และมีพฤติกรรมทางเพศที่ปลอดภัย ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บและการเจ็บป่วยจากโรคที่สามารถแก้ไขหรือป้องกันได้ และสามารถเข้าถึงบริการสาธารณสุขต่างๆ ตามสิทธิขั้นพื้นฐานที่ควรจะได้รับในฐานะพลเมืองในประเทศไทยคนหนึ่ง

ข้อเสนอแนะ

1. ในการเข้าถึงเส้นทางการติดเชื้อ และการป้องกัน ตามข้มูลสหประชาชาติ พบว่า ความรู้ดังกล่าวอยู่ในระดับไม่น่าพอใจ ดังนั้นการให้ข้อมูลดังกล่าวยังมีความจำเป็นอยู่มากต่อชาวไทยมุสลิม
2. ผลการศึกษาพบว่ายังมีช่องว่างในเรื่องกระบวนการตรวจหาเชื้อเอชไอวีในชาวไทยมุสลิม เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวเป็นค่าไม่ทราบ/ไม่ตอบมากกว่าร้อยละ 85 เมื่อสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ผู้ให้ข้อมูลคิดและเชื่อว่ากระบวนการตรวจหาเชื้อเอชไอวีไม่เป็นความลับ ดังนั้นในการรณรงค์ให้ชาวไทยมุสลิมเข้าถึงการตรวจหาเชื้อเอชไอวีในบริเวณที่เข้าถึงง่ายและก่อให้เกิดความไว้เนื้อเชื่อใจว่าสามารถทำให้เป็นความลับได้ การเข้าถึงแหล่งตรวจก็ไร้ประโยชน์
3. การมีเพศสัมพันธ์ของชาวไทยมุสลิม พบว่า มีเพศสัมพันธ์ครั้งแรกเมื่ออายุน้อย ดังนั้นควรรณรงค์ให้ความรู้เรื่องการป้องกันทั้งการติดเชื้อเอชไอวีและโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ควรเริ่มตั้งแต่ก่อนอายุ 15 ปี
4. สำหรับโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ผลการศึกษาพบว่า มีบางส่วนที่มีอาการส่วนหนึ่งแล้วรายงานว่าจะดูแลตนเองที่บ้าน และคิดว่าจะไม่รับการรักษาเลย ถือว่าอันตรายมากทั้งตนเอง ครอบครัว และคนทั่วไป ดังนั้นการรณรงค์ให้มีการรักษาโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์อย่างถูกวิธี มีความสำคัญและเกี่ยวพันกับการป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีและเอดส์ด้วย

รายการอ้างอิง

โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ และคณะ. 2547. **ชาติพันธุ์กับการแพทย์**. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

จรัล มะลุลีม. 2554. **อิสลามกับเรื่องเพศ.** สืบค้นเมื่อ 21 เมษายน 2555 จาก http://www.piwdee.net/kab6/sanha04.htm

นิฮาฟีซา หะยีวาเงาะ. 2555. **ทัศนคติเกี่ยวกับโรคเอดส์และการตีตราทางสังคม.** (ออนไลน์). สืบค้นจาก http://www.google.com. [28/พฤศจิกายน/2555]

มูฮัมหมัดกามัล อัลฟัจรีย์. 2555. **เอดส์ในทัศนะของอิสลาม.** (ออนไลน์). สืบค้นจาก http://www.islammore.com. [28/พฤศจิกายน/2555]

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2537. **การสร้างมาตรวัดในการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์.

อิสมาอีล บินกอซิม. 2555. **จุดเด่นของบทบัญญัติอิสลาม.** (ออนไลน์). สืบค้นจาก http://www. islammore.com. [26/ธันวาคม/2555]

อับดุชชะกูร์ บินชาฟีอีย์. 2555. **โรคเอดส์ในสังคมมุสลิม อย่าหลอกตัวเองกันอีกเลย.** (ออนไลน์). สืบค้นจาก http://www.muslimthai.com. [28/พฤศจิกายน/2555]

อับดุลสุโก ดินอะ. 2550. **เข้าใจวัฒนธรรมมุสลิมชายแดนภาคใต้**. (ออนไลน์). สืบค้นจาก http://www.oknation.net. [6/กันยายน/2555]

Cochran, W. G. 1977. **Sampling techniques**. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons.

การศึกษาความสัมพันธ์ของหลักการบริหารจัดการธุรกิจภายใต้กลยุทธ์น่านน้ำสีขาวกับความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจ กรณีศึกษา บริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด

THE STUDY OF RELATIONSHIP BETWEEN WHITE OCEAN STRATEGIC MANAGEMENT AND CORPORATE SUSTAINABILITY

พรอุมา จินตโกศลวิทย์

นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: Nann.jint@hotmail.com

อลิสา เนียมสุ้น

นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: Alisa-so@hotmail.com

ดร.อนุพงศ์ อวิรุทธา

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหาณธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: anupong.av@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการธุรกิจที่ดำเนินตามแนวคิดหลักสำคัญทั้ง 7ประการของกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการธุรกิจภายใต้แนวคิดหลักสำคัญทั้ง 7 ประการของกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว กับความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจ โดยศึกษากรณีบริษัทอำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 267 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่าหลักสำคัญ 7 ประการในการจัดการกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว ได้แก่ หลักการเกิดขึ้นและมีอยู่ขององค์กรเป็นไปเพื่อสร้างผลเชิงบวกต่อสังคมโดยรวม หลักการตั้งเป้าหมายเป็นการมองระยะยาวและในระดับมหภาค หลักแสวงหาจุดสมดุลระหว่าง People, Planet, Profit และ Passion หลักยึดมั่นบนหลักการของโลกอันอุดมสมบูรณ์ หลักการตั้งอยู่บนพื้นฐานของคุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์ ความเป็นจริงและความเป็นเนื้อแท้ หลักการเป็นตัวอย่างชัดเจนในเรื่อง Individual Social Responsibility (ISR) และหลักการเป็นการสร้างมาตรฐานและบรรทัดฐานใหม่ให้เกิดขึ้นในกลุ่มธุรกิจและสังคม มีความสัมพันธ์ต่อความยั่งยืนขององค์กร

คำสำคัญ: กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว ความยั่งยืนขององค์กร ความรับผิดชอบต่อสังคม การจัดการธุรกิจภายใต้แนวคิดน่านน้ำสีขาว

ABSTRACT

The purposes of this study are 1) to study the principles of white ocean strategic management 2) to study the relationship between white ocean strategic management and corporate sustainability. The population of this study is Ampolfood Corporation, consisted of 267 sample sizes. The results find that the principles of white ocean strategic management including net positive impact on society long-term goal, macro view, people, planet, profit and passion, the world of abundance, integrity, individual social responsibility, and being role model for benchmarking have a strong relationship with corporate sustainability.

KEYWORDS: White Ocean Strategy, Corporate sustainability, Corporate social responsibility, Principles of White Ocean Strategy Management

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นำไปสู่การปรับเปลี่ยนวิธีการในการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับการปรับเปลี่ยนบริบทแวดล้อมทางธุรกิจ เพื่อสนับสนุนให้องค์การสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อความยั่งยืนในปัจจุบันจึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการดำเนินงานสำหรับองค์กรภาคธุรกิจ

การจัดการธุรกิจภายใต้กลยุทธ์น่านน้ำสีแดง (Red Ocean Strategy) ทำให้หลายองค์การได้เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้วยการนำแนวคิดกลยุทธ์น่านน้ำสีคราม (Blue Ocean Strategy) มาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ หลักการของกลยุทธ์น่านน้ำสีครามจะไม่เน้นการตอบสนองอุปสงค์ที่มีอยู่ แต่จะมุ่งเน้นการสร้างความต้องการหรืออุปสงค์ขึ้นมาใหม่ จากกลุ่มที่ไม่ใช่ลูกค้าเดิมของธุรกิจ ซึ่งถือเป็นการกำหนดขอบเขตอุตสาหกรรมใหม่ให้กับธุรกิจ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์หรือคุณค่าทั้งต่อองค์การและลูกค้า โดยลูกค้าก็จะได้รับคุณค่าที่ก่อให้เกิดความแตกต่างในขณะที่องค์การจะสามารถลดต้นทุนในส่วนที่ไม่จำเป็น จนนำไปสู่การเติบโตขององค์การในระยะยะยาว (ศรัณยพงศ์ เที่ยงธรรม 2552)

ในช่วงสิบกว่าปีที่ผ่านมากระแสความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ได้ทวีความสำคัญขึ้นแนวคิดนี้ธุรกิจจึงต้องดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในระดับใกล้และระดับไกล ทำให้เกิดการบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าไปในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ จนนำไปสู่การพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจภายภายใต้กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว (White Ocean Strategy)

ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นแบบแนวทางการจัดการธุรกิจที่ดำเนินตามแนวคิดหลักสำคัญของกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการธุรกิจภายใต้แนวคิดหลักสำคัญของกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว กับความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจ

กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว (White Ocean Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการบูรณาการแนวคิดด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ โดยอาศัยการสร้างความสมดุลระหว่าง 4 P ประกอบด้วยด้วยการปลูกฝังจิตสำนึกในการรับผิดชอบต่อสังคมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกของธุรกิจ (People) สนับสนุนให้มองภาพใหญ่ของสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงว่าทรัพยากรธรรมชาติเป็นของส่วนรวม ควร

แบ่งปันกันและช่วยกันรักษา (Planet) ทำให้ธุรกิจมุ่งเน้นกำไรของสังคมเป็นหลัก (Profit) ก่อนที่จะมองไปยังผลกำไรขององค์การ ซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องมีความมุ่งมั่น (Passion) ในการสร้างกระบวนการดำเนินธุรกิจภายใต้คุณธรรม จริยธรรมและความซื่อสัตย์ให้เชื่อมต่อกันตามห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) จากต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยสามารถสร้างพนักงานสายพันธุ์ใหม่ที่มีหัวใจแห่งจิตอาสา ซึ่งทำให้ธุรกิจก้าวสู่การเป็น Change Agent ในการเปลี่ยนแปลงสังคม โดยที่ธุรกิจได้กลายเป็นต้นแบบของธุรกิจภายใต้กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว จนสามารถพัฒนาไปสู่รูปแบบธุรกิจเพื่อสังคม ที่มีส่วนสร้างสรรค์สังคมให้งดงาม และมีผลต่อการสร้างแรงจูงใจให้องค์การต่าง ๆ ในสังคมมุ่งปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

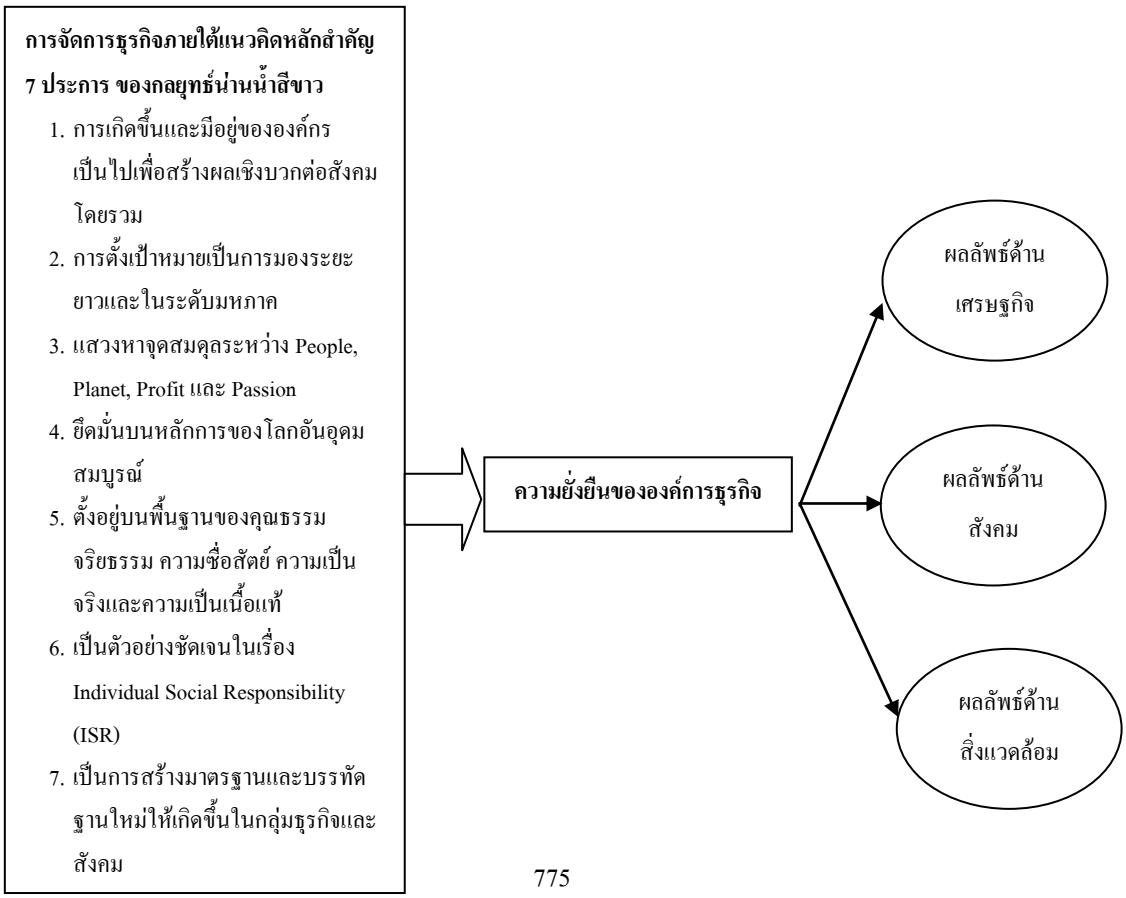
1. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการธุรกิจที่ดำเนินตามแนวคิดหลักสำคัญทั้ง 7 ประการของกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการธุรกิจภายใต้แนวคิดหลักสำคัญทั้ง 7ประการของกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว กับความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจ

สมมติฐานการวิจัย

การจัดการธุรกิจภายใต้แนวคิดหลักสำคัญ 7 ประการของกลยุทธ์น่านน้ำสีขาวมีความสัมพันธ์กับความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจ

กรอบวิจัย



ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR)

มัชฌิมา กุญชร ณ อยุธยา 2550กล่าวว่า นับจากนั้นเริ่มมีการตื่นตัวด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) มากขึ้นและขยายวงกว้างในหลายประเทศจนเป็นที่ยอมรับ จากบทพิสูจน์ของธุรกิจที่มีการทำด้านนี้และประสบผลสำเร็จ มีผลกำไร มีการลาออกของพนักงานต่ำ มีความสุขในการทำงาน สภาพแวดล้อมไร้มลพิษ และมีความยั่งยืนกว่าธุรกิจอื่นๆที่ไม่ได้ปฏิบัติ

Elkington (1999) ให้มุมมองเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) โดยใช้ฐานความคิดที่จะนำธุรกิจก้าวไปสู่ความยั่งยืนว่าธุรกิจต้องประเมินผลการดำเนินงานด้วยประกอบด้วยองค์ประกอบสามมิติ (Triple Bottom Line) คือ เศรษฐกิจ (Economic) สังคม (Social) และสิ่งแวดล้อม (Environment) โดยความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จะช่วยให้มีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน และเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของพนักงาน รวมทั้งเกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้มีส่วนได้เสียใน การดำเนินธุรกิจแบบมี CSR นั้นจะขับเคลื่อนธุรกิจให้รุ่งเรืองและยั่งยืนในระยะยาว

กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว

กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว (White Ocean Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการบูรณาการแนวคิดด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ โดยอาศัยการสร้างความสมดุลระหว่าง 4 P ประกอบด้วยด้วยการปลูกฝังจิตสำนึกในการรับผิดชอบต่อสังคมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกของธุรกิจ (People) สนับสนุนให้มองภาพใหญ่ของสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงว่าทรัพยากรธรรมชาติเป็นของส่วนรวม ควรแบ่งปันกันและช่วยกันรักษา (Planet) ทำให้ธุรกิจมุ่งเน้นกำไรของสังคมเป็นหลัก (Profit) ก่อนที่จะมองไปยังผลกำไรขององค์การ ซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องมีความมุ่งมั่น (Passion) ในการสร้างกระบวนการดำเนินธุรกิจภายใต้คุณธรรม จริยธรรมและความซื่อสัตย์ให้เชื่อมต่อกันตามห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) จากต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยสามารถสร้างพนักงานสายพันธุ์ใหม่ที่มีหัวใจแห่งจิตอาสา ซึ่งทำให้ธุรกิจก้าวสู่การเป็น Change Agent ในการเปลี่ยนแปลงสังคม โดยที่ธุรกิจได้กลายเป็นต้นแบบของธุรกิจภายใต้กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว จนสามารถพัฒนาไปสู่รูปแบบธุรกิจเพื่อสังคม ที่มีส่วนสร้างสรรค์สังคมให้งดงาม และมีผลต่อการสร้างแรงจูงใจให้องค์การต่าง ๆ ในสังคมมุ่งปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน

ดนัย จันทร์เจ้าฉาย (2552) กล่าวว่ากลยุทธ์น่านน้ำสีขาว คือการกำหนดพื้นฐานการบริหารองค์การ แบบองค์รวม ครอบคลุมตั้งแต่วิสัยทัศน์ นโยบาย พันธกิจ กลยุทธ์การดำเนินงาน ไปจนถึงแนวทางในการปฏิบัติทุกภาคส่วนขององค์การ ตั้งแต่การบริหารงานบุคคล การตลาดและการขาย การปฏิบัติการ การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้คุณธรรม จริยธรรม วัฒนธรรม มาเป็นปัจจัยในการบริหารธุรกิจ อาทิเช่น การตอบแทนสังคม หรือ การทำธุรกิจโดยเน้นจริยธรรมและคุณธรรม โดยแนวคิดหลักของกลยุทธ์น่านนำสีขาว มีดังนี้

1. การเกิดขึ้นและมีอยู่ขององค์กรเป็นไปเพื่อสร้างผลเชิงบวกต่อสังคมโดยรวม (Net Positive Impact on Society) ตั้งแต่เบื้องต้น (จุดก่อเกิดองค์กร) ท่ามกลาง และบั้นปลาย โดยผสมผสาน ความรู้ ความเชี่ยวชาญ การบริหารจัดการและทรัพยากรทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟท์แวร์ เป็นการดำเนินธุรกิจที่สร้างสรรค์สังคมโดยรวมให้มี

ความเป็นอยู่ดีขึ้นพัฒนาช่วยเหลือและแบ่งปันโดยการเติมเต็มสิ่งที่ขาดหายไป พร่องไป ให้สมบูรณ์มากขึ้น โดยการสร้างความแข็งแกร่งให้เกิดขึ้นกับองค์กรเพื่อให้เกิดขีดความสามารถในการพัฒนาสังคมในภาพกว้างต่อไป

2. การตั้งเป้ าหมายเป็นการมองระยะยาวและในระดับมหภาค (Long-term Goal, Macro View) โดยการมองให้กว้าง คิดให้ไกล ใฝ่ ให้สูงแทนที่จะเป็นการมองการณ์ระยะสั้นและในระดับจุลภาค คือ เป็นการมองถึงอนาคตในสิบปี ยี่สิบปี ข้างหน้า ในการปรับเปลี่ยนสร้างสรรค์สังคมให้เดินไปในทางใดทางหนึ่ง โดยการใช้รูปแบบธุรกิจเพื่อสังคมเป็นตัวขับเคลื่อน

3. แสวงหาจุดสมดุลระหว่าง People, Planet, Profit และ Passion คือ มองภาพกว้างของกลุ่มเป้าหมายผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (People) ซึ่งครอบคลุมไม่เฉพาะพนักงานและลูกค้า แต่ขยายรวมถึงสังคม ชุมชนโดยรวม Planet มองภาพใหญ่ของสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติซึ่งเป็นของทุกคน เป็นของส่วนรวม ไม่มองเฉพาะทรัพยากรภายในองค์กร แต่ทะนุถนอม หวงแหนทรัพยากรธรรมชาติ และสุดท้ายคือ Profit มุ่งเน้นกำไรของสังคมเป็นหลักก่อนมองถึงผลกำไรขององค์กรและตนเอง จึงเป็นแนวความคิดที่ค้านกับนโยบายขององค์การส่วนใหญ่ที่มุ่งเน้นสร้างผลตอบแทนสูงสุดให้กบผู้ถือหุ้น (Maximize Shareholder's Wealth)

4. ยึดมั่นบนหลักการของโลกอันอุดมสมบูรณ์ (The World of Abundance) เป็นทรัพยากร ส่วนรวม ควรแบ่งปันกัน ช่วยกันรักษา แทนหลักความคิดเดิมๆ ในเรื่องโลกอันคับแคบ แข่งขัน กีดกัน ดังเช่น ในแนวความคิดแบบการตลาดสีแดง (Red Ocean) เน้นเรื่องการแย่งส่วนแบ่งการตลาด แย่งลูกค้า ตัดราคา ฯลฯ ซึ่งมีผลเสียต่อทุกฝ่าย ยิ่งสู้ยิ่งเจ็บ ล้มหายตายจากกันไป

5. ตั้งอยู่บนพื้นฐานของคุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์ ความเป็นจริงและความเป็นเนื้อแท้ (Integrity) แทนการมุ่งเน้นการสร้างความต้องการเทียม (False Demand) จากความสามารถด้านการตลาดแบบมิจฉาทิฐิแบบทั่วไป ก้าวเข้าสู่การทำการตลาดแบบ สัมมามาร์เก็ตติ้ง จึงเป็นแนวทางหลักของการปลูกฝังวัฒนธรรมภายในองค์กรที่โดดเด่นชัดเจนในเรื่องการรักษาสัจจะ ยึดมันบนความถูกต้อง ความมีระเบียบวินัย เคารพในตนเอง มีศีลธรรม ความเป็นเนื้อแท้ ขยายผลจากภายในออกสู่ภายนอก ก่อให้เกิดพลังในการทำงานอย่างต่อเนื่อง

6. เป็นตัวอย่างชัดเจนในเรื่อง Individual Social Responsibility (ISR) เมื่อพนักงานในองค์กรมีจิตสำนึกในการรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม เป็นพนักงานสายพันธุ์ใหม่ที่เป็นมืออาชีพพร้อมหัวใจอาสา ไม่รับผิดชอบเพียงผลงานเฉพาะตน แต่มีใจยื่นมือช่วยเหลือสังคมด้วยความบริสุทธิ์ ไม่หวังผลตอบแทนอื่นใด นอกจากดอกไม้แห่งความอิ่มเอมที่ เบิกบานอยู่ในใจ จึงส่งผลให้เกิด Sustainable Social Responsibility (SSR) คือ ขยายผลต่อส่วนรวม ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว องค์กรธุรกิจ หน่วยงาน NGO สถาบันการศึกษา และรัฐบาลมีความตระหนักและปฏิบัติต่อสังคมด้วยสำนึกแห่งความรับผิดชอบ จนกระทั่งกลายเป็น Change Agent ที่สร้างความเปลี่ยนแปลงสังคม

7. เป็นการสร้างมาตรฐานและบรรทัดฐานใหม่ให้เกิดขึ้นในกลุ่มธุรกิจและสังคม (Being Role Model for Benchmarking) โดยธรรมชาติแล้ว องค์กรที่ยืนอยู่บนแนวความคิดธุรกิจสีขาว จะใช้พลังของสมองซีกขวาในการมองภาพกว้าง คิดนอกกรอบ และมีความกล้าในการสร้างบรรทัดฐานใหม่ให้เกิดขึ้นในวงการ จึงเป็น ทั้งผู้นำทางความคิด (Thought Leader) และ Trend setter ที่ทำให้องค์กรต่างๆ ทั้งในธุรกิจเดียวกันและต่างธุรกิจหันมาเดินตามเสมอ จึงเป็นอีกหนึ่งคุณลักษณะที่สำคัญ ในการ กล้าทวนกระแส ฉีกกฎ จารีตประเพณีที่ปฏิบัติกันมาเดิมๆ

ความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจ

วรัญญา ศรีเสวก 2551กล่าวว่า ความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจ (Corporate Sustainability) หมายถึง แนวทางในการดำเนินธุรกิจที่มุ่งการสร้างคุณค่าแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรในระยะยาว ผ่านกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่มีธรรมาภิบาล ใส่ใจดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและสังคมของชุมชนรอบข้าง โดยกิจกรรมทางเศรษฐกิจนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ส่งผลร้ายต่อชีวิตความเป็นอยู่ของคนรุ่นต่อไป โดยมีจุดมุ่งหมายด้วยการบริหารอย่างยั่งยืนสู่การเจริญเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน ประกอบไปด้วยความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ความยั่งยืนทางสังคม และความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรในการวิจัยและกลุ่มตัวอย่างจาก บริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด เนื่องจากทางบริษัทได้รับการยอมรับและได้รับรางวัลจากการดำเนินธุรกิจภายใต้กลยุทธ์น่านน้ำสีขาวมากมาย อาทิเช่น รางวัลสถานประกอบการดีเด่น ระดับประเทศในการประสานพลังแผ่นดินเอาชนะยามเสพติดในปี พ.ศ. 2547 รางวัลการเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้เพื่อการป้องกันยาเสพติด จากสำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติดแห่งประเทศไทยในปี พ.ศ.2547 รางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านสวัสดิการและแรงงานสัมพันธ์ จากกระทรวงแรงงาน 7 ปีซ้อน ตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 ถึงปี พ.ศ.2553 ได้รับรองมาตรฐานโรงงานน่าอยู่ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จากกระทรวงอุตสาหกรรมในปี พ.ศ.2549 รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 โครงการ To Be Number One ในสถานประกอบการปี พ.ศ.2549 รางวัลผู้ประกอบการโรงงานดีเด่น(GMP/HACCP) ประจำปี พ.ศ.2550 รางวัลรักษามาตรฐานการดำเนินงานชมรม To Be Number One ในสถานประกอบการดีเด่นระดับประเทศ ปีที่ 2 ในปี พ.ศ.2551 และรางวัลเครือข่ายธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เอเชีย (ประเทศไทย) หรือ Social Venture Network Asia (Thailand) หรือ SVN Award ซึ่งสามารถเป็นต้นแบบในการศึกษารูปแบบการำดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยนำความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าไปอยู่ในหน้าที่ของการทำงาน โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ประกอบไปด้วย ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทจำนวน 267 คน

การรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้กับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามในกลุ่มตัวอย่าง โดยมาตรวัดที่ใช้ คือ 5 Point Likert Scale และทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยการวัดความสัมพันธ์ด้วยการวัดตัวแปรเชิงสัมพันธ์ หรือ Multi-Item Scale แปลผลและหาข้อสรุปด้วย สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ผลการศึกษา

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีจิตสำนึกในการเป็นตัวอย่างชัดเจนในเรื่อง Individual Social Responsibility (ISR) โดยมีค่าความสำคัญอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.26 เป็นอันดับที่ 1

และ การสร้างมาตรฐานและบรรทัดฐานใหม่ให้เกิดขึ้นในกลุ่มธุรกิจและสังคม เป็นอันดับสุดท้าย มีค่าความสำคัญอยู่ในระดับในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.62

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย)Mean) ของระดับความสำคัญ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) การแปรผล และการจัดอันดับของการจัดการธุรกิจภายใต้แนวคิดหลักสำคัญ 7 ประการ

การจัดการธุรกิจภายใต้แนวคิดหลักสำคัญ 7 ประการ	**ค่าเฉลี่ย**	**SD**	**แปลผล**	**จัดลำดับ**
1. การเกิดขึ้นและมีอยู่ขององค์กรเป็นไปเพื่อสร้างผลเชิงบวกต่อสังคมโดยรวม	4.18	0.95	มาก	4
2. การตั้งเป้าหมายเป็นการมองระยะยาวและในระดับมหภาค	4.20	0.97	มาก	3
3. แสวงหาจุดสมดุลระหว่าง People, Planet, Profit และ Passion	3.89	0.86	มาก	6
4. ยึดมั่นบนหลักการของโลกอันอุดมสมบูรณ์	4.10	0.90	มาก	5
5. ตั้งอยู่บนพื้นฐานของคุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์ ความเป็นจริงและความเป็นเนื้อแท้	4.24	0.88	มาก	2
6. เป็นตัวอย่างชัดเจนในเรื่อง Individual Social Responsibility (ISR)	4.26	0.96	มาก	1
7. เป็นการสร้างมาตรฐานและบรรทัดฐานใหม่ให้เกิดขึ้นในกลุ่มธุรกิจและสังคม	3.62	0.89	มาก	7

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย)Mean) ของระดับความสำคัญ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) การแปรผล และการจัดอันดับของมุมมองที่มีต่อความยั่งยืนทางธุรกิจ

ความยั่งยืนขององค์การธุรกิจ	**ค่าเฉลี่ย**	**SD**	**แปลผล**	**จัดลำดับ**
1. ผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ	4.04	0.72	มาก	3
2. ผลลัพธ์ด้านสังคม	4.19	0.76	มาก	2
3. ผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อม	4.49	0.70	มาก	1

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีมุมมองที่มีต่อความยั่งยืนทางธุรกิจทางด้านสิ่งแวดล้อม มากเป็นอันดับ 1 โดยมีค่าความสำคัญอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.49 มุมมองที่มีต่อความยั่งยืนทางธุรกิจทางด้านสังคม มากเป็นอันดับ 2 โดยมีค่าความสำคัญอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.19 และ มุมมองที่มีต่อความยั่งยืนทางธุรกิจทางด้านเศรษฐกิจ มากเป็นอันดับ 3 โดยมีค่าความสำคัญอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.04

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการธุรกิจภายใต้แนวคิดหลักสำคัญ 7 ประการ ที่มีต่อความยั่งยืนทางธุรกิจ

Correlations								
	หลักการเกิดและการมีอยู่	**หลักการตั้งเป้าหมาย**	**หลักแสวงหาจุดสมดุล**	**หลักการยึดมั่นบนหลักการ**	**หลักการตั้งอยู่บนพื้นฐานของคุณธรรม**	**หลักการเป็นตัวอย่างชัดเจน (ISR)**	**หลักการเป็นการสร้างมาตรฐาน**	**ความยั่งยืน**
หลักการเกิดและการมีอยู่	1.00	**0.87	**0.82	**0.31	**0.57	**0.57	**0.62	**0.85
หลักการตั้งเป้าหมาย	**0.87	1.00	**0.87	**0.37	**0.59	**0.59	**0.64	**0.89
หลักแสวงหาจุดสมดุล	**0.82	**0.87	1.00	**0.47	**0.62	**0.63	**0.70	**0.91
หลักการยึดมั่นบนหลักการ	**0.31	**0.37	**0.47	1.00	**0.47	**0.44	**0.51	**0.61
หลักการตั้งอยู่บนพื้นฐานของคุณธรรม	**0.57	**0.59	**0.64	**0.47	1.00	**0.56	**0.71	**0.79
หลักการเป็นตัวอย่าง	**0.57	**0.59	**0.63	**0.44	**0.56	1.00	**0.58	**0.75
	หลักการเกิดและการมีอยู่	**หลักการตั้งเป้าหมาย**	**หลักแสวงหาจุดสมดุล**	**หลักการยึดมั่นบนหลักการ**	**หลักการตั้งอยู่บนพื้นฐานของคุณธรรม**	**หลักการเป็นตัวอย่างชัดเจน (ISR)**	**หลักการเป็นการสร้างมาตรฐาน**	**ความยั่งยืน**
หลักการเป็นการสร้างมาตรฐาน	**0.62	**0.64	**0.70	**0.51	**0.71	**0.58	1.00	**0.84
ความยั่งยืน	**0.85	**0.89	**0.91	**0.61	**0.79	**0.75	**0.84	1.00

จากตารางที่ 3 พบว่าการจัดการธุรกิจภายใต้แนวคิดหลักสำคัญ 7 ประการ ของกลยุทธ์น่านน้ำสีขาว ได้แก่ หลักการเกิดขึ้นและมีอยู่ขององค์กรเป็นไปเพื่อสร้างผลเชิงบวกต่อสังคมโดยรวม หลักการตั้งเป้าหมายเป็นการมองระยะยาวและในระดับมหภาค หลักแสวงหาจุดสมดุลระหว่าง People, Planet, Profit และ Passion หลักยึด

มั่นบนหลักการของโลกอันอุดมสมบูรณ์ หลักการตั้งอยู่บนพื้นฐานของคุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์ ความเป็นจริงและความเป็นเนื้อแท้ หลักการเป็นตัวอย่างชัดเจนในเรื่อง Individual Social Responsibility (ISR) และหลักการเป็นการสร้างมาตรฐานและบรรทัดฐานใหม่ให้เกิดขึ้นในกลุ่มธุรกิจและสังคม โดยหลักการเกิดขึ้นและมีอยู่ขององค์กรเป็นไปเพื่อสร้างผลเชิงบวกต่อสังคมโดยรวม มีความสัมพันธ์ต่อความยิ่งยืนขององค์กรในระดับที่สูง (r = 0.85) อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 หลักการตั้งเป้าหมายเป็นการมองระยะยาวและในระดับมหภาค มีความสัมพันธ์ต่อความยิ่งยืนขององค์กรในระดับที่สูง (r = 0.89) อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 หลักแสวงหาจุดสมดุลระหว่าง People, Planet, Profit และ Passion มีความสัมพันธ์ต่อความยิ่งยืนขององค์กรในระดับที่สูง (r = 0.91) อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 หลักยึดมั่นบนหลักการของโลกอันอุดมสมบูรณ์ มีความสัมพันธ์ต่อความยิ่งยืนขององค์กรในระดับที่สูง (r = 0.61) อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 หลักการตั้งอยู่บนพื้นฐานของคุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์ ความเป็นจริงและความเป็นเนื้อแท้ มีความสัมพันธ์ต่อความยิ่งยืนขององค์กรในระดับที่สูง (r = 0.79) อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 หลักการเป็นตัวอย่างชัดเจนในเรื่อง Individual Social Responsibility (ISR) มีความสัมพันธ์ต่อความยิ่งยืนขององค์กรในระดับที่สูง (r = 0.75) อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 และหลักการเป็นการสร้างมาตรฐานและบรรทัดฐานใหม่ให้เกิดขึ้นในกลุ่มธุรกิจและสังคม มีความสัมพันธ์ต่อความยิ่งยืนขององค์กรในระดับที่สูง (r = 0.84) อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

รายการอ้างอิง

Elkington, John, 1999. **Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business**. New Society Publishers

ดนัย จันทร์เจ้าฉาย, 2552. **White Ocean Strategy: กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว.** กรุงเทพ ฯ : สำนักพิมพ์ ดีเอ็มจี

มัชฌิมา กุญชร ณ อยุธยา, 2550. กระบวนการปฏิรูปกิจการให้เพิ่มมูลค่าอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนโดยการปฏิบัติตามหลักไตรกัปปิยะ หรือ Triple Bottom Line และ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. **วารสารบริหารธุรกิจนิด้า.** 2: 175.

วรัญญา ศรีเสวก 2551 **ถอดรหัสสร้างแบรนด์ให้ยั่งยืนด้วย CSR.** กรุงเทพ ฯ : สำนักพิมพ์มติชน

ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม 2552 บูรณาการแนวคิดการตลาดด้วย Blue Ocean Strategy. **วารสาร Productivity World.** 1:41.

ความสัมพันธ์ทางสังคมของนักเลงวัวชน : กรณีศึกษาสนามวัวชนอ่าวทึง ต.ควนโส อ.ควนเนียง จ.สงขลา

THE SOCIAL RELATIONSHIPOF FIGHTING BULL ROUGH : CASE STUDY AO THUNGBULL FIGHTING ARENA AMPHOE KHUAN NIANG SONGKHLA PROVINCE

อรอุมา ยิ้มเส้ง

นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

E-mail : nongs1912@hotmail.com

อุทิศ สังขรัตน์

ดร. อาจารย์ประจำคณะศิลปศาตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

E-mail address : utit.s@psu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ศึกษาความสัมพันธ์ทางสังคมของนักเลงวัวชน : กรณีศึกษาสนามวัวชนอ่าวทึง ตำบลควนโส อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ เจ้าของสนามวัวชน เจ้าของวัวชน ผู้เล่น แม่ค้าใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผลการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ทางสังคมของนักเลงวัวชน มี 4 ประการ คือ การเกิดมิตรภาพ ในทุกๆเดือนที่มีกิจกรรมวัวชน ผู้คนต่างก็มาจากทั่วสารทิศต่างชักชวนกันมาชมกิจกรรมวัวชนบางคนก็รู้จักกันนานแล้ว และมีบางส่วนที่มารู้จักกันในสนามวัวชน เกิดการช่วยเหลือทางสังคม มีการชักชวนในกลุ่มเพื่อนกิจกรรมวัวชนมาร่วมกันทำบุญหรือมอบสิ่งของให้กับโรงเรียนต่างๆ เกิดการรวมตัวทำกิจกรรมร่วมกัน การที่บุคคลมีความสัมพันธ์กันในรูปแบบอื่นมาก่อน มีการชักชวน แนะนำให้เข้ามาสู่กิจกรรมวัวชน เกิดความสัมพันธ์แบบเครือญาติ มีการช่วยเหลือกันและกัน เพราะมีกิจกรรมวัวชนเป็นตัวกลางในการเชื่อมความสัมพันธ์

คำสำคัญ: ความสัมพันธ์ทางสังคม นักเลงวัวชน สนามวัวชนสงขลา

ABSTRACT

The research studies the social relationshipof fighting bull rough : case study ao thungbull fighting arena Amphoe Khuan Niang Songkhla Province. Use manner quality researchfrom informant pillar groupfor

example field fighting bull ownerfighting bull owner person playwoman monger.Using participatory observation and have no the share depth interviews.

The study found that the social relationshipof fighting bull rough there is 4 the points befriendship occurrence in every month at have fighting bull activity. The people differs be from all directions differs to persuade come to see praise fighting bull activity. Someone know long already ago and have some source part knows in fighting bull field be born social assistance. There is the convulsion persuades in friend activity fighting bull group comes to accompany with make merit or commit the thing gives with all school. Be born combination does the activity accompanies with regard to a person has the relation in other format comes to before there is the convulsion persuades advise give come in to fighting bull activity. Be born the relation like model relative there is one another assistance because there is fighting bull activity is formed middle in believing in relation .

KEYWORDS: Social relationsfighting bull roughbull fighting arenaSongkhla

บทนำ

วัฒนธรรมการชนวัวทางปักษ์ใต้ เริ่มจากการเลือกเอาโคถึกอายุ 3-4 ปี ในฝูงที่ใช้งานในไร่นา มาชนกันสนุก ๆ หลังฤดูเก็บเกี่ยว พร้อมกับคัดตัวพ่อพันธุ์ที่มีกำลังชั้นเชิงการต่อสู้ และมีน้ำใจอดทน แปรเปลี่ยนเป็นกีฬาพื้นบ้าน ที่มีการพนันสอดแทรก จนกระทั่งการชนวัว ถูกใช้ไปในเชิงธุรกิจการพนัน และการอาชีพมากขึ้นต่อมา ส่วนราชการหยิบเอานันทนาการของชาวบ้านมาเป็นกิจกรรมส่งเสริมงานเทศกาลประจำปีของชุมชน และจังหวัด โดยยอมให้มีการเล่นพนันขันต่อในสนาม ทำให้เมื่อรัฐอนุญาตให้มีการพนันถูกต้องตามกฎหมายสนามชนวัวจึงกลายเป็นบ่อนการพนันวัวชน ผู้ชมในสนามกลายเป็นนักพนัน

กิจกรรมวัวชนเป็นกิจกรรมหนึ่งของวิถีการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนบ้านอ่าวทึง อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา การใช้พื้นที่ของสนามวัวชนทำให้คนในชุมชนและผู้ที่มาร่วมในกิจกรรมวัวชนเกิดการพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนทัศนคติกันและสร้างความเพลิดเพลินให้กับคนในชุมชนและคนที่มาร่วมในกิจกรรม เพราะเป็นกิจกรรมหนึ่งที่มีมาตั้งแต่อดีต อยู่คู่กับชุมชนบ้านอ่าวทึง ตั้งแต่พื้นที่สนามยังเป็นพื้นที่ว่างมีต้นไม้ปกคลุมหนา พื้นที่ตรงนั้นได้เปลี่ยนแปลงเข้าสู่ระบบทุนนิยมคนหมู่มากใช้พื้นที่สนามวัวชนสร้างรายได้ และกลับกลายเข้าสู่ระบบการพนัน

สนามวัวชนที่จัดทำไว้ถาวรเหมือนสนามมวยมีรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสหรือสี่เหลี่ยมผืนผ้าหรือเป็นวงกลมขึ้นอยู่กับพื้นที่นั้นๆ(วิเชียร ณ นคร,2542) สนามวัวชนเป็นพื้นที่ที่ใช้แสดงออกทางพฤติกรรมของคนจำนวนมาก บางคนเข้ามาในฐานะผู้ชมเพียงอย่างเดียว เพื่อคลายความเครียด สร้างความสนุกสนานให้กับตนเอง ได้พบปะพูดคุยกับเพื่อนไม่ว่าจะเป็นเพื่อนที่รู้จักกันมาก่อนและเพื่อนที่พึ่งจะมารู้จักกันในสนามวัวชน สนามวัวชน จึงเป็นพื้นที่นอกบ้านพื้นที่หนึ่งที่ทำให้กลุ่มคนแสดงออกถึงบทบาทความเป็นนักเลงวัวชน คือ มีความมั่นใจในตนเองในการแสดงความคิด การพูด และการกระทำ โดยใช้พื้นที่สนามวัวชนเป็นพื้นที่ทำมาหากินเลี้ยงครอบครัวในบทบาทของผู้ประกอบการ เพื่อก้าวไปสู่ชัยชนะหรือแพ้โดยเล่นเดิมพันในบทบาทของผู้เล่นเดิมพัน ความชื่นชอบ

และภาคภูมิใจในอาชีพเลี้ยงวัวชนในบทบาทของผู้เลี้ยงวัวชนและเล่นเดิมพัน หรือการแสดงออกถึงความเป็นพวกเดียวกันในบทบาทของผู้ดูและชม ดังนั้น บทบาทนักเลงวัวชนในพื้นที่สนามวัวชนไม่ว่าจะเป็นบทบาทของความเป็น เจ้าของวัว เจ้าของบ่อน และบทบาทที่ได้จากการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนและพื้นที่ล้วนแต่เป็นบทบาทที่แตกต่างกันไป

ดังนั้นในการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ทางสังคมของนักเลงวัวชน : กรณีศึกษาสนามวัวชนบ้านอ่าวทึง ตำบลควนโส อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา เพื่อทำการศึกษาความสัมพันธ์ของคนทั้งภายในและภายนอกสนามวัวชน นับเป็นกิจกรรมที่มีมาช้านานยังมีการสืบทอดกิจกรรมดังกล่าวมาสู่ปัจจุบัน พัฒนาการทางด้านความสัมพันธ์ทั้งในเรื่องวิถีชีวิตของ ผู้เล่นวัวชน เจ้าของบ่อนวัวชน เจ้าของวัวชน ตลอดจนบริบทแวดล้อมและความเชื่อต่างๆที่มีผลต่อกิจกรรมวัวชนสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นนับว่ามีผลต่อความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นในสนามวัวชน

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

เอมอร กฤษณะรังสรรค์(2551)กล่าวว่า ในชีวิตของเราต้องสัมพันธ์อยู่กับบุคคลหลายประเภท แต่ละประเภทล้วนมีปทัสถานใน การปฏิบัติต่างกันออกไป นักวิชาการได้จัดจำแนกประเภทความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลโดยอาศัยระดับความสัมพันธ์เป็นเกณฑ์ จากผิวเผินไปสู่ลึกซึ้ง การจัดประเภทเช่นนี้จะทำให้เรารู้ล่วงหน้าว่าจะ คาดหวังอะไรจากกันและกันได้และจะเตรียมตัวติดต่อกันอย่างไรจึงจะไม่เกิดปัญหา ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในที่นี้จำแนกเป็น 3 ระดับ คือ

1. คนรู้จัก คนรู้จักนั้นเป็นความสัมพันธ์ที่ผิวเผิน การสื่อสารกันมักเป็นเรื่องของข้อเท็จจริงและจากข้อเท็จจริงจะประเมินว่า ควรจะสร้าง ความสัมพันธ์ ในระดับต่อไปหรือไม่ คนรู้จักกันนั้นจะใช้ยุทธวิธีในการสื่อสารเพื่อหาข้อเท็จจริงจากกันและกันใน 3 ประเภท

ประเภทแรก เป็นการตั้งรับ หมายถึง ใช้การสังเกตการกระทำของคนอื่นแทนที่จะซักถามหรือเข้าไปร่วมในสถานการณ์

ประเภทที่สอง แบบรุก หมายถึง การเข้าไปจัดการกับสถานการณ์ทางสังคมเพื่อให้ได้ข้อมูลมากขึ้น เช่น ใช้การคุย การถาม หรือการสัมภาษณ์

ประเภทที่สาม แบบปฏิสัมพันธ์ หมายถึง ใช้การสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยน ข้อเท็จจริงและความคิดเห็นระหว่างกันและกัน ควบคู่กันไปกับการสังเกต

จากข้อมูลที่ได้มาไม่ว่าจะโดยวิธีใด คนเราจะใช้ข้อมูลเพื่อกรองว่าเราจะสัมพันธ์กับคนผู้นั้นต่อไปในระดับใด ความสัมพันธ์อาจเป็นไปในระดับเดิมหรือเพิ่มระดับไปสู่ความลึกซึ้ง หากข้อมูลที่รับมาก่อให้เกิดความพอใจ แต่หากข้อมูลที่รับมาเป็นข้อมูลที่ไม่น่าพอใจเราก็อาจเลือกที่จะไม่พบกันต่อไปอีก

2. เพื่อน คำว่าเพื่อนเป็นคำที่พูดง่ายแต่ให้ความหมายยาก เพราะเพื่อนเป็นบทบาทที่เกิดขึ้นได้ในคู่สัมพันธ์ทุกประเภท ตั้งแต่เพื่อน กับเพื่อนจริง ๆ เพื่อนในระหว่างสามีภรรยา นายกับลูกน้อง ครูกับศิษย์ หรือแม้แต่พ่อแม่กับลูก เมื่อเอ่ยถึงคำว่าเพื่อน นักมนุษยสัมพันธ์ได้เสนอว่า หมายถึงความสัมพันธ์ที่มีลักษณะพิเศษดังนี้

2 .1 เพื่อนมีสถานะพิเศษในชีวิต เป็นคนที่เราไว้ใจและเป็นที่ยอมรับ ยิ่งไปกว่านั้น ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนเป็น ความสัมพันธ์แบบ ไม่เอาเปรียบ ทั้งนี้มิได้หมายความว่าคนเราจะ ไม่รับสิ่งใดจากเพื่อน แต่การได้สิ่งใดจากเพื่อนนั้นเป็นการได้มาโดยไม่ทำให้อีกฝ่ายหนึ่งรู้สึกว่าตน ถูกบังคับหรือขู่เข็ญ

2 .2 เพื่อนมีฐานอยู่บนความเท่าเทียมกัน หมายถึงว่า ระหว่างเพื่อนไม่มีใครมีอำนาจหรือ อิทธิพลเหนือใคร แม้ว่าอีกคนหนึ่ง จะมีสถานภาพเหนือกว่า และตรงจุดนี้เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้บุคคลมีเพื่อนที่มีสถานภาพทางสังคมหรือเศรษฐกิจต่างจากตนเองมาก ๆ ได้ เนื่องจากอาจเกิดความขัดแย้งระหว่างบทบาทขึ้น

2 .3 เพื่อนต้องยอมรับซึ่งกันและกัน จะรู้ได้จากการสังเกตพฤติกรรมของอีกฝ่ายหนึ่งว่าคล้อยตามกฎของความเป็นเพื่อนหรือไม่ กฎของความเป็นเพื่อนโดยทั่วไปประกอบด้วย

เมื่อมีข่าวใด ๆ เกี่ยวกับความสำเร็จก็บอกให้เพื่อนรู้

แสดงการสนับสนุนทางอารมณ์

เสนอความช่วยเหลือเมื่อต้องการ

พยายามทำให้มีความสุขเมื่ออยู่ร่วมกัน

เสนอตัวทำงานแทนถ้าเพื่อนขาดไป

3. ระดับลึกซึ้ง ความสัมพันธ์ในระดับนี้เป็น ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ เปิดตนเองต่อกันมาก ขึ้นต่อกัน และกันสูง มีเรื่องของอารมณ์เข้ามาเกี่ยวข้องมาก ความสัมพันธ์เช่นนี้ปรากฏอยู่ในสามี-ภรรยา พ่อแม่-ลูก พี่-น้อง เพื่อนสนิท คู่รัก หรือลักษณะอื่น ๆ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจสำหรับความสัมพันธ์ประเภทนี้ ดังนี้

3.1 คู่สัมพันธ์ระดับลึกซึ้งมักคาดหวังจากกันและกันสูง เกินกว่าขอบเขตที่เป็นจริง เมื่อไม่เป็นไปตามที่คาดก็มักกล่าวโทษอีกฝ่ายหนึ่ง

3.2 ความสัมพันธ์ระดับนี้มิได้ขึ้นอยู่กับคู่สัมพันธ์อย่างเดียว การสื่อสารจากคนอื่น ๆ ก็มี อิทธิพลต่อความสัมพันธ์นั้นด้วย

3.3 ความสัมพันธ์ระดับลึกซึ้งที่เรียกว่าความรักนั้น จำแนกได้เป็น 3 ประเภทย่อยและแต่ละประเภทก็มีลักษณะต่างกัน ดังนี้

3.3.1 รักแบบหลงไหล ปรกติจะอยู่นอกเหนือการควบคุมเป็นเรื่องของอารมณ์แท้มากกว่าเหตุผล มักกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองอย่างฉับพลัน พฤติกรรมระหว่างคู่สัมพันธ์มักพยากรณ์ไม่ได้ และไม่เป็นฐานความสัมพันธ์ที่ยั่งยืน การได้อยู่ร่วมกันเป็นประจำหรือการที่ได้มีความสัมพันธ์ทางเพศสม่ำเสมอจะทำให้ความตื่นเต้นอันเกิดจากความหลงไหลลดลง

3.3.2 รักแบบความจริง เป็นความรักที่พัฒนามาจากแบบแรก เกิดขึ้นทีละน้อยและอยู่ภายใต้การควบคุมของคนที่เข้ามาเกี่ยวข้อง มีการตอบแทนกันและกัน มองความสัมพันธ์ในลักษณะสมดุล

3.3.3 รักแบบเอื้ออาทร เป็นรักที่เกิดจากแรงจูงใจภายใน จะมีส่วนเพิ่มชีวิตชีวาให้กับความรักแบบที่สอง

3.4 พฤติกรรมที่สื่อให้เห็นความสัมพันธ์ลึกซึ้ง เป็นได้ทั้งภาษาถ้อยคำและท่าทาง ภาษาเหล่านี้ส่อให้เห็นว่า คู่สัมพันธ์มีความใกล้ชิดกัน ทั้งกายและใจ อาจเห็นได้จากการมองตา การใช้เวลาอยู่ร่วมกันมาก การยิ้ม การยืนใกล้กัน หรือการสัมผัส เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทางสังคมของนักเลงวัวชนในสนามวัวชนบ้านอ่าวทึง ตำบลควนโส อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา

วิธีการศึกษา

การศึกษานี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interviwe) มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทางสังคมของนักเลงวัวชนในสนามวัวชนบ้านอ่าวทึง ตำบลควนโส อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา

ใช้การเข้าสู่สนามเพื่อเก็บข้อมูล ผู้วิจัยมิได้ให้ความสำคัญต่อการเก็บข้อมูลในพื้นที่เชิงกายภาพอย่างเดียว หากแต่ยังให้ความสำคัญต่อการเก็บข้อมูลในส่วนของความสัมพันธ์ที่ผู้คนมีต่อพื้นที่ด้วยเช่นกัน โดยได้เข้าสู่สนามเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับชีวิตของผู้เข้าชมกิจกรรมวัวชนที่เชื่อมโยงกับสนามวัวชน ภายใต้ความหมายของพื้นที่ในลักษณะต่างๆกับพื้นที่ทางกายภาพ ทั้งการเป็นพื้นที่ของการพนัน พื้นที่ของการละเล่นประเพณีท้องถิ่น หรือพื้นที่ของการต่อรองอำนาจ ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อลักษณะความสัมพันธ์ของนักเลงวัวชน

ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากเอกสาร และข้อมูลภาคสนามในการสัมภาษณ์ สังเกต พูดคุย จากผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้ให้ข้อมูลรอง และปรากฏการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในสนามของการวิจัย เพื่อให้ข้อมูลที่ได้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลในส่วนของพฤติกรรมการแสดงออก ที่เป็นข้อมูลแฝงอยู่ภายใต้ความเป็นปัจเจกของบุคคล ไม่ว่าจะเป็นด้านความคิด ความรู้สึก อารมณ์ ทัศนคติ โลกทัศน์ เพราะสิ่งเหล่านี้เกิดจากการอบรมบ่มเพาะจากกระบวนการทางสังคม

สรุปผลการวิจัย

ในการนำเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยจะขอนำเสนอเป็น 4 ประการดังนี้

ประการที่1 เกิดมิตรภาพ

การสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมของกลุ่มคนที่เล่นวัวชน พบว่ามีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันเกิดมิตรภาพ ภายในกลุ่มมีการปรึกษาในเรื่องของประสบการณ์ของวัวชนว่าตัวไหนชนะมากี่ครั้งและแพ้กี่ครั้ง ก่อนจะตัดสินใจเล่น

ประการที่2 เกิดการช่วยเหลือทางสังคม

ผลการศึกษาพบว่าการพัฒนาความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกันในพื้นที่ มีการชักชวนหรือร่วมกันทำกิจกรรมอื่นๆของสังคม โดยมีกระบวนการของการเล่นวัวชนเข้ามาสอดแทรกเข้าไปในกิจกรรมเหล่านั้นด้วยเสมอเช่น จัดกิจกรรมวัวชนเพื่อหาเงินสร้างศาลาวัดหรือสร้างอาคารของโรงเรียน

ประการที่ 3 เกิดการรวมตัวทำกิจกรรมร่วมกัน

ผลการศึกษาพบว่ากิจกรรมวัวชนไม่เพียงแต่กลุ่มคนที่รักวัวชนเท่านั้นที่เล่นยังมีผู้คนที่มีการศึกษา มีหน้าที่การงานและหน้าตาทางสังคม ตลอดจนข้าราชการนักธุรกิจบางส่วนก็ยังก้าวมาสู่ ส่วนหนึ่งของกิจกรรมวัวชน เหตุผลที่ทำให้เกิดปรากฏการณ์เช่นนี้อาจเป็นเพราะ วิถีชีวิตคนภาคใต้ส่วนมากยังผูกพันอยู่กับค่านิยมความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์เหนือธรรมชาติและชอบการเสี่ยงโชคการมีความหวังที่จะได้เงินมาจากการเล่นวัวชนเพื่อเป็น

อีกหนทางหนึ่งในการเพิ่มรายได้ให้กับตนเองจนทำให้กิจกรรมทางสังคมหลายกิจกรรม มักมีการสอดแทรกการเล่นพนัน

ประการที่ 4 เกิดความสัมพันธ์แบบเครือญาติ

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้เล่นวัวชนเป็นการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมและเครือข่ายมาตั้งแต่อดีตเรื่อยมาจนกระทั่งปัจจุบัน ของคนที่อยู่ในพื้นที่เดียวกันพร้อมๆกับการติดต่อกับคนในพื้นที่อื่น เป็นสังคมที่กว้างออกไปและเป็นที่น่าสังเกตว่าความสัมพันธ์ของผู้เล่นวัวชนกลุ่มบุคคลเหล่านี้ มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างแน่นแฟ้น ทั้งในฐานะที่เป็นเครือญาติและมิตรสหาย มีการทำกิจกรรมอื่นๆไปพร้อมๆกันกับกิจกรรมของวัวชน

อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า สนามวัวชนเป็นพื้นที่ทางสังคมที่มีกระบวนการสร้างความเป็นชุมชนของสนามวัวชน ควบคู่ไปกับการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สร้างขึ้นใหม่เนื่องจากเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลง ทั้งจาก คน ชุมชน วัฒนธรรมและทรัพยากร สอดคล้องกับแนวคิดพื้นที่ทางสังคมของนิวัติ ทองนวล (2546)ที่ชี้ว่า แนวคิดการสร้างพื้นที่ทางสังคม เป็นกระบวนการสร้างความเป็นชุมชน ความเป็นท้องถิ่นที่ศึกษาควบคู่ไปกับการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม การสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ไม่จำเป็นที่จะมองภาพในเชิงลบเพียงอย่างเดียว ภาพลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์อาจถูกสร้างใหม่ผ่านบทบาททางวัฒนธรรมประเพณี การบวนการสร้างพื้นที่อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เหล่านี้อาจเป็นได้ทั้งการสร้างความเข้มแข็งให้กับวัฒนธรรมเดิมที่มีอยู่ และวัฒนธรรมใหม่ที่รับเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ตนเอง โดยพวกเขาเหล่านี้ได้พัฒนาการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของกลุ่มโดยผ่านกระบวนการปรับตัวเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ การอยู่รวมกับคนกลุ่มใหญ่ในสังคมพื้นราบและกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆในการศึกษาการพยายามสร้างพื้นที่ของกลุ่มตนเองขึ้นมาโดยใช้สื่อเพื่อติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเครือข่ายของตนเอง จึงควรพิจารณาถึงบทบาทและความสัมพันธ์เชิงอำนาจภายใต้บริบทที่แตกต่างกันออกไป

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ทางสังคมของนักเลงวัวชนในสนามวัวชนอื่นๆ เพื่อศึกษาและสามารถนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกับสนามวัวชนบ้านอ่าวทึงว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร
2. ควรมีการศึกษาทัศนคติของชาวบ้านอ่าวทึงต่อการจัดตั้งสนามวัวชนบ้านอ่าวทึงในชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาเรื่องแนวทางในการจัดตั้งสนามวัวชนในพื้นที่อื่นและศึกษาผลกระทบจากากรดำเนินงานของสนามวัวชนบ้านอ่าวทึงและหาแนวทางในการพัฒนาชุมชนบ้านอ่าวทึงต่อไป

อ้างอิง

คุณาพร ไชยโรจน์. (2550). **ตำนานวัวชนสัตว์สายพันธุ์นักสู้แห่งภาคใต้ และบริบทตำนานทางความเชื่อ.** กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย

ณรงค์ แก้วเฉย และผกาพรรณ สกุลมั่น. (2543). “สนามกีฬาชนวัว”,**ในวัวชนกับคนใต้.** กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2554). **นักเลงใต้และนักเลงในวัฒนธรรมการเมืองไทย.** มหาวิทยาลัยทักษิณ

นันทิยา หุตานุวัตรและณรงค์หุตานุวัตร. (2547). **กรมพัฒนาองค์กรชุมชน.** กรุงเทพมหานคร : สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน).

ปนัดดา ทองศรีจันทร์.(2549). “กฎ กติกา กีฬาชนวัว,ในวัวชนกับคนใต้”. กรุงเทพฯมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มณีรัตน์ ปิ่นวิเศษ. (2543). **ชีวิตและวัฒนธรรมไทย.** กรุงเทพ : สำนักพิมพ์เอมพันธ์จำกัด,2543

วิเชียร ณ นคร.”ชนวัว,”ใน สารานุกรมวัฒนธรรมภาคใต้. (2542). เล่มที่ 4. 2542. 1871.

วิมลมาศ ปฤชากุล. (2550). “อัตลักษณ์ของชนบทใต้”.กรุงเทพฯ : อรุณการพิมพ์.

อาคม เดชทองคำ. (2543). **หัวเชือกวัวชน.** กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย

เอมอร กฤษณะรังสรรค์. (2551).”ทักษะการสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น”.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของสำนักการระบายน้ำกรุงเทพมหานคร

THE RELATIONSHIP BETWEEN QUALITY OF WORK LIFE AND THE ACHIEVEMENT OF THE RESULT ORIENTATION OF THE DEPARTMENT OF DRAINAGE AND SEWERAGE OF BANGKOK METROPOLITAN ADMINISTRATION

ประพันธ์ คำชัยวงศ์

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรรัฐประสานศาสตร์มหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษา ด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : pk599@hotmail.com

รังสรรค์ อินทน์จันทน์

อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประสานศาสตร์มหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : rungsun_injun@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากร และผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของสำนักการระบายน้ำกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของสำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานคร 3)ศึกษาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานให้แก่บุคลากรของสำนักการระบายน้ำ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงผสมโดยการนำการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมาใช้ร่วมกัน การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือข้าราชการและลูกจ้างสำนักการระบายน้ำกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาจากสูตรของทาโร่ ยามาเน กำหนดความเชื่อมั่น 95%และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วนของจำนวนประชากร เครื่องมือการวิจัยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพชีวิตการทำงาน ผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงาน และข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผ่านการตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน แล้วนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบัคและมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.893 การวิจัยเชิงคุณภาพและดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงโดยพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญในหน่วยงานดังนี้ 1) ผู้กำหนดนโยบาย 1 ท่าน 2) ผู้ปฏิบัติหน้าที่เป็นหัวหน้างาน 3 ท่าน 3) ผู้ปฏิบัติงาน 12 ท่าน รวมทั้งสิ้น 16 ท่าน โดยสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล และสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ โดยผู้ให้ข้อมูลจะต้องมีอายุงานมากกว่า 5ปีและจบการศึกษาระดับ

ปริญญาตรีขึ้นไป การรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยขอหนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม พร้อมแบบสอบถามไปถึงสำนักการระบายน้ำกรุงเทพมหานครเพื่อขออนุญาตจัดเก็บข้อมูลโดยผู้วิจัยไปเก็บข้อมูลด้วยตนเอง การจัดการและวิเคราะห์ข้อมูล 1)การวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม นำไปลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้แล้วนำมาบันทึกลงเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลข้อมูลซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์และวิเคราะห์ข้อมูล (SPSS : Statistical Package for the Social Science for Windows) สถิติที่ใช้คือสถิติพรรณนาได้แก่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อสรุปและอธิบายของตัวแปร และสถิติอนุมานได้แก่การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2)การวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยนำข้อมูลจากการจดบันทึกและบันทึกเสียงจาการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์จากกลุ่มตัวอย่างมาตรวจสอบความสมบูรณ์และเรียบเรียงในรูปแบบของข้อความ ทำการวิเคราะห์และจัดแยกประเด็นตามกลุ่มของข้อมูล พิจารณาตีความข้อมูลโดยเปรียบเทียบกับทฤษฎีหลักที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ สรุปข้อมูลที่ได้และนำไปเปรียบเทียบทีละประเด็นจากนั้นนำไปอภิปรายผลข้อมูลตามทฤษฎีและปรากฏการณ์เพื่อสร้างข้อสรุปและข้อเสนอแนะ ผลการวิจัย 1)คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีเรื่องหน่วยงานให้เงินพิเศษที่นอกเหนือจากเงินเดือนปกติ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 2) ผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของสำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีด้านการปฏิบัติการป้องกัน และแก้ไขเหตุการณ์น้ำท่วม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3) โดยภาพรวมคุณภาพชีวิตการทำงานมีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของสำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานคร ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยคุณภาพชีวิตการทำงานด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ การปฏิบัติงานของสำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานครมากที่สุด

คำสำคัญ : คุณภาพชีวิตการทำงาน, ผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงาน, สำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานคร

ABSTRACT

The purposes of this research are 1) to study the quality of working life of personal and the achievement of the result orientation of the Department of Drainage and Sewerage of the BMA 2) to study the relationship between the quality of working life and the achievement of the result orientation of the Department of Drainage and Sewerage of the BMA 3) to study process for improving the quality of working life of the people of the Department of Drainage and Sewerage. The research methodology is 1) quantitative research, the samples are officials and employees in the Department of Drainage and Sewerage of the BMA by considering the formula of Taro Yamane ; Reliability is 95% , using questionnaire for collecting personal information, quality of work life, achievement of result orientation and suggestions of the respondents and 2) Qualitative Research, data collection from a policymaker, 3) 3 supervisors and 12 officers with in-depth interview and formal interviews. The Results are 1) overall of the quality of working life in the Department of Drainage and Sewerage of the BMA is in moderate level which incentive income is to normal salary that has the most mean,

2) overall of the result orientation of Department of Drainage and Sewerage of the BMA is in high level which the operations of protections and correct the flood problem has the most mean and 3) overall of the quality of working life has the relationship with the achievement of the result orientation of the Department of Drainage and Sewerage of the BMA is in high level of statistical significance which the quality of working life in the developing the capacity of the officers has the most achievement of the performance of the achievement of the result orientation in.

KEYWORD: Quality of work life, Result orientation, Department of Drainage and Sewerage of Bangkok Metropolitan Administration

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการบริหารคือ “ทรัพยากรมนุษย์” หากองค์การใดมีบุคลากรที่มีความพร้อมและมีความเต็มใจที่จะปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ ย่อมมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับแนวนโยบายในการบริหารประเทศ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 เป็นแผนยุทธศาสตร์ที่ชี้การพัฒนาประเทศที่มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องในด้านแนวคิดที่ “เน้นคนที่เป็นศูนย์กลางหรือจุดมุ่งหมายหลักของการพัฒนา” ในทุกมิติอย่างเป็นองค์รวม และให้ความสำคัญกับการสร้างระบบบริหารจัดการภายในให้เกิดขึ้นในทุกระดับอันจะทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนที่มี “คน” เป็นศูนย์กลางได้อย่างแท้จริง ปัจจุบันแม้ว่ากระแสการตื่นตัวในการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์จะมีมากขึ้น แต่เป็นการให้ความสำคัญกับการสรรหาคนเก่งคนดีสำหรับองค์การมากกว่าที่จะมีการลงทุนเพื่อการพัฒนาบุคลากรสำหรับองค์การเองทำให้บุคลากไม่มีความผูกพันต่อองค์การ แต่หากองค์การให้ความสำคัญต่อบุคลากรโดยการพัฒนาส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีมีความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงานก็จะเกิดความผูกพันเกิดความรักและมีความจงรักภักดีต่อองค์การก็จะส่งผลให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน และเกิดผลสัมฤทธิ์ของงานมากขึ้น

2. ทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตการทำงาน ได้แก่ ทัศนา แสวงหา(2549: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาคุณลักษณะที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี และปราณี กมลทิพยกุล (2553,หน้า 95-97) ศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตการทำงานกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ยูเซ็น แอร์ แอนด์ ซี เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานได้แก่เสาวภาคย์ ดีวาจา (2529,หน้า 183-186) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานส่งเสริมการเกษตรของบริษัทเอกชน และสุรพงษ์ ภิญโยภาพ (2546, หน้า 70-75) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน และ Pearce and Gregersen (1991: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมนอกเหนือจากบทบาทหน้าที่ ซึ่งพนักงานเต็มใจที่จะทำเพื่อองค์การ โดยถือว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของพฤติกรรมเพื่อองค์การ

3. กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ คือคุณภาพชีวิตการทำงาน และตัวแปรตาม คือผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงาน

4.สมมติฐานการวิจัย

1. ระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากร และผลสัมฤทธิ์ของการปฏิบัติงานของสำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลาง

2. ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของสำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญ

5. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากร และผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของสำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานคร

2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากร กับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของสำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานคร 3) ศึกษาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานให้แก่บุคลากรของสำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานคร

6. นิยามศัพท์

1. บุคลากร หมายถึง ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ และลูกจ้างชั่วคราว สังกัดสำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2555

2. คุณภาพชีวิตการทำงาน หมายถึง 1) การได้รับผลตอบแทนที่เพียงพอและเป็นธรรม 2) สภาพการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ 3) การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรสำนักการระบายน้ำ 4) ความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน 5) การส่งเสริมและบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน 6) การปฏิบัติตามกฎระเบียบของกฎหมายและสังคม 7) ภาวะอิสระจากงาน 8) การเกี่ยวพันทางสังคม

3. ผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงาน หมายถึงแผนการปฏิบัติงานของสำนักการระบายน้ำ พ.ศ. 2555 ได้แก่ 1) การควบคุมดูแลและบำรุงรักษาท่อระบายน้ำ คู คลอง รวมทั้งสิ่งก่อสร้างอื่นๆที่เกี่ยวกับการระบายน้ำ 2) การพัฒนา ก่อสร้าง และปรับปรุง ท่อระบายน้ำ คู คลอง รวมทั้งสิ่งก่อสร้างอื่นๆที่เกี่ยวกับการระบายน้ำ 3) การปฏิบัติการป้องกัน และแก้ไขเหตุการณ์น้ำท่วมกรุงเทพมหานครประจำปี 4) การควบคุมดูแลการปฏิบัติการและบำรุงรักษาโรงงานบำบัดน้ำเสียต่างๆในเขตกรุงเทพมหานคร 5) การวางโครงการและแผนระยะสั้น แผนระยะปานกลาง และแผนระยะยาว สำหรับการระบายน้ำ ป้องกันน้ำท่วมและบำบัดน้ำเสีย 6) การเป็นหน่วยงานวิชาการที่กำหนดมาตรฐาน และออกแบบสิ่งก่อสร้างต่างๆที่เกี่ยวกับการระบายน้ำ 7) การดำเนินการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับระบบป้องกันน้ำท่วมในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากเครือข่ายซึ่งตั้งอยู่ที่สถานีบังคับน้ำต่างๆ กระจายอยู่ทั่วพื้นที่กรุงเทพมหานครผ่านเครือข่ายสื่อสารด้านคอมพิวเตอร์และเครือข่ายสื่อสารจากการรายงานของผู้ปฏิบัติการ รวมทั้งแผนปฏิบัติงานสำหรับการป้องกันน้ำท่วม

7. วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงผสม (Mixed Methods Research) โดยนำการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาใช้ร่วมกัน โดยให้ความสำคัญกับตัวเลข กรอบแนวความคิด ทฤษฎี สมมติฐาน รวมทั้งให้ความสำคัญกับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire)

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่างคือบุคลากรสำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานคร จำนวน 5,825 คนโดยพิจารณาจากสูตรของทาโร ยามาเน กำหนดให้มีความเชื่อมั่น 95% จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 374 คน และสำรองกลุ่มตัวอย่างเพื่อกันความผิดพลาด 5% จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 19 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 393 คน เพื่อใช้ในเก็บข้อมูลจริง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) ตามบุคลากร ของแต่ละหน่วยงาน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 1 ชุด แบ่งเป็น 3 ส่วนคือ 1) ข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระยะในเวลาการปฏิบัติงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน หน่วยงานที่สังกัด 2) คุณภาพชีวิตการทำงาน มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ของลิเคอร์ด (Likert's Scale) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยดัดแปลงมาจากแนวคิดคุณภาพชีวิตการทำงานของ Walton (1973) 3) ผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของสำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามสร้างขึ้นจากแผนปฏิบัติราชการประจำปี พ.ศ. 2555 4) ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องและปรับปรุงแก้ไข นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้เพื่อหาความเชื่อมั่น โดยวิธีการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบัค และได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.893 แล้วจึงนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองต่อไป และผู้วิจัยได้จัดการข้อมูลปฐมภูมิโดยตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ และนำไปลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้จากนั้นนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป (SPSS : Statistical Package for the Social Science for Windows) เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์และทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการตามวิธีการทางสถิติ 1) สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 2) สถิติอนุมาน (Inference Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยกำหนดแบบสัมภาษณ์เพื่อ 1) ศึกษาระดับของคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรและผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของสำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาระดับความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรและผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของสำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานคร และดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงโดยพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญในหน่วยงานดังนี้ 1) ผู้กำหนดนโยบาย 1 ท่าน 2) ผู้ปฏิบัติหน้าที่เป็นหัวหน้างาน 3 ท่าน 3) ผู้ปฏิบัติงาน 12 ท่าน รวมทั้งสิ้น 16 ท่าน ด้วยการใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล และสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ โดยผู้ให้ข้อมูลจะต้องทำงานในสำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานคร มามากกว่า 5 ปี และจบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการจดบันทึกและบันทึกเสียงจากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์จากกลุ่มตัวอย่างมาตรวจสอบความสมบูรณ์และเรียบเรียงในรูปแบบของข้อความ และทำการวิเคราะห์และจัดแยกประเด็น

ตามกลุ่มของข้อมูล พิจารณาตีความข้อมูลโดยเปรียบเทียบกับทฤษฎีหลักที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ สรุปข้อมูลที่ได้และนำไปเปรียบเทียบทีละประเด็นจากนั้นนำไปอภิปรายผลข้อมูล ตามทฤษฎีและปรากฏการณ์เพื่อสร้างข้อสรุปและข้อเสนอแนะ

8. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30-40 ปี ร้อยละ 36.90 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 59.30 มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 50.40 ระยะเวลาปฏิบัติงาน 11 ปีขึ้นไป ร้อยละ 52.90 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 61.10 และปฏิบัติงานที่กองระบบคลอง ร้อยละ 32.60 คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรโดยภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานโดยภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก และความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานโดยภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยคุณภาพชีวิตการทำงานด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานมากที่สุด

9. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาครั้งนี้สามารถนำมาอภิปรายผลดังนี้ 1) คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรด้านการได้รับผลตอบแทนที่เพียงพอและเป็นธรรม พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีข้อหน่วยงานมีการให้เงินพิเศษอื่นๆ ที่นอกเหนือจากเงินเดือนปกติมีค่าสูงสุดซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่พบว่า เงินเดือนและค่าครองชีพที่ได้รับมีความยุติธรรมตามมาตรฐานของระบบราชการ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของWalton (1973,p. 12-16) ที่ได้กล่าวว่าการได้รับผลตอบแทนที่เพียงพอและเป็นธรรม (Adequate and Fair Compensation) คือ การที่ผู้ปฏิบัติงานนั้นได้รับผลตอบแทนจากการทำงาน เงินเดือนและผลประโยชน์เกื้อกูลอื่น ๆ ที่ได้รับจะต้องเพียงพอต่อการดำรงชีวิต และสอดคล้องกับมาตรฐานทางสังคม เป็นค่าตอบแทนที่ได้รับความยุติธรรม เมื่อเปรียบเทียบกับตำแหน่งของตนกับตำแหน่งอื่นที่มีลักษณะงานคล้ายคลึงกัน ทั้งนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับผลวิจัยของอธิวัฒน์ ปรังประโคน (2546,หน้า 112-115) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัดโดยพบว่า ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอของพนักงานอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน 2) คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ อยู่ในระดับมาก คือ ข้อลักษณะงานมีความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายและพื้นที่ปฏิบัติงานโดยปกติอยู่ในสถานที่ที่มีมลภาวะซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่พบว่า การทำงานส่วนใหญ่ต้องทำงานกับน้ำซึ่งเน่าเสีย และต้องทำงานเกี่ยวข้องกับเครื่องจักรเครื่องทุ่นแรงต่างๆข้อมูลการวิจัยปรากฏผลดังกล่าวเป็นเพราะว่าสถานที่ปฏิบัติงานส่วนใหญ่เป็นงานภาคสนาม สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ดังนั้นสำนักการระบายน้ำ จึงได้จัดให้มีอุปกรณ์และมาตรการเพื่อความปลอดภัยต่างๆ รวมถึงการตรวจรักษาสุขภาพประจำปี ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของWalton (1973,p. 12-16)ที่ได้กล่าวไว้ว่าสภาพการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ (Safe and Healthy Environment) คือ ผู้ปฏิบัติงานควรที่จะอยู่ในสภาพแวดล้อมของการทำงานที่มีความเสี่ยงต่อสุขภาพและอันตรายน้อยที่สุด ไม่เป็นอันตรายต่อ

ร่างกายและจิตใจของพนักงานและควรที่จะกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัย ทั้งนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับผลวิจัยของบุญจิรา ปั่นทอง (2546 ,หน้า 74-81)ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับผลการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา พบว่า บุคลากร มีคุณภาพชีวิตการทำงาน ด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน 3) คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากร ด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ปฏิบัติงาน พบว่า อยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อหน่วยงานได้ส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานมีค่าสูงสุดซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่พบว่า สำนักการระบายน้ำได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างมากเนื่องจากมีผลต่อผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของWalton (1973,p. 12-16)ที่ได้กล่าวว่า การพัฒนาศักยภาพของผู้ปฏิบัติงาน (Development of Human Capacities) หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องกับงานทั้งหมด มิใช่การแยกส่วนเฉพาะงานใดงานหนึ่ง ควรที่จะให้โอกาสในการพัฒนาทักษะความรู้ของผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งมีผลต่อความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองและความรู้สึกท้าทายในงาน ให้พนักงานมีอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ สามารถควบคุมงานด้วยตัวเองได้ ทั้งนี้สอดคล้องกับผลวิจัยของบุญจิรา ปั่นทอง (2546,หน้า 74-81) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับผลการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา พบว่าบุคลากร มีคุณภาพชีวิตการทำงาน ด้านการพัฒนาความสามารถของบุคคล อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน 4) คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก คือ ลักษณะงานมีความมั่นคงในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่พบว่า งานสำนักการระบายน้ำเป็นงานราชการดังนั้นจึงมีความมั่นคงในระยะยาว ข้อมูลการวิจัยปรากฏผลดังกล่าวเป็นเพราะว่า ทุกหน่วยงานราชการจัดให้มีการสอบเลื่อนตำแหน่งอย่างเปิดกว้างทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกันในการแข่งขัน การที่จะให้ออกจากราชการนั้นก็ต้องเป็นไปตามกฎระเบียบ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของWalton (1973,p. 12-16)กล่าวว่า ความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน (Growth and Security) คือ การมุ่งส่งเสริมการพัฒนาความสามารถของผู้ปฏิบัติงานมากกว่าปล่อยให้เป็นคนล้าหลัง ได้รับการเตรียมความรู้และทักษะเพื่อหน้าที่ที่สูงขึ้น เปิดโอกาสให้มีความก้าวหน้าและมีความมั่นคงในอาชีพและงานที่ได้รับพัฒนาการและการเจริญเติบโตในตำแหน่งหน้าที่มีความสัมพันธ์อย่างแยกไม่ออก ทั้งนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับผลวิจัยของอธิวัฒน์ ปรังประโคน (2546:หน้า 112-115) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทโตโยต้ามอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด พบว่า พนักงานมีคุณภาพชีวิตการทำงานด้านโอกาสในความเจริญก้าวหน้าและมีความมั่นคงในการทำงานในระดับปานกลาง 5) คุณภาพชีวิตการทำงานด้านการส่งเสริมและบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีข้อหน่วยงานมีกิจกรรมเพื่อสร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานมีค่ามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่พบว่า การทำงานของสำนักการระบายน้ำส่วนใหญ่ต้องมีการประสานความร่วมมือจากหลายหน่วยงาน มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ข้อมูลการวิจัยปรากฏผลดังกล่าวเป็นเพราะว่า สำนักการระบายน้ำมีวัฒนธรรมองค์การในลักษณะความสามัคคีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของWalton (1973,p. 12-16)ได้กล่าวไว้ว่า การส่งเสริมและบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน (Social Integration) หมายถึง ความสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลในองค์การ และเป็นงานช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น ๆ ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการ (Formal) และไม่เป็น

ทางการ (Informal) สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ บุญจิรา ปั่นทอง (2546,หน้า 74-81) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับผลการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตศรีราชา พบว่า บุคลากร มีคุณภาพชีวิตการทำงาน ด้านบูรณาการทางสังคม อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน 6) คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบของกฎหมายและสังคม พบว่า อยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าอยู่ในระดับมาก คือข้อ ท่านปฏิบัติตามระเบียบของหน่วยงานได้โดยสะดวกซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่พบว่า กฎระเบียบของหน่วยงานนั้นเกิดจากการที่บุคลากรทุกคนร่วมกันแสดงความคิดเห็นและตั้งขึ้นมา ดังนั้นการที่ปฏิบัติตามกฎระเบียบนั้นๆจึงกระทำได้โดยง่ายและสะดวก ข้อมูลการวิจัยปรากฏผลดังกล่าวเป็นเพราะว่าหน่วยงานได้ให้บุคลากรทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของWalton (1973,p. 12-16) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การปฏิบัติตามกฎระเบียบของกฎหมายและสังคม (Constitutionalism) เกณฑ์ในข้อนี้มุ่งให้องค์การคำนึงถึงแนวคิดในเรื่องการปฏิบัติที่ยึดกฎหมายเป็นหลัก จะต้องให้ความสำคัญแก่บุคคลอย่างเท่าเทียมกัน โดยผู้ปฏิบัติงานควรได้สิทธิอะไรบ้าง และจะปกป้องสิทธิของตนได้อย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมองค์การนั้นๆ ทั้งยังจะต้องให้เกียรติแก่พนักงานในเรื่องสิทธิส่วนบุคคล สอดคล้องกับผลวิจัยของบุญจิรา ปั่นทอง (2546,หน้า 74-81)ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับผลการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตศรีราชา พบว่า บุคลากร มีคุณภาพชีวิตการทำงาน ด้านระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน 7) คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรด้านอิสระจากงาน พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อ ท่านสามารถจัดสรรเวลาให้กับหน่วยงานและครอบครัวได้อย่างเหมาะสม มีค่ามากสุด ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่พบว่าการทำงานใช้การสลับเวลาการทำงาน ข้อมูลการวิจัยปรากฏผลดังกล่าวเป็นเพราะว่า เนื่องด้วยลักษณะงานของสำนักการระบายน้ำที่ต้องทำงานตลอดเวลา 24 ชม. ดังนั้นจึงต้องจัดรูปแบบการทำงานของบุคลากรเป็นการสลับเวลากันทำงาน ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของGordon(1993,p. 632-633)ที่กล่าวว่า คุณภาพชีวิตการทำงานเป็นกระบวนการหนึ่งในการทำงานให้มีความน่าสนใจ (Job Enrichment) และเข้าใจถึงพฤติกรรมเพื่อที่จะนำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพของสภาพการปฏิบัติงาน เพื่อที่จะมั่นใจได้ว่ามีการจ่ายผลตอบแทนอย่างเพียงพอและยุติธรรม มีสภาพการทำงานที่ปลอดภัยและมั่นคง มีการพัฒนาศักยภาพการเจริญเติบโตของบุคลากร มีปฏิสัมพันธ์กันทางสังคมในที่ทำงาน มีความชอบธรรมส่วนบุคคล มีความสอดคล้องต้องกันระหว่างการทำงานและช่วงเวลาส่วนตัว และมีความภาคภูมิใจในองค์การของตน สอดคล้องกับผลวิจัยของบุญจิรา ปั่นทอง (2546,หน้า 74) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับผลการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตศรีราชา พบว่า บุคลากร มีคุณภาพชีวิตการทำงาน ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน 8) คุณภาพชีวิตการทำงานด้านความเกี่ยวพันทางสังคม พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อภารกิจของหน่วยงานมีคุณประโยชน์ต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนมีค่ามากสุดซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่พบว่า สำนักการระบายน้ำมีหน้าที่ดูแลและบริหารจัดการน้ำ ซึ่งได้แก่การดูแลป้องกันและแก้ไขปัญหาน้ำท่วม การบำบัดน้ำเสีย การดูแลรักษาคูคลองและแหล่งน้ำต่างๆ และหน้าที่นี้ส่งผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ข้อมูลการวิจัยปรากฏผลดังกล่าวเป็นเพราะว่าภารกิจหลักของสำนักการระบายน้ำคือรับผิดชอบการปฏิบัติการป้องกัน แก้ไขปัญหาน้ำท่วม และจัดการคุณภาพน้ำในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของที่Walton (1973,p. 12-16)ได้กล่าวไว้ว่า ความเกี่ยวพันทางสังคม (Socially Relevance) คือ การที่

พนักงานรู้สึกและยอมรับว่าองค์การที่ตนปฏิบัติอยู่นั้นมีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่าง ๆ ทั้งการผลิต การจำกัดของเสีย การรักษาสภาพแวดล้อม การปฏิบัติเกี่ยวกับการจ้างงาน และเรื่องอื่นซึ่งก่อให้เกิดการเพิ่มคุณค่าความสำคัญของงานและอาชีพของผู้ปฏิบัติงาน ทั้งนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับผลวิจัยของอธิวัฒน์ ปรังประโคน (2548,หน้า112-115) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด พบว่า พนักงานมีคุณภาพชีวิตการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูงเช่นกัน 9) ระดับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของสำนักการระบายน้ำกรุงเทพมหานคร พบว่ามีผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดคือด้านการปฏิบัติการป้องกัน และแก้ไขเหตุการณ์น้ำท่วม ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่พบว่าการปฏิบัติการป้องกัน และแก้ไขเหตุการณ์น้ำท่วมเป็นภารกิจหลักของสำนักการระบายน้ำ ดังนั้นจึงได้ดำเนินการในด้านต่างๆ เพื่อให้ภารกิจลุล่วง ข้อมูลการวิจัยปรากฏผลดังกล่าวเป็นเพราะว่า สำนักการระบายน้ำมีการบริหารจัดการระบบงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สามารถจัดสรรทรัพยากรในการทำงานได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Emerson (1913 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์:2545) ได้กล่าวว่า ประสิทธิภาพจะเน้นที่ การจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสมและขจัดความสูญเปล่า โดยยอมรับการบริหารจัดการแบบวิทยาศาสตร์และให้ความสำคัญที่โครงสร้างและเป้าหมายขององค์การ (Organization’s structure and its goals) เป็นสำคัญ และสอดคล้องกับผลวิจัยของภูวดล วงศ์รัตน์ (2551,หน้า 79)ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตของจังหวัดเพชรบุรี พบว่าพนักงานมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 10) ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานของสำนักการระบายน้ำกรุงเทพมหานครพบว่า มีความสัมพันธ์ อยู่ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อมูลการวิจัยปรากฏผลดังกล่าวเป็นเพราะว่า สำนักการระบายน้ำให้ความสำคัญกับบุคลากร จึงได้มีการพัฒนาศักยภาพ เพิ่มความสามารถในการทำงานมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Hackman and Suttle (1977,p. 14)เสนอว่าคุณภาพชีวิตการทำงานเป็นสิ่งที่สนองความผาสุกและความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานของทุก ๆ คน ในองค์การ การมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีนอกจากจะมีส่วนทำให้บุคลากรมีความพึงพอใจแล้ว ยังอาจส่งผลต่อความเจริญรุ่งเรืองด้านอื่นๆ เช่น ความเจริญรุ่งเรืองทางด้านสภาพเศรษฐกิจและสังคม หรือผลผลิตในด้านต่าง ๆ และสิ่งที่สำคัญคุณภาพชีวิตการทำงานจะนำไปสู่ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์การอย่างเหนียวแน่นได้ นอกจากนี้ยังช่วยลดอัตราการขาดงาน การลาออก และอุบัติเหตุให้ลดน้อยลง ขณะที่ประสิทธิผลขององค์การในแง่ของขวัญและกำลังใจ ความพึงพอใจในงาน ตลอดจนคุณภาพและปริมาณของผลผลิตเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับผลวิจัยของภูวดล วงศ์รัตน์ ที่ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตของจังหวัดเพชรบุรีโดยพบว่า คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานมีความสัมพันธ์ทางบวกโดยรวมและรายด้านกับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

10. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของบุคลากรสำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานครเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตและการปฏิบัติงาน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ เพื่อให้บุคลากรสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เพื่อนำผลการวิจัยมาปรับปรุงการทำงานต่อไป

2. ควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่อาจมีความสัมพันธ์หรืออาจส่งผลกับประสิทธิภาพและประสิทธิผลการทำงานของบุคลากรสำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานครในด้านต่าง ๆ เช่น ขวัญและกำลังใจ แรงจูงใจ ความเครียด ความผูกพันต่อองค์การ บรรยากาศองค์การ วัฒนธรรมองค์การ และภาวะผู้นำ เป็นต้น เพื่อช่วยเพิ่มความเข้าใจในตัวแปรที่สามารถส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรสำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานครในด้านต่าง ๆ เพื่อที่ผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องจะได้สามารถนำมาปรับใช้ สามารถนำข้อเสียที่มีอยู่ในองค์การมาปรับปรุงคุณภาพ เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากตัวแปรต่าง ๆ ได้อย่างเต็มที่ และเพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

11.รายการอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). **การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร:** ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คณะกรรมการอำนวยงานพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน. (2547). **รายงานคุณภาพชีวิตของคนไทย จากข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) ปี 2547.** กรุงเทพมหานคร: กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.

จักรวาล นภากาศ,ด.ต.(2553) **ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ สถานีตำรวจนครบาลหนองค้างพลู.** วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ณัฏฐ์กฤตา อภิโชติภพนิพิฐ. (2552). **ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับแรงจูงใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ศึกษาเฉพาะกรณีพนักงานของ บริษัท ไทยตาบูชิ อิเล็คทริค จำกัด.** วิทยานิพนธ์ศิลปะศาสตร์มหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2544). **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย.** กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาการวัดผลและวิจัยการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ภูวดล วงศ์รัตน์. (2551). **ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตของจังหวัดเพชรบุรี.** รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2555). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555–2559).** กรุงเทพมหานคร: สหมิตรพริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

สุรพงษ์ ภิญโยภาพ. (2546). **ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน ผลจากการศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตการทำงาน และความผูกพันองค์การ ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน.** วิทยานิพนธ์ (วท.ม. (เทคโนโลยีการบริหาร) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Certo, S.C. (2000**). Modern Management.** New Jersey: Prentice – Hall.

Delamotte Yves and Takezawa Shin-ichi. (1984**). Quality of Working Life In International Perspective. Swizerland :** International Labour Organization.

Walton, R. E. (1973). **Quality of Working Life: What is it?. Slone Management Review,** 15, 11-21

ความสัมพันธ์ระหว่างแบบของภาวะผู้นำของนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับผลการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

THE CORRELATION BETWEEN LEADERSHIP STYLE AND GOOD GOVERNANCE OF LOCAL GOVERNMENT IN MUENG DISTRICT, NONGKHAI PROVINCE

พระมหาสมพงษ์ ก่องขันธ์

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

E-mail : somphong9_@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1)เพื่อศึกษาแบบของภาวะผู้นำของนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2)เพื่อศึกษาระดับการบริหารงานตามหลักหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 3)เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแบบของภาวะผู้นำกับผลการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหาเพื่อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล คือ บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย แห่งละ 10 คน รวม 160 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.94 สถิติสำหรับวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียรสัน (Pearson Product Moment Correlation) ผลการวิจัย พบว่า 1)แบบของภาวะผู้นำของนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ผู้นำแบบประชาธิปไตย ผู้นำแบบตามสบายหรือแบบเสรี และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ผู้นำแบบเผด็จการ 2) การบริหารงานตามหลักหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย โดยรวมและรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับสูง เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ หลักความคุ้มค่า หลักความรับผิดชอบ หลักการมีส่วนร่วม หลักคุณธรรม หลักนิติธรรม และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ หลักความโปร่งใส 3)ภาวะผู้นำแบบเผด็จการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการดำเนินงานตามหลักธรรมมาภิบาลส่วน ภาวะผู้นำแบบประชาธิปไตยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการดำเนินงานตามหลักธรรมมาภิบาล และภาวะผู้นำแบบตามสบายหรือแบบเสรีไม่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานตามหลักธรรมมาภิบาล ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

ความสำคัญ : ความสัมพันธ์ระหว่างแบบของภาวะผู้นำของนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น , ผลการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ABSTRACT

This research aims 1) to study the leadership of Prime subdivision. 2) to examine the level of administration according to the principles of good governance of the organization.And looking for suggestions on how to promote administration according to the principles of good governance. Organization In the city Nong Khai Data were collected from a sample of staff on duty.Muang District Nong Khai Province of up to 10 people, including 160 of the instruments used for data collection was a questionnaire scale. A confidence value equal to 0.94 For statistical analysis including frequency (frequency), percentage (percentage), average (mean) and standard deviation (standard deviation) and Pearson correlation (pearson product moment correlation). The research, 1)The leadership of the Chairman of a local government organization in Nong Khai province district average sort descending as follows: The leader, the democratic leadership, in the casual or non-free trade area and the least of all the average. 2)The management in accordance with good governance principle of a local government organization in the district of Bangkok, in the province of Nong Khai and overall found that the high-level, in order to average at least as follows: From the main responsibility for value for money.Integrity and the rule of law. The average minimum is a transparent 3)There is a ruthless dictator leadership negative relationship with the operation in accordance with the Dhamma, and good governance, democratic leadership has a positive relationship with the operation in accordance with good corporate governance principle.of the local government district in Nong Khai province.

KEYWORDS : The relationship between the leadership of the prime local governments, the administration of the principles of good governance of local government

บทนำ

ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างแบบของภาวะผู้นำของนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับผลการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลสำหรับผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องสำหรับนำไปวางแผนกำหนดนโยบายการบริหารในด้านต่างๆภายในองค์การให้มีความสอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาลและสามารถเป็นหลักการเพื่อการอยู่ร่วมกันในบ้านเมืองและสังคมอย่างมีความสงบสุขเป็นแนวทางสำคัญในการจัดระเบียบในสังคมทั้งภาครัฐภาคธุรกิจเอกชนและภาคประชาชนจะทำให้สังคมมีความยุติธรรมมีความโปร่งใสและสร้างความมีส่วนร่วมอันเป็นคุณลักษณะสำคัญของศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์และการปกครองแบบประชาธิปไตยรวมถึงความสามัคคีและรวมกันเป็นพลังก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นตัวอย่างที่ดีแก่อำเภออื่นๆ ได้เป็นอย่างดี

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับแบบของภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น โดยใช้กรอบแนวคิดของ Lewin, Lippit and White อ้างถึงใน วิโรจน์ สารรัตนะ (2542 : 107) และกรอบแนวคิดการบริหารแบบธรรมาภิบาลตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. 2546 : 1- 90) 6 ด้าน ดังนี้ จึงเขียนเป็นผังมโนทัศน์ดังนี้

ตัวแปรกลุ่ม 1

แบบของภาวะผู้นำของนายกองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น

1. ผู้นำแบบเผด็จการ
2. ผู้นำแบบประชาธิปไตย
3. ผู้นำแบบตามสบายหรือแบบเสรี

ตัวแปรกลุ่ม 2

การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ได้แก่

1. หลักนิติธรรม
2. หลักคุณธรรม
3. หลักความโปร่งใส
4. หลักการมีส่วนร่วม
5. หลักความรับผิดชอบ
6. หลักความคุ้มค่า

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแบบของภาวะผู้นำของนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

2. เพื่อศึกษาระดับการบริหารงานตามหลักหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแบบของภาวะผู้นำกับผลการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

4. เพื่อเสนอข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลองค์องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างแบบของภาวะผู้นำของนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับผลการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตไว้ดังนี้

1. พื้นที่ศึกษา คือ พื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย จำนวนทั้งหมด 8 เทศบาล และ 8 ตำบล จำแนกตามรายชื่อของหน่วยงาน ได้ดังนี้ เทศบาลเมืองหนองคาย เทศบาลตำบลหนองสองห้อง เทศบาลตำบลเวียงคุก เทศบาลตำบลโพธิ์ชัย เทศบาลตำบลหาดคำ เทศบาลตำบลวัดธาตุ เทศบาลตำบลบ้านเดื่อ เทศบาลตำบลกวนวัน เทศบาลตำบลปะโค อบต. ค่ายบกหวาน อบต.หินโงม อบต. หนองกอมเกาะ อบต. สีกาย อบต. พระธาตุบังพวน อบต. เมืองหมี และอบต. โพนสว่าง

2. ขอบเขตด้านประชากรเป้าหมาย ประกอบด้วย

1. ขอบเขตด้านประชากรเป้าหมาย ประกอบด้วย

การกำหนดขอบเขตของประชากรเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแทนประชากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่จะให้ข้อมูล เป็นแบบเจาะจงและเลือกสุ่ม ซึ่งจะเลือกเทศบาลตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล ๆ ละ 10 คน จำแนกได้ดังนี้

1. กลุ่มประชากรที่เลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วย

1. นายก	จำนวนแห่งละ	1	คน
2. รองนายก	จำนวนแห่งละ	1	คน
3. เลขานุการนายก	จำนวนแห่งละ	1	คน
4. ประธานสภา	จำนวนแห่งละ	1	คน
5. เลขานุการสภา	จำนวนแห่งละ	1	คน
6. ปลัด อปท.	จำนวนแห่งละ	1	คน

2. กลุ่มประชากรที่เลือกแบบวิธีการสุ่ม ประกอบด้วย

1. ตัวแทนกรรมการสภา	เลือกมา	1	คน
2. ตัวแทนหัวหน้าส่วนราชการ	เลือกมา	1	คน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของประชากรเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแทนองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นที่จะให้ข้อมูล เทศบาล และ อบต.แห่งละ 10 คน ซึ่ง เทศบาล และ อบต. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย มีจำนวน 16 แห่ง ดังนั้น ประชากรเป้าหมายที่จะให้ข้อมูล รวมเป็นจำนวน 160 คน

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างแบบของภาวะผู้นำของนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับผลการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ประกอบไปด้วย

ตัวแปรกลุ่ม 1 คือ รูปแบบของภาวะผู้นำของนายกองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นซึ่งผู้วิจัยใช้แนวคิดของลิปปิทท์ (Lippitt) แบ่งประเภทของผู้นำตามลักษณะของการบริหารงานเป็น 3 ประเภทได้แก่

1. ผู้นำแบบเผด็จการ
2. ผู้นำแบบประชาธิปไตย
3. ผู้นำแบบตามสบายหรือแบบเสรี

ตัวแปรกลุ่ม 2 คือ การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ได้แก่

1. หลักนิติธรรม	2. หลักคุณธรรม
3. หลักความโปร่งใส	4. หลักการมีส่วนร่วม
5. หลักความรับผิดชอบ	6. หลักความคุ้มค่า

วิธีดำเนินการวิจัย

1.ประชากร / กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัย

การกำหนดขอบเขตของประชากรเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแทนประชากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่จะให้ข้อมูล เป็นแบบเจาะจงและเลือกสุ่ม ซึ่งจะเลือกเทศบาลตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล ๆ ละ 10 คน จำแนกได้ดังนี้

1. กลุ่มประชากรที่เลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วย

1. นายก	จำนวนแห่งละ	1	คน
2. รองนายก	จำนวนแห่งละ	1	คน
3. เลขานุการนายก	จำนวนแห่งละ	1	คน
4. ประธานสภา	จำนวนแห่งละ	1	คน
5. เลขานุการสภา	จำนวนแห่งละ	1	คน
6. ปลัด อปท.	จำนวนแห่งละ	1	คน

2. กลุ่มประชากรที่เลือกแบบวิธีการสุ่ม ประกอบด้วย

1. ตัวแทนกรรมการสภา	เลือกมา	1	คน
2. ตัวแทนหัวหน้าส่วนราชการ	เลือกมา	1	คน
	รวมทั้งหมด	10	คน

2.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารและตัวแทน ซึ่งเป็นแบบสอบถามรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับแบบของภาวะผู้นำของนายกองค์องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตอนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับการบริหารงานตามหลักหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการบริหารงานตามหลักหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

3.วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล/การทดลอง

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ขอความร่วมมือจากคณะผู้บริหารขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่น พร้อมแบบสอบถาม ความสัมพันธ์ระหว่างแบบของภาวะผู้นำของนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับผลการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

2. ผู้วิจัยแต่งตั้งผู้ช่วยผู้วิจัยและให้การอบรมในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3. เก็บรวบรวมแบบสอบถามกลับคืน จากหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ตามเวลาที่กำหนด

4. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และจำนวนแบบสอบถามที่ได้รับคืนด้วยตนเอง จนได้แบบสอบถามครบตามจำนวนทุกฉบับ

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) และ ใช้ Pearson Product Moment Correlation

สรุปผลการวิจัย

การวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างแบบของภาวะผู้นำของนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับผลการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ได้ผลการวิจัย ดังนี้

1. แบบของภาวะผู้นำของนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ผู้นำแบบประชาธิปไตย **($\overline{X}$ = 3.90)** ผู้นำแบบตามสบายหรือแบบเสรี **($\overline{X}$ = 3.00)** และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ผู้นำแบบเผด็จการ **($\overline{X}$ = 2.13)**

2. การบริหารงานตามหลักหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย โดยรวมและรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับสูง เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ หลักความคุ้มค่า หลักความรับผิดชอบ หลักการมีส่วนร่วม หลักคุณธรรม หลักนิติธรรม และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ หลักความโปร่งใส

3. ภาวะผู้นำแบบเผด็จการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับด้านการดำเนินงานตามหลักธรรมมาภิบาล ภาวะผู้นำแบบประชาธิปไตยมีความสัมพันธ์เชิงบวกการดำเนินงานตามหลักธรรมมาภิบาล และภาวะผู้นำแบบตามสบายหรือแบบเสรีไม่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานตามหลักธรรมมาภิบาล ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย มีดังนี้ ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับการ มีส่วนร่วมของประชาชน ควรให้ประชาชนเข้าไปตรวจสอบการดำเนินงานของขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างสะดวก ควรมีกิจกรรมหรือโครงการให้ประชาชนได้ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมแก้ปัญหาและพัฒนาชุมชน ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเพื่อนำไปเป็นข้อมูลสำคัญต่อการกำหนดทิศ

ทางการพัฒนาชุมชน ผู้มีอำนาจในการสอบตรวจต้องดำเนินการด้วยความจริงจัง ผู้บริหารควรดำเนินงานโดยยึดหลักธรรมาภิบาลอย่างเต็มที่ มีความคิดก้าวไกล ตัดสินใจด้วยความรอบคอบ

อภิปรายผล

1. การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย โดยรวม พบว่า การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย อยู่ในระดับสูง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ

2. นายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ส่วนใหญ่มีภาวะผู้นำแบบประชาธิปไตย พบว่า นายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ส่วนใหญ่มีภาวะผู้นำแบบประชาธิปไตย โดยรวมเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ

3. ภาวะผู้นำแบบประชาธิปไตยของนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับผลการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล พบว่า ภาวะผู้นำแบบประชาธิปไตยของนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับผลการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล โดยรวมเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ

ข้อเสนอแนะ

1.ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาให้การส่งเสริมและสนับสนุนการนำหลักธรรมาภิบาล มาใช้ในการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ให้มากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องของหลักนิติธรรมและเรื่องของความโปร่งใสในการดำเนินงาน ซึ่งพบว่ามีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่นๆ

2. จากการศึกษาจะเห็นได้ว่า ระดับการบริหารงานตามหลักหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย โดยรวมอยู่ในระดับสูง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรรีบเร่งส่งเสริมและสนับสนุนการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลให้มากขึ้น เพื่อพัฒนาการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลให้ดีขึ้นกว่าเดิม

3. การศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างแบบของภาวะผู้นำของนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับผลการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคายอยู่ในระดับภาวะผู้นำสูงมาก และ เมื่อพิจารณาแล้ว พบว่า ยิ่งเป็นภาวะผู้นำแบบประชาธิปไตยยิ่งมีความสัมพันธ์กับการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามธรรมภิบาลมาใช้ในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย เพื่อค้นหารูปแบบที่ทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ได้รับการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ

2 ควรมีการศึกษาปัญหาการดำเนินงานตามหลักธรรมภิบาลมาใช้ในในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับการวิจัยการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล ซึ่งจะสามารถพัฒนาการบริหารงานและการดำเนินงานร่วมกันเป็นไปในแนวทางเดียวกัน

รายการอ้างอิง

เชาวนะ ไตรมาศ. 2547. **การนำระบบบริหารธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหาร มุ่งผลสัมฤทธิ์กับการบูรณาการการบริหารจัดการเพื่อสร้างความเป็นเลิศทางพิสัยสามารถของคนในองค์การ.** กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

ถวิลวดี บุรีกุล. 2547. **การบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี.** เอกสารประกอบการสัมมนาโครงการยกระดับการให้บริการสาธารณะของหน่วยงานรัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นpeoples Audit. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานพัฒนาระบบราชการ.

ธนิตา ฐิติภากร. 2546. “การศึกษาเปรียบเทียบความโปร่งใสการบริหารงานของเทศบาลตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดนครปฐม”. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหิดล.

นภดล สุรนัครินทร์. 2547. “การนำหลักธรรมาภิบาลมาปรับใช้ในองค์การบริหารส่วนตำบลตามทัศนะของประชาชนจังหวัดเชียงใหม่” , วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เบญจวรรณ วันดีศรี. 2544. “การศึกษาความเป็นธรรมาภิบาลของนายกองค์การบริหารส่วนตำบในจังหวัดร้อยเอ็ด”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย :มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

Agere, Sam. 2000. Promoting Good Governance: Principles, Practices and Perspective. London: Commonwealth Secretariat.

Asian Development Bank (ADB). 1999. Governance in Thailand: Challenge, Issues and Prospects. Report.

ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางบัญชีกับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการของหมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิต ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE FINANCED PERFORMANCE OF THE FIRMS AND THE CORPORATE GOVERNANCE RATING FOR THE INSURANCE AND LIFE INSURANCE BUSINESS LISTED IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND

ปราณี แจ่มสาคร
นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม
E-mail : Praneeac14@hotmail.com
ดร.กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินิทธิ์
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
E-mail : kanoksak008@yahoo.com

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน เฉพาะอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร เฉพาะอัตรากำไรสุทธิและอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการวิเคราะห์ความสามารถ (ประสิทธิภาพ) ในการดำเนินงาน เฉพาะอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร และอัตราส่วนการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการวิเคราะห์ความสามารถในการก่อหนี้ เฉพาะอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น กับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการของหมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

มีวิธีวิจัยโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากงบการเงินของหมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิต ประชากรที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมดจำนวน 17 บริษัท กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 10 บริษัท ที่มีรอบระยะเวลาบัญชี 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม ซึ่งได้รับคะแนนการประเมินการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance Rating) ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2551-2555 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่าสถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยของ หมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ถ้าอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ค่าการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ จะเพิ่มขึ้น 0.075 หน่วย, ถ้าอัตรากำไรสุทธิ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ค่าการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ จะเพิ่มขึ้น 0.009 หน่วย, ถ้าอัตราผลตอบ

แทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ค่าการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ จะลดลง 0.006 หน่วย, ถ้าอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ค่าการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ จะเพิ่มขึ้น 0.046 หน่วย, ถ้าอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ค่าการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ จะลดลง 0.595 หน่วย, ถ้าอัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวรเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ค่าการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ จะเพิ่มขึ้น 0.001 หน่วย, ถ้าอัตราส่วนการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ค่าการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ จะลดลง 0.913 หน่วย และถ้าอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ค่าการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ จะเพิ่มขึ้น 0.043 หน่วย โดยสมการนี้สามารถทำนายผลได้ 23.20 % และได้สมการถดถอยดังนี้

$$y = 4.115 + 0.075CR + 0.009NPM - 0.006ROE + 0.046ROA - 0.595ROFA + 0.001FAT - 0.913TAT + 0.043D/E$$

คำสำคัญ : ผลการดำเนินงานทางบัญชี, การจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ, หมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิต, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ABSTRACT

The purposes of the research are to study the relationship between the Liquidity Analysis focus on Current Ratio. The relationship between the profitable analysis focus on Net Profit Margin and Return On Equity. The relationship between the Efficiency Analysis focus on Return On Asset Ratio and Return On Fixed Assets as well as Fixed Asset Turnover and also Total Assets Turnover. The relationship between the Solvency Analysis focus on Debt / Equity Ratio and the Corporate Governance Rating of the Insurance and Life Insurance Business listed in the Stock Exchange of Thailand.

The research methodology is gathering data from financial statement of the Insurance and Life Insurance Business. The population of this research were totally 17 companies. The sample for this research were 10 companies which got data in fiscal year from 1 January to 31 December and received assessment score of Corporate Governance Rating listed in the Stock Exchange of Thailand for year 2008 to 2012 by using the statistics for data analysis was Multiple Regression Analysis.

The result of the research that the Insurance and Life Insurance Business in the Stock Exchange of Thailand is found that if Current Ratio increase 1 unit Corporate Governance Rating will increase 0.075 unit, if Net Profit Margin increase 1 unit Corporate Governance Rating will increase 0.009 unit, if Return On Equity increase 1 unit Corporate Governance Rating will decrease 0.006 unit, if Return On Assets Ratio increase 1 unit Corporate Governance Rating will increase 0.046 unit, if Return On Fixed Assets increase 1 unit Corporate Governance Rating will decrease 0.595 unit, if Fixed Assets Turnover increase 1 unit Corporate Governance Rating will increase 0.001 unit, if Debt/Equity Ratio increase 1 unit Corporate Governance Rating will decrease 0.913 unit and if Debt/Equity Ratio increase 1 unit Corporate Governance Rating will increase 0.043 unit by this equation is able to predict at 23.20%. The regression equation was defined as :

$$y = 4.115 + 0.075CR + 0.009NPM - 0.006ROE + 0.046ROA - 0.595ROFA + 0.001FAT - 0.913TAT + 0.043D/E$$

KEYWORD : THE FINANCED PERFORMANCE OF THE FIRMS, CORPORATE GOVERNANCE RATING, THE INSURANCE AND LIFE INSURANCE BUSINESS, THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กรณีการล่มสลายของบริษัทยักษ์ใหญ่ในประเทศสหรัฐอเมริกา อย่างบริษัทแอนรอน และเวิลด์คอม อันเกิดจากฝ่ายบริหารจัดการของบริษัทมีการปฏิบัติหน้าที่อย่างไม่เหมาะสม ก่อให้เกิดความเสียหายต่อตลาดทุน นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) อย่างมากมาย เหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ในหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยได้หันมาให้ความสนใจ ตื่นตัวและให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) กันมาก และในปี 2544 สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Intitute of Directors Association : IOD) ได้จัดทำโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยโครงการมีวัตถุประสงค์เพื่อวัดผลการกำกับดูแลกิจการของบริษัท และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงหรือกำหนดนโยบายในการกำกับดูแลกิจการให้ดียิ่งขึ้น และนำไปเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นในกลุ่มธุรกิจเดียวกันได้ โดยใช้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กรเพื่อความร่วมมือและพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Organization for Economic Co-operation and Development : OECD) เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ในการวางหลักเกณฑ์เพื่อพิจารณาการจัดอันดับจากการให้คะแนน สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทยได้นำหลักเกณฑ์ดังกล่าวมาพิจารณาการจัดอันดับต่อบริษัทที่เข้าร่วมโครงการเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และสร้างความมั่นใจต่อการลงทุนทั้งนักลงทุนไทยและต่างประเทศ จะเห็นได้ว่าในหลักการดังกล่าว มีความเกี่ยวพันกับการดำเนินงานของบริษัทเป็นอย่างยิ่ง โดยผลการสำรวจบริษัทจดทะเบียน 100 แห่ง โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ร่วมกับ McKinsey & Co. พบว่ามีความสัมพันธ์กันระหว่างบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีกับราคาหุ้นของบริษัท ดังนั้นผู้วิจัยพิจารณาว่าการศึกษาเกี่ยวกับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ จากการประเมินคะแนนการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะเป็นประโยชน์อย่างมาก เพราะจะทำให้เข้าใจวิธีการในการประเมินผลการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ และสามารถนำไปเผยแพร่ให้กับ บริษัท ผู้ถือหุ้น นักลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย ได้ศึกษาถึงวิธีการปฏิบัติตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ภายหลังได้รับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

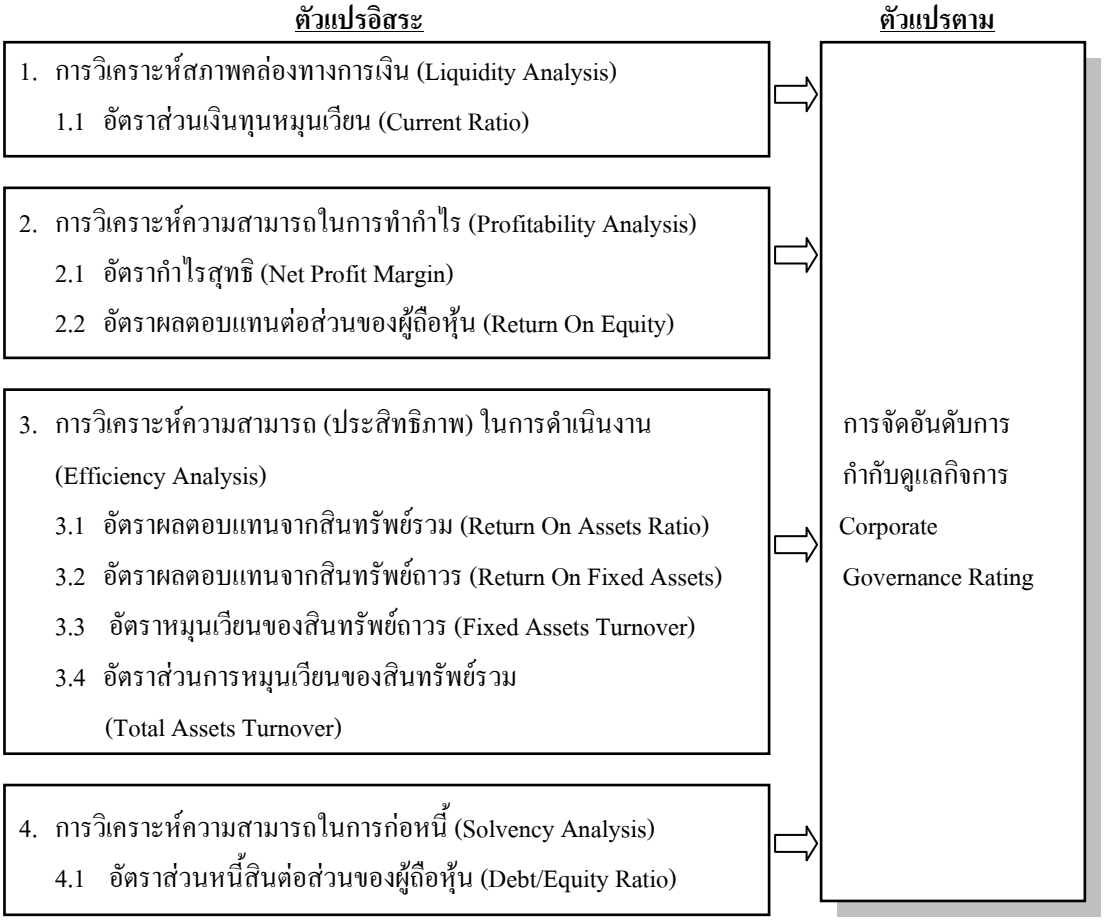
1. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน เฉพาะอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนกับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการของหมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร เฉพาะอัตรากำไรสุทธิ และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นกับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการของหมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการวิเคราะห์ความสามารถ (ประสิทธิภาพ) ในการดำเนินงาน เฉพาะอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร และอัตราส่วนการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวมกับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการของหมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

4. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการวิเคราะห์ความสามารถในการก่อหนี้ เฉพาะอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น กับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการของหมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

3. กรอบแนวคิดในการวิจัย



4. ทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางบัญชีกับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการของหมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย องค์กร

เพื่อความร่วมมือและพัฒนาทางเศรษฐกิจ ได้ให้ความหมายของการกำกับดูแลกิจการ ว่าเป็น "ระบบการกำกับและควบคุมกิจการโดยการแบ่งแยกสิทธิและหน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นคณะกรรมการ ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น หรือผู้มีส่วนได้เสียอื่น โดยกำหนดเป็นหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติ เพื่อใช้ในการตัดสินใจในกรณีต่าง ๆ โดยยึดวัตถุประสงค์ของกิจการเป็นสำคัญ" ดังนั้นกลไกการกำกับดูแลกิจการ เพื่อนำไปพิจารณาการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการจะช่วยแก้ไขปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เนื่องจากการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการมีวัตถุประสงค์และหน้าที่หลัก คือ การกำกับ การติดตาม การควบคุม และการดูแลตัวแทน เพื่อให้ทรัพยากรของกิจการได้นำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ตรงตามเป้าหมาย ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดตอบแทนกลับไปยังผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรม

จากหลายงานวิจัยในเรื่องความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานทางบัญชีที่มีต่อการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ เหมาะสำหรับเป็นเครื่องมือในการพิจารณาประเมินค่าการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ เพื่อช่วยในการตัดสินใจให้กับบริษัท ผู้ถือหุ้น นักลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย แต่จะมีความแตกต่างในเรื่องช่วงเวลา อัตราส่วนทางการเงิน กลุ่มตัวอย่าง อาทิ งานวิจัยของ Haniffa and Hudaib (2006) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการกับผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์กัวลาลัมเปอร์ (The Kuala Lumpur Stock Exchange) จำนวน 347 บริษัท ระหว่างปี พ.ศ. 2539 ถึงปี พ.ศ. 2543 อาทรมาศ วุฑฒิสาร (2545) ยังพบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของคณะกรรมการต่อขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของกิจการ ทิฆัมพร รักธรรม และเสาวนีย์ สิชฌวัฒน์ (2549) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสัดส่วนการถือครองหุ้นของกรรมการและผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2545 ถึงปี พ.ศ. 2547 ชีวนันท์ นิยมตรง (2550) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการกับผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเฉพาะกลุ่มบริการปี พ.ศ. 2548 นวลนภา อัครพุทธิพร และศิลปพร ศรีจั่นเพชร (2550) ได้ศึกษาถึงคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการมีความสัมพันธ์กับมูลค่าของกิจการหรือไม่ โดยใช้ค่า Tobin's Q เป็นตัววัดมูลค่ากิจการ กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและได้รับผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย

5. สมมติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางบัญชี ประกอบด้วย อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร อัตราส่วนการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น กับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการของหมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จึงเป็นที่มาของสมมติฐานการวิจัยดังนี้

H_{0a} : ผลการดำเนินงานทางบัญชีไม่มีความสัมพันธ์กับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการของหมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_{1a} : ผลการดำเนินงานทางบัญชีมีความสัมพันธ์กับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการของหมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

6. ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยฉบับนี้ดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัยเชิงประจักษ์ (Empirical Research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมดจำนวน 17 บริษัท กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 10 บริษัท หมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิต ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีรอบระยะเวลาบัญชี 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม ซึ่งได้รับคะแนนการประเมินการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ (CGR) ในปี 2551-2555 เนื่องจากเป็นบริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชน ทั้งในรูปแบบของงบการเงินประจำปีและข้อมูลการให้คะแนนในการประเมินการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมีหลักเกณฑ์เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลในการประมวลผลที่เหมาะสมและสามารถหาความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานทางบัญชี ที่มีต่อการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ(CGR)

การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยทำตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ทำการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร อัตราส่วนการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น กับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการของหมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นรายปี โดยรวบรวมข้อมูลจาก (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2555)
2. คัดเลือกบริษัทที่เป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งต้องมีข้อมูลรอบระยะเวลาบัญชี 1 มกราคม ถึง31 ธันวาคม และได้รับคะแนนการประเมินการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ ในรายปี ช่วงปี พ.ศ. 2551-2555
3. หาค่าของอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร อัตราส่วนการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น กับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการของหมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร อัตราส่วนการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น กับตัวแปรตาม คือ การจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการของหมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
4. นำข้อมูลมาวิเคราะห์เบื้องต้นเชิงพรรณนา และหาความสัมพันธ์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple regression analysis) ในการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Description statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบลักษณะโดยทั่วไปของตัวแปรที่เก็บรวบรวมได้ สำหรับสถิติเชิงพรรณนาจะนำเสนอข้อมูลที่ศึกษาด้วยค่าสูงสุด (Maximum) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540; Zikmund, 2003)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอนุมานในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

7. ผลการศึกษา

ตารางที่ 1 แสดงการแจกแจงโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Description statistics)

ตัวแปร	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน (SD)
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (CR)	0.02	40.90	2.17	5.78
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (NPM)	-69.10	29.20	4.41	15.87
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-206.91	26.60	0.80	34.92
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA)	-17.97	13.66	3.08	5.57
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร (ROFA)	-0.27	4.69	0.20	0.67
อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (FAT)	2.24	54.32	16.15	14.56
อัตราส่วนการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (TAT)	0.06	0.82	0.40	0.22
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E)	0.21	34.34	3.77	6.13
การจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ (CGR)	3.00	5.00	4.13	0.68

ข้อมูลเบื้องต้นด้วยสถิติเชิงพรรณนา สามารถวิเคราะห์หมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในปี 2551-2555 จำนวน 10 บริษัท ได้ดังนี้ 1) วิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน (CR) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 5.87 2) วิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร(NPM) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 15.87 (ROE) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 34.92 3) วิเคราะห์ความสามารถ (ประสิทธิภาพ) ในการดำเนินงาน (ROA) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 5.57 (ROFA) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 (FAT) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 14.56 (TAT) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.22 4) วิเคราะห์ความสามารถในการก่อหนี้ (D/E) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 6.13 5) (CGR) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Analysis)

	Correlations								
	CR	NPM	ROE	ROA	ROFA	FAT	TAT	D/E	CGR
CR	1								
NPM	0.00	1							
ROE	-0.20	0.39***	1						
ROA	-0.13	0.66***	0.82***	1					
ROFA	0.99***	0.01	-0.12	-0.06	1				
FAT	0.15	-0.18	-0.01	0.04	0.17	1			
TAT	-0.20	-0.09	0.59***	0.48***	-0.14	0.32*	1		
D/E	-0.12	-0.44***	-0.27*	-0.40***	-0.12	0.05	-0.25	1	
CGR	-0.02	-0.02	-0.17	-0.08	-0.03	-0.07	-0.32*	0.32*	1

การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Analysis) ของหมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในปี 2551-2555 จำนวน 10 บริษัท พบว่า อัตราส่วนการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (TAT) และอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) มีความสัมพันธ์กับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ (CGR) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

Variable	Unstandardized Coefficients	t-value	Sig.
(Constant)	4.115	11.621	0.000
CR	0.075	0.473	0.639
NPM	0.009	0.471	0.641
ROE	-0.006	-0.799	0.429
ROA	0.046	0.815	0.420
ROFA	-0.595	-0.453	0.653
FAT	0.001	0.162	0.873
TAT	-0.913	-1.418	0.164
D/E	0.043	2.216	0.033*

หมายเหตุ : n = 45, R^2 = 0.232, F = 1.396, Sig = 0.230

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01, ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.00

จากสมการ $y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + \ldots\ldots + b_kx_k$ สามารถเขียนสมการทำนายได้ดังนี้

$$y = 4.115 + 0.075CR + 0.009NPM - 0.006ROE + 0.046ROA - 0.595ROFA + 0.001FAT - 0.913TAT + 0.043D/E$$

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple regression analysis) ของหมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในปี 2551-2555 จำนวน 10 บริษัท พบว่า ถ้า CR เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ค่า CGR จะเพิ่มขึ้น 0.075 หน่วย, ถ้าNPM เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ค่า CGR จะเพิ่มขึ้น 0.009 หน่วย, ถ้า ROE เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ค่า CGR จะลดลง 0.006 หน่วย, ถ้า ROA เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ค่า CGR จะเพิ่มขึ้น 0.046 หน่วย, ถ้า ROFA เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ค่า CGR จะลดลง 0.595 หน่วย, ถ้า FAT เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ค่า CGR จะเพิ่มขึ้น 0.001 หน่วย, ถ้า TAT เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ค่า CGR จะลดลง 0.913 หน่วย และถ้าD/E เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ค่า CGR จะเพิ่มขึ้น 0.043 หน่วย โดยสมการนี้สามารถทำนายผลได้ 23.20 %

8. อภิปรายผล

อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน อัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร อัตราส่วนการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดอันดับการกำกับดูกิจการของหมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน อัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร อัตราส่วนการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างนัยสำคัญที่ 0.05

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการของหมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นกับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องสมมติฐานกับการวิจัยที่ตั้งไว้อันเนื่องจาก อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เป็นอัตราส่วนที่สะท้อนให้เห็นถึงความเสี่ยงในด้านหนี้สินของกิจการ อัตราส่วนยิ่งสูงยิ่งแสดงให้เห็น ว่ากิจการมีความเสี่ยงจากการกู้ยืมเงินมาใช้ในการดำเนินงานของกิจการสูง นักลงทุนย่อมให้ความสนใจกับอัตราส่วนนี้ เพราะหากไม่วิเคราะห์ให้ดีพอแล้วนักลงทุนจะเสียผลประโยชน์ไปด้วย หากกิจการไม่สามารถชำระหนี้สินจากการกู้ยืมเงินได้ ซึ่งหลักเกณฑ์การพิจารณาการให้คะแนนเพื่อจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการของ(IOD) ใช้เกณฑ์มาตรฐานที่เน้นผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น จึงให้ความสำคัญกับอัตราส่วนนี้ค่อนข้างสูง ดังนั้นผลการวิจัยของหมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตจึงมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ จึงแสดงให้เห็นว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เป็นอัตราส่วนที่สำคัญในการชี้วัดกิจการว่ามีประสิทธิภาพในการบริหารงานเพียงใด โดยผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hasan and Butt (2009) ที่พบว่า เงินลงทุนของกิจการนั้นมาจากหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งต้นทุนเงินทุนนั้นจะได้รับอิทธิพลจากต้นทุนเงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นและต้นทุนเงินทุนของหนี้สินตามสัดส่วนแหล่งที่มาของเงินทุน ต้นทุนเงินทุนของผู้ถือหุ้นนั้นเกิดมาจากผลตอบแทนที่คาดหวัง (Expect Return) ของผู้ถือหุ้นว่าต้องการผลตอบแทนเท่าไหร่จากเงินที่ลงทุนไป สำหรับต้นทุนเงินทุนของหนี้สินนั้น เกิดจากผลตอบแทนที่เจ้าหนี้คาดหวังในการให้สินเชื่อ และจินตวิชญ์ ภูพณิชย์ (2553) พบว่าสัดส่วนการถือครองหุ้นของกรรมการที่มาจากฝ่ายบริหาร มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับผลการ

ดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Tobin's Q) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 แต่ดัชนีการกำกับดูแลกิจการที่ดีไม่มีความสัมพันธ์กับ Tobin's Q

9. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ควรศึกษากลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมอื่นบ้าง

2. ศึกษาแนวโน้มการพัฒนาหรือปรับปรุงคุณภาพการเปิดเผยข้อมูล ลักษณะอื่น ๆ ที่อาจเกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลตามหลักการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการที่ดี เช่น วิสัยทัศน์หรือภารกิจของบริษัท หรือความคิดเห็นในด้านการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาจากผู้บริหาร

10. รายการอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). **การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร.** กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

_____. (2548). **การใช้ SPPS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล.** กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

เกศนก ใจกระจ่าง. (2548). **ความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงทางการบัญชีที่เกี่ยวข้องกับค่าตอบแทนและโครงสร้างความเป็นเจ้าของของคณะกรรมการบริษัท กับผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัท**. ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต ภาควิชาบัญชี คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชีวนันท์ นิยมตรง. (2550). **การกำกับดูแลกิจการและผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเฉพาะกลุ่มบริการ ปี พ.ศ. 2548.** การค้นคว้าแบบอิสระบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2545). **หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (เอกสารเผยแพร่).** กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

_____. (2549). **หลักการกำกับการดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2549.** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://www.set.or.th/th/regulations/cg/files/2006/CG_Principle_2005.ZIP (2008 Feb 5).

_____. (2550). **ข้อมูลสถิติประจำปี 2549**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://www.set.or.th/th/products/publications/files/factbook.pdf (2008 Feb 29).

_____. (2551). **การกำกับดูแลกิจการที่ดี**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://www.set.or.th/th/regulations/cg/roles_pl.html (2008 Jan 25).

_____. (2554). **ตลาดการเงินและการลงทุนในหลักทรัพย์**. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

_____. (2554). **ประวัติความเป็นมาของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:http://www.set.or.th/th/about/overview/history_p1.html [4 มกราคม 2555]

ทิฆัมพร รักธรรม และเสาวนีย์ สิชฌวัฒน์. (2549). ความสัมพันธ์ระหว่างสัดส่วนการถือครองหุ้นของกรรมการกับผลการดำเนินงานของบริษัท. **วารสารวิชาชีพบัญชี, 25** หน้า 4-11.

นวลนภา อัครพุทธิพร และศิลปพร ศรีจั่นเพชร. (2550). คะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการมีความสัมพันธ์กับมูลค่าของกิจการหรือไม่. ***วารสารวิชาชีพบัญชี, 36*** หน้า 95-106.

ศิลปพร ศรีจั่นเพชร. (2552). **การกำกับดูแลเพื่อสร้างมูลค่ากิจการ.** กรุงเทพฯ : บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชซิ่ง จำกัด (มหาชน).

ศูนย์พัฒนาการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2546). **ผลประเมินการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียน**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://www.set.or.th/th/regulations/cg/files/2003/bj46_48.zip (2008 May 18).

สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย. (2549). **หลักเกณฑ์การพิจารณาการประเมินผล**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://www.thai-iod.com/th/aboutIOD.asp

อาทรมาศ วุฑฒิสาร. (2545). **ผลกระทบของการกำกับดูแลกิจการต่อผลการดำเนินงานของกิจการ**. ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาบัญชี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Baliga, B. R., Rao, and Moyer, R. C. 1996. “CEO Duality And Firm Performance: What’s The Fuss?.” **Strategic Management Journal** 19, 9 (September): 901-904.

Haniffa, R. and Hudaib, M. 2006. “ Corporate Governance Structure and Performance of Malaysian Listed Companies.” **Journal of Business Finance & Accounting** 33,7 (September): 1034-1062.

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อคลิปวิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรง ทัศนคติและรูปแบบการเลี้ยงดูของครอบครัวต่อพฤติกรรมการลอกเลียนแบบของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร

THE RELATIONSHIP BETWEEN EXPOSURES TO ONLINE VIDEO MEDIA WITH VIOLENT CONTENT, ATTITUDES , PARENTING STYLES AND BEHAVIORS OF YOUNG IMITATORS IN BANGKOK

กันตาภา คีรีวงก์
นิสิตศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ คณะมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
E-mail : guayjiezz@hotmail.com
ดร. ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว
อาจารย์ประจำสาขานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ คณะมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อคลิปวิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรง ทัศนคติในเรื่องความรุนแรง รูปแบบการเลี้ยงดูในครอบครัว และพฤติกรรมการลอกเลียนแบบของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร และศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อคลิปวิดิโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรง ทัศนคติในเรื่องความรุนแรง และรูปแบบการเลี้ยงดูในครอบครัวกับพฤติกรรมการลอกเลียนแบบของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ที่กำลังศึกษาในโรงเรียนที่เขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร จำนวนประชากรทั้งหมด 122,462 คน และกลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายปีที่ 4- 6 จำนวน 400 คน จากการสุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ มีระดับความคลาดเคลื่อน 5 เปอร์เซ็นต์ โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบ Multi - Stage Random Sampling และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน จากผลการศึกษาพบว่า การเปิดรับสื่อคลิปวิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรงและพฤติกรรมการลอกเลียนแบบของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร การเปิดรับสื่อคลิปวิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรงกับทัศนคติในเรื่องความรุนแรงของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร ทัศนคติที่มีต่อความรุนแรงกับพฤติกรรมการลอกเลียนแบบของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร รูปแบบการเลี้ยงดูในครอบครอบกับพฤติกรรมการลอกเลียนแบบของวัยรุ่นใน

กรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ .01 โดยมีค่า r เท่ากับ 0.380 , 0.210 , 0.106 , 0.181 ตามลำดับ

คำสำคัญ : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อคลิปวิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรง ทัศนคติในเรื่องความรุนแรง รูปแบบการเลี้ยงดูในครอบครัว พฤติกรรมการลอกเลียนแบบของวัยรุ่น

ABSTRACT

The objectives of this research to study about the behavior of online media, Online video content follow : Violent attitudes , Parenting styles in family , imitative behavior of teenagers in Bangkok . **Methodology** The sample of this research were students grade 4-6 400 people in high school in Bangkok area, Thailand from total students 122,462 people by Taro Yamane formulation of sampling. Of sampling at a 95 percent confidence have to errors 5 percent and sampling such information by Multi - Stage Random Sampling. Statistical analysis included frequency, percentag, mean, standard deviation and Pearson correlation. **The Results** showed that: Exposure to online video media content has positive relation with violent behavior in adolescents emulating (r = .380), Media exposure that online video content has positive relation with violence attitudes of youth violence in Bangkok (r = .210), Attitude toward violent has positive relation with behavior of young imitators in Bangkok (r = .106) And Parenting styles has positive relation with imitative behavior of teenagers in Bangkok (r = .181) the statistically significance at .01 level.

KEYWORDS : The behavior of online media, Online video ,Violent attitudes , Parenting styles in family and Imitative behavior of teenagers in Bangkok

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตถือว่าเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากในโลกออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเด็กและเยาวชน ซึ่งเป็นกลุ่มหลักในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เพราะสามารถเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้จากทุกมุมโลกวิถีชีวิตของคนในสังคมเปลี่ยนแปลง ความทันสมัยของเทคโนโลยีสร้างความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิต การติดต่อสื่อสารด้วยวิธีการใหม่ๆ เป็นสิ่งที่ทำให้วัยรุ่นสนใจและเรียนรู้ที่จะเข้าถึงได้ไม่ยาก จากจุดนี้เองทำให้สังคมเริ่มให้ความสนใจและห่วงใยเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตของวัยรุ่น และจากผลการศึกษาของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เกี่ยวกับการมองสื่อโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตว่ามีอิทธิพลต่อเด็กและวัยรุ่นในการใช้ความรุนแรงแก้ไขปัญหามากน้อยแค่ไหน ซึ่งผลจากการที่เด็กไทยสามารถเข้าถึงสื่อเหล่านี้ได้ง่าย โดยเฉพาะดูละคร เนื้อหารุนแรง โดยไม่มีผู้ปกครองแนะนำ ทำให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบได้ง่าย และงานวิจัยอีกหลายๆ งาน เช่น งานวิจัยของมาลาภรณ์ วิชัย(2554) ชี้ให้เห็นว่า ทัศนคติของเด็กที่มีความก้าวร้าวต่อผู้อื่น มีการยอมรับการใช้ความรุนแรงแก้ปัญหา และการมีหวาดวิตกต่อการถูกทำร้าย จะมีความสัมพันธ์สูงกับการเสพสื่อที่แสดงความรุนแรง และยังพบอีกว่าเด็กกลุ่มเสี่ยงที่จะรับผลจากความรุนแรงในโทรทัศน์ได้มากเป็นพิเศษคือ

เด็กที่มีปัญหาทางอารมณ์หรือเด็กที่มีปัญหาในด้านการเรียนอยู่แล้ว ตลอดจนเด็กที่ถูกทารุณกรรมจากครอบครัว หรือมีปัญหาครอบครัวจะมีโอกาสสูงกว่าเด็กทั่วไปในการซึมซับและลอกเลียนความรุนแรงที่เห็นมาใช้ในชีวิตจริง การวิจัยในครั้งนี้จึงมีความมุ่งหวังที่ต้องการที่จะศึกษาพฤติกรรมของวัยรุ่นในการรับสื่อจากการใช้อินเทอร์เน็ต โดยมุ่งเน้นไปที่การหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อคลิปวิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรง ทัศนคติในเรื่องความรุนแรง และรูปแบบการเลี้ยงดูในครอบครัวในลักษณะที่มีความสัมพันธ์หรือส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการลอกเลียนแบบของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อคลิปวิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรง ทัศนคติในเรื่องความรุนแรง รูปแบบการเลี้ยงดูในครอบครัว และพฤติกรรมการลอกเลียนแบบของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร และศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อคลิปวิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรง ทัศนคติในเรื่องความรุนแรง และรูปแบบการเลี้ยงดูในครอบครัวกับพฤติกรรมการลอกเลียนแบบของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร

3. ทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของบุคคลในแต่ละคนนั้นทัศนคติของบุคคลมีความเกี่ยวข้องในการเปิดรับข่าวสารโดยมีพื้นฐานจากความรู้และทัศนคติแตกต่างกันและด้วยความแตกต่างของความรู้และทัศนคติเพราะความแตกต่างในการเปิดรับสื่อและความแตกต่างในการแปลความสารที่ตนได้รับจึงก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกันอันมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งจากผลการวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของวัยรุ่น ของ กฤชณัท แสนทวี (2553) พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย มีการเปิดรับสื่อในความถี่ของสื่ออินเตอร์เน็ตมากที่สุด มีระดับการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผู้รับสารไม่สามารถวิเคราะห์และประเมินค่าความหมายที่สื่อนำเสนอได้และแนวโน้มที่จะเกิดพฤติกรรมหลังจากการเรียนรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับปานกลาง ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติในเรื่องความรุนแรง ของชาติณรงค์ วิสุตกุล (2543) เรื่องทัศนคติของวัยรุ่นชายต่อการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีเนื้อหารุนแรงในสื่อสิ่งพิมพ์กับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า วัยรุ่นชายนิยมเปิดรับการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีเนื้อหารุนแรงจากสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งการเปิดรับการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีเนื้อหารุนแรงจะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อความรุนแรงในด้านต่างๆ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องรูปแบบการเลี้ยงดูในครอบครัว อ้างอิงจากแนวคิดของ Baumrind ได้แบ่งรูปแบบการเลี้ยงดูของครอบครัวไว้ 4 แบบ คือ 1.รูปแบบการเลี้ยงดูแบบยอมตามบุตร 2.รูปแบบการเลี้ยงดูแบบอิสระอย่างมีขอบเขต 3.รูปแบบการเลี้ยงดูแบบควบคุม และ 4.รูปแบบการเลี้ยงดูแบบปล่อยปละละเลย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเลียนแบบ จรรยา สุวรรณทัต (2547) ได้กล่าวถึง การเรียนรู้ โดยการเลียนแบบว่าเกิดจากการกระทำที่เป็นตัวแบบ หรือโดยสังเกตการณ์กระทำของผู้อื่นบ่อยๆ จนทำให้มีความคิดควรแสดงพฤติกรรมอย่างไร กระบวนการนี้ประกอบด้วย กระบวนการใส่ใจ กระบวนการทรงจำ กระบวนการแสดงพฤติกรรม และกระบวนการจูงใจ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมเลี่ยนแบบหรือปฏิบัติการเลียนแบบพัฒนาการของการเลียนแบบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพัฒนาการที่มีอยู่แล้ว การเลียนแบบอาจเพิ่มขึ้น ด้วยการเสริมแรง การมองเห็นผลตอบแทนของการกระทำตามคนอื่น ทำให้วัยรุ่นมีพฤติกรรมเลียนแบบมากขึ้น เมื่อมีเครื่องล่อใจให้

กระทำตามตัวแบบดาราและนักร้องที่ปรากฏตัวตามสื่อต่างๆ จึงถือเป็นต้นแบบสำคัญที่ก่อเกิดพฤติกรรมเลียนแบบในวัยรุ่น

4. ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ วัยรุ่นทั้งชายและหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายระดับชั้น มัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ที่ศึกษาในโรงเรียนที่เขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขตที่ 1 และโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขตที่ 2 ปีการศึกษา 2555 จำนวนประชากรทั้งหมด 122,462 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายปีที่ 4- 6 จำนวน 400 คน จากตารางการสุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ มีระดับความคลาดเคลื่อน 5 เปอร์เซ็นต์ และทำการสุ่มตัวอย่างแบบ Multi - Stage Random Sampling

การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเอง โดยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มคัดเลือกไว้แล้วจำนวน 400 คน จากโรงเรียนโยธินบูรณะ สันติราษฎร์วิทยาลัย สุรศักดิ์มนตรี และสารวิทยา โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง ระหว่างเดือนกรกฎาคม – เดือนกันยายน 2556 จนได้แบบสอบถามที่ครบถ้วนสมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis) ผู้วิจัยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูล ในการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล รูปแบบการเลี้ยงดู พฤติกรรมการเปิดรับสื่อคลิปวิดีโอออนไลน์ และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic Analysis) โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

5. ผลการศึกษา

จากผลการศึกษา พบว่า นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายปีที่ 4- 6 จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.2 เป็นเพศชาย ร้อยละ 37.8 และพักอาศัยอยู่กับบิดามารดา ร้อยละ 84.4 บิดา-มารดามีสถานะภาพสมรส ร้อยละ 74.8 รายรวมได้ของบิดาและมารดา อยู่ระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท ร้อยละ 30.2 และส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อคลิปวิดิโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรงจากช่องทาง facebook ร้อยละ 40.30 มีการดูคลิปวิดิโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรงแบบทะเลาะวิวาทตบตีทำร้ายร่างกาย ร้อยละ 57.0 มีการดูคลิปวิดิโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรงโดยเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 31.50 และดูในช่วงเวลา 16.01 น. – 20.00 น. มากที่สุด ร้อยละ 37.20 และผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อคลิปวิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรง ทัศนคติในเรื่องความรุนแรง รูปแบบการเลี้ยงดูในครอบครัว และพฤติกรรมการลอกเลียนแบบ

ตัวแปร	1	2	3	4
1.พฤติกรรมการเปิดรับสื่อคลิปวิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรง	-	.210 **	-	.380**
2. ทัศนคติในเรื่องความรุนแรง		-	-	.106**
3. รูปแบบการเลี้ยงดูในครอบครัว			-	.181 **
4. พฤติกรรมการลอกเลียนแบบ				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ในภาพรวมตามตารางที่ 1 พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อคลิปวิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลอกเลียนแบบของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.380 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อคลิปวิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรงมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในเรื่องความรุนแรงของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.210 ทัศนคติที่มีต่อความรุนแรงกับพฤติกรรมการลอกเลียนแบบของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.106 รูปแบบการเลี้ยงดูในครอบครอบกับพฤติกรรมการลอกเลียนแบบของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.181 ที่ระดับนัยสำคัญ .01

6. อภิปรายผล

จากการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อคลิปวิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรง ทัศนคติในเรื่องความรุนแรง และรูปแบบการเลี้ยงดูในครอบครัวกับพฤติกรรมการลอกเลียนแบบของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร พบว่า มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ .01 สามารถอธิบายได้ว่า เมื่อวัยรุ่นมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อคลิปวิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรงกับการลอกเลียนแบบ ผลพบว่า การเปิดรับสื่อคลิปวิดีออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรงมาก แนวโน้มการเกิดพฤติกรรมความรุนแรงสูงขึ้น เป็นไปตามทฤษฎีของ Frieman(2002) การเลียนแบบเป็นกระบวนการเรียนรู้รูปแบบพฤติกรรมจากการสังเกตพฤติกรรมและการกระทำของบุคคลอื่น โดยสังเกตได้จากรูปแบบการแต่งกาย การพูด ท่าทาง การยึดถือธรรมเนียมปฏิบัติตามตัวแบบ (Model) ก็จะทำให้เกิดพฤติกรรมการลอกเลียน ซึ่งสอดคล้องกับ อุริษา งามวุฒิวร (2553) ที่ได้ศึกษาตัวแปรเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ และพบว่าเป็นตัวแปรเหล่านี้มีความสัมพันธ์สาเหตุของการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักชายของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อคลิปวิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรงที่สัมพันธ์กับทัศนคติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อคลิปวิดิโออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรงมาก แนวโน้มทัศนคติในเรื่องความรุนแรงจะมีมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาติณรงค์ วิสุตกุล (2543) ที่พบว่า วัยรุ่นชายนิยมเปิดรับการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีเนื้อหารุนแรงจากสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และประเภทของสื่อที่เปิดรับการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีเนื้อหารุนแรงมีความสัมพันธ์กับการมีทัศนคติต่อความรุนแรง โดยยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อ

กลุ่มตัวอย่าง เช่น ครอบครัว กลุ่มเพื่อน สภาพแวดล้อม เป็นต้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวล้วนมีส่วนทำให้กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อเนื้อหารุนแรงของการ์ตูนญี่ปุ่นแตกต่างกัน สำหรับเมื่อพิจารณาในส่วนของปัจจัยด้านครอบครัวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อคลิปวิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรง นั่นคือ รูปแบบการเลี้ยงดูในครอบครัว ซึ่งรูปแบบการเลี้ยงดูในครอบครัว ผลพบว่า การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อการมีพฤติกรรมการลอกเลียนแบบ ตามการเลี้ยงดู อบรบสั่งสอนของครอบครัว ส่งผลต่อพฤติกรรมการลอกเลียนแบบของกลุ่มตัวอย่างของ เป็นไปตามแนวคิดทฤษฎี พรพิมล เจียมนาครินทร์ (2539) ที่ได้กล่าวถึงลักษณะของการอบรมเลี้ยงดูที่มีผลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นว่า ลักษณะการอบรมเลี้ยงดูของแต่ละครอบครัวมีความแตกต่างกันตามลักษณะของฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา วัฒนธรรม และพื้นฐานอุปนิสัยของพ่อแม่และบุคคลที่เลี้ยงดูเด็กมาตั้งแต่วัยเยาว์ สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อบุคลิกภาพของเด็กทั้งสิ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของทัศนีย์ (2544) ที่ได้ศึกษาพบว่า ลักษณะการอบรมเลี้ยงดูของพ่อแม่ที่มีต่อความฉลาดทางอารมณ์ของนักเรียน โดยความสัมพันธ์ของการอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตยและความฉลาดทางอารมณ์ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจากผลการวิจัยที่พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อคลิปวิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรง ทัศนคติในเรื่องความรุนแรง และรูปแบบการเลี้ยงดูในครอบครัว ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลอกเลียนแบบของวัยรุ่น ทำให้สามารถวิเคราะห์ถึงสาเหตุและปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์ของความรุนแรงที่เกิดขึ้นกับวัยรุ่นของไทยอยู่ในขณะนี้

7. ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์หรือส่งผลต่อพฤติกรรมการลอกเลียนแบบของวัยรุ่นเพิ่มเติม เช่น นักเรียนที่เรียนสายอาชีวะกับนักเรียนที่เรียนสายสามัญ เป็นต้น

2. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่นที่ไม่ใช่ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากบริบททางสังคมอาจทำให้พฤติกรรมการลอกเลียนแบบของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อคลิปวิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรง ทัศนคติในเรื่องความรุนแรง และรูปแบบการเลี้ยงดูในครอบครัวในรูปแบบที่แตกต่างกัน

8. เอกสารอ้างอิง

กฤชณัท แสนทวี. 2553.พฤติกรรมการเปิดรับและระดับการรู้เท่ากันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. **เรื่องเต็มการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 48: สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**.หน้า156-162

ขวัญเรือน กิตติวัฒน์.2531.**พลศาสตร์ของการสื่อสาร**.กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เจนจิรา เจนจิตรวาณิช. 2548. **รูปแบบการเลี้ยงดูของบิดามารดาและความฉลาดทางอารมณ์ของนักเรียนมัธยมในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานเขต 1 กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาชุมชน,มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จรรยา สุวรรณทัต.2547.**จิตวิทยาและจิตวิทยาพัฒนาการ**.กรุงเทพมหานคร: พิมพลักษณ์.คณะศึกษาศาสตร์.มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

จิระวัฒน์ วงค์สวัสดิ์.2538. **ทัศนคติความเชื่อและพฤติกรรม**:การวัดการพยากรณ์และการเปลี่ยนแปลง.พิมพ์ครั้งที่ 2.กรุงเทพมหานคร:สามดีการพิมพ์

ชาติณรงค์ วิสุตกุล . 2543 .**ทัศนคติของวัยรุ่นชายต่อการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีเนื้อหารุนแรงในสื่อสิ่งพิมพ์กับสื่ออิเล็กทรอนิกส์**.วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต.จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชลิดาภรณ์ ส่งสัมพันธ์. 2545. **เรื่องราวของความรุนแรงในสังคมไทย**. รัฐศาสตร์สาร. 144- 148.

ดวงใจ กสานติกุล .2536.**วัยรุ่นตำราจิตเวชศาสตร์** .สมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร.โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.818-815

ดวงเดือน พันธุมนาวิน. 2528. **ปัจจัยทางจิตวิทยานิเวศที่เกี่ยวกับการเลี้ยงดูของมารดาไทย**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญวดี เพชรรัตน์. 2543. **การพยาบาลผู้ป่วยมีพฤติกรรมรุนแรง.การพยาบาลสุขภาพจิต และจิตเวช. ภาควิชาการพยาบาลจิตเวช**. คณะพยาบาลศาสตร์. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. 6(2): 200- 202.

ปิยะพร เขตบรรณพต .2553. **พฤติกรรมรับการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่.** การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526).**ทัศนคติการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย**.กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์

ประภาเพ็ญ สุวรรณ . 2520. **ทัศนคติ ในการวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย.** กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

ปรีชา คัมภีรปกรณ์ 2532.**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักเรียนวัยรุ่น**. เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมวัยรุ่น หน่วยที่ 1-7 กรุงเทพมหานคร:มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พรเพ็ญ เพชรสุขสิริ. 2539. **การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความรุนแรงในครอบครัวและความก้าวร้าวของเยาวชนไทย**. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

วงษ์เดือน สายสุวรรณ์. 2547. **รายงานการประชุมวิชาการสุขภาพจิตนานาชาติ ครั้งที่ 3 ประวัติการถูกลงโทษของมารดา พฤติกรรมก้าวร้าวของมารดา และพฤติกรรมก้าวร้าวของบุตรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงโทษบุตรของมารดา**.กรุงเทพมหานคร.

วรรณี จงศักดิ์สวัสดิ์.2536.**การศึกษาผลของสื่อมวลชนในการพัฒนาจิตสำนึกของประชาชนต่อปัญหามลพิษทางน้ำ**. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.ศรีธรรม ธนภูมิ. 2535. **การพัฒนาการทางอารมณ์และบุคลิกภาพ.** กรุงเทพมหานคร : ชวนการพิมพ์

สมควร เจริญสุข.2539.**พฤติกรรมการเปิดรับสารและความพึงพอใจจากรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพมหานคร:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมชาย จักรพันธุ์. 2543. (กรกฎาคม-สิงหาคม). **ความรุนแรงในสังคม**: ลูกเราจะรอดไหม ?.ในหมออนามัย. 10: 75-77.

สมศรี ประเสริฐวงศ์. 2534**. การอบรมเลี้ยงดูเด็ก.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สายฝน จันทะพรม. 2546. **อิทธิพลของครอบครัวและกลุ่มเพื่อนที่มีต่อความฉลาดทางอารมณ์ของวัยรุ่นตอนปลาย ศึกษาเปรียบเทียบเฉพาะกรณีนักเรียนชาย-หญิง ชั้นปีที่1 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต**. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต : สาขาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เสรี วงษ์มณฑา.2533. **ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และพฤติกรรมต่อความรุนแรงของเยาวชนกับพฤติกรรมในการดูโทรทัศน์กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มนักเรียนมัธยมต้น.**สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ

เสรี วงษ์มณฑา.2543.**การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค**.กรุงเทพมหานคร:ธีรฟิมล์และไซเท็กซ์

สุชา จันทน์เอม. 2522. ปัญหาการกระทำผิดของเด็กและวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุชา จันทน์เอม และสุรางค์ จันทน์เอม. 2521. **จิตวิทยาวัยรุ่น.** พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: แพร่พิทยา.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร.2533.**การสื่อสารกับสังคม** .กรุงเทพมหานคร:โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุพัตรา พันธุวร. 2546. **การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบางประการกับพฤติกรรมก้าวร้าวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3.**วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต : สาขาการวัดผลการศึกษา. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อนุช อาภาภิรม. 2543. **ฉากความรุนแรงในยุคโลกาภิวัตน์**. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติงแอนด์ พับบลิชิ่ง.

เอกรินทร์ สี่มหาศาล.2551.**สื่อการเรียนรู้ รายวิชาพื้นฐาน : ชุดแม่บทมาตรฐานหลักสูตรแกนกลาง : ภาษาไทย ป.3 : ตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551**.กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ลักษณ์

Bandura, Albert. 1997. **Self – efficacy : The exercise of control.** New York : W.H. Freeman. and company

Bandura, Albert. 1977. **Social Lerning Theory**. New Jersey : Prentice –Hall.

Baumrind, D. 1967. "**Child Care Practice Anteceding Three Patterns of Preschool Behavior.**" Genetic Psychology Monographs 75: 43-88.

Gordon W.Allport.1975**.Attitude and Phychology**. San Francisco :Jossey Bass,

Pumroy, D.K. 1966. "**Maryland Parent Attitude Survey.A Research Instrument with Social Desirability Controlled.**" Journal of Psychology 3 (64): 73-78

Simon, Herbert A. 1974. **Administrative Behavior**. New York: The Macmillan Company.

Steinberg, L. 1996. **Adolescence.** 2nd ed. Boston, MA: McGraw-Hill.

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงิน กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี

THE RELATIONSHIP BETWEEN FINANCIAL RATIOS AND EXPECTED RETURN OF THE LISTED COMPANIES IN STOCK EXCHANGE OF THAILAND: A CASE STUDY OF TECHNOLOGY INDUSTRIES

แก้วมณี อุทิรัมย์
นักศึกษาปริญญาโท คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม
E-mail: kaewmanee@outlook.com
ดร.กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินิทธ์
อาจารย์ คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม
E-mail: kanoksak008@yahoo.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินทั้ง 20 อัตราส่วน กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี จำนวนทั้งสิ้น 10 บริษัทโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานราคาหลักทรัพย์ รายงานทางการเงินประจำปีและแบบรายงานการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติม(56-1) ของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี เพื่อใช้เป็นตัวแทนของอัตราส่วนทางการเงินและผลตอบแทนที่คาดหมาย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Description statistics)การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน(Pearson correlation analysis)และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ(Multiple regression analysis) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินทั้ง 20 อัตราส่วน กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี พบว่า

อัตราส่วนทางการเงินทุกอัตราส่วนต่างมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่คาดหมาย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05ยกเว้นอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม และอัตรากำไรจากการดำเนินงานที่ไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่คาดหมาย ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่านักลงทุนในตลาดทุนของประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี สามารถใช้ข้อมูลทางบัญชีในด้านอัตราส่วนทางการเงินที่แสดงในงบการเงินเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจเลือกหลักทรัพย์ที่น่าลงทุนได้

คำสำคัญ: อัตราส่วนทางการเงิน ผลตอบแทนที่คาดหมาย

ABSTRACT

This research aimed to study the relationship between of 20 financial ratios and expected return of the listed companies in Stock Exchange of Thailand, a group of technology industries there were ten companies, by collecting data from historical price reporting, annual financial reports, and disclosure information of annual registration (56-1) as the example of financial ratios and expected return. The statistics used for data analysis were description statistics, Pearson correlation analysis, and multiple regression analysis at significant level of 0.05.

The findings of the study of the relationship between of 20 financial ratios and expected return of the listed companies in Stock Exchange of Thailand, a group of technology industries revealed that:

All financial ratios had the relationship with expected return at significant level of 0.05 ,excepting the total assets turnover and operating profit margin. The result of the study showed that the investors in Stock Exchange of Thailand, in group of technology industries, can use accounting information of financial ratios expressed in financial statement to be the criteria for decision making in choosing the interesting assets for investment.

KEYWORD: Financial ratios ,expected return

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถือเป็นสถาบันการเงินที่มีความสำคัญในตลาดทุนและตลาดการเงินไทย โดยทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางและทางเลือกหลักในการซื้อขายแลกเปลี่ยนหลักทรัพย์ของผู้ระดมทุนและนักลงทุน และเป็นกลไกหรือตัวกลางในการระดมเงินออมหรือเงินทุนส่วนเกิน (Pooling of resources) จากภาคครัวเรือนและจัดสรรเงินทุนสู่ภาคการผลิตที่ต้องการเงินทุนทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน ทำให้การออมและการลงทุนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเสริมสร้างสภาพคล่องให้แก่หลักทรัพย์ ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจสำคัญที่ทำให้ผู้มีเงินออมสนใจจะเข้ามาลงทุนในหลักทรัพย์มากขึ้น

การวิเคราะห์งบการเงิน ถือเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการวิเคราะห์หลักทรัพย์โดยใช้ปัจจัยพื้นฐาน (Fundamental analysis) เฉลิมขวัญ ครุฑนุญยงค์(2551) กล่าวว่า การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินเป็นเสมือนเครื่องมือในการวางแผน การจัดการ และการควบคุมทางด้านการบัญชีและการเงินได้เป็นอย่างดี ซึ่งในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์ จะพิจารณาจากการคำนวณหาอัตราส่วนทางการเงิน (Ratio analysis)ใน 5 ประเภท ได้แก่ อัตราส่วนแสดงถึงการวัดสภาพคล่อง (Liquidity ratios) อัตราส่วนแสดงถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Activity ratios) อัตราส่วนแสดงถึงการวัดสภาพหนี้สิน(Leverage ratios) อัตราส่วนแสดงถึงการวัดความสามารถในการทำกำไร (Profitability ratios) และอัตราส่วนแสดงมูลค่าทางการตลาด (Market value ratios)

การศึกษาครั้งนี้ได้นำอัตราส่วนทางการเงินดังกล่าว มาใช้เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเลือกศึกษาบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรม

เทคโนโลยี เนื่องจากเป็นกลุ่มบริษัทที่มีมูลค่าการซื้อขายรวมสูงสุด 10 อันดับแรกของตลาดหลักทรัพย์ฯ ซึ่งมีสภาพคล่องสูง และมีการซื้อขายอย่างสม่ำเสมอ โดยข้อมูลผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปใช้เพื่อประโยชน์ของผู้บริหารและนักลงทุนในการพิจารณาประกอบการตัดสินใจเพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่ามากที่สุด

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงิน กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี

3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

1. การวัดสภาพคล่อง (Liquidity ratios)
- 1.1 อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current ratio : CR)
- 1.2 อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick ratio : QR)

2. การวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Activity ratios)
- 2.1 อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้ (Receivables turnover : RT)
- 2.2 ระยะเวลาในการเก็บหนี้(Average collection period : ACP)
- 2.3 อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ(Inventory turnover : IT)
- 2.4 ระยะเวลาในการขายสินค้า(Holding period : HP)
- 2.5 อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร(Fixed assets turnover : FAT)

3. การวัดสภาพหนี้สิน (Leverage ratios)
- 3.1 อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม (Debt ratio : DR)
- 3.2 อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น(Debt to equity ratio : DER)
- 3.3 อัตราส่วนวัดความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย

4. การวัดความสามารถในการทำกำไร (Profitability ratios)
- 4.1 อัตรากำไรขั้นต้น (Gross profit margin : GPM)
- 4.2 อัตรากำไรจากการดำเนินงาน(Operating profit margin : OPM)
- 4.3 อัตรากำไรสุทธิ(Net profit margin : NPM)
- 4.4 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม(Return on total assets : ROR)

5. การวัดมูลค่าราคาตลาดของหุ้น (Market value ratios)
- 5.1 อัตราส่วนกำไรต่อหุ้น (Earning per share : EPS)
- 5.2 อัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไรต่อหุ้น(P/E ratio : P/E)
- 5.3 อัตราส่วนราคาตลาดต่อราคาตามบัญชี(P/BV ratio : P/BV)
- 5.4 อัตราผลตอบแทนจากเงินปันผล(Dividend yield : DY)

→

ตัวแปรตาม

ผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (HPR) ในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี

4. การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษา เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการศึกษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุนและพฤติกรรมตัวแทนนักลงทุน
3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจลงทุน
4. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์งบการเงินและอัตราส่วนทางการเงิน
5. ทฤษฎีเกี่ยวกับผลตอบแทนจากการลงทุน
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5. สมมติฐานการวิจัย

ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงิน กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลอัตราส่วนทางการเงินของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี โดยกำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 อัตราส่วนทางการเงิน มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 อัตราส่วนทางการเงิน ไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

6. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่เลือกใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET100(รายชื่อหลักทรัพย์ที่ใช้ในการคำนวณดัชนี,ออนไลน์,2555) ในรายปีช่วงปี พ.ศ. 2553 – 2555 จำนวนทั้งสิ้น 100 บริษัท โดยกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยศึกษาคือบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในหมวดอุตสาหกรรมเทคโนโลยี จำนวนทั้งสิ้น 10บริษัท(จากจำนวนบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย(SET100) ในหมวดอุตสาหกรรมเทคโนโลยี จำนวนทั้งสิ้น 10 บริษัท)

การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ซึ่งแบ่งเป็น

1. ข้อมูลทางด้านการเงินเป็นข้อมูลจากงบการเงินประจำปีที่มีอยู่แล้วโดยจะใช้ข้อมูลงบการเงินรวม เนื่องจากงบการเงินรวมเป็นงบการเงินที่กลุ่มกิจการนำเสนอเสมือนว่าเป็นกิจการเดียว (สมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย, 2544,หน้า 778) โดยข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิจัยเป็นข้อมูลของกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี ได้แก่ ข้อมูลราคาหลักทรัพย์ รายงานทางการเงินประจำปีและแบบรายงานการเปิดเผย

ข้อมูลเพิ่มเติม(56-1) ตั้งแต่ปี 2553 - 2555 ซึ่งประกอบด้วยงบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุนและงบกระแสเงินสด ซึ่งทางตลาดหลักทรัพย์กำหนดไว้ล่าสุด (งบการเงิน,ออนไลน์, 2555)

2. ข้อมูลทั่วไป เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไป เช่น ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับลักษณะของธุรกิจ ข้อมูลเกี่ยวกับอัตราส่วนทางการเงิน ข้อมูลเกี่ยวกับอัตราผลตอบแทนที่คาดหมาย โดยเก็บรวมรวมจากหลายแหล่ง ได้แก่ งานวิจัยวารสารตำราเรียนทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ และจากหน่วยงานของภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้อง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยในการประมวลผลข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

1. สถิติเชิงพรรณนา (Description statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นต้น โดยมีวัตถุ ประสงค์เพื่อทราบลักษณะโดยทั่วไปของตัวแปรที่เก็บรวบรวมได้ สำหรับสถิติพรรณนาจะนำเสนอข้อมูลที่ศึกษาด้วยค่าสูงสุด (Maximum) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอนุมานในการวิจัย จะใช้วิธีการวิเคราะห์ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson correlation analysis) เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ตัวแปรอิสระ คือ อัตราส่วนทางการเงินทั้ง 20 อัตราส่วนของกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กับตัวแปรตาม คือ ผลตอบแทนที่คาดหมายว่าเป็นไปในทิศทางใดและความสัมพันธ์นั้นมีมากน้อยเพียงใด

2.2 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis) เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ อัตราทางการเงินทั้ง 20 อัตราส่วน กับตัวแปรตาม คือ ผลตอบแทนที่คาดหมาย ที่มีความสัมพันธ์อยู่ในรูปเชิงเส้น โดยแสดงความสัมพันธ์ในรูปสมการถดถอยเชิงเส้น (ไพโรจน์ เย็นศรณี,2551,หน้า 42– 43)

7. สรุปผลการวิจัย

จากตารางที่ 1 เป็นการวิเคราะห์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา ในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ได้แก่ ผลตอบแทนที่คาดหมาย (HPR) กับอัตราส่วนทางการเงินทั้ง 20 อัตราส่วน มีความสัมพันธ์ทั้งทางลบและทางบวกกับอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (HPR) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันของตัวแปร

	HPR	CR	QR	RT	ACP	IT	HP	FAT	TAT	DR	DER	ICR	GPM	OPM	NPM	ROA	ROE	EPS	P/E	P/BV	DY
HPR	1																				
CR	-.013	1																			
QR	.020	.903**	1																		
RT	-.199	-.206	-.113	1																	
ACP	.424*	.055	.034	-.794**	1																
IT	-.022	-.418*	-.216	.554**	-.393*	1															
HP	-.034	.792**	.592**	-.416*	.165	-.656**	1														
FAT	-.254	.254	.245	.758**	-.588**	.195	.073	1													
TAT	-.223	.510**	.336	.320	-.340	-.135	.548**	.704**	1												
DR	.066	-.464**	-.620**	-.006	.048	.011	-.326	.021	-.014	1											
DER	.027	-.336	-.401*	-.115	.023	-.024	-.281	-.166	-.187	.803**	1										
ICR	.086	.430*	.534**	.225	-.218	.129	.105	.336	.179	-.496**	-.329	1									
GPM	.383*	-.220	.010	.211	.242	.493**	-.594**	.008	-.396*	-.046	-.080	.151	1								
OPM	.076	-.233	-.053	.153	-.011	.181	-.426*	-.035	-.296	-.290	-.249	.456*	.414*	1							
NPM	.088	-.095	.064	.094	-.012	.112	-.224	-.037	-.157	-.404*	-.336	.525**	.266	.954**	1						
ROA	.039	-.018	.085	.556**	-.298	.269	-.317	.473**	.189	-.220	-.266	.702**	.341	.705**	.666**	1					
ROE	.083	-.009	.036	.365*	-.175	.135	-.192	.256	.138	-.297	-.415*	.643**	.246	.722**	.742**	.899**	1				
EPS	-.062	-.053	.104	.787**	-.540**	.484**	-.345	.634**	.221	-.265	-.300	.573**	.377*	.550**	.543**	.798**	.681**	1			
P/E	.647***	-.384	-.276	-.097	.461*	.018	-.343	-.276	-.494*	.285	.320	-.147	.604**	.048	-.039	.076	.128	-.091	1		
P/BV	.107	-.198	-.117	.556**	-.308	.161	-.390*	.416*	.142	.055	.011	.310	.334	.568**	.522**	.736**	.631**	.748**	.163	1	
DY	-.090	-.003	.082	.226	-.354	.027	-.024	.286	.200	-.108	-.181	.220	-.279	.188	.238	.202	.092	.197	-.277	.117	1

* (**)(***) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, 0.01 และ 0.001

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของอัตราส่วนทางการเงิน กับผลตอบแทนที่คาดหมาย ในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี

สมมติฐาน	Variable	Standardized Coefficients Beta	*t*-value	Sig.	ยอมรับ/ปฏิเสธ สมมติฐาน
1	CR	-8.832	-86.146	0.007**	ยอมรับ
2	QR	8.735	105.023	0.006**	ยอมรับ
3	RT	12.232	134.797	0.005**	ยอมรับ
4	ACP	4.320	106.035	0.006**	ยอมรับ
5	IT	0.543	19.053	0.033*	ยอมรับ
6	HP	4.784	91.389	0.007**	ยอมรับ
7	FAT	-6.032	-101.734	0.006**	ยอมรับ
8	TAT	-0.339	-12.408	0.051	ปฏิเสธ
9	DR	1.530	68.651	0.009**	ยอมรับ
10	DER	0.953	30.323	0.021*	ยอมรับ
11	ICR	4.045	135.406	0.005**	ยอมรับ
12	GPM	-1.305	-30.211	0.021*	ยอมรับ
13	OPM	0.679	3.657	0.170	ปฏิเสธ
14	NPM	-2.560	-15.625	0.041*	ยอมรับ
15	ROA	-3.660	-52.352	0.012*	ยอมรับ
16	ROE	3.326	66.162	0.010**	ยอมรับ
17	EPS	-5.490	-91.564	0.007**	ยอมรับ
18	P/E	-1.328	-40.137	0.016*	ยอมรับ
19	P/BV	3.425	110.907	0.006**	ยอมรับ
20	DY	0.131	18.720	0.034*	ยอมรับ

หมายเหตุ: n= 630 ,R^2 = 1.000,F = 4,565.970, Sig = 0.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01, ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

ผลการทดสอบจากตารางที่ 2 พบว่า ในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่าเท่ากับ 1.000 แสดงว่า อัตราส่วนทางการเงินทั้ง 20 อัตราส่วนในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้ สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนที่คาดหมายได้ร้อยละ 100 ส่วนการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. การวัดสภาพคล่อง

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. การวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาในการเก็บหนี้ อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ ระยะเวลาในการขายสินค้า อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร และอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาในการเก็บหนี้ อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ ระยะเวลาในการขายสินค้า และอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 นอกจากนี้จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยพบว่า อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

3. การวัดสภาพหนี้สิน

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราส่วนวัดความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยกับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยพบว่า อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราส่วนวัดความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01และ 0.05

4. การวัดความสามารถในการทำกำไร

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นกับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยพบว่า อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 นอกจากนี้จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอัตรากำไรจากการดำเนินงาน กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยพบว่า อัตรากำไรจากการดำเนินงานไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

5. การวัดมูลค่าราคาตลาดของหุ้น

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอัตรากำไรต่อหุ้น อัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไรต่อหุ้น อัตราส่วนราคาตลาดต่อราคาตามบัญชี และอัตราผลตอบแทนจากเงินปันผลกับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า อัตรากำไรต่อหุ้นอัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไรต่อหุ้น อัตราส่วนราคาตลาดต่อราคาตามบัญชี และอัตราผลตอบแทนจากเงินปันผลมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05

8. การอภิปรายผล

1. อัตราส่วนวัดสภาพคล่อง

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05กล่าวคือ อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วเป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดความสามารถในการแปลงสินทรัพย์หมุนเวียนให้กลายเป็นเงินสดได้อย่างเพียงพอและทันต่อการชำระหนี้ระยะสั้นของกิจการ ถือเป็นอัตราส่วนที่แสดงถึงสภาพคล่องของกิจการและถึงแม้จะไม่ใช่อัตราส่วนที่สะท้อนให้เห็นถึงกำไรจากการดำเนินงานอย่างชัดเจน แต่ก็เป็นอัตราส่วนที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารงานของกิจการเพื่อตอบสนองสิ่งที่นักลงทุนหรือเจ้าหนี้คาดหวังได้ ทำให้นักลงทุนและเจ้าหนี้สามารถนำอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วมาใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Dwi,mulyono and Rahfiani (2009)และ Christie and Constantinos (2010)ที่พบว่า อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนมีความสัมพันธ์ในทิศทางลบกับอัตราผลตอบแทนอย่างมีนัยสำคัญ และมีความแตกต่างไปจากผลงานวิจัยของธาราทิพย์ สิริจินดา (2553) ที่พบว่าอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในหลักทรัพย์

2. อัตราส่วนวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาในการเก็บหนี้ อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ ระยะเวลาในการขายสินค้า และอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาในการเก็บหนี้ อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ ระยะเวลาในการขายสินค้า และอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร เป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดความสามารถหรือประสิทธิภาพในการดำเนินงานของกิจการ และถึงแม้จะไม่ใช่อัตราส่วนที่สะท้อนให้เห็นถึงกำไรจากการดำเนินงานอย่างชัดเจน แต่ก็เป็นอัตราส่วนที่แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการบริหารงานของกิจการเพื่อตอบสนองสิ่งที่นักลงทุนหรือเจ้าหนี้คาดหวังได้ ทำให้นักลงทุนและเจ้าหนี้สามารถนำอัตราส่วนเหล่านี้มาใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Christie and Constantinos(2010)ที่พบว่า อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือมีความสัมพันธ์ในทิศทางลบกับอัตราผลตอบแทนอย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของศจี ศรีสัตตบุตร(2548) ที่พบว่า อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหุ้นสูงกว่าอัตราส่วนทางการเงินอื่น ๆ และนอกจากนี้จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวมไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กล่าวคือ อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม ถึงแม้จะเป็นอัตราส่วนหนึ่งที่ใช้วัดความสามารถหรือประสิทธิภาพในการดำเนินงานของกิจการ แต่เมื่อนำพิจารณาในภาพของทั้งกลุ่มอุตสาหกรรมแล้วนักลงทุนอาจไม่ได้นำมาเป็นปัจจัยหลักในการพิจารณาตัดสินใจเลือกหลักทรัพย์ที่น่าลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธาราทิพย์ สิริจินดา (2553) ที่พบว่าอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในหลักทรัพย์และแตกต่างไปจากผลงานวิจัยของ Dwi,mulyono and Rahfiani (2009)ที่พบว่า อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์มีความสัมพันธ์ในทิศทางลบกับอัตราผลตอบแทน

อย่างมีนัยสำคัญ ในส่วนของอัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาในการเก็บหนี้ ระยะเวลาในการขายสินค้า และอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวรไม่พบว่ามีผลงานวิจัยของผู้วิจัยก่อนหน้านี้

3. อัตราส่วนวัดสภาพหนี้สิน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราส่วนวัดความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราส่วนวัดความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย เป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดโครงสร้างทางการเงินของกิจการหรือใช้วัดความสามารถในการชำระหนี้ระยะยาวของกิจการ ถ้าอัตราส่วนนี้สูงแสดงถึงความสามารถและประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์สูง หากกิจการสามารถดำเนินงานแล้วมีกำไร โดยส่วนใหญ่นักลงทุนที่ชอบความเสี่ยงอาจสนใจในการพิจารณาอัตราส่วนทางการเงินเหล่านี้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Dwi,mulyono and Rahfiani (2009) ที่พบว่าอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับอัตราผลตอบแทน ในส่วนของอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม และอัตราส่วนวัดความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย ไม่พบว่ามีผลงานวิจัยของผู้วิจัยก่อนหน้านี้

4. อัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไร

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนต่อส่วน ของผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นอัตราส่วนที่สำคัญในการใช้วัดความสามารถในการดำเนินงานของกิจการและวัดความสามารถในการทำกำไร ซึ่งนักลงทุนมักใช้อัตราส่วนทางการเงินเหล่านี้มาใช้ประเมินประสิทธิภาพในการลงทุนหรือใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดผลการดำเนินงาน ทำให้นักลงทุนสามารถนำอัตราส่วนเหล่านี้มาใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุทธิเพ็ญ ดีสวัสดิ์(2553) ,ศจี ศรีสัตตบุตร(2548) และLipe(1986) ที่พบว่าอัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีความสามารถในการอธิบายราคาหลักทรัพย์หรือมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนจากการลงทุน และนอกจากนี้จากการทดสอบสมมติฐานยังพบว่า อัตรากำไรจากการดำเนินงานไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กล่าวคือ อัตรากำไรจากการดำเนินงาน ถึงแม้จะเป็นอัตราส่วนหนึ่งที่ใช้วัดความสามารถในการทำกำไร แต่เมื่อนำพิจารณาในภาพของทั้งกลุ่มอุตสาหกรรมแล้วนักลงทุนอาจไม่ได้นำมาเป็นปัจจัยหลักในการพิจารณาตัดสินใจเลือกหลักทรัพย์ที่น่าลงทุน ซึ่งจากผลการวิจัยดังกล่าวแตกต่างไปจากผลงานของ Lipe(1986)ที่พบว่า กำไรก่อนหักภาษี มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนจากการลงทุน

5. อัตราส่วนวัดมูลค่าราคาตลาดต่อหุ้น

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี อัตรากำไรต่อหุ้น อัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไรต่อหุ้น อัตราส่วนราคาตลาดต่อราคาตามบัญชี และอัตราผลตอบแทนจากเงินปันผลมีความสัมพันธ์กับ

ผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ อัตรากำไรต่อหุ้น อัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไรต่อหุ้น อัตราส่วนราคาตลาดต่อราคาตามบัญชี และอัตราผลตอบแทนจากเงินปันผล เป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดแนวโน้มหรือประสิทธิภาพในการทำกำไรของกิจการและเป็นอัตราส่วนที่แสดงถึงอัตราการเติบโตของกิจการ ที่สะท้อนให้เห็นถึงฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานระยะยาวของกิจการ ถือเป็นอัตราส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของความมั่งคั่งที่เกิดขึ้นจากการลงทุน ดังนั้นนักลงทุนส่วนใหญ่จึงต่างให้ความสำคัญในการนำอัตราส่วนทางการเงินเหล่านี้มาใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกหลักทรัพย์ที่น่าลงทุนซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปิยะ พังงา(2552),ธาราทิพย์ สิริจินดา (2553),รพีพรรณ แสงสานนท์ (2548), Dwi,mulyono and Rahfiani (2009), Christie and Constantinos (2010), Jonathan Lewellen (2004) และ Jonathan Lewellen (2002)ที่พบว่าอัตรากำไรต่อหุ้น อัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไรต่อหุ้น อัตราส่วนราคาตลาดต่อราคาตามบัญชี และอัตราผลตอบแทนจากเงินปันผลมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนจากการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ

9. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นการวิเคราะห์ในภาพรวมของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี ดังนั้นการวิจัยในอนาคตอาจวิเคราะห์เป็นรายบริษัท หรือศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับผลตอบแทนที่คาดหมายของบริษัทอื่นเพิ่มเติม โดยขยายขอบเขตให้ครอบคลุมบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งหมด เพื่อให้ผลการวิจัยที่ได้ดียิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลต่อผลตอบแทนเพิ่มเติม เช่น ขนาดของกิจการ สัดส่วนการลงทุนของผู้ถือหุ้น รายการคงค้าง ภาวะเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศในช่วงปัจจุบันและในอนาคต การเมือง นโยบาย การเก็งกำไร ปัจจัยทางจิตวิทยา เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์เป็นไปอย่างถูกต้องมากยิ่งขึ้น

10. รายการอ้างอิง

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2555).***งบการเงิน***(ออนไลน์).เข้าถึงได้จาก: http://capital.sec.or.th/webapp/corp_fin/cgi-bin/sectorfind56.php?from_page=find56&lang=T&cmb_sect_id=25.[15 มีนาคม 2556]

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.(2555). ***รายชื่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์***(ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:http://www.set.or.th/th/company/companylist.html [1 กรกฎาคม 2555]

ธาราทิพย์ สิริจินดา .(2553) .***ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับอัตราผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*** .การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต(การบริหารการเงิน)คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปิยะ พังงา.(2552).***ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงิน กับอัตราผลตอบแทนหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย***.วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ,มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

เพชรี ขุมทรัพย์.(2548). ***วิเคราะห์งบการเงิน.***กรุงเทพฯ :โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

รพีพรรณ แสงสานนท์ .(2548).***การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินและราคาตลาดของหลักทรัพย์ กรณีอุตสาหกรรมพลังงานที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี 2544 - 2548.***การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศจี ศรีสัตตบุตร.(2548) ***.ความสัมพันธ์ของอัตราส่วนทางการเงินกับผลตอบแทนของหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย***.วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตบัญชี(การบัญชี) คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี,จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุทธิเพ็ญ ดีสวัสดิ์. (2553). ***ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลตอบแทนจากกำไรสุทธิอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นในการอธิบายราคาหลักทรัพย์.*** การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

Christie,F.,&Constantinos,C.(2010).Key accounting value drivers that affect stock return: evidence from Greece,Managerial Finance,36(11),921-930.

Dwi,M.M.,&Rahfiani.K.(2009).The effect of financial ratios.firmsize,and cash flow from operating activities in the interim report to the stock return,Chinese business review.8(6),44-55.

Lewellen, J., 2004. Predicting returns with financial ratios. Journal of Financial Economics 74, 209-235.

Lewellen, J., 2002. Momentum and autocorrelation in stock returns. Review of Financial Studies 15 (2), 533-563.

Lipe,R.C.(1986). The information contained in the Components of earning. Journal of Accounting Research,24(3),37-64.

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ความเป็นเกาหลีกับกลวิธีทางภาษา ในนิตยสารบันเทิงเกาหลีที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทย

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE KOREANISM IDENTITY AND LINGUISTIC DEVICES IN KOREAN ENTERTAINMENT MAGAZINES PUBLISHED IN THAI

ดีอนา คาซา

นักศึกษาปริญญาโท ภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail : gel_dondon@hotmail.com

จันทิมา อังคพณิชกิจ

อาจารย์ ดร. ภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail : jantima21@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ความเป็นเกาหลีกับกลวิธีทางภาษาในนิตยสารบันเทิงเกาหลีที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทยซึ่งการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาจะสามารถนำไปสู่การตีความอัตลักษณ์ความเป็นเกาหลีที่เกิดขึ้นได้โดยใช้การวิเคราะห์ตามแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ในการค้นหาและตีความอัตลักษณ์ความเป็นเกาหลี ผลการวิจัยพบว่า นิตยสารบันเทิงเกาหลีที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทยมีการใช้กลวิธีทางภาษาเพื่อประกอบสร้างความเป็นเกาหลี ได้แก่ เกาหลีคือสิ่งที่น่าพึงปรารถนา เกาหลีคือผู้นำทางแฟชั่นและความบันเทิง เกาหลีคือความเป็นสากล และเกาหลีคือสินค้าทางวัฒนธรรม

คำสำคัญ : อัตลักษณ์ ความเป็นเกาหลี นิตยสารบันเทิงเกาหลี

ABSTRACT

This study aims to examine the relationships between the identity of Koreanism and linguistic devices used in Korean entertainment magazines published in Thai. Analysis of linguistic devices can lead to interpretation of the identity of Koreanism. It is found in this study that linguistic devices used in Korean entertainment magazines published in Thai in order to establish Koreanism are Korean as a preference, Korean as a fashion and entertainment leader, Korean as an international icon, and Korean as a cultural product.

KEYWORDS : Identity, Koreanism, Korean Entertainment Magazines

1. บทนำ

"한류", "Hallyu" (อ่านว่า ฮัน-รยู) หรือ "กระแสความนิยมเกาหลี" นับเป็นความสำเร็จของรัฐบาลเกาหลีใต้หลังจากที่จัดตั้งองค์การวัฒนธรรมและสารัตถะเกาหลี (Korean Culture and Content Agency - KOCCA) ปัจจุบันพบว่ากระแสความนิยมเกาหลีขยายตัวอย่างกว้างขวางในแถบเอเชีย (Shim, 2006) รวมถึงประเทศไทยด้วยเช่นกัน ดังจะพบได้จากความนิยมด้านต่างๆ เช่น ความนิยมจากละครโทรทัศน์ จะเห็นได้จากการออกอากาศของละครชุดเกาหลีอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานานในช่องโทรทัศน์สาธารณะ ความนิยมจากเพลงที่มักจะเป็นเพลงที่มีจังหวะสนุกสนาน ประกอบกับท่าเต้นที่พร้อมเพรียง เป็นต้น จากความนิยมดังกล่าวยังส่งผลให้เกิดความนิยมในตัวนักแสดง-ศิลปิน ทำให้โฆษณาต่างๆ มีการว่าจ้างนักแสดง-ศิลปินเกาหลีมานำเสนอสินค้าในประเทศไทย รวมไปถึงความนิยมในผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มักมีการกล่าวถึงว่าผลิตภัณฑ์นั้นๆ ผลิตจากประเทศเกาหลี หรือมีความเกี่ยวข้องกับเกาหลี จนเกิดกระแส "อะไรๆ ก็เกาหลี" ขึ้น

กระแสความนิยมต่างๆ เหล่านี้ส่วนหนึ่งเกิดขึ้นจากสื่อมวลชน ที่ถือเป็นสื่อกลางที่ถ่ายทอดความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ตลอดจนวัฒนธรรมจากสังคมหนึ่งไปยังอีกสังคมหนึ่ง สื่อนิตยสารก็ถือเป็นสื่อสาธารณะ ที่ทำหน้าที่เป็นเสมือนผู้ส่งสารที่รายงานเหตุการณ์ความเคลื่อนไหว รวมทั้งเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ให้ประชาคมได้รับทราบ (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2530) จากกระแสนิยมเกาหลีที่เกิดขึ้นในประเทศไทย จึงส่งผลให้มีการผลิตนิตยสารที่นำเสนอ "สินค้าทางวัฒนธรรมของเกาหลี" ในรูปแบบด้านความบันเทิง โดยนำเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของวงการบันเทิงเกาหลีมานำเสนอและตีพิมพ์ลงนิตยสารเป็นภาษาไทย

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาความเป็นเกาหลีในนิตยสารบันเทิงเกาหลีที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทย เพื่อแสดงให้เห็นว่า กลวิธีทางภาษาที่ใช้ในนิตยสารดังกล่าวมีส่วนสำคัญในการประกอบสร้างอัตลักษณ์เกี่ยวกับความเป็นเกาหลีขึ้น โดยที่ผู้ผลิตสื่อนิตยสารใช้ภาษาเป็นเครื่องมือในการสร้างและตอกย้ำเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความคิด ความเชื่อว่าศิลปินเกาหลีเป็นอย่างไร จนนำไปสู่การบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นเกาหลี

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ความเป็นเกาหลีกับกลวิธีทางภาษาในนิตยสารบันเทิงเกาหลีที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทย

3. กรอบแนวคิดและทฤษฎี

งานวิจัยนี้ใช้กรอบแนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ตามแนวทางของแฟร์เคลาฟ์ (Fairclough, 1995: 56) ที่ได้เสนอกรอบแนวคิดการวิเคราะห์วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ที่ว่าการใช้ภาษาในสถานการณ์การสื่อสารประกอบด้วย 3 มิติ ที่มีความคาบเกี่ยวเชื่อมโยงไม่แยกออกจากกัน คือตัวบท (text) วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (discourse practice) และวิถีปฏิบัติทางสังคม และวัฒนธรรม (sociocultural practice) สามารถอธิบายได้ว่า เมื่อจะวิเคราะห์ตัวบทหนึ่งๆ ต้องทำความเข้าใจถึงบริบทปัจจัยอันเป็นที่มาของตัวบทนั้นๆ เนื่องจาก ตัวบทมิได้อยู่เพียงลำพัง แต่ถูกแวดล้อมไปด้วยวิถีปฏิบัติทางวาทกรรม และวิถีปฏิบัติทางสังคม และ

วัฒนธรรมด้วย กล่าวคือ บริบททางสังคมและวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการผลิต และบริโภคตัวบท ทำให้ตัวบทถูกผลิตออกมาในลักษณะใดลักษณะหนึ่งนั่นเอง

การใช้ภาษาหรือตัวบทจะสามารถแสดงให้เห็นอัตลักษณ์ได้ จากการศึกษาเรื่องภาษาและอัตลักษณ์ของชิฟฟริน (Schiffrin, 2006) ที่เห็นว่าลักษณะทางภาษาสามารถแสดงอัตลักษณ์ได้ เช่น การใช้คำอ้างถึง การใช้ชื่อเรียกบุคคล การใช้ส่วนขยายความ รวมถึงการเลือกใช้คำศัพท์ ชิฟฟรินกล่าวว่าลักษณะทางภาษาเหล่านี้สามารถบ่งบอกอัตลักษณ์ทั้งระดับบุคคล และระดับสังคมได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับเลคอฟ (Lakoff, 2006: 142-165) ที่กล่าวว่าลักษณะการใช้ภาษาสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของมนุษย์ได้เช่นกัน เลคอฟได้ศึกษาอัตลักษณ์การเลือกรับประทานอาหารของชาวอเมริกัน โดยพิจารณาจากลักษณะการใช้ภาษาในการตั้งชื่อรายการอาหาร และร้านอาหารที่สามารถแสดง อัตลักษณ์ ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม และชาติพันธุ์ได้ ทั้งยังเห็นได้ว่าลักษณะทางภาษาสามารถบอกความสัมพันธ์ระหว่างผู้พูดกับผู้ฟังในด้านสังคม เช่น อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ภาษาจึงเป็นเครื่องมือที่แสดงออกถึงความเป็นตัวตนในระดับบุคคล และยังสะท้อนการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ในแต่ละสังคมได้

งานวิจัยนี้จึงเป็นการศึกษาที่ตัวบทและวิเคราะห์มุมมองของผู้ผลิตนิตยสารที่มีต่อความเป็นเกาหลี เนื่องจากตัวบทในนิตยสารเกาหลีที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทยมีลักษณะที่หลากหลาย ผู้ผลิตสามารถเลือกตัวบทในการนำเสนอได้ในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ซึ่งอาจจะมิใช่ข้อเท็จจริงเสมอไป ตัวบทนั้นๆ จึงมีน้ำเสียงที่หลากหลาย ทั้งจากมุมมองของคนเกาหลีเอง มุมมองของคนไทยที่กล่าวถึงบุคคลและสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกาหลี ซึ่งจะสามารถแยกแยะและตีความได้จากภาษาที่นำเสนอผ่านนิตยสารดังกล่าวนั่นเองจากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยจึงเลือกนำมาเป็นเครื่องมือประการหนึ่งในการดำเนินการวิจัยที่จะสามารถวิเคราะห์โดยมุ่งหาคำตอบจากตัวภาษาที่จะแสดงให้เห็นถึงปรากฏการณ์ทางภาษา และปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นอีกด้วย การวิเคราะห์ด้วยวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์จึงสามารถอธิบายถึงที่มาของภาษา วัฒนธรรม ตลอดจน สามารถตีความอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นได้(Barker and Galasinski,2001:27)

4. ขอบเขตการวิจัย

วิเคราะห์เฉพาะภาษาที่เป็นถ้อยคำหรือวัจนภาษา (verbal language) ที่ปรากฏในสื่อนิตยสารบันเทิงเกาหลีที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทย 2 ฉบับ คือ นิตยสาร Asta Mag และ นิตยสาร The Boy Kimchi โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling or Judgment Sampling)

จากนิตยสาร Asta Mag ได้แก่ คอลัมน์ Special interview คอลัมน์ On location คอลัมน์ Beauty และคอลัมน์ K-Culture และจากนิตยสาร The Boy Kimchi ได้แก่ คอลัมน์ The Idol Planet คอลัมน์ Hot Live คอลัมน์ Beauty Recommendเด็ด และคอลัมน์ K-Lifestyle ตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2554 ถึงเดือนกรกฎาคม 2555 จำนวน 24 ฉบับ รวมเป็น 96 คอลัมน์

5. วิธีการดำเนินวิจัย

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากนิตยสารบันเทิงเกาหลีที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทย จำนวน 2 เล่ม ได้แก่

นิตยสาร Asta Mag และ The boy kimchi โดยเลือกคอลัมน์ที่มีหมวดหมู่เนื้อหาที่คล้ายคลึงกัน และมีพื้นที่ในการนำเสนอข่าวในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน

3. นำข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเฉพาะภาษาที่เป็นถ้อยคำหรือวัจนภาษาที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์กลวิธีทางภาษา

4. นำข้อมูลกลวิธีทางภาษาที่ได้มาวิเคราะห์การสื่อความหมายอัตลักษณ์ความเป็นเกาหลี

5. สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบอัตลักษณ์ความเป็นเกาหลีในนิตยสารบันเทิงเกาหลีที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทย

2. ผลของการวิเคราะห์สามารถมีส่วนกระตุ้นเตือนผู้อ่านให้ตระหนักรู้เท่าทันการใช้ภาษาที่เกี่ยวกับค่านิยมและความเชื่อ

7. ผลการวิจัย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ความเป็นเกาหลีกับกลวิธีทางภาษาในนิตยสารบันเทิงเกาหลีที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทยผู้วิจัยพบกลวิธีทางภาษาที่ผู้ผลิตหรือผู้เขียนนิตยสาร ดังกล่าวใช้ในการประกอบสร้างอัตลักษณ์เกี่ยวกับความเป็นเกาหลี 6 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีการอ้างถึงกลวิธีการขยายความ กลวิธีทางศัพท์กลวิธีทางสหบทกลวิธีการใช้วัจนกรรม และกลวิธีความเปรียบ ดังนี้

1. *กลวิธีการอ้างถึง* คือ การแสดงการเชื่อมโยงความทางความหมายโดยการใช้คำหรือวลีแทนสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว ซึ่งสามารถตีความหมายได้จากบริบทว่ามีความหมายที่หมายถึงสิ่งเดียวกัน (Halliday and Hasan, 1976)ในการอ้างถึงมีการสร้างคำเหล่านี้ขึ้นมาเพื่อที่จะสร้างให้คนที่ถูกอ้างถึงมีลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่ง ทำให้ผู้บริโภคหรือผู้อ่านเกิดความรู้สึกคล้อยตาม ซึ่งนับเป็นกลวิธีหนึ่งที่ผู้เขียนพยายามจะดึงดูดผู้อ่านให้มีแนวคิดไปในทางเดียวกันกับตน

2. *กลวิธีการขยายความ* คือ การที่ส่วนขยาย (modifier) เป็นการขยายความถึงส่วนหลัก (head) อาจเป็นคำหรือกลุ่มคำที่ให้ข้อมูลเพิ่มเติมแก่ส่วนหลัก เพื่อให้ความหมายแก่บุคคล เวลา หรือการกระทำของบุคคลนั้น ส่วนขยายนี้จะเป็นการขยายความที่สามารถแสดงให้เห็นถึงรูปร่างหน้าตา บุคลิกลักษณะ บทบาท ความสามารถ จำนวนของบุคคลชาวเกาหลีที่ถูกกล่าวถึงในส่วนหลัก ซึ่งจะ สามารถแสดงอัตลักษณ์ความเป็นเกาหลีให้ปรากฏชัดเจนขึ้น

3. *กลวิธีทางศัพท์* คือ การที่ผู้ผลิตนิตยสารเลือกสรรคำหรือกลุ่มคำต่างๆ มาใช้เพื่อสร้างและสื่อความคิดเกี่ยวกับความเป็นเกาหลีในรูปแบบต่างๆ อีกทั้งยังเป็นการเน้นย้ำให้ผู้บริโภคเกิดการตระหนักและรับรู้ว่ามีความคิดความเชื่อเหล่านั้นเป็นความจริง

4. *กลวิธีทางสหบท* คือ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทซึ่งจะแสดงให้เห็นว่า ตัวบทเหล่านั้นสัมพันธ์กับตัวบทอื่นอย่างไร ทั้งนี้การวิเคราะห์สหบทจะสามารถทำให้เห็นว่าในวาทกรรมหนึ่งๆอาจมีการปรากฏของอีกวาทกรรมหนึ่งหรือหลายวาทกรรมร่วมอยู่ (Fairclough, 1992: 84) ลักษณะของสหบทที่ผู้วิจัยพบในนิตยสารบันเทิง

เกาหลีที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทย ได้แก่ การใช้มูลบท การปฏิเสธสื่อมูลบทการใช้เรื่องเล่าการกล่าวอ้าง และสหวาทกรรม

5. *กลวิธีการใช้วัจนกรรม* คือ การใช้ภาษาที่แสดงเจตนาบางอย่างของผู้เขียนที่ต้องการสื่อปฏิสัมพันธ์โดยตรงต่อผู้อ่านเพื่อให้เกิดการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง

6. *กลวิธีความเปรียบ* คือ การใช้ความเปรียบเป็นการใช้กลวิธีทางภาษาวิธีหนึ่งที่ผู้เขียนใช้เพื่อสื่อความหมายหรือจินตภาพบางอย่างไปยังผู้อ่าน ทำให้ผู้อ่านมองเห็นภาพที่ผู้เขียนต้องการจะสื่อได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้นซึ่งเป็นการเปรียบแบบอุปลักษณ์ (metaphor) โดยนำสองสิ่งหรือมากกว่าที่มีความแตกต่างกันแต่มีคุณสมบัติบางอย่างร่วมกันมาเปรียบเทียบกัน

กลวิธีทางภาษาที่กล่าวมาพอสังเขปข้างต้นมีส่วนสำคัญในการประกอบสร้างอัตลักษณ์เกี่ยวกับความเป็นเกาหลีในนิตยสารบันเทิงเกาหลีที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทย ดังนี้

1. เกาหลีคือสิ่งที่น่าพึงปรารถนา

นิตยสารบันเทิงเกาหลีที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทยสร้างและสื่อให้ผู้บริโภคเกิดความคิดความเชื่อว่าเกาหลีเป็นสิ่งที่น่าชื่นชม น่านำมาเป็นแบบอย่างในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ และด้านลักษณะนิสัย ดังนี้

1.1 ด้านรูปลักษณ์ ผู้ผลิตสื่อนิตยสารได้แสดงให้เห็นแต่หน้าตาและรูปร่างในเชิงบวกของศิลปินและนักแสดงชาวเกาหลี อันทำให้ผู้บริโภคเกิดความนิยมในความเป็นเกาหลีที่เกิดขึ้น โดยผู้ผลิตได้ใช้กลวิธีทางภาษาในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ในด้านรูปลักษณ์ที่น่าพึงปรารถนาขึ้น

<u>ตัวอย่าง</u>

- ไอดอลเกิร์ลกรุ๊ปแห่งชาติเกาหลี โซนยอชิแดเผยโฉมครบพลพร้อมพลังทำลายล้างละลายใจโซวอนกับภาพปกของอัลบั้มที่ 3 'The Boys' ต้องบอกว่ารูปทีเซอร์ของ<u>เหล่านางฟ้า</u>ชวนทำให้หัวใจสั่นหวั่นไหวซะจริงๆ (*The boy kimchi*ก.ย., 2554: 48)

จากตัวอย่างเป็นการอ้างถึงกลุ่มนักร้องหญิงวงโซนยอชิแด ด้วยการเรียกชื่อที่มีที่มาจากรูปร่างหน้าตาที่สวยงาม คือ *เหล่านางฟ้า* โดยคำว่า *เหล่า* เป็นการใช้ประกอบคำนามแสดงถึงจำนวนที่มีมาก และคำว่า *นางฟ้า* เป็นคำที่ใช้เรียกนางในเทพนิยาย มักนำมาใช้เรียกผู้หญิงสวย แสดงให้เห็นจินตภาพ ความสวยงาม ชวนฝัน และน่าหลงใหลของกลุ่มคนที่ถูกกล่าวถึง นอกจากนี้ยังมีการใช้คำศัพท์เพื่อถ่ายทอดและเน้นย้ำความเป็นเกาหลีให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

<u>ตัวอย่าง</u>

- ซังมิรี (อีดาแฮ) เธอมี<u>ใบหน้าที่ใสราวกระเบื้องเคลือบ แถมยังมีประกายวิ้งๆ</u> และมี<u>ริมฝีปากสวยเซ็กซี่</u>ไม่เหมือนใคร(*Asta mag*ม.ค., 2555: 78)

จากตัวอย่างผู้เขียนบรรยายถึงการแสดงสภาพส่วนของร่างกายของนักแสดงหญิง อีดาแฮ ที่ผู้เขียนนำมาเป็นต้นแบบในคอลัมน์การสอนแต่งหน้า โดยกล่าวถึงส่วนของร่างกาย คือ ใบหน้าและปาก โดยมีส่วนหลัก คือ

*หน้า*และ*ริมฝีปาก* และนำส่วนขยาย คือ *ใสราวกระเบื้องเคลือบ แถมยังมีประกายวิ้งๆ* และ*สวยเซ็กซี่* มาขยายส่วนหลักทั้งสอง

1.2 ด้านลักษณะนิสัยผู้ผลิตสื่อนิตยสารได้แสดงให้เห็นถึงลักษณะนิสัยของศิลปินและนักแสดงชาวเกาหลีในด้านบวก แสดงให้เห็นถึงความน่านำมาเป็นแบบอย่างในการใช้ชีวิต โดยผู้ผลิตได้ใช้กลวิธีทางภาษาในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ในด้านลักษณะนิสัยที่น่าชื่นชม น่านำไปเป็นแบบอย่าง ได้แก่ ความมีวิริยะอุตสาหะ การมีมารยาททางสังคม ความมีความสามารถ และความกตัญญูกตเวที ดังนี้

<u>ตัวอย่าง</u>

- และตอนนี้จุนจังก็พร้อมที่จะซ้อมเต้นแล้วละค่ะ จุนจังของเรา<u>ตั้งใจและก็ทุ่มเทสุดๆ</u> เพื่อการแสดงเหงื่อไหลเต็มหน้าเลยค่ะ (*The boy kimchi* ส.ค., 2554: 47)

จากตัวอย่างสะท้อนให้เห็นถึงความมีวิริยะอุตสาหะ เป็นการประกอบสร้างจากการใช้คำศัพท์ที่แสดงสภาพทางบวกด้านบุคลิกลักษณะของบุคคลว่ามีความ *ตั้งใจ* และ *ทุ่มเท* ให้กับงาน

- แจจุง :มัน<u>ไม่ใช่เฉพาะแค่หน้าตาหรือนิสัยหรอกครับ แต่สิ่งที่ทำให้มีแฟนๆจำนวนมากชื่นชอบ นั่นก็คือ การร้องเพลงของเรา การแสดงบนเวทีของเราครับ</u>(*The boy kimchi*ต.ค., 2554: 50)

จากตัวอย่างสะท้อนให้เห็นถึงการมีความสามารถของศิลปิน เป็นการประกอบสร้างจากการปฏิเสธความคิดความเชื่อบางประการที่เคยมีอยู่ก่อนหน้า โดยศิลปินแนะให้เห็นว่าเกาหลีมีคุณภาพ เนื่องจากตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นว่ามีความเชื่อที่ว่าศิลปินโด่งดัง มีชื่อเสียงได้เนื่องจากหน้าตา ศิลปินเกาหลีจึงบอกปฏิเสธความเชื่อดังกล่าวว่าตนเองนั้นไม่ได้มีดีแค่หน้าตา แต่โด่งดังได้จากความสามารถของพวกเขาเอง

- ฮยอนจุง:<u>ถ้าไม่มีความรักจากแฟนๆ ผมก็คงมายืนจุดนี้ไม่ได้แน่นอนครับ</u> อย่าลืมให้ความสนใจและความรักผมมากๆด้วยครับ เพื่อในอนาคตผมจะได้ทำงานดีๆออกมามากๆยิ่งขึ้นไปครับ (*The boy kimchi*ต.ค., 2554: 58)

จากตัวอย่างสะท้อนให้เห็นถึงการกตัญญูต่อแฟนคลับ ไม่ลืมผู้ที่ทำให้ตนเองประสบความสำเร็จ เป็นการประกอบสร้างจากการใช้มูลบทเพื่อแนะความหมายว่ากำลังใจและมิตรภาพเป็นส่วนสำคัญในการประสบความสำเร็จของศิลปินเกาหลีแสดงให้เห็นว่ามีความคิดความเชื่อว่าแฟนคลับคือบุคคลที่สนับสนุน และคอยให้กำลังใจศิลปินเกาหลี ถ้าไม่มีแฟนคลับศิลปินก็จะไม่ประสบความสำเร็จซึ่งจากตัวอย่างทั้งหมดนี้เป็นการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นเกาหลีที่เป็นผู้ที่น่าชื่นชมและน่านำไปเป็นแบบอย่างในด้านลักษณะนิสัยให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. เกาหลีคือผู้นำทางแฟชั่นและความบันเทิง

นิตยสารบันเทิงเกาหลีที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทยสร้างและสื่อแสดงให้เห็นว่าเกาหลีนั้นมีความโดดเด่นและอยู่ในฐานะผู้นำทั้งในทางแฟชั่นที่ผู้วิจัยหมายรวมถึงความสวยความงามต่างๆ และด้านความบันเทิงด้วย

ตัวอย่าง

- 'การร้อยไหมละลาย' คือ นวัตกรรมด้านความงามที่คิดค้นโดยคุณหมอ ควอนฮันจิน(Kwon Han Jin) นายแพทย์ชาวเกาหลีใต้ผู้ก่อตั้ง Dermasterสถาบันความงามอันเลื่องชื่อ โดยใช้เวลานับ 10 ปี กว่าจะคิดค้นด้วยวิธียกกระชับผิว ด้วยการใช้เส้นไหมละลายเข้าไปตามส่วนต่างๆของร่างกาย(*Asta mag*มี.ค., 2555:80)

จากตัวอย่างเป็นการใช้คำศัพท์สื่อความหมายเกี่ยวกับกิจกรรมความงาม แสดงให้เห็นกิจกรรม *'การร้อยไหมละลาย'* และยังแสดงให้เห็นถึงความสามารถของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญชาวเกาหลีเป็นผู้ *คิดค้น* เป็นผู้นำทางนวัตกรรมด้านความงาม นอกจากนี้ยังมีการประกอบสร้างกับกลวิธีการใช้ความเปรียบ เพื่อให้ผู้อ่านเกิดจินตภาพสามารถเข้าใจถ้อยความได้อย่างลึกซึ้ง

ตัวอย่าง

- มาลองแต่งแนวของสาวเฟยดูก็ได้ คอสตูมมาเป็นสาวสะพรั่งแถมมีเสน่ห์เย้ายวน ด้วยเดรสลูกไม้สีดำเปิดหลังเซะซี่ชัดๆ ลุคไฮโซขนาดนี้ หนุ่มๆ จะไม่เหลียวหลังได้ยังไง (*The boy kimchi* พ.ค., 2554: 103)

จากตัวอย่างเป็นการใช้กลวิธีความเปรียบ โดยเปรียบการแต่งกายกับฐานะทางสังคม แสดงให้เห็นว่าหากทำตามแบบเกาหลีจะทำให้ดูดีในระดับที่เหนือกว่าโดยทั่วๆ ไป เป็นการเปรียบเทียบให้ศิลปินเกาหลีดูดีมีระดับ มีการเปรียบเทียบในลักษณะของการประกอบสร้างให้เกาหลีมีฐานะทางสังคมซึ่งเห็นได้จาก *ลุคไฮโซ*

3. เกาหลีคือความเป็นสากล

นิตยสารบันเทิงเกาหลีที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทยสร้างและสื่อให้เห็นว่าเกาหลีมีความเป็นสากล มีชื่อเสียง มีคุณภาพเทียบเท่าวงการเพลงหรือวงการบันเทิงระดับโลก

ตัวอย่าง

- นอกจากพวกเธอจะมีรูปร่างหน้าตาสวยเด่น ความสามารถทั้งร้องทั้งเต้นเป็นเลิศแล้ว Rania ยังได้*โปรดิวเซอร์ระดับโลก Teddy Riley ซึ่งเคยทำเพลงให้ศิลปินดังมากมาย เช่น Michael Jackson, Lady Gaga, Spice Girls, Pussycat Dolls, Rihanna และ Chirstina Aguilera* มาช่วยสร้างสรรค์แนวเพลงให้อินเตอร์ขึ้น เพื่อรองรับแผนโปรโมตนอกเอเชียในอนาคตไปด้วยเลย เพราะโปรเจ็กต์นี้ทาง DR Music (เคยสร้างชื่อ Baby V.o.xให้โด่งดังทั่วเอเชียมาแล้ว) หมายมั่นปั้นมือว่า Rania จะต้องดังระเบิดแน่นอน! (*Asta mag*ส.ค., 2554: 52)

จากตัวอย่างบรรทัดที่ 1-3 ที่เป็นตัวเอียงและขีดเส้นใต้เป็นสหบทอย่างหนึ่งที่อยู่ในรูปแบบการอ้างอิงบุคคลผู้มีชื่อเสียง ซึ่งล้วนแต่เป็นบุคคลที่ฝั่งตะวันตก ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือมากอีกขึ้น ทั้งยังประกอบสร้างกับการใช้มูลบทอันเป็นรูปแบบหนึ่งในกลวิธีสหบทเช่นกันในบรรทัดที่ 3-4 โดยการใช้มูลบทนี้ตอกย้ำความเป็นสากลให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น พบตัวบ่งชี้มูลบท คือ คำว่า *อินเตอร์ขึ้น* ซึ่ง คำว่า *ขึ้น* เป็นคำที่ใช้ประกอบคำอื่นเพื่อเน้นความให้เด่น ให้ชัดแจ้งกว่าเดิม หรือมีมากกว่าเดิม แนะให้เห็นว่าเดิมนั้นกลุ่มศิลปินก็มีความเป็นสากล (อินเตอร์) อยู่แล้ว แต่อาจจะยังไม่ได้มีความเป็นสากลมากเท่าที่ควร แต่เมื่อทราบจากบริบทถัดไป คือ *เพื่อรองรับแผนโปรโมตนอกเอเชียในอนาคตไปด้วยเลย* แสดงให้เห็นว่า เหตุที่ต้อง "อินเตอร์ขึ้น" ในที่นี้เพื่อขยายฐานผู้บริโภคออกนอกเอเชีย

4. เกาหลีคือสินค้าทางวัฒนธรรม

นิตยสารบันเทิงเกาหลีที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทยสร้างและสื่อให้เห็นว่าความเป็นเกาหลีที่เกิดขึ้นล้วนแล้วแต่เป็นสินค้าที่สามารถส่งออกและทำรายได้ให้แก่ประเทศเกาหลีได้

ตัวอย่าง

- MISO หรือการแสดงศิลปะของเกาหลี ที่ทางรัฐบาลเกาหลีเค้าทั้งผลักทั้งดัน ทั้งส่งทั้งเสริมโดยการแสดง MISO นี้ เนื้อเรื่องที่นำเสนอเป็นเรื่องที่น่าสนใจและใกล้ตัว อย่างเช่น เรื่องราวที่ได้นำมาแสดงที่ไทยครั้งนี้ เป็นเรื่องราวของความรักของหนุ่มสาว ระหว่าง 'ชุนยัง' และ 'มรงยง' ซึ่งเป็นเรื่องเล่าพื้นบ้านตั้งแต่อดีตของประเทศเกาหลีเค้าละค่ะ ผสมผสานกับการเต้นและร่ายรำในชุดประจำชาติของเกาหลีอย่างสวยงามมากๆค่ะ (*The boy kimchi* ต.ค., 2554: 66)

จากตัวอย่างเป็นการใช้คำศัพท์สื่อความหมายเกี่ยวกับกิจกรรมด้านวัฒนธรรมที่แสดงให้เห็นถึงการเผยแพร่วัฒนธรรมที่มีรัฐบาลเกาหลีเป็นผู้สนับสนุนให้มีการแพร่หลาย นอกจากนี้ยังมีการใช้สหวาทกรรมที่สอดแทรกสินค้าสัญชาติเกาหลีเข้ามาในบทความต่างๆ เสมือนเป็นการโฆษณาสินค้าโดยผู้เสพสื่อไม่ทันรู้ตัว

ตัวอย่าง

- ช่วงนี้อากาศร้อน สิ่งสำคัญคือการลงครีมกันแดดด้วยนะคะ ^^ จากนั้นมาลงรองพื้น LOTREE : Triple Balance Liquid Foundation รองพื้นเนื้อเนียน เพื่อประสิทธิภาพในการปิดดีเยี่ยมค่ะ การเป็นซุป'ตาร์ เราต้องการความเนียนเนี๊ยบกริ๊บๆ ฉะนั้น รองพื้นจะต้องเนียนกว่าการลงบีบีนิดนึงค่ะ เพราะเนื้อมีความหนามากกว่า เก็บขอบดำใต้ตาและจุดสีที่ไม่เสมอบนหน้าด้วย Skinfood : salmon darkcircle concealer creamช่วยปกปิดรอยคล้ำ รอยดำต่างๆ ให้เนียนสนิทอย่างเป็นธรรมชาติ แถมทาซ้ำก็ไม่เป็นคราบด้วยนะคะ (*The boy kimchi*เม.ย., 2555: 102)

จากตัวอย่างข้างต้นนี้มีการแฝงความคิดของวาทกรรมโฆษณาสินค้าของเกาหลี แม้จะไม่ใช่บทความที่นำเสนอเกี่ยวกับการโฆษณา แต่ก็มีชื่อของสินค้าเกาหลีที่ปรากฏแทรกอยู่ในตัวบทต่างๆ

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นจะเห็นว่า ผู้ผลิตสื่อนิตยสารใช้กลวิธีทางภาษาเพื่อแสดงให้เห็นอัตลักษณ์ความเป็นเกาหลีและสื่อให้ผู้บริโภคนิตยสารเห็นว่าความเป็นเกาหลีทั้งหมดที่เกิดขึ้นล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ดี เนื่องจาก จากข้อมูลการวิจัยพบว่า สื่อล้วนแล้วแต่เสนอภาพของความเป็นเกาหลีในทางบวกทั้งสิ้น

8. อภิปรายผล

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ความเป็นเกาหลีและกลวิธีทางภาษาในนิตยสารบันเทิงเกาหลีที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทยตามแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ทำให้เห็นว่า ผู้ผลิตนิตยสารประกอบสร้างตัวบทที่สื่อถึงเห็นถึงความเป็นเกาหลีขึ้นโดยใช้กระบวนการผลิตที่อิงความนิยม การให้ความชื่นชอบในตัวบุคคลตามค่านิยมหรือบรรทัดฐานทางสังคมไทย เพื่อครอบงำให้ผู้บริโภคเกิดความคิดความเชื่อว่าเกาหลีคือความสมบูรณ์แบบ ทั้งด้านรูปลักษณ์ภายนอกและพฤติกรรมต่างๆ ผู้บริโภคโดยเฉพาะวัยรุ่นจึงนำนักแสดง-ศิลปินเกาหลีมาเป็นต้นแบบในการดำเนินชีวิต สอดคล้องกับงานวิจัยของทิพวรรณ หวังพลายเจริญสุข (2553) สำรวจโดยการทำ

แบบสอบถามพบว่าวัยรุ่นไทยมีแนวโน้มในการตัดสินใจทำศัลยกรรมแบบเกาหลีตามกลุ่มนักแสดง-ศิลปินเกาหลี โดยมีเกณฑ์อยู่ในระดับมาก ซึ่งกลุ่มวัยรุ่นอยากให้องค์ประกอบของใบหน้า หรือรูปร่างสวยเหมือนบุคคลที่ชื่นชอบ เป็นอันดับแรก อันดับสองคือเห็นว่ารูปแบบศัลยกรรมแนวเกาหลีมีความสวยงามกว่าการศัลยกรรมรูปแบบอื่น เช่น จมูกโด่งแบบฝรั่ง อันดับสามคือ เวลาไปทำศัลยกรรมจะจินตนาการถึงดารานักร้องเกาหลีเสมอ อันดับสี่คือเห็นว่าเกาหลีเป็นผู้นำทางด้านศัลยกรรม และอันดับสุดท้ายคือ เห็นว่ารูปแบบศัลยกรรมแนวเกาหลี เช่น รูปหน้าเรียว จมูกโด่งเป็นกระแสที่มาแรง นอกเหนือจากรูปร่างหน้าตาแล้ว พีรภา สุวรรณโชติ (2551) ยังพบว่า แฟนคลับได้รับแรงบันดาลใจจากนักแสดง-ศิลปินเกาหลีในด้านพฤติกรรมต่างๆ ที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ไม่เฉพาะเรื่องรูปร่างหน้าตา เช่น เรื่องความพยายามอดทน การมุ่งมั่นทำตามความฝัน เป็นต้น

การนำเสนอความเป็นเกาหลีในนิตยสารบันเทิงเกาหลีที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทยนั้นล้วนแต่นำเสนอความเป็นเกาหลีแต่ในทางบวกทั้งสิ้น การนำเสนอความเป็นเกาหลีแต่ภาพที่ดีงามเหล่านี้นับว่ามีส่วนตอกย้ำและสนับสนุนความเป็นเกาหลีที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้เสพสื่อเกิดความคิดความเชื่อว่าเกาหลีนั้นน่าหลงใหลหรืออาจทำให้ผู้บริโภคเกิดการปฏิบัติตามไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งได้ เช่น ความนิยมสินค้าเกาหลี สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใดหากมีคำว่า 'เกาหลี' มักจะเป็นที่ชื่นชอบและได้รับความสนใจ ดังงานวิจัยของต้องชนก สนแสวงผล (2554) ได้มีการนำเสนอบทความวิจัยเรื่อง "วัฒนธรรมการบริโภคความงามของสตรีไทยในกระแสความนิยมเกาหลี" ที่พบว่าสินค้าเกาหลีกลายเป็นกระแส ความทันสมัย และกลายเป็นความจำเป็นในชีวิตประจำวันของผู้คนได้ด้วยการตอกย้ำและเพิ่มความถี่ในการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ ไม่ว่าสินค้านั้นๆ จะผลิตในเกาหลีหรือในไทย หากสินค้านั้นถูกผูกเข้าไปอยู่กับความงามแบบเกาหลีแล้ว ผู้บริโภคก็เชื่อว่าตนได้บริโภคสินค้าแบบเกาหลีและความงามแบบเกาหลีผ่านการบริโภคสินค้านั้นๆ

9. ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยศึกษาอัตลักษณ์ความเป็นเกาหลีที่เกิดขึ้นในนิตยสารบันเทิงเกาหลีที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทยเท่านั้น ผู้ที่สนใจอาจศึกษาอัตลักษณ์ความเป็นเกาหลีจากสื่อประเภทอื่นๆ หรือศึกษาเปรียบเทียบอัตลักษณ์ความเป็นเกาหลีกับอัตลักษณ์ความเป็นไทยในสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร ละคร รายการโทรทัศน์ เป็นต้น

10. รายการอ้างอิง

ต้องชนก สนแสวงผล. 2554. **วัฒนธรรมการบริโภคความงามของสตรีไทยในกระแสความนิยมเกาหลี.** บทความจากหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน 2556, จาก http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1315900423&grpid=01&catid&subcatid

ทิพวรรณ หวังพลายเจริญสุข. 2553. **การศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อและแนวโน้มการตัดสินใจทำศัลยกรรมสไตล์เกาหลีของกลุ่มวัยรุ่นไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร**. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2556, จาก http://www.ex-mba.buu.ac.th/research/Bkk/Ex-24-Bkk/51722314/05_ch5.pdf

พีรภา สุวรรณโชติ. 2551. **การสื่อสาร ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกึ่งความจริง และการเรียนรู้คุณค่าทางบวกจากศิลปินนักร้องเกาหลีของกลุ่มแฟนคลับ.** วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ระวีวรรณ ประกอบผล. 2530. **นิตยสารไทย.** กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Barker, Chris and Galasinski, Dariusz. 2001. **CulturalStudiesandDiscourseAnalysis: A Dialogue on Language and Identity**.London: Sage.

De Fina, Anna;Schiffrin, Deborah; andBamberg, Michael (eds.) 2006. **Discourse and identity**. New York: Cambridge University Press.

Fairclough, N. 1995.**Critical Discourse Analysis**. London: Longman.

Halliday, M.A.K and Hasan, R. 1976. **Cohesion in English**. London: Longman.

Halliday, M.A.K &Matthiessen, C. 2004.**An Introduction to Functional Grammar**(3rd Edition). London: Arnold.

Shim, Doobo. 2006. "Hybridity and the rise of korean popular culture in Asia". In **Media, Culture & Society.** 28(1), 25-44.

คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการก่อสร้างบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

THE ENTREPRENEURIAL ORIENTATION OF ENTREPRENEURS IN HOUSING DEVELOPMENT CONSTRUCTION INDUSTRY BUSINESS IN BANGKOK METROPOLIS AND VICINITY

สิรพรณ์ เพลินจิต

นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์

คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

E-mail: khun.siraphorn@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการก่อสร้างบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (2) เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้ประกอบการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการก่อสร้างบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 312 ราย วิธีการวิจัยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในทุกรายด้าน โดยเรียงตามลำดับได้แก่ 1) ด้านความชำนาญ อยู่ในระดับมาก (4.41) 2) ด้านมุ่งมั่นความสำเร็จ อยู่ในระดับมาก (4.32) 3) ด้านความคิดริเริ่มอยู่ในระดับมาก (4.32) 4) ด้านความเชื่อมั่นตนเองอยู่ในระดับมาก (4.30) 5) ด้านความกล้าเสี่ยงอยู่ในระดับมาก (4.28) 6) ด้านการสร้างโอกาสยามเกิดวิกฤต อยู่ในระดับมาก (4.28) 7) ด้านความมุ่งมั่นแข่งขันอยู่ในระดับมาก (4.25) และเมื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าเพศที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการไม่แตกต่างกัน อายุที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน ในด้านความมุ่งมั่นแข่งขัน และด้านมุ่งมั่นความสำเร็จ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ และรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน ในด้านความมุ่งมั่นแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา คือผู้จะประกอบธุรกิจนี้ควรสำรวจตัวเองด้านคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการจากปัจจัยต่างๆ เหล่านี้เพราะเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจให้สำเร็จ

คำสำคัญ : คุณลักษณะผู้ประกอบการ ธุรกิจก่อสร้าง บ้านจัดสรร อสังหาริมทรัพย์

ABSTRAC

The purpose of this research was to (1) study Entrepreneurial Orientation of entrepreneurs in housing development construction industry business in Bangkok Metropolis and vicinity, and (2) compare Entrepreneurial Orientation characteristics classified by personal factors. The research sample was 312 entrepreneurs in housing development construction industry business in Bangkok Metropolis and vicinity. The research method is survey research and the research tool used in collecting data is questionnaire. Analyzes of the data were Frequency, Mean, Standard Deviation, t-test, and One-Way ANOVA. The research results revealed that The Entrepreneurial Orientation in all subscales were ranked as the following: 1) Expertise in this professional had subscale mean scores 4.41 or high level, 2) Achievement orientation had subscale meanscores 4.32, 3) Innovativeness had subscale meanscores 4.32, 4) Autonomy had subscale meanscores 4.30 or high level, 5) Risk-Taking had subscale meanscores 4.28 or high level, 6) Stability and learning orientation had subscale meanscores 4.28 or high level, and 7) Competitive aggressiveness had subscale meanscores 4.25 or high level. Comparison of Entrepreneurial Orientation characteristics classified by personal factors indicated that different gender had no difference of Entrepreneurial Orientation but different age had difference of Entrepreneurial Orientation: Competitive aggressiveness and Achievement orientation statistically significance at the 0.05 level. Therefore, suggestion from this research is a person who thinks to go into this business should determine your own Entrepreneurial Orientation since these factors will be key performance indicators in conducting this business.

KEYWORDS: Entrepreneurial Orientation Construction Business Housing Development Real Estate

บทนำ

ธุรกิจการก่อสร้างบ้านจัดสรรเข้ามามีบทบาทมากในด้านที่อยู่อาศัย เพื่อตอบสนองประชากรที่อพยพหรือประชาชากรที่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเองหรือประชากรที่มีรายได้น้อยหรือปากกลางสามารถซื้อที่อยู่อาศัยได้โดยที่ผ่อนชำระค่าบ้านเป็นงวดๆ อีกทั้งมีหลายราคาและรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการที่อยู่อาศัย ทำให้ธุรกิจก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์เป็นธุรกิจมีความสำคัญกับการพัฒนาประเทศในการสร้างการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศไม่ต่ำกว่าปีละ 300,000 ล้านบาท (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2555) ด้วยเหตุผลเป็นธุรกิจมีความเกี่ยวเนื่องเป็นลูกโซ่ ทั้งธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง วัสดุก่อสร้าง ระบบสาธารณูปโภคต่างๆซึ่งก่อให้เกิดการสร้างงานในภาคการบริการ หรือกล่าวได้ว่าเป็นธุรกิจต้นทางและธุรกิจปลายทางที่ครบวงจร กระนั้นเศรษฐกิจไทยต้องเผชิญกับวิกฤตมหาอุทกภัยในช่วงปลายปีพ.ศ. 2554 ทำให้มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในปี 2554 มีการขยายตัวลดลงร้อยละ 0.1 หรือตัวลดลงเมื่อเทียบกับอัตราการขยายตัวร้อยละ 7.8 ในปีก่อนหน้า โดยมูลค่า GDP ในปี 2554 เท่ากับ 10,539,446 ล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2553 จำนวน 434,626 ล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม, 2556) และวิกฤตนี้ส่งผลธุรกิจก่อสร้างบ้านจัดสรรในแนวราบประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝด และทาวน์เฮ้าน์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล ซึ่งเป็นเขตพื้นที่อุปสงค์ที่สำคัญ

ของประเทศ มีจำนวนหน่วยลดลงร้อยละ 24.52 ในสิ้นปี พ.ศ. 2555 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2555) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนสิ่งก่อสร้างใหม่ ปี พ.ศ. 2552-2555

จำนวน : หน่วย

ประเภท	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555
บ้านเดี่ยว	23,172	26,889	25,855	23,569
บ้านแฝด	786	1,796	1,331	1,086
ทาวน์เฮ้าส์	6,432	11,580	16,515	12,134
รวม	30,390	40,265	43,701	36,789

ที่มา: การประมวลข้อมูลพื้นที่การก่อสร้าง พ.ศ. 2554-2555 สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ

ปัญหาอุทกภัยส่งผลกระทบเป็นวงกว้างต่อการจ้างงานและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างและยังพบเหตุการณ์วิกฤติหนี้สาธารณะในยุโรป ปัญหาการเมือง และสถานการณ์ความไม่สงบของภาคใต้ ที่ยังคงส่งผลกระทบต่อภาพรวมของเศรษฐกิจไทยมาโดยตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 (เกษรา, 2556) ทุกครั้งที่เศรษฐกิจภายในประเทศหดตัวทำให้อำนาจการซื้อและการบริโภคของประชาชนลดลง แต่กระนั้นธุรกิจก่อสร้างบ้านจัดสรรยังคงที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ตราบใดที่มีการเพิ่มขึ้นของประชากร การอพยพประชากรเข้าสู่เมืองใหญ่ บ้านยังคงเป็นความต้องการหนึ่งในปัจจัยสี่ 4 ที่ทุกคนต้องการที่อยู่อาศัย โดยใช้แป็นที่รวมตัวกันของสมาชิกในครอบครัว (นิรุตต์, 2547) มีผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างบ้านจัดสรรหลายรายที่ต้องลดการผลิต การจำหน่าย และทยอยปิดกิจการเนื่องจากขาดการยืดหยุ่นในการปรับตัวและความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ สำหรับผู้ที่ดำเนินธุรกิจต่อจะพบปัญหาต้นทุนค่าแรงงานขั้นต่ำที่เพิ่มขึ้นเท่ากันทั่วประเทศตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 การขาดแรงงานเนื่องจากมีการอพยพกลับยังถิ่นเกิด ต้นทุนค่าขนส่ง ต้นทุนค่าที่ดินที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5-10 เป็นต้น (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2556) ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการก่อสร้างบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ว่าควรมีลักษณะรูปแบบใดจึงจะสามารถแข่งขันและเผชิญสถานการณ์วิกฤตด้านเศรษฐกิจที่ถดถอยได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน นอกเหนือจากเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการบริหารจัดการ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการก่อสร้างบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2.2 เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการก่อสร้างกับปัจจัยส่วนบุคคล

กรอบแนวคิดในการวิจัยประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระได้แก่ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในธุรกิจ และรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน

2. ตัวแปรตาม คือ คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการใน 5 ด้านคือ 1) ด้านความเชื่อมั่นตนเองมีข้อย่อยจำนวน 7 ข้อ 2) ด้านความกล้าเสี่ยงมีข้อย่อยจำนวน 5 ข้อ 3) ด้านความมุ่งมั่นแข่งขันมีข้อย่อยจำนวน 5 ข้อ 4) ด้านความคิดริเริ่มมีข้อย่อยจำนวน 4 ข้อ 5) ด้านมุ่งมั่นความสำเร็จมีข้อย่อยจำนวน 8 ข้อ 6) ด้านความชำนาญมีข้อย่อยจำนวน 6 ข้อ 7) ด้านการสร้างโอกาสยามเกิดวิกฤตมีข้อย่อยจำนวน 4 ข้อ

ทบทวนวรรณกรรม

1. สมคิด บางโม (2555) กล่าวว่า ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) คือผู้ลงทุนจัดตั้งธุรกิจเพื่อหวังกำไรโดยยอมรับความเสี่ยงที่จะขาดทุน ดำเนินการและควบคุมด้วยตนเอง ผู้ประกอบการก็คือ “เถ้าแก่” ในความหมายดั้งเดิมนั่นเอง จากการศึกษาผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจำนวนมากพบว่ามีคุณสมบัติคล้ายกัน 7 ประการดังนี้ 1.มีความเชื่อมั่นในตนเอง 2.กล้าตัดสินใจ กล้าเสี่ยง 3.พร้อมที่จะทำงานหนัก อดทน 4.มีมนุษยสัมพันธ์ดี 5.มีความรู้เกี่ยวกับกิจการที่ตนประกอบการ 6.ต้องมีทุน 7.มีความรับผิดชอบและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า

2. กมลกานต์ เทพธรานนท์ (2548) ได้ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการดังนี้ 1.ด้านการแสวงหาโอกาส 2.มุ่งมั่นอดทนซื่อสัตย์สุจริต 3.มีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ 4.เชื่อมั่นในตนเองแรงจูงใจและใฝ่หาความสำเร็จ 5.มนุษยสัมพันธ์ 6.กล้าเสี่ยง 7.ความคิดสร้างสรรค์ 8.การแสวงหาข้อมูลและความเชี่ยวชาญจากผู้อื่น 9.วิสัยทัศน์และเป้าหมาย 10.ความเป็นผู้นำ

3. อำนาจ ธีระวนิช (2549) ผู้ประกอบการถือได้ว่าเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในโลกธุรกิจสมัยใหม่เนื่องจากเป็นผู้ก่อเกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างงาน การประดิษฐ์คิดค้น ได้นำคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ได้รับการกล่าวอ้างถึงมากที่สุด 18 ลักษณะคือ 1.พันธะ ความมุ่งมั่น และความพยายาม สิ่งที่มีคุณค่าเหนือลักษณะอื่นๆ 2. ความต้องการความสำเร็จ 3.การเน้นที่โอกาสและเป้าหมาย 4. ความคิดริเริ่มและความรับผิดชอบ 5.การแก้ไขปัญหาอย่างท้อไม่ย่อท้อ 6.การค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับ 7. อำนาจจากภายในตัวตน 8.ความอดทนต่อสิ่งกำกวม นอกจากนั้น ผู้ประกอบการถือเป็นผู้ที่มีความอดทนต่อแรงเสียดทานสูงกว่าบุคคลทั่วไป เพราะเป็นผู้ที่ต้องเผชิญต่อปัญหาต่างๆอย่างรอบด้าน โดยเฉพาะการที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นแรงกดดันยิ่งต้องมีเพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ความอดทนและความยืดหยุ่นจึงเป็นคุณสมบัติที่สำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการในยุคปัจจุบัน

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ผู้ประกอบการ กรรมการผู้จัดการ หรือฝ่ายบริหารระดับสูงของธุรกิจอุตสาหกรรมการก่อสร้างบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 1,408 ราย กำหนดขนาดจากการใช้ตารางของ Taro Yamane (ธานินทร์, 2555) ได้จำนวน 312 รายโดยใช้ระยะเวลาการวิจัยระหว่างวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2556-30 กันยายน พ.ศ. 2556

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลมีลักษณะปื่นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะ ความเป็นผู้ประกอบการ ของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการก่อสร้างบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับคือ

1. ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 แปลความว่า มีความเห็นด้วยน้อยที่สุด
2. ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 แปลความว่า มีความเห็นด้วยน้อย
3. ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 แปลความว่า มีความเห็นด้วยปานกลาง
4. ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 แปลความว่า มีความเห็นด้วยมาก
5. ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 แปลความว่า มีความเห็นด้วยมากที่สุด

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ ดำเนินการสร้างตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษารายละเอียดต่างๆ จากเอกสารงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและนำปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และเป็นผู้พิจารณา และหาค่าดัชนีความสอดคล้องเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Item-Object Congruence Index : IOC) ได้ค่าความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถามทั้งฉบับ 0.93

3. วิธีการทดสอบหาความเชื่อถือได้โดย การนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้วนำไปทดสอบ (Try-out) กับกลุ่มประชากรเป้าหมาย ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อนำคำถามในส่วนประเมินค่ามาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาช (Cronbach's Alpha) ในการหาค่าความเชื่อมั่นตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้เท่ากับ (0.8) โดยได้ค่าสัมประสิทธิอัลฟาเท่ากับ 0.954 ซึ่งถือว่าเป็นค่าที่สูง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

จัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลไปยังผู้ประกอบการ กรรมการผู้จัดการ หรือฝ่ายบริหารระดับสูงของธุรกิจอุตสาหกรรมการก่อสร้างบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 รายรับคืนมา 324 ราย ได้นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ได้จำนวน 312 และนำไปวิเคราะห์โดยการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

3.4 การวิเคราะห์เชิงปริมาณเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนที่เป็นปัจจัยส่วนบุคคล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน ทางเดียว (One-Way ANOVA) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Scheffe

4. ผลการวิจัย

4.1 ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างของการศึกษา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจต่ำกว่า 5 ปี โดยมีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 100,001-250,000 บาท

4. 2 คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการก่อสร้างบ้านจัดสรร ผู้ตอบแบบสอบถามมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ แยกออกเป็นด้านต่างๆ ดังนี้

4.2.1 ด้านความเชื่อมั่นตนเองอยู่ในระดับมาก (4.30) โดยรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีความสามารถที่จะชนะปัญหาที่เกิดขึ้นอยู่ในระดับมาก (4.50)

4.2.2 ด้านความกล้าเสี่ยงอยู่ในระดับมาก (4.28) โดยรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ พร้อมเปลี่ยนแปลงการทำธุรกิจอื่นที่ได้ผลตอบแทนมากกว่า อยู่ในระดับมาก (4.35)

4.2.3 ด้านความมุ่งมั่นแข่งขัน อยู่ในระดับมาก (4.25) โดยรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ต้องการให้ธุรกิจเป็นที่ยอมรับและมีเกียรติของสังคม อยู่ในระดับมากที่สุด (4.89)

4.2.4 ด้านความคิดริเริ่มอยู่ในระดับมาก (4.32) โดยรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สามารถสร้างนวัตกรรมใหม่เพื่อให้เหนือคู่แข่งขัน อยู่ในระดับมาก (4.39)

4.2.5 ด้านมุ่งมั่นความสำเร็จอยู่ในระดับมาก (4.32) โดยรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือความอดทนเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ อยู่ในระดับมาก (4.43)

4.2.6 ด้านความชำนาญอยู่ในระดับมาก (4.41)โดยรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีความสามารถเชิงวิชาชีพในการประกอบธุรกิจ อยู่ในระดับมาก (4.46)

4.2.7 ด้านการสร้างโอกาสยามเกิดวิกฤต อยู่ในระดับมาก (4.28) โดยรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สร้างจุดแข็งและปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อนของธุรกิจ อยู่ในระดับมาก (4.49)

4.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 2 สรุปการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	ตัวแปรอิสระ	คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ	
		ด้านมีความแตกต่าง	Sig.
1	เพศ	-	-
2	อายุ	ด้านความมุ่งมั่นแข่งขัน ด้านมุ่งมั่นความสำเร็จ	.005 .041
3	ระดับการศึกษา	ด้านความมุ่งมั่นแข่งขัน	.042
4	ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ	ด้านความมุ่งมั่นแข่งขัน	.001
5	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	ด้านความมุ่งมั่นแข่งขัน	.000

สมมติฐานที่ 1 เพศที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการไม่แตกต่างกัน ในทุกด้านที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2 อายุที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน พบว่า อายุที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน ในด้านความมุ่งมั่นแข่งขัน และด้านมุ่งมั่นความสำเร็จที่ระดับนัย สำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน ในด้านความมุ่งมั่นแข่งขันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน พบว่า ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน ในด้านความมุ่งมั่นแข่งขัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 5 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน ในด้านความมุ่งมั่นแข่งขันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5. อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในทุกรายด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นตนเอง ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความมุ่งมั่นแข่งขัน ด้านความคิดริเริ่ม ด้านมุ่งมั่นความสำเร็จ ด้านความชำนาญ และด้านการสร้างโอกาสยามเกิดวิกฤตอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ อำนาจ ธีระวนิช (2549) ได้นำเสนอคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กล่าวโดยสรุป คือ พันธะ ความมุ่งมั่น และความพยายาม สิ่งที่มีคุณค่าเหนือลักษณะอื่นๆ คือการอุทิศตนต่อความสำเร็จในการประกอบการ ความต้องการความสำเร็จและการเติบโต มีความคิดริเริ่มและความรับผิดชอบ มีการคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยงที่เหมาะสม และมีความเชื่อมั่นตนเอง หมายถึง กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก มีโอกาสประสบความสำเร็จในธุรกิจ

5.1 จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการไม่แตกต่างกัน แสดงถึงว่า เพศไม่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการทั้งชายและหญิง ต่างมีคุณ ลักษณะใกล้เคียงกัน สอดคล้องกับการที่ในปัจจุบันมีเจ้าของธุรกิจทั้งชาย และหญิงในระดับใกล้เคียงกัน

5.2 จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน ในด้านความมุ่งมั่นแข่งขัน และด้านมุ่งมั่นความสำเร็จ โดยอายุที่มากจะมีความมุ่งมั่นแข่งขันมาก สามารถอธิบายได้ คือ การที่มีอายุมาก หมายถึง มีประสบการณ์และเป็นที่รู้จักมายาวนานเป็นข้อได้เปรียบในการประกอบธุรกิจ อย่างไรก็ตามจากการที่มีผู้ประกอบการหน้าใหม่เข้ามาแข่งขัน จึงมีความมุ่งมั่นแข่งขัน เพื่อรักษาระดับการประกอบกิจการให้สามารถแข่งขันได้ และในด้านมุ่งมั่นความสำเร็จ อายุที่มากจะมุ่งมั่นความสำเร็จน้อย สามารถอธิบายได้ คือ อายุที่มาก อาจหมายถึงธุรกิจประสบความสำเร็จแล้ว จึงอาจไม่ได้มีความ อยากสำเร็จเหมือนกับผู้ประกอบการที่มีอายุน้อย ที่แสวงหาความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

5.3 จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน ในด้านความมุ่งมั่นแข่งขัน โดยระดับการศึกษาที่มาก จะมีความมุ่งมั่นแข่งขันมาก สามารถอธิบายได้ คือ การศึกษาที่มาก ทำให้ได้มีความรู้ ความเข้าใจเชิงลึกที่มากกว่า และมีสังคมที่มีระดับการศึกษาสูง จึงเป็นแรงผลักดันให้เกิดความมุ่งมั่นแข่งขันในการประกอบธุรกิจ

5.4 จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน ในด้านความมุ่งมั่นแข่งขัน โดยประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจที่มาก จะมีความมุ่งมั่นแข่งขันมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ปัจจัยอายุ โดยประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ ทำให้เป็นที่รู้จักมายาวนานเป็นข้อได้เปรียบในการประกอบธุรกิจ อย่างไรก็ตามจากการที่มีผู้ประกอบการหน้าใหม่เข้ามาแข่งขัน จึงมีความมุ่งมั่นแข่งขัน เพื่อรักษาระดับการประกอบกิจการให้สามารถแข่งขันได้

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน ในด้านความมุ่งมั่นแข่งขัน โดยรายได้ที่มาก จะมีความมุ่งมั่นแข่งขันมาก สามารถอธิบายได้ คือ เมื่อผู้ประกอบการสามรถสร้างรายได้ได้มาก ก็เป็นเหมือนผลตอบแทนจากการทำงานที่หนัก ทำให้เป็นกำลังใจในการประกอบธุรกิจ ก่อให้เกิดความมุ่งมั่นแข่งขันต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากงานวิจัยดังนี้

1. ผู้ที่มีความคิดสนใจที่จะประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมการการก่อสร้างบ้านจัดสรร ควรสำรวจตัวเองถึงคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่ตนเองเป็น เนื่องจากปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จะเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจนี้

2. ผู้ประกอบธุรกิจที่มีอายุน้อย หรือประสบการณ์น้อย ควรเพิ่มความมุ่งมั่นต่อการประกอบธุรกิจ เนื่องจากผู้ที่มี ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมการก่อสร้างบ้านจัดสรรมายาวนานย่อมเป็นที่รู้จักและจะมุ่งมั่นแข่งขันเพื่อครองตลาดให้มากที่สุด

6. ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

6.1 เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการก่อสร้างบ้านจัดสรร นำไปปรับใช้หรือเพื่อเพิ่มศักยภาพของตนเอง

6.2 เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับบุคลากรและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทราบข้อมูลคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ผ่านวิกฤตเศรษฐกิจและยังดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนถึงปัจจุบัน

7. รายการอ้างอิง

กมลกานต์ เทพธรานนท์. 2548. **ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบการของรัฐวิสาหกิจขนากลางและขนาดย่อม.** การศึกษาอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์. 2556. **รวยด้วยบ้าน ทำเงินล้านจากการลงทุนอสังหาริมทรัพย์.** พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : บริษัท โพสต์ พับลิชซิ่ง จำกัด (มหาชน)

จุมพล ประวิทย์ธนา. 2555. สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยปี 2555 และแนวโน้มปี 2556. **วารสารธนาคารอาคาร อาคารสงเคราะห์.** 18. 71: 162.

นิรุต แก้วกล้า. 2547. **การจัดการบริหารที่อยู่อาศัยโครงการหมู่บ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2555. **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS.** พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ เอส.อาร์.พริ้นติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.

สมคิด บางโม. 255. **การเป็นผู้ประกอบการ.** พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์พัฒนวิทย์การพิมพ์

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2556. **จำนวนผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ก่อสร้าง จำนวนสิ่งก่อสร้างและพื้นที่ก่อสร้างอาคารโรงเรือน จำแนกตามเขตการปกครอง และภาค พ.ศ. 2555.** [Online]. Retrieved September 30, 2013. from http://service.nso.go.th/nso/nso_center/project/search_center/23project-th.htm

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2556. **ปริมาณการจัดหาและการใช้พลังงานต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ตามราคาปี 2531 และต่อคน พ.ศ. 2550-2554.** [Online]. Retrieved September 30, 2013. from http://service.nso.go.th/nso/nso_center/project/table/files/0101200/2554/000/00_0101200_2554_000_000000_00300.xls

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม. 2555. **รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ปี 2554.** [Online]. Retrieved September 30, 2013. from www.sme.go.th /SiteCollectionDocuments/... /2554/2554-chapter-1.pdf

อำนาจ ธีระวนิช. 2549. **ผู้ประกอบการ.** พิมพ์ครั้งที่ 5. นนทบุรี : โรงพิมพ์ บริษัท มาเธอร์ บอส แพคเก็จจิ้ง จำกัด.

Assael, H. **Consumer Behaviour and marketing action.** Cincinnati : South-Western College Publishing, 1998.

Kimmons, J. Top 3 **Major Types of Real Estate Property.** [online] 2013. [cited 2013 May 15]. Available from : URL : http://realestate.about.com/od/realestatebasics/tp/ topproptypes.htm

ซาไก : กับการปรับตัวในกระแสบริโภคนิยม

SAKAI: ADAPTATION IN CONSUMERISM

อาษา เลขะผล

นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม คณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

E-mail : lakapon039@hotmail.com

อุทิศ สังขรัตน์

ดร. อาจารย์ประจำคณะศิลปศาตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

E-mail : utit.s@psu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้วิเคราะห์การปรับตัวของชาวซาไกในกระแสบริโภคนิยม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วยชาวซาไกที่อยู่ในพื้นที่อ่างเก็บน้ำเขื่อนโหล๊ะหาร ตำบลทุ่งนารี อำเภอป่าบอน จังหวัดพัทลุง จำนวน 25 คน ผู้ให้ข้อมูลรอง ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาคราชการ และผู้นำชุมชน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน ชาวบ้านในพื้นที่ที่ซาไกอาศัยอยู่ ที่พบว่าการปรับตัวมี 3 ประการหลัก คือ 1) การปรับด้านเศรษฐกิจมีการหารายได้จากการรับจ้างตัดยาง การหาของป่า เช่น สมุนไพรมาขาย การออกไปโชว์ตัวในงานกิจกรรมที่ทางจังหวัดจัดขึ้น 2) การปรับตัวด้านสังคม เช่น มีการเรียนรู้ภาษาไทยในการสื่อสารกับคนพื้นราบและคนพื้นราบยังสามารถสื่อสารกับชาวซาไก 3) การปรับตัวด้านประเพณีและวัฒนธรรม เช่น เริ่มมีการปรับตัวเรื่องการแต่งกาย การรับประทานอาหาร เช่น รู้จัดใช้เครื่องมือในการประกอบอาหาร เป็นต้น

คำสำคัญ : ซาไก การปรับตัว กระแสบริโภคนิยม

ABSTRACT

This qualitative study analyzed Sakai's adaptation in consumerism. The data were collected through in-depth interviews and participatory observations. The key informants were 25 Sakai who lived in the reservoir of Lo Han Dam, Tambon Thung Nari, Pa Bon District, Phatthalung Province. The secondary informants were government officials and community leaders such as village headmen. Adaptation of Sakai could be classified into three main aspects: 1) economic adaptation—villagers became rubber tappers; collected wild items from the forest such as herbs for sale, and they were paid to appear on stage in activities organized by the province; 2) social adaptation—they learned the Thai language to communicate with people living in the

plain and for people in the plain to communicate with them; and 3) tradition and culture adaptation—they adapted in terms of clothing and eating such as learning how to use cooking utensils, etc.

KEYWORDS : Sakai, adaptation, consumerism

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยได้พัฒนาด้านวัตถุอย่างรวดเร็วมีทั้งผู้ได้ผลประโยชน์พร้อมกับผู้เสียผลประโยชน์ ขณะเดียวกันได้เกิดกระแสบริโภคนิยม จุดเริ่มต้นของกระแสบริโภคนิยมที่เข้ามาในสังคมไทยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 1 พ.ศ.2504 ที่มีการดำเนินนโยบายของผู้นำรัฐบาล เพื่อนำประเทศไปสู่การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานอย่างทั่วถึงให้มีมาตราฐานเดียวกันทั้งประเทศ กระทั่งนโยบายการพัฒนาได้ดำเนินจนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ.2556 เมื่อพิจารณาช่วงเวลาของการพัฒนาประเทศสู่ความทันสมัยจะเห็นว่า ประเทศได้พัฒนาด้านวัตถุอย่างรวดเร็ว แต่การพัฒนาดังกล่าวเป็นการนำทรัพยากรธรรมชาติในประเทศมาใช้อย่างรวดเร็วเช่นกัน เพื่อให้สอดรับกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมเมือง จึงส่งผลกระทบต่อการเร่งนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ในปริมาณมากขึ้น ให้ทันกับการขยายตัวของสังคมเน้นการบริโภคโดยไม่คำนึงถึงผลเสียที่ตามมาในระยะยาว (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2556.)

ทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้กันอยู่ทุกวันนี้เกือบทั้งหมดเป็นทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไป เช่น น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ ถ่านหิน สสารเหล่านี้ คือ พลังงานตัวเลือกอันดับหนึ่งที่ใช้เพื่อการขับเคลื่อนการพัฒนาของมนุษย์ เหตุการณ์ที่มาพร้อมการพัฒนา คือ จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่น มีการขยายพื้นที่ทำกิน เกิดการขยายตัวของชุมชนที่อยู่อาศัย เพื่อรองรับการเพิ่มจำนวนประชากร และการผลิตในภาคการเกษตรที่เน้นผลิตเพื่อขายมากกว่าเพื่อบริโภค เป้าหมายสำคัญเพื่อตอบสนองการบริโภคที่เพิ่มมากขึ้นอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ผู้วิจัยให้ความสำคัญในประเด็นของการขยายพื้นที่ดังกล่าว ที่กระทบโดยตรงกับผืนป่าที่ลดลงเพราะต้องใช้พื้นที่ป่าจำนวนมากในการขยายที่ดินทำกินให้เพียงพอกับความต้องการที่มากขึ้น เมื่อบุกรุกป่า แน่นนอนต้องตัดไม้ทำลายป่าจำนวนมาก ดังนั้นเมื่อประเทศเริ่มมีการนำเอาความรู้ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อการพัฒนาด้านการเกษตร ที่ในช่วงสมัยหนึ่งเรียกความรู้ ความทันสมัยที่เข้ามาในผืนนานี้ว่า การปฏิวัติเขียว (The green revolution) เหตุการณ์นี้เริ่มเกิดขึ้นในทวีปยุโรปประมาณศตวรรษที่ 18 แหละแพร่หลายสู่ทวีปเอเชียในเวลาต่อมา ส่งผลต่อสังคมไทยเปลี่ยนแปลงตามกระแสการปฏิวัติเขียวด้วยเช่นกัน และในขณะเดียวกันวัฒนธรรมตะวันตกก็เข้ามาพร้อมกระแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นดังกล่าวด้วย (กาญจนา รัตนพันธ์ 2552, 2) ดังนั้นกระแสการปฏิวัติเขียวในสังคมไทยที่แทรกซึมผ่านระบบ ความเชื่อ ความคิดและอุดมการณ์ยังมีการสร้างค่านิยม การผลิตทางเศรษฐกิจที่เน้นการผลิตเพื่อการขายมากกว่าการผลิตเพื่อบริโภค นัยดังกล่าวทำให้เกิดการไหลเวียนของระบบทุน มีการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ทางสังคมในสังคมเกษตรกรรม รูปแบบการผลิตเปลี่ยนแปลงไปสู่ระบบทุนนิยม และสิ่งหนึ่งที่เห็นได้ชัด คือ การล่มสลายของชนชั้นในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมเกษตร (กาญจนา รัตนพันธ์ 2552, 2) อนึ่งจากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจะพบว่าการบริโภคของคนในสังคมปัจจุบัน รวมไปถึงข้าวของเครื่องใช้ที่จำเป็นและเกินความจำเป็น ไม่ได้มีความหมายแค่ใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการดำรงชีวิต

แต่เป็นพฤติกรรมการบริโภคสินค้าที่มีความหมายมากกว่าความจำเป็นในการใช้ประโยชน์ จากตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่การบริโภคสินค้าแบลนเนม ให้ความหมายมากกว่าความจำเป็นในการใช้สินค้าให้เกิดประโยชน์สูงสุด แต่บงบอกถึงรสนิยม ฐานะทางการเงิน และสังคมของผู้มีไว้ในครอบครอง มากกว่าการนำมาใช้เมื่อเกิดความจำเป็นเพื่อประโยชน์สูงสุดจากการที่เราบริโภคตัวสินค้า พฤติกรรมดังกล่าวเป็นการบริโภคที่มากเกินความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ เรียกการบริโภครูปแบบนี้ว่า “กระแสบริโภคนิยม”

ภาคใต้ของไทยตั้งอยู่ที่แหลมมลายูผู้คนมากมายหลายเชื้อชาติเดินทางผ่านไปผ่านมา บ้างมาติดต่อค้าขาย บ้างมาตั้งถิ่นฐานเป็นหลักเป็นแหล่ง จนเกิดเป็นชุมชน โดยเริ่มจากชนบทเล็กๆที่เกิดจากการรวมตัวของคนหลายเผ่าพันธุ์ หลายชนชาติ มารวมตัวกัน ทำให้เกิดการขยายตัวของชุมชน และการขยายพื้นที่ในการทำเกษตรเชิงอุตสาหกรรมมากยิ่งขึ้นนำไปสู่กระแสบริโภคนิยมเกิดการบุกเบิกพื้นที่ทำกินมีการบุกรุกป่าตัดต้นไม้ไปใช้ในภาคอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อผืนป่าและระบบนิเวศเป็นวงกว้างจำนวนมากที่อยู่อาศัยของชาวซาไกจากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้ศึกษาสนใจศึกษาชาวซาไกที่อาศัยในจังหวัดพัทลุง อำเภอป่าบอน ตำบลทุ่งนารี บ้านโหล๊ะหารนั้นอยู่ที่ทิวเขานครศรีธรรมราช แต่ชาวพัทลุงเรียก *เขาบรรทัด* หรือเขาพับผ้า (บุญเสริม ฤทธาภิรมย์, 2542, 80)

ดังนั้นซาไกได้มีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตจากการที่ผืนป่าลงมาพื้นราบ จากที่เคยเร่ร่อนย้ายถิ่นก็มีการตั้งถิ่นที่อยู่อย่างถาวรการกินเริ่มรู้จักการทำอาหารให้สุกปรุงรสชาติ รู้จักการแต่งกาย รู้จักการใช้จ่ายเงินจากที่เคยล่าสัตว์มาเป็นอาหารเปลี่ยนเป็นการไปหาซื้อกับข้าวในตลาดนัดมาเก็บไว้รับประทาน รู้จักการใช้ภาษาไทยสามารถพูดคุยกับชาวบ้านได้รู้เรื่อง รู้จักการลงมาทำงานเพื่อหารายได้ไว้ใช้จ่าย เมื่อสมาชิกในกลุ่มมีใครป่วยก็รู้จักใช้ยาแผนปัจจุบันมารักษาอาการเจ็บป่วย เพราะยาสมุนไพรในป่าเริ่มน้อยลงและหายากกว่าในอดีต ปัจจัยแวดล้อมดังกล่าวจึงส่งผลให้ชาวซาไกต้องมีการปรับตัวให้ทันกับยุคบริโภคนิยม กล่าวคือซาไกที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดพัทลุง เป็นกลุ่มที่มีการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตลงมาอาศัยบริเวณตีนเขาใกล้กับพื้นที่ราบ โดยเฉพาะในพื้นที่หลังอ่างเก็บน้ำเขื่อนโหล๊ะหาร เป็นกลุ่มที่เริ่มเรียนรู้วิถีชีวิตแบบคนพื้นราบ ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของชาวซาไกในเรื่องพื้นที่ในการอยู่อาศัย ผู้วิจัยจึงสนใจเรื่องของการปรับตัวของชาวซาไกในกระแสบริโภคนิยม โดยกำหนดประเด็นปัญหาในการศึกษา ดังนี้ การปรับตัวด้านเศรษฐกิจ การปรับตัวด้านสังคม การปรับตัวด้านวัฒนธรรมประเพณี

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาการปรับตัวของชาวซาไกในกระแสบริโภคนิยม

กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การศึกษาวิจัยเรื่อง ซาไก กับการปรับตัวในกระแสบริโภคนิยม เป็นการอธิบายถึงการปรับตัวของชาวซาไกในกระแสบริโภคนิยม และความสำคัญของการปรับตัวของชาวซาไกในปัจจุบัน เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงการปรับตัวด้านเศรษฐกิจ การปรับตัวด้านสังคม การปรับตัวด้านวัฒนธรรมประเพณี แนวคิดความสำคัญของการปรับตัวในการแสบริโภคนิยม การดำรงชีวิตการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนไปในปัจจุบันจากมุมมองอานันท์ กาญจนพันธุ์ (2548,4) ที่ระบุว่าสังคมไทยมิได้ตกอยู่ภายใต้เศรษฐกิจแบบทุนนิยมเท่านั้น แต่เป็น

ส่วนหนึ่งเป็นคุณค่าและความเป็น "สมัยใหม่" (Modernity) ที่แสดงถึงความพยายามที่จะเปลี่ยนความคิดนามธรรมทั้งหลาย ไม่ว่าจะความหมายในชีวิตของผู้คนให้กลายสภาพเป็นเพียงวัตถุหรือสินค้า จนนำไปสู่การลดทอนความเป็นมนุษย์ (dehumanization) จนเกิดการแปลกแยกเป็นคนอื่นในวัฒนธรรมของพวกเขาเอง และกลายเป็นการแสดงตัวตนและดำรงชีวิตอยู่อย่างไรศักดิ์ศรี กล่าวถึง ความสำคัญในการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน วิเคราะห์ถึงความสำคัญของ การแสดงตัวตนและการดำรงชีวิตในสังคมอย่างมีศักดิ์ศรี ตัวอย่างเช่น รอย (Roy,1999) ได้ให้ความหมายของมนุษย์ว่า เป็นบุคคลเดียว ครอบครัว กลุ่ม องค์กร และชุมชนเป็นระบบการปรับตัวแบบองค์รวม (Holistic adaptation system) ระบบของมนุษย์เป็นทั้งหมดในหนึ่งเดียวที่แสดงถึงพฤติกรรมการมีความหมายของมนุษย์ มีความสามารถในการคิด มีสติ และมีความหมายซึ่งจะมีการพิจารณาอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อที่จะทำการเปลี่ยนแปลงคนและสิ่งแวดล้อมจะมีรูปแบบและมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เพื่อนำมาวิเคราะห์การปรับตัวของชาวซาไกทั้ง 3 คือ (1) การปรับตัวด้านเศรษฐกิจ (2) การปรับตัวด้านสังคม และ (3)การปรับตัวด้านวัฒนธรรมประเพณี

วิธีการดำเนินวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา เป็นกลุ่มซาไกที่อาศัยอยู่ในพื้นที่บ้านโหล๊ะหาร หมู่ 7 ตำบลทุ่งนารี อำเภอป่าบอน จังหวัดพัทลุงการศึกษาครั้งนี้เน้นที่การปรับตัวของชาวซาไกในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมประเพณี ผู้ศึกษาได้เลือกใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อความเหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การใช้แบบสัมภาษณ์ โดยใช้แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ เกี่ยวกับการปรับตัวของชาวซาไกในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมประเพณี

2. การสังเกตแบบไม่มีส่วนรวม เป็นการศึกษาพูดคุยข้อมูลและเรื่องทั่ว ๆ ไป กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักและผู้ให้ข้อมูลรอง และเนื่องจากผู้ศึกษาเป็นคนในพื้นที่ และเคยเข้าไปในพื้นที่อาศัยของชาวซาไก จึงได้ทำการสังเกตการมีส่วนร่วมของชาวซาไกในการปรับตัวในกระแสบริโภคนิยมในด้านเศรษฐกิจสังคมวัฒนธรรมประเพณี โดยการจดบันทึกทุกขั้นตอนและสรุปข้อมูลที่ได้เป็นระยะ ๆ

3. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม เป็นการศึกษาโดยการร่วมดำเนินการกับผู้มีส่วนร่วมในการเข้าไปมีกิจกรรมร่วมกับชาวซาไก ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของชาวซาไกที่ออกมาทำกิจกรรมนอกพื้นที่อาศัยและชาวบ้านที่เข้าไปติดต่อสัมพันธ์กับชาวซาไกในพื้นที่อาศัยของชาวซาไก โดยการเฝ้าสังเกต ซักถาม สอบถาม และร่วมดำเนินการ กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำให้เกิดการปรับตัวของชาวซาไกในกระแสบริโภคนิยมทุกส่วน

สรุปผลการวิจัย

1.การปรับตัวด้านเศรษฐกิจ

ชาวซาไกที่อาศัยอยู่ใน จังหวัดพัทลุง อำเภอป่าบอน ตำบลทุ่งนารี จากการลงพื้นที่ภาคสนามพบว่ากลุ่มนี้ได้มีการหารายได้จากหลายๆด้านไม่ว่าจะเป็นการหาสมุนไพรมาไว้เพื่อขาย การรับจ้างตัดยาง การออกไปโชว์ตัวในการจัดกิจกรรมต่างที่ทางจังหวัดได้จัดขึ้นโดยมีผู้ให้การสนับสนุนซึ่งเป็นผู้นำชุมชนในพื้นที่อำนวยความสะดวกในเรื่องของการเดินทางไปรับไปส่ง การบริหารจัดการเรื่องรายได้ของชาวซาไกเพราะรายได้จากการไป

ร่วมกิจกรรมต่างๆมีรายได้เหลือเก็บพอที่จะซื้อข้าว ปลา อาหาร เลี้ยงสมาชิกทั้งกลุ่มได้สบายๆ ไปอีกหลายวัน ส่งผลใช้ชาวซาไกกลุ่มนี้ไม่ค่อยหาของป่าและไม่ออกล่าสัตว์ป่ามาเป็นอาหารสักเท่าไร เพราะในเมื่อมีรายได้มีเงินใช้ก็ออกไปซื้อกับข้าวจากตลาดมาปรุงอาหารรับประทาน แจกจ่ายสมาชิกทุกคนในกลุ่มอย่างเท่าเทียมกัน

อย่างไรก็ตาม วันไหนไม่ได้ไปจ่ายตลาดอาหารหมดบ่อยครั้งที่มีนักท่องเที่ยวนำอาหารข้าวของเครื่องใช้ เสื้อผ้ามาให้ถึงทับ (ขนำที่ซาไกสร้างขึ้นอ่างง่ายๆ) ที่อาศัย ซึ่งอยู่ไม่ไกลจากชุมชนบ้านโหล๊ะหารเท่าไร นักท่องเที่ยวสามารถนำรถส่วนตัวมาจอดที่ตีนเขาอยู่ในบริเวณหลังอ่างเก็บน้ำโหล๊ะหาร เดินขึ้นเขาประมาณ 10 นาทีก็ถึงบริเวณทับ ที่เป็นที่พักอาศัยของชาวซาไก จากการที่เราเดินทางเข้าถึงชาวซาไกได้อย่างสะดวกและง่ายขึ้น ทำให้มีนักท่องเที่ยวจากต่างจังหวัดขึ้นไปเยี่ยมเยือนชาวซาไกอย่างไม่ขาดสาย ส่งผลให้ชาวซาไกกลุ่มดังกล่าวไม่อพยบย้ายถิ่นไปไหนไกล จะย้ายไปย้ายมาในบริเวณหลังอ่างเก็บน้ำโหล๊ะหาร โดยอยู่ในบริเวณที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินขึ้นไปถึง และชาวซาไกก็ลงมาหารายได้อย่างสะดวก

2.การปรับตัวด้านสังคม

ชาวซาไกเป็นเผ่าพันธ์ที่สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วอยู่แล้วตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปทั้งเรื่องภาษา อาหารการกินการ การแต่งกาย ข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน จากการที่ได้ลงพื้นที่พบว่าชาวซาไกได้มีการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกมากขึ้น โดยมีการใช้เทคโนโลยีอย่างโทรศัพท์มือถือ มีการใช้ภาษาไทยในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายนอกและนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมเยือนก็สามารถพูดคุยกับชาวซาไกได้อย่างเป็นกันเอง สามารถพูดคุยสื่อสารกันรู้เรื่องนักท่องเที่ยวมีข้อสงสัยอะไรก็สามารถสอบถามกับชาวซาไกได้โดยตรง เพราะชาวซาไกกลุ่มนี้สามารถฟังและสื่อสารภาษาไทยได้รู้เรื่อง อย่างไรก็ตามชาวซาไกที่ลงจากทับบนภูเขาเพื่อไปเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆก็ไม่มีอุปสรรคใดๆในการสื่อสารกับชาวบ้านที่ไปเข้าร่วมงานกิจกรรม แต่ในการสื่อสารในสมาชิกกลุ่มด้วยกันเอง ชาวซาไกก็ยังใช้ภาษาถิ่นของชาวซาไกสื่อสารพูดคุยภายในกลุ่มได้

แต่ทั้งนั้นชาวซาไกก็ยังไม่เข้าใจในเรื่องของ ความคิด ทัศนคติ และอุดมการณ์ ของคนเมืองอย่างลึกซึ้งเท่าไรนัก จากการได้ลงพื้นที่ไปใช้ชีวิตอยู่ในทับบนเขากับชาวซาไกและได้พูดคุยกับชาวซาไกคนหนึ่งชื่อว่า เฒ่ายาว ผู้ศึกษาถามว่า “ในงานวัดที่ชาวซาไกลงไปร่วมงานชาวบ้านพูดคุยอะไรกับเฒ่ายาวบ้าง” เฒ่ายาวบอกว่า “คนไหนแหลงกับเรา เราก็แหลง (พูด) กับคนนั้น คนไหนไม่แหลงเราก็ไม่แหลง” จากบทสัมภาษณ์ แสดงให้เห็นว่าชาวซาไกมีลักษณะนิสัยที่เป็นคนซื่อไม่มีเล่ห์เหลี่ยมในการใช้คำพูด คิดอย่างไรก็พูดอย่างนั้น

3.การปรับตัวด้านวัฒนธรรมประเพณี

ในปัจจุบันชาวซาไกได้มีการปรับตัวต่อวิถีชีวิตประจำวันที่เปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อม และที่สำคัญคือ วัฒนธรรม ประเพณี ที่แทรกซึมเข้ามาในชีวิตของชาวซาไก ไม่ว่าจะเป็นการกิน การแต่งกาย การใช้ภาษา การใช้เครื่องไม้เครื่องมือที่มีความทันสมัย อย่างการฟังวิทยุ การใช้โทรศัพท์และการดูโทรทัศน์ จะเห็นได้ว่าการปรับตัวดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมที่คนภายนอก นักท่องเที่ยวนำเข้ามาหรือแม้กระทั่งชาวซาไกเองที่ออกไปพบเจอกับวัฒนธรรมต่างถิ่น อย่างไรก็ตามการปรับตัวจะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าไม่เกิดขึ้นจากความต้องการของชาวซาไกเอง เห็นได้ว่าการปรับตัวของชาวซาไกนั้นเกิดจากความต้องการของชาวซาไกเองเป็นหลัก แต่ก้ไม่ได้หมดไปเสียที่เดียว เพราะเห็นได้ว่าในบางมุมก็ยังมีการใช้ชีวิตแบบผสมอยู่อย่างทับที่ใช้อาศัย การกิน นอน ยังคงเป็นการปลุกทับแบบดั้งเดิมแต่การปรุงอาหารนั้น ชาวซาไกรู้จักใช้ กะทะ หม้อ น้ำมัน เกลือ พริก เครื่องแกง ผงชูรส ทำอาหาร

ให้สุกและการปรุงรสชาติอาหารนี้ คือ การปรับเปลี่ยนแบบเลือกที่จะปรับบางอย่างแต่ในอีกมุมก็ยังมีการปฏิบัติในความเป็นวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมและนี่คือการปรับตัวแบบกึ่งชาวป่ากึ่งชาวเมืองที่มีความลงตัวแบบชาวซาไก

อภิปรายผล

การศึกษาชี้ได้ว่า การปรับตัวด้านเศรษฐกิจของซาไก เช่น มีการติดต่อค่าขายของป่ากับคนภายนอกมากขึ้น เช่น จากการที่นำของป่าไปแลกข้าวปลาอาหารกับชาวบ้าน แต่ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นการค้าโดยมีเงินเป็นตัวกลาง ชาวซาไกรู้จักการใช้เงินในการแลกเปลี่ยนข้าวของเครื่องใช้ นอกจากนี้การปรับตัวด้านสังคมที่มีการติดต่อกับคนภายนอกมากขึ้น การปรับตัวด้านวัฒนธรรมประเพณีพบว่าเริ่มมีการแซกแซงของวัฒนธรรมประเพณีจากภายนอกมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ภาษา อาหาร การแต่งกาย ฯลฯ ทัศนคติของชาวซาไกที่มีต่อคนภายนอกก็เปลี่ยนไปคนภายนอกสามารถนำวัฒนธรรมเข้าสู่ชุมชนซาไกได้ง่าย เพราะการเลิกอพยบย้ายถิ่นที่อยู่อาศัยทำให้สามารถไปหาซาไกตอนไหนก็ได้ ดังนั้นเมื่อมองสภาพของซาไกตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในวิถีชีวิตของชนกลุ่มนี้อยู่ตลอดเวลา ดังที่ (นิภา คาภาทู. 2547 : 15 ; อ้างอิงจาก Williamson. 1950 : unpaged) ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลสามารถปรับตัวได้ถ้ามีความรู้ความเข้าใจในตนเองรวมทั้งการรู้จักและการเข้าใจสังคมเพราะที่ทำให้เขาสามารถตัดสินใจเลือกวิธีการดำเนินชีวิตหรือแก้ไขปัญหาได้อย่างมีสติและมีเหตุผล โดยการใช้ข้อมูลที่ได้รับจากประสบการณ์ในสังคมมาประกอบการพิจารณาจนสามารถสร้างความสอดคล้องหรือความหยุ่นระหว่างความต้องการและเป้าหมายที่พึงประสงค์ของตนเองกับสภาพแวดล้อมเป็นการเปลี่ยนแปลงทั้งจากภายในสังคมซาไกเองเป็นไปอย่างช้า ๆ ค่อยเป็นค่อยไปและการเปลี่ยนแปลงที่มีอิทธิพลจากสังคมภายนอกที่ทำให้สังคมซาไกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีแนวโน้มจะถูกกลืนเข้ามาอยู่ในสังคมสมัยใหม่ในปัจจุบันมากขึ้น ตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัด คือ หลังจากป่าไม้ซึ่งเป็นแหล่งอาศัยของซาไกถูกบุกรุกโดยสังคมเมืองเพื่อเพิ่มแหล่งอาศัยและการเกษตรกรรมสำหรับประชากรที่เพิ่มมากขึ้นแม้ว่าซาไกบางส่วนจะย้ายหนีไปอาศัยในป่าลึก แต่ก็มีจำนวนไม่น้อยที่ยังอาศัยอยู่ใกล้ชิดกับกลุ่มสังคมเมือง ค่อย ๆ ซึมซับวัฒนธรรมจากภายนอกและมีการเปลี่ยนแปลงตัวเอง จนมีวิถีชีวิตคล้ายสังคมเมือง เริ่มมีการเรียนรู้การทำเกษตร เช่น การเพาะปลูกพืชผักต่าง ๆ ปลูกข้าว ยางพารา เป็นต้น ซาไกจึงเริ่มทำการเพาะปลูก บางกลุ่มหันมาบริโภคข้าวเป็นอาหารหลัก เริ่มกินเนื้อสัตว์ที่มาจากตลาดมากขึ้น รวมทั้งมีการปรุงแต่งรสชาติอาหาร เติมน้ำตาล และผงชูรส สิ่งเหล่านี้เต็มไปด้วยสารแปลกปลอมที่ร่างกายซาไกไม่คุ้นชิน และไม่มีภูมิต้านทานเพียงพอทำให้ร่างกายเริ่มอ่อนแอลง จากการสอบถามซาไกพบว่าในระยะเวลาไม่กี่ปีมานี้ มีซาไกหลายคนป่วยจนเสียชีวิตและหลายคนป่วยเรื้อรัง โดยที่พืชสมุนไพรไม่สามารถรักษาได้ ทำให้ซาไกเริ่มมีค่านิยมในการรักษาโรคด้วยยาแผนปัจจุบันมากขึ้น ดังที่สุวัฒน์ ทองหอม (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของชนเผ่าซาไกในจังหวัดตรัง หลังจากการประกาศใช้นโยบายใต้ร่มเย็น” พบว่า ซาไกมีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม การรักษาโรค

นอกจากชีวิตประจำวันที่ได้เปลี่ยนแปลงไป การที่ซาไกติดต่อกับผู้คนภายนอกตลอดเวลา ทำให้ภาษาท้องถิ่นที่เป็น ภาษาปักษ์ใต้มีบทบาทในการดำรงชีวิตมากขึ้น ประกอบกับมีการแต่งงานระหว่างซาไกกับคนท้องถิ่น ทำให้เด็กซาไกส่วนหนึ่งเป็นลูกผสม พบว่าเด็กซาไกรุ่นใหม่บางคนพูดภาษาซาไกได้น้อย ส่วนการแต่ง

กายมักแต่งตามเสื้อผ้าที่ได้รับบริจาคมา ผู้ชายมักนิยมสวมกางเกงยีนส์ ส่วนผู้หญิงยังคงนิยมนุ่งผ้าถุง ดังที่ สุนิตดา ชูสวัสดิ์ (2553) ได้กล่าวว่า ภาษาที่ซาไกยังคงรักษาไว้ได้แต่ก็มีการผสมผสานกับภาษาไทยบ้าง

จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับสังคมซาไกเป็นไปทั้งในด้านบวกและด้านลบ กล่าวคือ การที่ซาไกได้เรียนรู้เทคนิควิธีการต่าง ๆ จากชาวบ้าน นำมาปรับใช้ในการดำรงชีพ ทำให้ปัญหาความอดอยากลดหากแต่ซาไกยังขาดประสบการณ์และเงินทุน จึงไม่ได้ผลเท่าที่ควร ยิ่งกว่านั้น แม้ซาไกจะมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับชาวบ้านมากเพียงใดก็ตาม แต่ซาไกยังขาดกระบวนการทางด้านความคิด ไม่สามารถแยกแยะได้ว่าการกระทำบางอย่างที่รับมาเกิดผลดีหรือผลเสียอย่างไรบ้างและไม่สามารถแยกแยะได้ว่าบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องมีจุดมุ่งหมายอันใด จึงมีคนบางกลุ่มที่อาศัยช่องว่างนี้หาผลประโยชน์จากซาไกและคอยเอารัดเอาเปรียบ เช่น การซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าเป็นไปด้วยความไม่ยุติธรรม อีกทั้งยังหลอกลวงให้ซาไกแผ้วถางป่าให้กับตนเองอีกด้วย

ดังนั้นเพื่อป้องกันไม่ให้ซาไกต้องตกเป็นเครื่องมือของคนกลุ่มนี้และเป็นการป้องกันการทำลายทรัพยากรธรรมชาติที่เกิดขึ้นด้วยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของซาไกหน่วยงานของทางราชการ และประชาชนควรร่วมมือกันในการเข้าไปให้ความช่วยเหลือ

ประเด็นสำคัญในการให้ความช่วยเหลือ ควรตระหนักถึงรูปแบบวิถีชีวิตของซาไกแต่ละกลุ่มเป็นสำคัญและควรอยู่บนพื้นฐานการเคารพสิทธิของซาไก เช่น ให้ซาไกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และการตัดสินใจ เพื่อซาไกจะได้รับการพัฒนาไปในทิศทางที่ถูกต้องและสอดคล้องกับปรัชญาชีวิตดั้งเดิมของเขา การให้ความช่วยเหลือควรเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และค่อยเป็นค่อยไป หากขาดสิ่งเหล่านี้แล้วผลเสียที่จะตามมาย่อมตกกับซาไก ดังตัวอย่างที่มีให้เห็นแล้ว เช่น จากการที่กรมประชาสงเคราะห์ได้รวบรวมซาไกที่อาศัยกระจัดกระจายในเขตอำเภอเบตงและอำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลาให้อพยพออกมาตั้งถิ่นฐานบริเวณบ้านแหร อำเภอธารโต จังหวัดยะลา ซาไกได้รับการจัดสรรที่ดินสำหรับสร้างที่อยู่อาศัย ทำเกษตรกรรม และเลี้ยงสัตว์ พร้อมทั้งปลูกยางพาราให้จำนวน 300 ไร่ การให้ความช่วยเหลือซาไกกลุ่มนี้ไม่มีความต่อเนื่อง และเป็นการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของซาไกแบบก้าวกระโดด จากป่ามาสู่เมือง ทำให้ซาไกมีปัญหาในการปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมใหม่ ซาไกบางส่วนได้หันกลับไปใช้ชีวิตแบบดังเดิม บางส่วยอพยพไปอยู่มาเลเซีย ปัจจุบันซาไกกลุ่มนี้จึงเหลือน้อยมาก ประกอบกับซาไกบางส่วนได้แต่งงานกับคนพื้นเมืองภาคใต้ เด็กซาไกรุ่นใหม่ที่มีสายเลือดดั้งเดิมจึงลดน้อยลง แตกต่างจากซาไกบางกลุ่มที่อาศัยอยู่บริเวณเทือกเขาบรรทัด ที่ออกมาตั้งถิ่นฐานถาวรด้วยความสมัครใจมาเป็นเวลานาน จนกระทั่งสามารถปรับวิถีชีวิตตนเองให้สอดคล้องกับสังคมเมืองได้และเป็นกลุ่มที่พร้อมรับความช่วยเหลือ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนิตดา ชูสวัสดิ์ (2553) ที่กล่าวว่า ปัจจุบันซาไกมีการปลูกสร้างบ้านอย่างถาวรและไม่มีการอพยบโยกย้ายอย่างเช่นเมื่อก่อน และรัฐได้จัดสรรโครงการให้ซาไก แต่ไม่มองถึงวัฒนธรรมดั่งเดิมของซาไกว่ามีวิถีชีวิตอย่างไรทำให้ต้องประสบกับปัญหามากมายในการปรับตัว

การให้ความช่วยเหลือที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ควรส่งเสริมให้ชาวซาไก โดยเฉพาะเด็กรุ่นใหม่ได้รับการศึกษาในระบบโรงเรียนมากขึ้น เพราะการศึกษาเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับวิถีชีวิตที่มีการเปลี่ยนแปลง ช่วยให้ชาวซาไกมีความรู้ความคิดของตนเอง ไม่ต้องตกเป็นเครื่องมือของใคร ในขณะเดียวกันสำหรับซาไกกลุ่มที่ยังคงเร่ร่อนอยู่ในป่า เราไม่ควรเข้าไปรบกวนนำวัฒนธรรมหรือสิ่งของจากสังคมเมืองเข้าไป ยิ่งไปกว่านั้น ควรสร้างค่านิยมให้คนทั่วไปมีทัศนคติที่ดี ไม่มองชาวซาไกเป็นสิ่งประหลาด มีความแปลกแยกจากเผ่าพันธุ์มนุษย์ เพื่อที่ชาวซาไกจะได้มีความรัก และภาคภูมิใจในการดำรงเผ่าพันธุ์ของตนเอง

ข้อเสนอแนะ

1. ควรให้ความรู้คนในท้องถิ่นเกี่ยวกับวิถีชีวิตของชาวซาไก เพื่อให้ชาวบ้านได้เรียนรู้ถึงวิถีชีวิตวัฒนธรรมของชาวซาไก ให้เกิดความหวงแหน ในคุณค่าของความแตกต่างระหว่างชาติพันธุ์

2. ควรมีการจัดทำเอกสารเกี่ยวกับวิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างเพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชนทั่วๆไป ได้รู้ถึงคุณค่าของความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมชาวเมืองและชาวป่า

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา รัตนพันธ์. 2552. **ชุมชนชาวนาท่อมท่ามกลางกระแสบริโภคนิยม**.วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคมมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

เกศริน มณีนูน. และ พวงเพ็ญ ศิริรักษ์. 2546. **โครงการเผยแพร่ความรู้ทางวิทยาศาสตร์** เล่มที่ 1 คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

นายนำชัย สระศรี. 2556. **องค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งนารี**. เข้าถึงได้จากhttp://www.thungnaree.go.th

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. เข้าถึงได้จากhttp://www.nesdb.go.th สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดพัทลุง. 2556

บุญเสริม ฤทธาภิรมย์, 2542, 80 (**บันทึกไว้ให้พ่อ** : จัดพิมพ์เป็นที่ระลึกงานพระราชทานเพลิงศพกรณีพิเศษ, คุณพ่อก้าว ฤทธาภิรมย์ วันจันทร์ที่ 20 ธันวาคม 2542)

สุวัฒน์ ทองหอม . 2537. **เงาะ : ชนผู้อยู่ป่าชาติพันธุ์มนุษย์ดึกดำบรรพ์ที่ยังเหลืออยู่.** ตรัง : สำนักงานจังหวัดตรัง

สุนิตดา ชูสวัสดิ์ . 2553. ซาไก : **การสร้างความเป็นอื่นในบริบทการพัฒนาของรัฐไทย.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคมมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

อมรา ศรีสุชาติ. 2544**. สายรากภาคใต้ : ภูมิลักษณ์ รูปลักษณ์ จิตลักษณ์**.. ส่วนหนึ่งของโครงการเมธีวิจัยอาวุโส ศาสตราจารย์สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ โครงการโครงสร้างและพลวัตวัฒนธรรมภาคใต้กับการพัฒนาได้รับทุนสนับสนุน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

อุทิศ สังขรัตน์. 2553. **กระบวนการสร้างปราชญ์ชาวบ้านลุ่มทะเลสาบสงขลาในกระแสการพัฒนาแนววัฒนธรรมชุมชน.** ดุษฎีนิพนธ์ สาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา มหาวิทยาลัยทักษิณ.

ถอดบทเรียนความสำเร็จของกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี บ้านสบเติ๋น ตำบลสบป้าด อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง

SUCCESSFUL LESSON REPRODUCTION OF VIRTUE ASPIRING YOUTH NETWORKS AT BAAN SOB TERN, SOBPARD SUB. DISTRICT, MAE MO DISTRICT, LAMPANG PROVINCE

กังสดาล กนกหงษ์

อาจารย์ประจำสาขาส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

คณะผลิตกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้

E-mail kangsadan@ hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ถอดบทเรียนความสำเร็จของกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี บ้านสบเติ๋น ตำบลสบป้าด อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเน้นกระบวนการวิจัย แบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research :PAR) เครื่องมือที่ใช้ในวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview : IDI) การสังเกต(Observe) การสร้างเวทีเสวนาโดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion : FGD) โดยผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดประเด็นหรือแนวคำถาม (schedule guide) ไว้ล่วงหน้าก่อน วัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อศึกษาบริบทและถอดบทเรียนความสำเร็จ รวมไปถึงกระบวนการเสริมสร้างสำนึกพลเมืองของกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี และนำเอาผลจากการศึกษา มาขับเคลื่อนให้เกิดทิศทางการพัฒนาของกลุ่ม โดยใช้กระบวนการวางแผนแบบมีส่วนร่วม

จากผลการศึกษา พบว่าบทเรียนความสำเร็จที่เกิดขึ้นกับกลุ่ม เครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี มีกระบวนการทำงานเพื่อเสริมสร้างสำนึกพลเมือง ประกอบไปด้วย การทำงานที่ต้องเข้าใจธรรมชาติของสภาพปัญหา และความต้องการในพื้นที่อย่างแท้จริง ต้องสร้างการมีส่วนร่วมในการคิดและสร้างสรรค์กิจกรรม มีการค้นหาศักยภาพที่มีอยู่ พร้อมทั้งหนุนเสริมให้มีพัฒนาตามความสามารถ นำหลักธรรมทางศาสนาเป็นเครื่องมือเพื่อนำไปสู่การพัฒนาตัวเยาวชน ตั้งเป้าหมายของการทำงานคือ พัฒนาคน พัฒนางาน ประสานกัน และมีการถอดบทเรียนจากการทำงานทุกครั้ง ในประเด็นปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มเยาวชนเครือข่ายใฝ่ดีนั้น พบว่าทุนเดิมทางสังคมที่มี ความศรัทธาต่อพระสงฆ์ การสร้างความเข้าใจและแสวงหาร่วมมือให้เกิดขึ้นชุมชน การดำเนินกิจกรรมสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน การสร้างบทบาทของกลุ่มให้เป็นที่ยอมรับ การมีพี่เลี้ยงที่คอยให้คำปรึกษาและสนับสนุนการทำงาน มีการประชุม อย่างต่อเนื่อง เน้นการสื่อสาร สร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกัน การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก สำหรับประเด็นการวางแผนแบบมีส่วนร่วมสามารถสรุปทิศทางการทำงานในอนาคต ดังนี้ เน้นการสร้างกลไกการขับเคลื่อน เพื่อให้เกิดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการภายในเครือข่าย ขยายการเชื่อมโยงและสร้างเครือข่ายในการทำงานด้านเด็กและ

เยาวชน ขยายกิจกรรม ปรับกระบวนการทำงานของเครือข่ายโดยเน้นการทำงาน ทำงานเชิงรุกและลึก โดยกำหนด หมู่บ้าน และกลุ่มเป้าหมายในการทำงานที่ชัดเจน

คำสำคัญ: ปัจจัยความสำเร็จ กระบวนการเสริมสร้างสำนึกพลเมือง กระบวนการวางแผนแบบมีส่วนร่วม

ABSTRACT

This qualitative study focused on participatory action Research. The research tools in this study included in- depth interview, observation ,and focus group discussion. The researcher had determined issues or schedule guides in advance. The objectives of this study were to explore context and reproduce successful lesson as well as the process of civilian consciousness reinforcement of the virtue aspiring youth networks. Results of the study were employed to put for ward the direction of networks development .

Findings showed that the successful lesson occurring to the virtue aspiring youth networks had an operational process for the reinforcement of civilian consciousness. This comprised operation with the understanding of problem nature conditions and needs of local youths for the participation in brainstorming and activities creation. Potential of each youth was sought for development based on individual differences. Besides, Buddhist doctrines were used as a tool for developing the youths, goals of the operational process were: youth development, task development, coordination, and lesson reproduction was done every time for the construction of mutual learning process, Regarding factors on successful activities operation of the youths in this study, it was found that existing social capitol of the community (monk faith) ; creation of understanding and coordination seeking in the society; continual holding of creative activities, preparing roles for the youths leading to concrete positive changes; good atmosphere in co- working ; having escorts giving suggestions and support; continual holding a meeting ; positive communication; and coordination networking with external agencies. For participatory planning, they could make conclusion: on future operational direction . This focuses on movement mechanism construction for the following: in the following: increased efficiency in internal network Management; establish and expansion of network construction; adjustment of operational process; and aggressive operation with clear determination of village and target group.

KEYWORD: success factor, process of civilian consciousness reinforcement, process of participatory planning.

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปี พ.ศ. 2543-2548 บ้านสบเติ๋น ตำบลสบป้าด อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง เป็นหมู่บ้านหนึ่งที่ได้รับความเสียหายจากการแพร่ระบาดของยาเสพติด กล่าวคือในช่วงระยะเวลานี้หมู่บ้านสบเติ๋นเป็นหมู่บ้านที่มีทั้งผู้ค้าและผู้เสพยาเสพติดอยู่เป็นจำนวนมาก หน่วยงานที่มีหน้ารับผิดชอบในการแก้ไขปัญหายาเสพติดในทุกระดับและทุกภาคส่วน ต่างให้ความสำคัญที่จะแก้ไขปัญหาให้เป็นหมู่บ้านปลอดจากยาเสพติด การเกิดขึ้นของเครือข่ายเยาวชนคนใฝ่ดี เป็นรูปแบบหนึ่งของการรวมพลังกลุ่มเด็กและเยาวชน เพื่อแก้ไขปัญหายาเสพติด โดยได้ดำเนินกิจกรรมมาเป็นระยะเวลา 7 ปี เป็นการรวมตัวของกลุ่มเด็กและเยาวชนในชุมชน และหมู่บ้านใกล้เคียง จำนวนไม่น้อยกว่า 40 คน เพื่อทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ ในทุกวันเสาร์-วันอาทิตย์ โดยใช้พื้นที่บริเวณลานวัดสบเติ๋นเป็นพื้นที่ประชุม ตกลง และทำกิจกรรมตามความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมสำนึกของการเป็นพลเมือง รูปแบบการดำเนินกิจกรรม มีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับความสนใจของสมาชิกแต่ละคน ไม่ว่าจะเป็น กิจกรรมส่งเสริมประชาธิปไตย กิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ กิจกรรมอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ กิจกรรมสืบสานวัฒนธรรมและประเพณี กิจกรรมจิตอาสาบำเพ็ญสาธารณะประโยชน์ ฯลฯ กิจกรรมต่างๆที่ทางเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดีได้ดำเนินการอยู่นั้น เป็นกระบวนการทำงานที่ เน้นการพัฒนาคน เอาคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา โดยมุ่งเป้าไปที่กลุ่มเด็กและเยาวชนที่เป็นกำลังสำคัญของชุมชน จากการทำงานอย่างทุ่มเท หนักหน่วงและต่อเนื่อง ของหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการแก้ไขปัญหายาเสพติด ในทุกระดับและทุกภาคส่วนทั้งภายในและภายนอกชุมชน ส่งผลให้ปัญหายาเสพติดของหมู่บ้านสบเติ๋นได้รับการแก้ไขให้หมดไป ในปัจจุบัน หมู่บ้านสบเติ๋น คงเหลือแต่เพียงการเฝ้าระวัง หรือป้องกันมิให้ยาเสพติดกลับเข้ามาแพร่ระบาดจนกลับมาเป็นปัญหาอีกเท่านั้น จากประเด็นปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยเชื่อแน่ว่า ความสำเร็จในการแก้ไขปัญหายาเสพติดดังกล่าว จะไม่ประสบความสำเร็จได้ หากปราศจากการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน กลไกที่เป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญ คือ เครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี ที่ร่วมกันสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อเชื่อมโยงร้อยรัด เด็กและเยาวชนในชุมชนนำไปสู่การสร้างสำนึกของการเป็นพลเมือง โดยนำเอาหลักแนวคิดทางพุทธศาสนาเข้ามาเป็นเครื่องมือ เกิดการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการพัฒนา นำไปสู่การกำหนดทิศทาง การพัฒนาของชุมชนตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน การวางแผนและกำหนดแนวทางที่นำไปสู่การแก้ไขปัญหาไปในทิศทางที่ชุมชนต้องการ นำไปสู่เป้าหมายสูงสุด (The Ultimate Goal) ของการพัฒนา คือ การพัฒนาคน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาบริบทและถอดบทเรียนความสำเร็จ รวมไปถึงเงื่อนไขและกระบวนการเสริมสร้างสำนึกพลเมืองของกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี เพื่อนำผลของการถอดบทเรียนดังกล่าว ขับเคลื่อนให้เกิดทิศทางการพัฒนาของกลุ่ม โดยใช้กระบวนการวางแผนแบบมีส่วนร่วม

3. วิธีการดำเนินวิจัย

3.1 พื้นที่การศึกษา

1.ขอบเขตพื้นที่การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี บ้านสบเติ๋น ตำบลสบป้าด อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักและพื้นที่ในการวิจัย เหตุผลในการเลือกพื้นที่ และหัวข้อ

การศึกษาวิจัย เพื่อดำเนินการวิจัยนั้น ไม่ได้มาจากความต้องการของผู้วิจัยเพียงฝ่ายเดียว หากแต่ได้มีการศึกษาถึงสภาพบริบทในพื้นที่ และได้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และทำความเข้าใจกับเด็กและเยาวชนที่เป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี เกี่ยวกับการทำวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research - PAR) ชักชวนให้เข้าร่วมโครงการวิจัย โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของนักวิจัยในท้องถิ่นเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย และต้องมีส่วนร่วมในกระบวนการทำวิจัยตั้งแต่เริ่มจนจบ ซึ่งปรากฏว่า กลุ่มเด็กและเยาวชนเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี ได้ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการวิจัยในครั้งนี้

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview : IDI) การสังเกต (Observe) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion : FGD) โดยผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดประเด็นหรือแนวคำถาม (schedule guide) ไว้ล่วงหน้าก่อน การใช้เทคนิค SWOT Analysis ในการวิเคราะห์ศักยภาพ และใช้กระบวนการ F.S.C (Future Search Conference) เพื่อร่วมกันทำความเข้าใจสถานการณ์ในอดีตและปัจจุบันที่มีความเชื่อมโยงกัน ซึ่งจะมีผลกระทบในอนาคตนำไปสู่การลงมติและสร้างพันธะสัญญาในการมีวิสัยทัศน์ของอนาคตร่วมกัน

3.3 การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ โดยใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) คือ การตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการศึกษา โดยใช้วิธีการตรวจสอบ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลที่ต่างกันออกไป (methodological triangulation) ใช้แหล่งข้อมูลที่ต่างกัน (data triangulation) และใช้ผู้เก็บข้อมูลที่ต่างกัน (investigator triangulation)

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารงานวิจัย การสังเกต การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม ตามประเด็นที่ค้นหา (Topic inquiry) และนำข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และสังเคราะห์เนื้อหา (Synthesis) แล้วนำเสนอเชิงพรรณนา (Descriptive analysis)

4. สรุปผลการวิจัย

ในการนำเสนอผลการวิจัย โดยเรียงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้ง 2 ข้อ ตามลำดับ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 : ศึกษาบริบทและถอดบทเรียนความสำเร็จ รวมไปถึงเงื่อนไขและกระบวนการเสริมสร้างสำนึกพลเมืองของกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี บ้านสบเติ๋น ตำบลสบป้าด อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง

4.1 ข้อมูลบริบทกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี

เครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี บ้านสบเติ๋น ตำบลสบป้าด อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง จัดตั้งขึ้นเมื่อ วันศุกร์ ที่ 16 เมษายน พุทธศักราช 2548 เป็นองค์กรที่เกิดขึ้นจากแนวความคิดของพระอาจารย์สาธิต ธีรปญฺโญ (โปธาเศษ) และพระอาจารย์สุวรรณ สุวณฺโณ (ขันธรัตน์) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อที่จะปลูกฝังหรือสรรค์สร้าง ให้เด็กและเยาวชนบ้านสบเติ๋นและหมู่บ้านใกล้เคียง มีจิตสำนึกและค่านิยมที่ดีที่ถูกต้อง มีวิถีชีวิตที่สร้างสรรค์พัฒนา เป็นประโยชน์เกื้อกูลแก่สังคม ประเทศชาติ พระศาสนา การรวมตัวของกลุ่มเยาวชนทั้งชายหญิง ในหมู่บ้านสบเติ๋นและหมู่บ้านใกล้เคียง ประมาณ 40 คน เพื่อทำกิจกรรมในเชิงสร้างสรรค์ สร้างสำนึกความเป็นพลเมือง ตามความ

ถนัดของเด็กและเยาวชน ตลอดระยะเวลาการทำงาน 7 ปี ของกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี มี การดำเนินกิจกรรมที่หลากหลาย สามารถสรุปได้ดังนี้ กิจกรรมป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด กิจกรรมรณรงค์งดเหล้า กิจกรรมเสริมสร้างสุขภาพ กิจกรรมอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ กิจกรรมสืบสานศิลปวัฒนธรรมและประเพณี กิจกรรมจิตอาสาบำเพ็ญประโยชน์ กิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาการเรียนรู้ กิจกรรมทำนุบำรุงพระศาสนา

4.2 กระบวนการเสริมสร้างสำนึกพลเมืองของกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี

จากผลการศึกษาพบว่า การเสริมสร้างสำนึกพลเมืองของกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี พบว่ามีกระบวนการ ดังนี้

4.2.1 การทำงานต้องเข้าใจธรรมชาติของสภาพปัญหา และความต้องการของกลุ่มของเด็กและเยาวชนในพื้นที่อย่างแท้จริง

กระบวนเสริมสร้างสำนึกพลเมืองกับเด็กและเยาวชนนั้น ต้องเริ่มจาก การเข้าใจธรรมชาติของสภาพปัญหา และความต้องการของกลุ่มของเด็กและเยาวชนในพื้นที่อย่างแท้จริง ซึ่งความเข้าใจในประเด็นดังกล่าวจะนำไปสู่การสร้างกิจกรรมและการดำเนินกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของ กลุ่มเด็กและเยาวชนในพื้นที่ เนื่องจากสภาพบริบทของแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน สภาพปัญหาที่เกิดขึ้น ย่อมแตกต่างกัน ดังนั้นการวิเคราะห์ถึงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น จะทำให้เกิดความเข้าใจสาเหตุของปัญหาอย่างแท้จริง และเมื่อเกิดความเข้าใจในปัญหาที่เกิดขึ้น ย่อมนำไปสู่กระบวนการคิด วิเคราะห์ และหาแนวทาง การทำงานกับกลุ่มเด็กและเยาวชนในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว

4.2.2 สร้างการมีส่วนร่วมในการคิดและสร้างสรรค์กิจกรรม โดยใช้หลักการเด็กนำผู้ใหญ่หนุน พบว่า กระบวนการสร้างสำนึกพลเมืองในกลุ่มเด็กและเยาวชนนั้น จะต้องสร้างการมีส่วนร่วมในการคิดและสร้างสรรค์กิจกรรม โดยใช้หลักการ เด็กนำผู้ใหญ่หนุน คือมุ่งเน้นให้เด็กมีส่วนร่วมในการที่จะคิดกิจกรรม และวางแผนการทำงานรวมไปถึงการดำเนินกิจกรรมด้วยตัวเอง รวมไปถึงเรียนรู้ที่จะทำงานประสานกับหน่วยงานที่มีอยู่ในพื้นที่ โดยมีพี่เลี้ยง คอยให้คำปรึกษาแนะนำช่วยเหลือ และคอยกระตุ้น รวมไปถึง กรณีที่พี่เลี้ยงมองเห็นถึงปัญหาที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรม พี่เลี้ยงต้องมีการตั้งคำถามถึงการจะดำเนินการแก้ไข หรือ การแนวทางการป้องกันปัญหานั้นอย่างไรบ้าง ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้เด็กมองเห็นการทำงานได้รอบด้าน โดยใช้ประสบการณ์ของความเป็นผู้ใหญ่คอยหนุนเสริม

4.2.3 ค้นหาศักยภาพที่มีอยู่ในตัวเด็กและเยาวชนในแต่ละคน พร้อมทั้งหนุนเสริมให้มีการนำเอาศักยภาพที่มีอยู่นั้นมาพัฒนาตามความสามารถ

เมื่อมีการดำเนินกิจกรรมสร้างสรรค์ไปได้ระยะหนึ่ง พี่เลี้ยงจะเริ่มมองเห็นศักยภาพของเด็กแต่ละคนที่ซ่อนอยู่ ซึ่งจะมีความแตกต่างกัน เช่น บางคนมีทักษะการพูดในที่ชุมชน บางคนมีทักษะในการเป็นผู้นำ บางคนเป็นนักปฏิบัติ บางคนมีทักษะที่ดีในการเป็นผู้ประสานงาน บางคนมีทักษะในการประชาสัมพันธ์ ฯลฯ เมื่อมีการทำงานร่วมกันเกิดขึ้น บทบาทและหน้าที่ ที่เด็กๆได้รับในการทำงานกลุ่ม จะสอดคล้องกับความสนใจและศักยภาพที่ตนเองมีอยู่ ซึ่งเป็นการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพที่มีอยู่ของเด็กและเยาวชนนั้นให้มีความโดดเด่นขึ้น การฝึกฝนและพัฒนาทักษะที่เป็นศักยภาพในตัวเด็ก และเยาวชนแต่ละคนนั้น จะนำไปสู่การเสริมสร้างความมั่นใจ และสามารถนำไปสู่การพัฒนาให้เกิดเกิดความชำนาญในการใช้ศักยภาพตามทักษะที่ตนเองมี ทำให้เด็กเกิด

ความภาคภูมิใจ มองเห็นคุณค่าในตัวเอง เคารพตัวเอง และในบางราย พบว่า สามารถใช้ศักยภาพที่ตนเองมีอยู่ทำให้เกิดรายได้ เช่น มีความสามารถในการพูดต่อหน้าที่ชุมชน ทำให้ได้รับโอกาสในการเป็นพิธีกร ในการจัดงานของหมู่บ้าน เป็นต้น

4.2.4 นำหลักธรรมทางศาสนาเป็นเครื่องมือเพื่อนำไปสู่การสร้างสำนึกพลเมืองเพื่อเป็นเยาวชนใฝ่ดี

สำหรับกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี มีการนำหลักธรรมทางศาสนาเป็น**"เครื่องมือ"** เพื่อนำไปสู่การขัดเกลาจิตใจ ของกลุ่มเด็กและเยาวชน โดยสอดแทรกหลักธรรมทางศาสนาลงในการดำเนินกิจกรรมทุกอย่าง จะเห็นได้ว่า ก่อนที่จะไปทำกิจกรรมต่างๆร่วมกัน จะมีการสวดมนต์ไหว้พระ อาราธนาศีล นั่งสมาธิ ก่อนทำกิจกรรมสร้างสรรค์ และเมื่อดำเนินกิจกรรมเสร็จสิ้น จะมีการสรุปผลการดำเนินกิจกรรม การสอบถามถึงความรู้สึกที่ได้ทำประโยชน์ให้กับชุมชน ให้กับบ้านเกิดของตนเอง โดยจะมีการเชื่อมโยงหลักธรรมทางศาสนามา อบรมสั่งสอนขัดเกลา ในเรื่องการเรียน การใช้ชีวิต

4.2.5 ตั้งเป้าหมายของการทำงานคือ พัฒนาคน พัฒนางาน ประสานกัน

ในการทำงานนอกจากจะคาดหวังในเรื่อง ความสำเร็จในการจัดกิจกรรมแต่ละครั้งแล้วนั้น สิ่งที่สำคัญไม่แพ้คือ จิตสำนึกของเด็กและเยาวชนได้รับการพัฒนาไปอีกขั้นหนึ่ง ดังนั้นในทุกๆกิจกรรมที่เป็นกิจกรรมสร้างสรรค์ การบ่มเพาะให้เกิดจิตสาธารณะ และสำนึกของความเป็นพลเมืองจะต้องก่อเกิดจากการทำกิจกรรมดังกล่าว กลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี ไม่เน้นการทำกิจกรรมที่ต้องอาศัยการใช้งบประมาณ หากแต่ต้องเป็นกิจกรรมที่มุ่งพัฒนาคนโดยเป็นการฝึกฝนให้เกิดคุณธรรมที่ดีงาม เช่น การตรงต่อเวลา การมีน้ำใจ ความซื่อสัตย์ การยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น การนอบน้อมถ่อมตน การให้อภัย ฯลฯ จะเห็นได้ว่ากิจกรรมที่เกิดขึ้นนั้น จึงเป็นเพียงเครื่องมือที่ มุ่งสร้าง จิตสำนึก และพัฒนาลักษณะนิสัยบุคลิกภาพ ที่ดีงามให้เกิดขึ้นกับเด็กและเยาวชน

4.2.6 มีถอดบทเรียนจากการทำงานทุกครั้ง เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันจากพี่สู่น้อง การเรียนรู้จากสิ่งที่ได้ปฏิบัติร่วมกัน จะสะท้อนการทำงานที่ผ่านมาจากทั้งตัวเยาวชนรวมไปถึงผู้ใหญ่ที่ร่วมงาน ถือเป็นข้อมูลที่สำคัญในการที่จะพัฒนากระบวนการทำงานที่จะดำเนินต่อไปและในขณะเดียวกันข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นจะเป็นประสบการณ์ที่คนทำงาน ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ได้เรียนรู้แลกเปลี่ยนร่วมกัน เพื่อมุ่งเน้นให้เกิด การพัฒนาคนและพัฒนางานไปพร้อมๆกัน การถอดบทเรียนจากการทำงานในทุกครั้งพบว่า เป็นการปลูกฝังกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบให้กับเด็กและเยาวชนในการทำงาน เช่น รูปแบบกิจกรรมที่ทำมีความเหมาะสมกับพื้นที่มากน้อยเพียงใด สอดคล้องกับความสนใจและปัญหาที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นหรือไม่ กิจกรรมที่ทำส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับ คนและชุมชนอย่างไรบ้าง งบประมาณที่ใช้มีความเหมาะสมกับกิจกรรมหรือไม่ ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำงานคืออะไร แนวทางที่ควรจะแก้ไขในการทำงานครั้งต่อไปควรเป็นอย่างไร

4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี

จากการศึกษาในประเด็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือ ใช้กระบวนการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion : FGD) เพื่อถอดบทเรียนความสำเร็จดังกล่าว สามารถสรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

4.3.1 ทุนเดิมทางสังคมของชุมชนที่มี ความศรัทธาต่อพระสงฆ์

ในพื้นที่ บ้านสบเติ๋น ตำบลสบป้าด อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง ยังคงมีทุนทางสังคมที่เป็นปัจจัยนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี กล่าวคือ พระอาจารย์สาธิต ธีรปญฺโญ

(โปธาเศษ) เป็นพระสงฆ์นักพัฒนาได้รับการยอมรับในพื้นที่ทั้งบทบาทของการเป็นผู้นำทางศาสนา และบทบาทของพระสงฆ์นักพัฒนาในหมู่บ้าน การก่อตั้งกลุ่มเด็กและเยาวชนสามารถทำได้ไม่ยากนัก เพราะ ทุนความศรัทธาที่ชาวบ้านมีต่อพระสงฆ์ในพื้นที่ เป็นทุนดั้งเดิมของชุมชน แต่เพราะความศรัทธาที่มีต่อตัวพระอาจารย์สาธิต ทำให้ ผู้ปกครองส่วนใหญ่อนุญาตให้เด็กๆมารวมกลุ่มทำกิจกรรมได้ และต่อมาในระยะหลังๆ เมื่อได้รับรู้ และได้เห็นในกิจกรรม และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับตัวเด็ก ทำให้ผู้ปกครองที่เหลือสนับสนุนให้เด็กเข้าร่วมกิจกรรม

4.3.2 การสร้างความเข้าใจและแสวงหาร่วมมือให้เกิดขึ้นชุมชน

ในเบื้องต้นของการทำงานนั้น การสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นกับคนชุมชนในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็น ผู้ปกครอง ผู้นำในชุมชน โรงเรียน กศน. สถานีอนามัย ฯลฯ ล้วนแล้วแต่มีความจำเป็นที่จะต้องทำ ในช่วงแรกเริ่มของการทำงานพบว่าผู้ปกครองบางคนไม่สนับสนุนให้ลูกๆของตน มารวมกลุ่มที่วัด เพราะมองไม่เห็นประโยชน์ที่เด็กๆจะได้รับจากการทำกิจกรรม แต่ในระยะหลังเกิดความเข้าใจ และเริ่มสนับสนุนให้ลูก หลานตัวเองมาทำกิจกรรม เพราะเห็นว่า เด็กๆจะได้รับประโยชน์ รวมไปถึง พฤติกรรมของเด็กหลายๆคน เปลี่ยนไปเมื่อมาร่วมกิจกรรม เช่น รับผิดชอบตัวเองมากขึ้น ลดความก้าวร้าว เป็นผู้นำ กล้าแสดงออกมากขึ้น ฯลฯ การสนับสนุนที่เกิดขึ้นในชุมชนนั้น เป็นเสมือนปัจจัยที่มาช่วยเสริมแรงให้การดำเนินกิจกรรมสำเร็จ การสนับสนุนดังกล่าวจะปรากฏในรูปของ การให้กำลังใจ การชื่นชมกลุ่มเด็กและเยาวชน รวมไปถึงการให้ความอนุเคราะห์ในเรื่องต่างๆ เวลามีการดำเนินกิจกรรมเช่น เรื่องสถานที่ เรื่องอุปกรณ์ เรื่องอาหาร เรื่องน้ำ เป็นต้น และหลายๆครั้งที่กลุ่มเด็กและเยาวชนมีการทำงานร่วมกับผู้ปกครอง เช่น การเลิกเหล้าเข้าพรรษา การรณรงค์งดขายเหล้าในวันพระ การดูแลสุขภาวะ ฯลฯ ซึ่งก็ได้รับการร่วมมือจากชุมชนเป็นอย่างดี

4.3.3 การดำเนินกิจกรรมสร้างสรรค์ในพื้นที่ต้องมีความต่อเนื่อง และยั่งยืน

การดำเนินกิจกรรมนั้น ต้องมีความต่อเนื่อง และสร้างความยั่งยืนในการทำงานให้เกิดขึ้น เพราะหลายๆพื้นที่ที่มาศึกษาดูงาน และเมื่อกลับไปดำเนินกิจกรรมในพื้นที่ ก็ไม่สามารถจะประคับประคองให้เกิดความยั่งยืน พบว่า สาเหตุที่ไม่ยั่งยืนนั้นมาจาก การไม่ดำเนินกิจกิจกรรมให้เกิดความต่อเนื่อง เพราะรอแต่งบประมาณที่จะใช้ในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรม ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้ว การสร้างกิจกรรมสร้างสรรค์นั้น หากไม่มีงบประมาณก็สามารถที่จะดำเนินกิจกรรมได้เช่นกัน ขึ้นอยู่กับมุมมองการทำงาน ดังนั้นหลักการทำงานที่สำคัญของกลุ่มคือ การทำทุกอย่างด้วยจิตอาสา ทำให้กลุ่มเด็กให้มีการสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่เกิดจากจิตสำนึกจริง และเกิดการเรียนรู้ ปรับตัว และไม่สร้างเงื่อนไขในการทำงานว่าต้องมีงบประมาณ กิจกรรมสร้างสรรค์ที่ไม่ต้องใช้งบประมาณนั้น ยกตัวอย่าง เช่น การเก็บขยะบริเวณรอบวัดและรอบชุมชน การเดินรณรงค์เรื่องการเลิกเหล้าโดยการแบ่งกลุ่มออกไปพบปะพูดคุยกับชาวบ้าน การสอนการบ้าน(พี่สอนน้อง) การเล่นและฝึกซ้อมกีฬาในช่วงเย็น เป็นต้น

4.3.4 .การสร้างบทบาทของกลุ่มเด็กและเยาวชนให้เป็นที่ยอมรับและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่เห็นเป็นรูปธรรม

ส่วนหนึ่งของความสำเร็จที่เกิดขึ้นในการสร้างสำนึกของกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดีนั้น คือการพยายามให้กลุ่มเด็กและเยาวชนมีบทบาทในชุมชนเพื่อให้เกิดการยอมรับในความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน เช่น การนำเสนอกิจกรรมที่เด็กๆทำในที่ประชุมคณะกรรมการหมู่บ้าน เมื่อมีกิจกรรมชุมชน อาจมีการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบให้กับกลุ่มเด็กและเยาวชน สำหรับกิจกรรมทั่วไปของชุมชน อาจมีการสอดแทรกกิจกรรม

ของกลุ่มเด็กและเยาวชนร่วมด้วยอยู่ การมอบหมายความรับผิดชอบดังกล่าว จะทำให้กลุ่มเด็กและเยาวชนเกิดแรงผลักดันในรวมกลุ่ม การสร้างและดำเนินกิจกรรมสร้างสรรค์ เสมือนการยอมรับที่เกิดขึ้นในชุมชน ทำให้กลุ่มเด็กและเยาวชนผูกพัน และรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาชุมชนของตนเอง

4.3.5 การมีพี่เลี้ยงที่คอยให้คำปรึกษาและสนับสนุนการทำงาน

ปัจจัยที่เอื้อให้การทำงานประสบความสำเร็จอีกปัจจัยหนึ่งคือ การมีพี่เลี้ยงที่คอยให้คำปรึกษา หลักการทำงานของพี่เลี้ยงนั้น คือ การรับฟังให้มากที่สุด ให้โอกาสเด็กและเยาวชนคิดสร้างสรรค์ให้มากที่สุด สนับสนุนทั้งกำลังใจ กำลังกาย และในบางครั้งรวมไปถึงกำลังทรัพย์ด้วย นอกจากนั้นการให้ความสนิมสนมกับกลุ่มเด็ก การสนใจเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เด็กจัดขึ้น รวมไปถึง การทำหน้าที่ในการเชื่อมประสานทั้งในระดับ ชุมชน และนอกชุมชน จะช่วยให้กลุ่มเด็กสามารถที่ทำงานให้ประสบความสำเร็จได้ นอกจากบทบาทพี่เลี้ยงที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มเองแล้ว การแสวงหาพี่เลี้ยงในส่วนของชุมชนเองก็มีบทบาทไม่แพ้กัน เพราะหลายๆครั้งที่กิจกรรมของกลุ่มอาจไปเกี่ยวเนื่องกับ ความสามารถและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคนในชุมชน ก็อาจมีการขอคำปรึกษาเป็นกิจกรรมไป

4.3.6. มีการประชุม พูดคุยกับสมาชิกในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง เน้นการสื่อสารในทางบวกสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกัน

หมั่นประชุมหารือกันเนืองนิตย์ ถือเป็นหัวใจหลักที่ทางกลุ่มใช้ เพื่อนำไปสู่การสร้างความสำเร็จในการทำงาน การพูดคุยปรึกษาหารือกันนั้น จะดำเนินไปภายใต้บรรยากาศของการเป็นพี่น้อง ที่พร้อมจะรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่าง การหาข้อสรุปการทำงาน บนพื้นฐานการเคารพในความคิดเห็นของคนทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน เป็นการสร้างแนวคิดการทำงานแบบประชาธิปไตยให้เกิดขึ้น รวมไปถึงการพยายามเปิดโอกาส กระตุ้นและโน้มน้าวให้เด็กๆได้กล้าแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างไปจากคนอื่นในการประชุม เป็นการทำให้เด็กๆรู้สึกว่าตัวเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม นอกจากนั้นยังพบว่ากระบวนการสื่อสารที่ดีในกลุ่ม การสร้างบรรยากาศที่มีความเป็นพี่เป็นน้อง ส่งผลให้เด็กๆ เกิดการช่วยเหลือเจือจุนกัน เป็นกัลยญาณมิตรที่ดีต่อกัน ลดปัญหาการขัดแย้ง และการทะเลาะวิวาททั้งในโรงเรียน และในชุมชนลดลง

4.3.7. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก

ปัจจัยความสำเร็จอีกประเด็นหนึ่งในการดำเนินงานของกลุ่มเด็กและเยาวชน คือ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ในการดำเนินกิจกรรมกับหน่วยงานภายนอก เช่น สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ หรือ องค์กรพัฒนาเอกชน ฯลฯ ซึ่ง หน่วยงานภายนอกดังกล่าว จะคอยให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมต่างๆ อันเป็นการเสริมทักษะเยาวชน ให้เกิดการเรียนรู้ อีกทั้งเชื่อมต่อให้เกิดการทำงาน ในประเด็นที่หลากหลาย สามารถนำประเด็นการทำงานที่มาปรับใช้ในพื้นที่ชุมชน รวมไปถึงการได้รับงบประมาณสนับสนุน ทำให้กลุ่มเด็กและเยาวชนได้รับประโยชน์เป็นอย่างมาก

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 : นำเอาผลจากการศึกษาในข้อที่ 1 มาใช้เป็นฐานข้อมูลขับเคลื่อนให้เกิดทิศทางการพัฒนาของกลุ่ม โดยใช้กระบวนการวางแผนแบบมีส่วนร่วม ผู้ศึกษาใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือ การจัดเวทีระดมสมองแบบมีส่วนร่วม (ใช้เทคนิค Future Search Conference = F.S.C) เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลหลักได้มีโอกาสในการทบทวนร่วมกันทำความเข้าใจสถานการณ์ในอดีต และปัจจุบันทีมีความเชื่อมโยงซึ่งจะมีผลกระทบในอนาคต นำไปสู่การเสนอภาพรวมของสถานการณ์ปัจจุบันและลงมติและสร้าง

พันธะสัญญาในการมีวิสัยทัศน์ของอนาคตร่วมกัน จากการระดมสมองแบบมีส่วนร่วม ทั้งสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี (สำหรับกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี จะมีกระบวนการวิเคราะห์ ศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่ม โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis ก่อนจะนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการ วางแผน เพื่อกำหนดทิศทางการทำงานของกลุ่มในอนาคต) สำหรับกลุ่มตัวแทนผู้ปกครองกลุ่มตัวแทนคนในชุมชน และตัวแทนจากองค์การบริหารส่วนตำบลสบป้าด ได้ร่วมระดมสมองเพื่อนำไปสู่การเสริมพลังให้กับกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี และหาแนวทางที่จะหนุนเสริม การทำงานของกลุ่มต่อไปในอนาคต

ผลจากการศึกษาสามารถสรุปทิศทางการทำงานในอนาคต ของกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี ดังนี้

2.1. เน้นการสร้างกลไกการขับเคลื่อน เพื่อให้เกิดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการภายในเครือข่าย

โดยจะดำเนินงานจัดตั้งแกนนำที่เป็นคณะกรรมการบริหารและผู้ประสานงานเครือข่าย(จำนวนกลุ่มละ 17 คน ทำหน้าที่เป็น ประธาน, รองประธาน,เลขานุการ, เหรัญญิก จำนวน 4 คน ทำหน้าที่เป็นกรรมการ จำนวน 11 คน ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานเครือข่าย จำนวน 2 คน) โดยจะมีการจัดประชุม แกนนำผู้บริหารและผู้ประสานงานเครือข่าย ที่วัดสบเติ๋น ศูนย์ประสานงานเครือข่ายเยาวชนคนใฝ่ดี เป็นประจำทุกเดือน

2.2. ขยายการเชื่อมโยงและสร้างเครือข่ายในการทำงานด้านเด็กและเยาวชน

เครือข่ายเยาวชนคนใฝ่ดี มีการจัดวางแผนพื้นที่เป้าหมายเพื่อขยายและดำเนินการสร้างแกนนำและผู้ประสานงานเครือข่ายกระจายตัวอยู่ทั่ว 2 อำเภอ ซึ่งได้แก่ อำเภอแม่เมาะ อำเภอแม่ทะ เพื่อเป็นการเชื่อมโยงการทำงานในแต่ละพื้นที่และขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกัน

2.3. ขยายประเด็นในการทำกิจกรรม

มีการวางแผนเรื่องการขยายประเด็นในการทำกิจกรรมให้มีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของกลุ่มเด็กและเยาวชนในพื้นที่เพิ่มขึ้นจากเดิม จากหลักการของเครือข่ายเยาวชนคนใฝ่ดีที่ว่า เราจะชวนเด็กและเยาวชนมารวมตัวกันแล้วทำกิจกรรมในเชิงสร้างสรรค์ ตามความถนัดชัดชอบของเด็ก หรือตามความต้องการของสังคมชุมชนโดยใช้หลักธรรมในทางพระพุทธศาสนา คือ ไตรสิกขา อันได้แก่ ศีล สมาธิ และปัญญา เป็นเครื่องมือในการฝึกหัดพัฒนาเด็กและเยาวชนเหล่านั้นผ่านการจัดทำกิจกรรมต่างๆ ดังนั้นทิศทางการทำงานในอนาคตของกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี จะมีการเชื่อมต่อกับประเด็นและรูปแบบของกิจกรรมกับประเด็นสาธารณะทางสังคมที่เกิดขึ้น กับหน่วยงานที่เป็นภาคเครือข่ายทั้งในระดับจังหวัด และระดับประเทศ

2.4. ปรับกระบวนการทำงานของเครือข่ายโดยเน้นการทำงาน ทำงานเชิงรุกและลึก

ในอดีตที่ผ่านมานั้น ในระยะเริ่มต้นของการทำงานเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี ลักษณะการทำงานของเครือข่าย เป็นการทำงานในเชิงตั้งรับกับปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน เพื่อที่จะค่อยๆนำไปสู่การแก้ไข ซึ่งในสุดก็สามารถที่จะแก้ไขปัญหาเรื่องยาเสพติดในชุมชนได้ แต่ทิศทางในการดำเนินงานของเครือข่ายในระยะต่อไป ต้องมีการปรับเปลี่ยนลักษณะการทำงาน คือ ต้องเน้นการทำงานในเชิงรุกและลึก กล่าวคือ ต้องเล็งเห็นถึงวิกฤติ(ปัญหา)และโอกาส ที่ชุมชนกำลังเผชิญ และเตรียมการเรื่องต่างๆ ไว้รับมือได้ล่วงหน้า ซึ่งช่วยลดทอนปัญหา และสามารถสร้างโอกาสในการพัฒนาเด็กและเยาวชน โดยเน้นการจัดกิจกรรมในชุมชน ด้านการป้องกันมากกว่าแก้ไข เน้นการสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคม รวมไปถึงมีประเด็นการทำงานที่สามารถเชื่อมโยงกับหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบ เพื่อทำงานในการขับเคลื่อนร่วมกัน มีการกำหนด หมู่บ้าน และกลุ่มเป้าหมายในการทำงานที่ชัดเจน

5. อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษา เรื่อง ถอดบทเรียนความสำเร็จของกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี บ้านสบเติ๋น ตำบลสบป้าด อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง พบว่า ความสำเร็จในการดำเนินงานของกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดีนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยงาน ลลนา โสมะนะวัฒน์ (2541) เรื่องการรวมกลุ่มและศักยภาพในการแก้ปัญหาของชุมชน ที่พบว่า กลุ่มมีกลไกในการแก้ไขปัญหาและดำเนินกิจกรรมต่างๆ โดยกิจกรรมของกลุ่มนอกจากจะมุ่งแก้ปัญหาชุมชนแล้ว ยังส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่แก่สมาชิก การเรียนรู้ใหม่ที่เกิดขึ้นในกลุ่มเด็กและเยาวชนโดยผ่านกระบวนการทำกิจกรรมร่วมกันนั้น สามารถนำไปสู่การแก้ไขปัญหา ยาเสพติดในชุมชน และยังสร้างการรวมกลุ่ม นำไปสู่การพัฒนาศักยภาพเด็กในแต่ละคน จากการรวมกลุ่มทำกิจกรรม กระบวนการเรียนรู้ ดังกล่าวยังนำไปสู่การสร้างจิตสำนึกของการเป็นพลเมืองที่ดีให้เกิดขึ้นในชุมชน ทำให้กลุ่มมีพลัง มีความเข้มแข็ง เพราะสมาชิกทุกคน เกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มที่ได้ นอกจากนั้นยังพบว่า องค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้กลุ่มสามารถที่จะขับเคลื่อนการทำงานไปได้นั้น คือ ประเด็นในเรื่องของผู้นำกลุ่ม ซึ่ง พระอาจารย์สาธิต เป็นผู้ที่มีบทบาทในการจัดตั้งกลุ่มและพัฒนากลุ่มเด็กให้เกิดการสร้างผู้นำในกลุ่มรุ่นต่อมา ซึ่งสอดคล้องกับงานของ วิลาสินี ภูนุชอภัย (2543) ที่พบว่า หากผู้นำมีศักยภาพและมีบทบาทและมีผู้นำคอยกระตุ้นจิตสำนึกและความตระหนักให้กับกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ โดยผ่านกระบวนการทำกิจกรรมในรูปแบบต่างๆที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพความต้องการของกลุ่ม จะส่งผลต่อการพัฒนาของกลุ่มและความเข้มแข็งของกลุ่มได้เป็นอย่างดี นอกจากนั้นยังพบว่ากระบวนการทำงานที่กลุ่มเด็กและเยาวชนมีพี่เลี้ยงที่ช่วยให้คำปรึกษาและดูแลมีความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จของการทำงานกลุ่มเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พัฒนา สุขประเสริฐ (2542) ที่พบว่า การรวมกลุ่มของเยาวชนนั้นมีความแตกต่างจากกลุ่มองค์กรชาวบ้าน ทั้งนี้เนื่องจากวัย ประสบการณ์ และรูปแบบการดำเนินกิจกรรมต่างๆในชุมชน ที่พบว่ายังมีข้อจำกัดไม่สามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆได้เองทั้งหมด จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัย กลุ่ม องค์กรใดๆ เข้ามาคอยดูแล เป็นพี่เลี้ยง เพื่อคอยให้คำปรึกษา เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจในศักยภาพของเยาวชนในการที่จะพัฒนาตนเอง และเติบโตเพื่อที่จะก้าวเข้าสู่สังคมในอนาคตต่อไป นอกจากนั้นยังพบว่า การที่กลุ่มเด็กมีส่วนร่วม สามารถแสดงออกทางความคิด ดำเนินกิจกรรม และรับผิดชอบงาน ตามที่ตัวเองมีความถนัดและอาสาจะทำงาน มีการแบ่งหน้าที่การทำงาน เข้าใจระเบียบข้อบังคับของกลุ่มและบทบาทหน้าที่ของตนเอง สามารถวิเคราะห์ปัญหาของกลุ่มได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วรวุฒิ หล้าทุม. (2540) เรื่องประสิทธิภาพของกลุ่มเกษตรกรตามความคิดเห็น ของเกษตรกรตำบลในจังหวัดเลย พบว่า กลุ่มเกษตรกรที่มีประสิทธิภาพ คณะกรรมการ และสมาชิกกลุ่ม ต้องมีความเข้าใจในปัญหาที่กลุ่มประสบ สามารถที่จะวิเคราะห์ปัญหาของตนเอง และ ต้องมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามศักยภาพที่สมาชิกถนัดและสนใจ สำหรับในประเด็น เรื่องการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกของกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดีนั้น พบว่า ทำให้กลุ่มสามารถที่จะประสานประโยชน์ของหน่วยงาน จากหน่วยงานภายนอก ทั้งที่เป็นภาครัฐและเอกชนเข้ากับเป้าหมายการทำงานของกลุ่มได้ ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ บัณฑูร ประดิษฐสุวรรณ (2544) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่าในการเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่องค์กรชาวบ้านนั้น เจ้าหน้าที่ราชการที่เกี่ยวข้องต้องมีส่วนร่วมในการกระตุ้นและชี้แนะเพื่อสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนเห็นความสำคัญของภาคประชาชน ซึ่งจะต้องประกอบด้วยความสามัคคี การร่วมมือพร้อมที่จะทำงานร่วมกัน มีความเอื้ออาทรต่อกัน ต้อง

มีความซื่อสัตย์เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตัวหรือพวกพ้อง มีความเข้าใจในเรื่องของการพัฒนา และมีทัศนคติกล้าคิด กล้าเสนอความคิดเห็น นอกจากนี้ยังต้องมีผู้นำที่เสียสละ กล้าตัดสินใจ และพร้อมที่จะรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และงานวิจัยของ กรมการพัฒนาชุมชน (2539) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพสตรี พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพสตรีมี ดังนี้พบว่ามีปัจจัย 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มอาชีพสตรี คือการสนับสนุนจากหน่วยงานส่วนราชการ ความสามารถในการบริหารของคณะกรรมการบริหารกลุ่ม เงินทุนสนับสนุนกลุ่มและการสนับสนุนจากองค์กรท้องถิ่น/ผู้นำชุมชน

6. ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาลักษณะและรูปแบบของกิจกรรมการสร้างสำนึกพลเมืองที่ยั่งยืน ว่ามีรูปแบบกิจกรรมในลักษณะใด เพื่อนำไปศึกษาเปรียบเทียบกับกลุ่มเด็กและเยาวชนในพื้นที่อื่น เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้รับไปสร้างรูปแบบกิจกรรมที่มีความเหมาะสมในการที่จะนำไปสู่การสร้างสำนึกพลเมืองต่อไป

2. ควรทำการศึกษา เปรียบเทียบถึง กระบวนการทำงานกับเด็กและเยาวชนของภาครัฐกับภาคประชาชน โดยศึกษาในประเด็น ที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ การก่อตัวของกลุ่ม การดำรงอยู่ การออกแบบกิจกรรม การเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน ฯลฯ เพื่อให้เห็นถึงผลสำเร็จในการทำงานที่ได้รับ เพื่อนำไปสู่การสนับสนุน และพัฒนาเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการทำงานด้านเด็กและเยาวชน ของภาครัฐ และภาคประชาชน นำไปสู่ความยั่งยืนในการทำงาน

3. ควรมีการศึกษาถึงบทบาทของเยาวชนกับการเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนแม่บทชุมชน ด้านเด็กและเยาวชน ซึ่งประเด็นการศึกษาดังกล่าว จะทำให้เห็นทิศทางการพัฒนาชุมชนที่เกิดขึ้นในพื้นที่ สอดรับกับความเข้มแข็งของกลุ่มเครือข่ายเยาวชนใฝ่ดี ที่ได้มีการรวมตัวเด็กและเยาวชนในพื้นที่ โดยหน่วยงานภาครัฐจะต้องรับฟัง และนำไปสู่การจัดงบประมาณที่ปรากฏในแผนงาน โครงการ และกิจกรรม ของแผนพัฒนาชุมชน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่จะสนองต่อการทำงานด้านเด็กและเยาวชนในพื้นที่ เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาได้อย่างแท้จริง

4. ควรสนับสนุนให้กลุ่มเด็กและเยาวชนในพื้นที่ ได้เรียนรู้การ ทำงานวิจัยเชิงปฏิบัติการ หรือการวิจัยอย่างมีส่วนร่วม ในพื้นที่ของตน เพื่อทำให้กลุ่มเด็กและเยาวชน สามารถนำเอากระบวนการวิจัยดังกล่าว ไปใช้ในการศึกษาปัญหา ที่เกิดขึ้น และหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา ในประเด็นที่ตนเองสนใจ โดยใช้กระบวนการวิจัยซึ่ง จะเป็นการเพิ่มพูนศักยภาพในการดำเนินกิจกรรม ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อ การดำเนินงานด้านเด็กและเยาวชนในชุมชนต่อไป

หากคำกล่าวที่ว่า เด็กและเยาวชนนั้นเป็นพลังที่สร้างสรรค์ เป็นกำลังสำคัญของสังคม สามารถเชื่อมโยงสถาบันต่างๆทางสังคม และ องค์กรในชุมชน สามารถกำหนดทิศทางการพัฒนาของชุมชนตนเอง สังคม และประเทศชาติได้ ความสำเร็จของกลุ่มเครือข่ายเด็กและเยาวชน บ้านสบเติ๋น ตำบลสบป้าด อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง เป็นเพียงตัวอย่างความสำเร็จที่เกิดขึ้นในการทำงานด้านเด็กและเยาวชนเพียงน้อยนิด เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเด็กและเยาวชนทั้งประเทศไทย ความสำเร็จที่เกิดขึ้นในวันนี้ ล้วนข้ามผ่านประสบการณ์ที่ล้มเหลวมาก่อน หากมองย้อนกลับไป การถอดบทเรียนความสำเร็จในวันนี้ คืออีกกระบวนการหนึ่งของการทำงาน ที่จะทำให้กลุ่มมองเห็นภาพของกลุ่มตนเอง ทั้งในอดีตที่ผ่านมา ปัจจุบันที่ดำรงอยู่ และการวางแผนเพื่อการปรับตัวสำหรับใน

อนาคต เครือข่ายกลุ่มเด็กและเยาวชนใฝ่ดี เป็นกลุ่มที่มีความหลากลายทางความคิด พร้อมที่จะพัฒนาให้เป็นกลุ่มเด็กและเยาวชนที่มีพลังขับเคลื่อน เพื่อนำไปสู่ การพัฒนา ชุมชน สังคม และประเทศชาติ ต่อไป

7. รายการอ้างอิง

การพัฒนาชุมชน , กรม. 2539. **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ.** กรมพัฒนาชุมชนกระทรวงมหาดไทย.

บัณฑูร ประดิษฐ์สุวรรณ์. 2544. **"ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของประชาสังคมในจังหวัดนครสวรรค์".** วิทยานิพนธ์ รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พัฒนา สุขประเสริฐ 2542. **ศักยภาพของเยาวชนไทยกับการพัฒนา** ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพ ฯ.

ลลนา โสมะนะวัฒน์ . 2541 **การรวมกลุ่มและศักยภาพในการแก้ไขปัญหาของชุมชนชนบทในภาคเหนือ**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษานอกระบบ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วรวุฒิ หล้าทุม. 2540. **ประสิทธิภาพของกลุ่มเกษตรกรตามความคิดเห็นของเกษตรตำบลในจังหวัดเลย.** วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต เกษตรศาสตร์ สาขาวิชาส่งเสริมและเผยแพร่การเกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิลาสินี ภูนุชอภัย 2543 ค**วามเข้มแข้งขององค์กรชุมชนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม: กรณีศึกษากลามอนุรักษ์พันธ์สัตว์น้ำ บ้านดอนแก้ว ตำบลป่าคา อำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน**. การค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง : กรณีศึกษามันฝรั่งทอดกรอบตราเลย์รสลาบทอดและรสแซลมอนครีมชีส

CONSUMER'S ATTITUDE TOWARD BRAND USING CELEBRITY ENDORSEMENT: LAYS' FRIED SPICY MEAT SALAD AND SALMON CREAM CHEESE FLAVORED CASE STUDY

กมลชนก เจียมสินกุล

นิสิตปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ (การตลาด) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail: dkjbcy3289@gmail.com

ดร.ธีรารัตน์ วรพิเชฐ

รองหัวหน้าภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail: fbusths@ku.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง : กรณีศึกษามันฝรั่งทอดกรอบตราเลย์รสลาบทอดและรสแซลมอนครีมชีสนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษา (1) ระดับความน่าไว้วางใจและความน่าดึงดูดใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้า (2) ทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง (3) ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าไว้วางใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้ากับทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง (4) ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าดึงดูดใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้ากับทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงพรรณนาและเทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ชุด โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติอนุมานในการทดสอบสมมติฐาน ด้วยวิธีการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันและการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า ความน่าไว้วางใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้าอยู่ในระดับปานกลาง และความน่าดึงดูดใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้าอยู่ในระดับมาก ส่วนทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรองอยู่ในระดับดีปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความน่าไว้วางใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง และความน่าดึงดูดใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง

คำสำคัญ: ทัศนคติของผู้บริโภค การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในงานโฆษณา เลย์

ABSTRACT

Consumer's Attitude toward Brand Using Celebrity Endorsement: Lays' Fried Spicy Meat Salad and Salmon Cream Cheese Flavored Case Study aim to study (1) Trustworthness level and attractiveness level of celebrities who endorse the product. (2) Consumer's attitude toward brand using celebrity endorsement.(3) Relationship between trustworthness of celebrities who endorse the product and consumer's attitude toward brand. (4) Relationship between attractiveness of celebrities who endorse the product and consumer's attitude toward brand. The study is a quantitative research by using descriptive and survey research. Questionnaires used to collect from samples are 385 sets. The data set is analyzed by applying descriptive statistics including frequency, percentage, mean, and standard deviation. And inference statistics used in this study are Pearson's Correlation Coefficient and Regression Analysis test at a significant level of 0.05. The results show that Samples with trustworthiness level is normal and attractiveness level is high. Consumer's attitude toward brand using celebrity endorsement is moderate. Hypothesis tests are found that trustworthness of celebrities who endorse the product correlated with consumer's attitude toward brand and attractiveness of celebrities who endorse the product correlated with consumer's attitude toward brand.

KEYWORDS: Consumer's attitude, Celebrity endorsement, Lays

1.บทนำ

การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรองสินค้าปรากฏมากว่า 50 ปีแล้วในอุตสาหกรรมโฆษณา (Iddiols, 2002) และเป็นวิธีที่ทรงอิทธิพลที่สุดวิธีหนึ่งของการโฆษณา พบเห็นได้ผ่านทางโฆษณาทางโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ต่างๆ (White et al., 2009) เนื่องจากเชื่อว่าจะช่วยให้บริษัทสร้างโฆษณาที่มีความเป็นเอกลักษณ์และทำให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าและทัศนคติในเชิงบวกต่อตราสินค้า รวมทั้งทำให้ลูกค้าจดจำตราสินค้าที่โฆษณาได้ (Ranjbarian et al., 2010) แต่ในการที่จะเลือกผู้มีชื่อเสียงเพื่อเป็นตัวแทนบริษัทนั้นความน่าไว้วางใจและความน่าดึงดูดใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงก็เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญ จากงานวิจัยของต่างประเทศที่ผ่านมาพบว่าผู้ที่มีชื่อเสียงซึ่งมีความน่าไว้วางใจและความน่าดึงดูดใจมากจะส่งผลให้ผู้บริโภคมีทัศนคติในเชิงบวกต่อตราสินค้าด้วย (Seno and Lukas, 2005 ; Petty and Cacioppo , 1983) งานวิจัยฉบับนี้จึงต้องการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความน่าไว้วางใจและความน่าดึงดูดใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรองในประเทศไทยโดยได้คัดเลือกตัวแทนของบุคคลที่มีชื่อเสียงระดับประเทศคือ ณเดชน์ คูกิมิยะและญาญ่า อุรัสยา สเปอร์บันท์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีผลงานด้านการโฆษณาสินค้ามากมาย อีกทั้งยังได้รับผลโหวตให้เป็นนักแสดงที่มีความนิยมสูง มีภาพลักษณ์ที่ดี และเนื่องจากทั้งสองมีบทบาทการเป็นผู้รับรองสินค้าโดดเด่นที่สุดในเรื่องของผลิตภัณฑ์ขนมกรุบกรอบ จึงได้เลือกสินค้ามันฝรั่งทอดกรอบตราเลย์ที่ทั้งสองเป็นผู้ให้การรับรองสินค้าร่วมกันตั้งแต่ ปี พ.ศ.2554 เป็นกรณีศึกษา ซึ่งจากข้อมูลส่วนแบ่งทางการตลาดของขนมขบเคี้ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2555 พบว่า ตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทมันฝรั่งทอดกรอบนั้นมีมูลค่าสูงถึง 16,100 ล้านบาทจากมูลค่าตลาดขนมขบเคี้ยวโดยรวม 20,000 ล้านบาท และเมื่อแบ่งย่อยลงไปตามตราสินค้าแล้ว 'เลย์' ถือได้ว่าเป็นผู้นำในตลาดมัน

ฝรั่งทอดกรอบด้วยส่วนแบ่งทางการตลาดถึง 60% และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็น 75% ในปี พ.ศ. 2556 (ภาสิณี คณาเดิม, 2555 ; มุกดา ไพรัชเวทย์, 2556) โดยสำหรับงานวิจัยฉบับนี้ได้เลือกศึกษาเจาะกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคเลย์ 2 รสชาติคือเลย์รสลาบทอดและรสแซลมอนครีมชีสซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่เลย์ได้เปิดโอกาสให้ณเดชน์และญาญ่าเป็นผู้ร่วมคิดค้นรสชาติใหม่จากความทรงจำในวัยเด็กให้กับสินค้าอีกด้วย

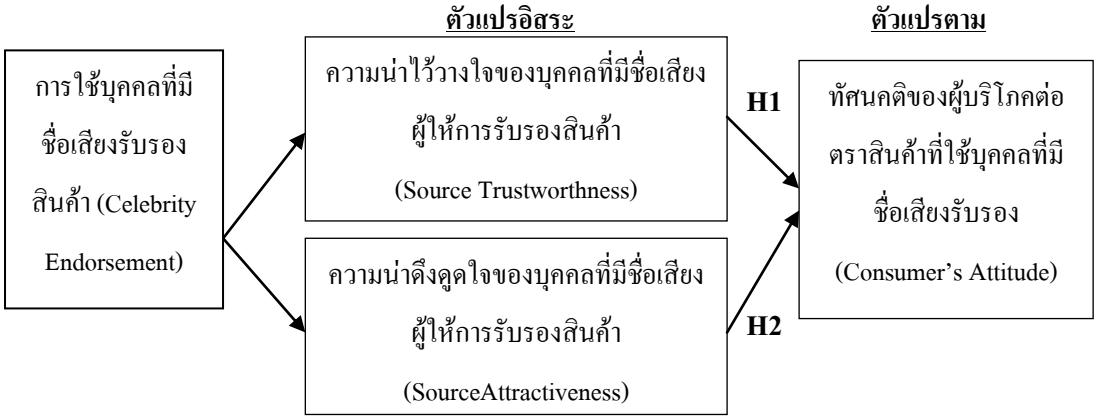
2. กรอบแนวคิดและทฤษฎี

การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในฐานะผู้รับรองสินค้า (Endorsement) คือการที่บุคคลที่มีชื่อเสียงให้สินค้าหรือบริการนั้นๆยืมชื่อของเขา/เธอไปใช้และปรากฏตัวเพื่อเป็นตัวแทนที่ให้การรับรองในคุณภาพหรือคุณประโยชน์ของสินค้าหรือบริการนั้นๆ โดยบุคคลที่มีชื่อเสียงอาจมีความชำนาญหรือเชี่ยวชาญในเรื่องเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้นหรือไม่ก็ได้ (Shilffman and Kanuk , 2004; พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช, 2546)

ความน่าไว้วางใจได้ (Trustworthiness) ของผู้ส่งสารหมายถึงบุคคลทั่วไปซึ่งเป็นผู้ความซื่อสัตย์ สุจริต มีคุณธรรม ไม่มีอคติ ตรงไปตรงมา ควรค่าแก่การวางใจ (และเป็นผู้ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในเชิงบวก (Choi and Rifon, 2007; พิบูล ทีปะปาล, 2545)

ความน่าดึงดูดใจของผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลที่ผู้รับข่าวสารยอมรับว่ามีความน่าดึงดูดใจ เช่น มีความสวยงาม น่ารัก เท่ห์ หล่อ สมาร์ท ฯลฯ อันปรากฏให้เห็นทางกายภาพ หรืออุปนิสัย และลักษณะที่แสดงออกมาโดยธรรมชาติ เช่น อำนาจในการดึงดูดความสนใจ ความมีเสน่ห์ (Ranjibarian et al., 2010; พิบูล ทีปะปาล, 2545)

ทัศนคติ เป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับการแสดงออกถึงความรู้สึกที่อยู่ภายใน ไม่สามารถสังเกตได้โดยตรง แต่จะสะท้อนออกมาเป็นคำพูดหรือการกระทำมากกว่าซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความโน้มเอียงของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ เช่น ตรายี่ห้อ บริการ หรือร้านค้าปลีก เป็นต้น (อดุลย์ จาตุรงคกุล, 2555)



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากกรอบแนวคิดของการวิจัยในครั้งนี้จะอธิบายถึงความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรอิสระ (Dependent Variable) คือ ความน่าไว้วางใจ และความน่าดึงดูดใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้า และตัวแปรตาม (Independent Variable) คือ ทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง

สมมติฐานการวิจัย ได้แก่ สมมติฐานที่ 1(H1) คือความน่าไว้วางใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง และสมมติฐานที่ 2 (H2) คือความน่าดึงดูดใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง

3.วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความน่าไว้วางใจและความน่าดึงดูดใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้า
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความน่าไว้วางใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้ากับทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง
4.เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความน่าดึงดูดใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้ากับทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง

4.วิธีการดำเนินวิจัย

วิธีการ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเริ่มจากการวิจัยสืบค้น (Exploratory Research) ข้อมูลทุติยภูมิจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และใช้วิธีการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และใช้เทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป และเคยซื้อเลย์รสสลาบทอดและรสแซลมอนครีมชีส ซึ่งมีจำนวนประชากรไม่แน่นอนโดยสูตรคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2552)คือ

$$\text{จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง} = \frac{Z^2}{4e^2}$$

Z คือ ค่าปกติมาตรฐาน ซึ่งขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่น โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% (เท่ากับ1.96)

E คือค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมรับได้ โดยกำหนดที่ 5% (หรือ 0.05)

ผลการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 385 ชุด ผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามทั้งหมดด้วยตนเอง โดยก่อนแจกแบบสอบถามจะสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามก่อนว่าทำงานหรืออาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครหรือไม่ เพื่อคัดเลือกแต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานหรืออาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น

การสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยต้องการกระจายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างในการเก็บแบบสอบถาม จึงใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) ประกอบไปด้วย การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากการสุ่มตัวอย่างผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจาก6 เขต พญาไท คลองเตย

บางเขน คันนายาว ธนบุรี และบางแค โดยเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ใน 6 เขตดังกล่าวตามสะดวก จนกระทั่งครบ 385 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1.ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546)

1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อแปลความหมายของข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ค่าร้อยละ = ความถี่ของข้อมูล/ความถี่รวม

1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean)

ค่าเฉลี่ย = ผลรวมของคะแนนทั้งหมด/ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

$$\text{ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน} = \sqrt{\frac{n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2}{n(n-1)}}$$

$\sum x_i$ แทน ผลรวมทั้งหมดของคะแนนแต่ละตัว

n แทน จำนวนข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

2.การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics)

2.1 การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson‘ s Correlation Coefficient)ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว(กัลยา วานิชย์บัญชา,2551)เพื่อใช้ในการเลือกตัวแปรเข้าสมการถดถอยเชิงพหุ

$$\text{ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r)} = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\left[n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2\right]\left[n\sum Y^2 - \left(\sum Y\right)^2\right]}}$$

n แทน จำนวนข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

2.2 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรมากกว่า 2 ตัวแปรขึ้นไป (Multiple factors) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

b_1, b_2 แทนสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ b_1 เป็นค่าที่แสดงการเปลี่ยนแปลงของ Y เมื่อ X_1เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย โดยตัวแปร X อื่น ๆ มีค่าคงที่

a แทน ค่าคงที่

5.สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิจัย

ตัวแปร	ผลการวิจัย
ความน่าไว้วางใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้า	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อความน่าไว้วางใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้าอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง และเมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยรายข้อ พบว่า 1. ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุด คือ ผู้ให้การรับรองสินค้ามีความประพฤติดีและน่าไว้วางใจ 2. ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมาก คือ ผู้ให้การรับรองสินค้าสามารถโน้มน้าวใจให้ซื้อเลย์ 2 รสนี้ 3.ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง ได้แก่ 3.1 ผู้ให้การรับรองสินค้าบอกว่าเลย์อร่อยเพราะพวกเขาคิดว่ามันอร่อยจริง 3.2 ผู้ให้การรับรองสินค้าสามารถทำให้เปลี่ยนหรือมีทัศนคติที่ดีขึ้นต่อตราสินค้าเลย์ได้ 3.3 เชื่อว่าเลย์รสลาบทอดและรสแซลมอนครีมชีสเป็นรสชาติในวัยเด็กของผู้ให้การรับรองสินค้าจริง
ความน่าดึงดูดใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้า	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อความน่าดึงดูดใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้าอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยรายข้อ พบว่า 1. ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ 1.1 ผู้ให้การรับรองสินค้าเป็นบุคคลที่รูปร่างหน้าตาดี 1.2 ผู้ให้การรับรองสินค้ามีบุคลิกภาพหรืออุปนิสัยที่มีเสน่ห์น่าหลงใหล 1.3 ผู้ให้การรับรองสินค้าเป็นผู้มีความสามารถในหลายๆด้าน เช่น การแสดง ร้องเพลง 2.ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมาก ได้แก่ 2.1 กลุ่มตัวอย่างเห็นผู้รับรองสินค้าปรากฏตัวตามสื่อต่างๆบ่อยครั้ง 2.2 กลุ่มตัวอย่างรู้สึกชื่นชอบในตัวผู้ให้การรับรองสินค้า 3.ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง 3.1 กลุ่มตัวอย่างมีช่วงเวลาที่น่าประทับใจในวัยเด็กเหมือนผู้ให้การรับรองสินค้า 3.2 กลุ่มตัวอย่างคิดว่าวัยรุ่นอยากยึดถือผู้ให้การรับรองสินค้าเป็นแบบอย่าง
ทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง	ทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรองอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยรายข้อพบว่า 1. ประเด็นที่ทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าฯอยู่ในระดับมาก ได้แก่ 1.1 รับทราบว่ามีเลย์ 2 รสนี้ 1.2 จดจำเลย์ 2 รสนี้ได้ 1.3 ตั้งใจจะซื้อหรือมีแนวโน้มจะซื้อเลย์ 2 รสนี้มาทาน 1.4 รู้สึกสนใจเลย์ 2 รสนี้มากขึ้น

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิจัย (ต่อ)

ตัวแปร	ผลการวิจัย
ทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง	2. ประเด็นที่ทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าฯอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ 2.1 มีทัศนคติที่ดีขึ้นต่อเลย์ 2 รสนี้ 2.2 อยากทราบที่มาของ 2 รสชาตินี้ 2.3 ประเมินว่าเลย์ 2 รสนี้น่าซื้อกว่าเลย์รสอื่นหรือมันฝรั่งทอดกรอบยี่ห้ออื่น 2.4 รู้สึกว่าเลย์ 2 รสนี้อร่อย 2.5 จะบอกต่อให้คนอื่นซื้อเลย์ 2 รสนี้ 2.6 ชอบทานเลย์ 2 รสนี้มากขึ้น 3. ประเด็นที่ทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าฯอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ 3.1 ตั้งใจจะซื้อเลย์แค่ 2 รสนี้ที่ทั้งสองเป็นผู้รับรองเท่านั้น 3.2 จะเลิกซื้อเลย์ 2 รสนี้หากผู้ให้การรับรองไม่ใช่บุคคลทั้งสอง

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ตัวแปรอิสระ	Beta	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H_1	ความน่าไว้วางใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้า	0.758	0.000*	ยอมรับ
H_2	ความน่าดึงดูดใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้า	0.370	0.000*	ยอมรับ

หมายเหตุ : สมมติฐานที่ 1(H1) คือความน่าไว้วางใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง และ สมมติฐานที่ 2 (H2) คือความน่าดึงดูดใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง

จากตารางที่2 พบว่าจะยอมรับสมมติฐานที่ 1 (H_1) สมมติฐานที่ 2 (H_2) เนื่องจากมีค่า Significant น้อยกว่า 0.05 จึงสามารถอธิบายได้ว่า ความน่าไว้วางใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้า และความน่าดึงดูดใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรองและถ้าพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐาน (Beta) พบว่า ความน่าไว้วางใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรองมากที่สุด ด้วยค่า Beta เท่ากับ 0.758 ซึ่งมากกว่า ความน่าดึงดูดใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้า ที่มีค่า Beta เท่ากับ0.370

6.อภิปรายผล

จากผลการทดสอบสมมติฐานสรุปว่าความน่าไว้วางใจและความน่าดึงดูดใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรองซึ่งสอดคล้องกับจากผลการวิจัยจากต่างประเทศของ M.L.L. Hoekman (2009) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การรับรองสินค้าโดยบุคคลที่มีชื่อเสียงและงานวิจัยของ Ranjbarian B.,Shekarchizade Z. &Momemi Zahra (2010) ที่ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรองสินค้าต่อทัศนคติต่อโฆษณาและตราสินค้า ซึ่งผลการวิจัยทั้งสองพบว่า ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ความน่าดึงดูดใจ (Attractiveness) มีผลกระทบในเชิงบวกต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า อีกทั้งทัศนคติต่อบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้าส่งผลต่อทัศนคติต่อตราสินค้าด้วย

7.ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. ผู้บริโภคแสดงความเห็นด้วยอย่างยิ่งในเรื่องของความประพฤติที่ดีซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถพิสูจน์ได้ด้วยตามากกว่าที่จะเห็นด้วยว่าผู้ให้การรับรองสินค้าเป็นผู้คิดค้นรสชาตินั้นๆจริงหรือไม่ ซึ่งเป็นสิ่งที่พิสูจน์ไม่ได้ เพราะฉะนั้นจึงแสดงถึงว่าผู้บริโภคเลือกที่จะไว้ใจบุคคลผู้ให้การรับรองสินค้าผ่านทางภาพลักษณ์ภายนอกของตัวบุคคลโดยที่อาจไม่จำเป็นต้องมีความเกี่ยวข้องใดๆกับสินค้านั้นในเชิงลึกมากนักก็ได้ เจ้าของผลิตภัณฑ์นักการตลาด หรือนักโฆษณาจึงควรเน้นคัดกรองผู้ให้การรับรองสินค้าที่มีภาพลักษณ์ภายนอกอันประพฤติดีเป็นลำดับแรก โดยอาจอ้างอิงข้อมูลจากผลสำรวจจากองค์กรต่างๆ เช่น ผลสำรวจจากเอแบคโพลล์ ดุสิตโพลล์ นิตยสารชั้นนำหรือเว็บไซต์ชั้นนำที่จัดอันดับบุคคลที่มีชื่อเสียงในด้านของความประพฤติเอาไว้ เป็นต้น

2. ความน่าดึงดูดใจของผู้รับรองสินค้าที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญและแสดงความเห็นด้วยอย่างยิ่งคือเรื่องของรูปร่างหน้าตา บุคลิกภาพหรืออุปนิสัยที่มีเสน่ห์ และความสามารถในด้านต่างๆของผู้รับรองสินค้านั้นๆ รองลงมาจึงเป็นความคุ้นเคยจากการที่บุคคลที่มีชื่อเสียงปรากฏตัวบ่อยครั้งตามสื่อต่างๆและความชื่นชอบ สุดท้ายจึงเป็นค่อยให้ความสำคัญในเรื่องของความคล้ายคลึงระหว่างผู้บริโภคกับผู้ให้การรับรองสินค้านั้นๆ ดังนั้นในการคัดเลือกผู้ให้การรับรองสินค้าโดยดูจากความน่าดึงดูดใจ เจ้าของผลิตภัณฑ์นักการตลาด หรือนักโฆษณาจึงควรมุ่งเน้นไปที่รูปร่างหน้าตา อุปนิสัย ความสามารถเป็นลำดับแรกซึ่งเป็นสิ่งที่พิสูจน์ได้ด้วยตาเช่นเดียวกับข้อ 1 แล้วจึงพิจารณาความน่าดึงดูดใจในด้านอื่นๆรองลงมา

3. แม้ว่าผลจากการวิจัยข้างต้นจะพบว่าทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าที่ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรองจะส่งทำให้ผู้บริโภครับทราบว่ามีผลิตภัณฑ์นั้นๆเกิดขึ้น สามารถจดจำผลิตภัณฑ์ได้ รู้สึกสนใจ อยากทราบที่มาของผลิตภัณฑ์ ประเมินว่าผลิตภัณฑ์นี้น่าซื้อกว่าผลิตภัณฑ์อื่น ชอบผลิตภัณฑ์นั้นๆมากขึ้น มีทัศนคติที่ดีขึ้นต่อผลิตภัณฑ์ ทำให้ตั้งใจจะซื้อหรือมีแนวโน้มจะซื้อ และสุดท้ายคือเมื่อซื้อแล้วก็อยากที่จะบอกต่อให้คนอื่นซื้อด้วย แต่การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในการรับรองสินค้าก็ไม่อาจผูกมัดผู้บริโภคให้ภักดีต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆตลอดไปหรือจะเลิกซื้อผลิตภัณฑ์หากไม่ใช่ผู้ที่มีชื่อเสียงรายเดิมให้การรับรอง ดังนั้นเจ้าของผลิตภัณฑ์จึงคาดหวังผลที่จะใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในด้านของความภักดีต่อตราสินค้าไม่ได้ แต่อาจทำได้เพียงเพื่อกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความสนใจจดจำและต้องการซื้อหรือบอกต่อเท่านั้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ความน่าไว้วางใจและความน่าดึงดูดใจของบุคคลที่มีชื่อเสียงผู้ให้การรับรองสินค้าเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยท่านอื่นที่สนใจอาจดำเนินการศึกษาเพิ่มเติมถึงตัวแปรอื่นๆในการคัดเลือกบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นผู้รับรองสินค้าที่จะส่งผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคนอกเหนือจากนี้ได้

2. สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการศึกษาในกลุ่มสินค้าที่มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น กลุ่มสินค้าอื่นๆที่ไม่ใช่ขนมกรุบกรอบว่าการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรองสินค้ามีผลอย่างไรกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้านั้นๆ

3. สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการศึกษาบุคคลที่มีชื่อเสียงที่มาจากหลากหลายประเภท เช่น บุคคลที่มีชื่อเสียงที่เป็นนักกีฬา นักร้อง นักแสดง ผู้ประกาศข่าว นักพูด นักแสดงตลก เป็นต้น เพื่อที่จะรับทราบทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าซึ่งบุคคลที่มีชื่อเสียงแต่ละประเภทแตกต่างกันเป็นผู้รับรอง

4. สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการศึกษาเพิ่มเติมโดยการขยายกลุ่มตัวอย่างไปในจังหวัดอื่นๆ เพื่อให้เกิดความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่างและได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมคนทั้งประเทศ

5. เนื่องจากการทำวิจัยครั้งนี้เป็นเชิงปริมาณจึงทราบได้เพียงคำตอบของปัญหาที่จะผู้วิจัยกำหนดขึ้นมาในแบบสอบถามเท่านั้นแต่อาจไม่ได้ลงลึกถึงเหตุผลส่วนตัวอื่นๆของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการทำวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่ไปกับการทำวิจัยเชิงปริมาณด้วย โดยการสัมภาษณ์ผู้บริโภคถึงเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าที่มีบุคคลที่มีชื่อเสียงในการรับรองหรือสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ นักการตลาด หรือนักโฆษณาถึงมุมมองในการเลือกบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นตัวแทนสินค้า เป็นต้น

8.รายการอ้างอิง

กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2546. **หลักสถิติ**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. 2546. **แรงจูงใจกับการโฆษณา**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิบูล ทีปะปาล. 2545. **การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มิตร สัมพันธ์กราฟฟิค.

ภาสิณี คณาเดิม. 2555. "มิสเตอร์โปเตโต้ ดึงพลังผีแดงล้างภาพ Junk Food." **Positioning Magazine** (Online). www.positioningmag.com/magazine/printnews.aspx?id=94571, 14 ตุลาคม 2556

มุกดา ไพรัชเวทย์. 2556. "เป๊ปซี่ทวงบัลลังก์น้ำดำใน 2 ปี ผนึกเลย์สร้างแกร่งลุยตลาด." **ผู้จัดการออนไลน์** (Online). www.manager.co.th/ibizchannel/ViewNews.aspx?News, 14 ตุลาคม 2556.

ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2552. **การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์.** กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2555. **พฤติกรรมผู้บริโภค.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Choi, S. M., Rifon, N. J. 2007. Who is the celebrity in advertising? Understanding dimensions of celebrity images. **Journal of Popular Culture** 40(2): 304-324

Hoekman, M.L.L. 2009. **How does celebrity endorsement influence the attitude towards the brand and how does negative publicity affect this relationship.** Bachelor of Business Thesis in Marketing Department, Tilburg University.

Iddiols, D. 2002. **The Fame Game Using Celebrities Effectively.** World Advertising Research Center.

Ranjbarian, B., Shekarchizade, Z., Momeni, Z. 2010. "Celebrity endorser influence on attitude toward advertisements and brands." **European Journal of Social Sciences**. 13:3-3

Schiffman, L.G. and Kanuk, L.L. 2004. **Consumer Behavior Prentice Hall**, 250-287

Seno, D., Lukas, B. A. 2007. "The equity effect of product endorsement by celebrities." **European Journal of Marketing** 41:121-134

White, D. W., Goddard, L., & Wilbur, N. 2009. "The effects of negative information transference in the celebrity endorsement relationship." **International Journal of Retail & Distribution Management** 37: 322-335.

ทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ที่จำหน่าย ณ ร้านดอยคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ATTITUDES AND BUYING BEHAVIOR THE ROYAL PROJECT PRODUCTS " DOI KHAM" BRAND AVAILABLE AT DOI KHAM SHOP, IN BANGKOK

ธีรวัจน์ ตั้งจิตวิสุทธิ์

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธนบุรี

E-mail : nondjnew@gmail.com

ดร.มยุขพันธุ์ ไชยมั่นคง

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธนบุรี

E-mail : mayookapanc@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" (3) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" โดยใช้ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน การวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ และค่าไคร์สแควร์ (Chi-Square) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลจากการวิจัย เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ โดยภาพรวมส่วนใหญ่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ตรา "ดอยคำ" และไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และผลจากการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ฯ ของลูกค้า / ผู้บริโภค โดยภาพรวมส่วนใหญ่ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ฯ และไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านที่มีความสัมพันธ์ และเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยภาพรวมรองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีบรรจุภัณฑ์สวยงามและจดจำง่าย ด้านราคา มีราคาย่อมเยากว่าผลิตภัณฑ์อื่นๆ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีการจัดเรียงบนชั้นวางที่มีความโดดเด่น สวยงาม สะดุดตา หาง่าย จูงใจให้ซื้อและด้านการส่งเสริมการตลาด สื่อโฆษณาต่างๆทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ สิ่งสำคัญที่ผู้บริหาร บริษัท ดอยคำ ผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด จะต้องทำอย่างต่อเนื่อง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเฉพาะการใช้สื่อต่างๆประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ให้ลูกค้ารู้จักมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" พฤติกรรมการซื้อ ส่วนประสมทางการตลาด

ABSTRACT

This research aimed to examine 1) attitudes of consumers towards marketing mix of Royal Project products "Doi Kham" Brand; 2) buying behaviors of Royal project products "Doi Kham" Brand consumers; and 3) relation between personal factor and marketing mix with buying behaviors of Royal Project products "Doi Kham" Brand. The samples were 400 people. The questionnaire was used as the research instrument. The statistics for data analysis were percentage and Chi-Square for hypothesis testing.

The results of the research revealed that the overall relation between personal factors with buying behaviors of Royal Project products "Doi Kham" Brand on personal factors such as sex, age education status, occupation and income mostly was not related but rejected the hypothesis. The majority of the overall relation between marketing mix factors with buying behaviors of Royal Project products "Doi Kham" Brand on product, price, place and promotion was not related but significantly rejected the hypothesis at .05 level. The important thing for the administrators of Doi Kham Animal Food Product Company Limited needed to do continuously was on marketing promotion by using various media for the public relation of Royal Project products "Doi Kham" Brand for consumers more recognition

KEYWORD: Royal Project "Doi Kham" Brand, Consumer Buying Behavior, Marketing Mix

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ในช่วง 6 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลมาจากกระแสความเจริญก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจ ส่งผลให้ธุรกิจการตลาดต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ อีกทั้งอิทธิพลของสื่อ ก็มีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคด้วย เนื่องจากเป็นตัวช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการรับส่งข้อมูลข่าวสาร ระหว่างนักการตลาดและผู้บริโภค สิ่งที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับการแข่งขันในการทำธุรกิจในปัจจุบัน เริ่มตั้งแต่ การตลาด การจัดจำหน่าย สถานที่จำหน่าย คุณภาพสินค้า รูปแบบสินค้า ราคา การส่งเสริมการขายและรูปแบบการนำเสนอต่อผู้บริโภค ต้องสามารถแข่งขันกับคู่แข่งขันได้ ทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการ จำเป็นต้องปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ ทันสมัย สะดวกสบาย ราคาย่อมเยาสำหรับผู้บริโภค โดยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การจัดวางสินค้า การส่งเสริมการขายตามเทศกาลต่างๆ ที่ทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจ จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญ เกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งคู่แข่งทางการค้าก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีผลกระทบโดยตรงต่อยอดขาย ด้วยเหตุนี้การศึกษากลไกการตลาด การกำหนดทิศทางการตลาด ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคว่าต้องการอะไร มีความคิดเห็นอย่างไร จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตราดอยคำ ที่จำหน่าย ณ ร้านดอยคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อโครงการหลวง ร้านดอยคำที่นำผลิตภัณฑ์โครงการหลวงมาจำหน่ายและยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในโครงการอื่นๆ ต่อไปได้(สุธีรา เดชนครินทร์ : 2555)

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา"ดอยคำ" ที่จำหน่าย ณ ร้านดอยคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ที่จำหน่าย ณ ร้านดอยคำในเขตกรุงเทพมหานคร

3. สมมติฐานของการวิจัย

1. ทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ที่จำหน่าย ณ ร้านดอยคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ที่จำหน่าย ณ ร้านดอยคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร

4. กรอบแนวคิดของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ที่จำหน่าย ณ ร้านดอยคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจและเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนด กรอบแนวคิดในการวิจัย ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคลและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" โดยใช้แนวคิดและทฤษฎี (4P's) ของ Philip Kotler (2003 :16) และ ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" โดยใช้แนวคิดและทฤษฎี (6W1H) ของ Philip Kotler (1994 :173) เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานวิจัยและเป็นแนวทางในการวิจัย

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ/ ผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ที่จำหน่าย ณ ร้านดอยคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร 6 สาขา จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และเงินเดือน / รายได้ เป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) ชนิดปลายปิด

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตราดอยคำ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด โดยใช้มาตราวัดของ Likert's Scale วัดทัศนคติของผู้บริโภค แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยคะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายจากแบบสอบถามปลายปิด ที่ใช้ในระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ที่เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด โดยเลือกตอบเพียงข้อเดียว ที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage)

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การทดสอบตามสมมติฐาน เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปร 2 ตัว โดยใช้สถิติแบบ ไคสแควร์ (Chi Square) มีดังนี้

1) การทดสอบหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ที่จำหน่าย ณ ร้านดอยคำ ในเขตกรุงเทพฯมหานคร ของแต่ละด้าน แต่ละข้อ

2) การทดสอบหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ที่จำหน่าย ณ ร้านดอยคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร ของแต่ละด้าน แต่ละข้อ

ตารางที่ 1 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ที่จำหน่าย ณ ร้านดอยคำในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรต้น	**ตัวแปรตาม**						
ปัจจัยส่วนบุคคล	**ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ตรา "ดอยคำ"**						
	กลุ่มบุคคลผู้บริโภค	ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าซื้อ	ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์เมื่อใด	วัตถุประสงค์ที่ลูกค้าซื้อ	สถานที่ที่ลูกค้าชอบเข้าไปซื้อ	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการซื้อ	เหตุผลที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อ
ด้านเพศ							
ด้านอายุ	✓	✓					
ด้านระดับการศึกษา	✓	✓		✓			
ด้านสถานภาพ	✓						
ด้านอาชีพ	✓						
ด้านรายได้	✓	✓					
ตัวแปรต้น	**ตัวแปรตาม**						
ปัจจัยส่วนบุคคล	**ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ตรา "ดอยคำ"**						
	กลุ่มบุคคลผู้บริโภค	ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าซื้อ	ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์เมื่อใด	วัตถุประสงค์ที่ลูกค้าซื้อ	สถานที่ที่ลูกค้าชอบเข้าไปซื้อ	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการซื้อ	เหตุผลที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อ
ด้านเพศ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ด้านอายุ			✓	✓	✓	✓	✓
ด้านระดับการศึกษา			✓		✓	✓	✓
ด้านสถานภาพ		✓	✓	✓	✓	✓	✓
ด้านอาชีพ		✓	✓	✓	✓	✓	✓
ด้านรายได้			✓	✓	✓	✓	✓

จากตารางที่ 1 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ส่วนใหญ่ตัวแปร ต้น ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า / ผู้บริโภค และไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 2 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ที่จำหน่าย ณ ร้านดอยคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์

ตัวแปรต้น	**ตัวแปรตาม**						
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	**ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ตรา "ดอยคำ"**						
	กลุ่มบุคคลผู้บริโภค	ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าซื้อ	ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์เมื่อใด	วัตถุประสงค์ที่ลูกค้าซื้อ	สถานที่ที่ลูกค้าชอบเข้าไปซื้อ	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการซื้อ	เหตุผลที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อ
ด้านผลิตภัณฑ์							
มีรสชาติอร่อย	✓	✓					
มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ					✓		
มีคุณค่าทางโภชนาการ	✓	✓					
มีความหลากหลายในตัวสินค้า		✓	✓		✓		
มีบรรจุภัณฑ์สวยงาม ฯ		✓	✓	✓		✓	
ตัวแปรต้น	**ตัวแปรตาม**						
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	**ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ตรา "ดอยคำ"**						
	กลุ่มบุคคลผู้บริโภค	ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าซื้อ	ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์เมื่อใด	วัตถุประสงค์ที่ลูกค้าซื้อ	สถานที่ที่ลูกค้าชอบเข้าไปซื้อ	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการซื้อ	เหตุผลที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อ
ด้านผลิตภัณฑ์							
มีรสชาติอร่อย			✓	✓	✓	✓	✓
มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	✓	✓	✓	✓		✓	✓
มีคุณค่าทางโภชนาการ			✓	✓	✓	✓	✓
มีความหลากหลายในตัวสินค้า	✓			✓		✓	✓
มีบรรจุภัณฑ์สวยงาม ฯ	✓				✓		

จากตารางที่ 2 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ส่วนใหญ่ ตัวแปรต้นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ไม่มี

ความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า / ผู้บริโภค และไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ที่จำหน่าย ณ ร้านดอยคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา

ตัวแปรต้น	**ตัวแปรตาม**						
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	**ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ตรา "ดอยคำ"**						
	กลุ่มบุคคลผู้บริโภค	ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าซื้อ	ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์เมื่อใด	วัตถุประสงค์ที่ลูกค้าซื้อ	สถานที่ที่ลูกค้าชอบเข้าไปซื้อ	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการซื้อ	เหตุผลที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อ
ด้านราคา							
มีราคาย่อมเยากว่า ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	✓	✓			✓		
มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ		✓					
มีการติดป้ายแจ้งราคาบนบรรจุภัณฑ์อย่างชัดเจน							✓
มีปริมาณที่เหมาะสมกับราคา	✓	✓			✓		✓

ตัวแปรต้น	**ตัวแปรตาม**						
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	**ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ตรา "ดอยคำ"**						
	กลุ่มบุคคลผู้บริโภค	ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าซื้อ	ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์เมื่อใด	วัตถุประสงค์ที่ลูกค้าซื้อ	สถานที่ที่ลูกค้าชอบเข้าไปซื้อ	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการซื้อ	เหตุผลที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อ
ด้านราคา							
มีราคาย่อมเยากว่า ผลิตภัณฑ์อื่นๆ			✓	✓		✓	✓
มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	✓		✓	✓	✓	✓	✓
มีการติดป้ายแจ้งราคาบนบรรจุภัณฑ์อย่างชัดเจน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
มีปริมาณที่เหมาะสมกับราคา			✓	✓		✓	

จากตารางที่ 3 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ส่วนใหญ่ ตัวแปรต้นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า / ผู้บริโภค และไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 4 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ที่จำหน่าย ณ ร้านดอยคำในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ตัวแปรต้น	**ตัวแปรตาม**						
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	**ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ตรา "ดอยคำ"**						
	กลุ่มบุคคลผู้บริโภค	ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าซื้อ	ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์เมื่อใด	วัตถุประสงค์ที่ลูกค้าซื้อ	สถานที่ที่ลูกค้าชอบเข้าไปซื้อ	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการซื้อ	เหตุผลที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อ
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย							
มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่							
มีการจัดเรียงบนชั้นโดดเด่นฯ						✓	
มีสาขาในเขต กทม.มาก					✓		✓
ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม หาง่าย ซื้อสะดวก							
ตัวแปรต้น	**ตัวแปรตาม**						
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	**ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ตรา "ดอยคำ"**						
	กลุ่มบุคคลผู้บริโภค	ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าซื้อ	ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์เมื่อใด	วัตถุประสงค์ที่ลูกค้าซื้อ	สถานที่ที่ลูกค้าชอบเข้าไปซื้อ	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการซื้อ	เหตุผลที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อ
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย							
มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
มีการจัดเรียงบนชั้นโดดเด่นฯ	✓	✓	✓	✓	✓		✓
มีสาขาในเขต กทม.มาก	✓	✓	✓	✓		✓	
ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม หาง่าย ซื้อสะดวก	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

จากตารางที่ 4.194 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ส่วนใหญ่ ตัวแปรต้นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า / ผู้บริโภค และไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ที่จำหน่าย ณ ร้านดอยคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ตัวแปรต้น	**ตัวแปรตาม**						
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	**ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ตรา "ดอยคำ"**						
	กลุ่มบุคคลผู้บริโภค	ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าซื้อ	ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์เมื่อใด	วัตถุประสงค์ที่ลูกค้าซื้อ	สถานที่ที่ลูกค้าชอบเข้าไปซื้อ	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการซื้อ	เหตุผลที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อ
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด							
สื่อโฆษณาต่างๆทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดี		✓	✓			✓	
จัดรายการส่งเสริมการตลาด							✓
ร่วมงานแสดงสินค้าเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์					✓		
จัดทำแผ่นพับแนะนำผลิตภัณฑ์ต่างๆ							✓

ตัวแปรต้น	**ตัวแปรตาม**						
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	**ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ตรา "ดอยคำ"**						
	กลุ่มบุคคลผู้บริโภค	ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าซื้อ	ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์เมื่อใด	วัตถุประสงค์ที่ลูกค้าซื้อ	สถานที่ที่ลูกค้าชอบเข้าไปซื้อ	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการซื้อ	เหตุผลที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อ
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด							
สื่อโฆษณาต่างๆทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดี	✓			✓	✓		✓
จัดรายการส่งเสริมการตลาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
ร่วมงานแสดงสินค้าเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์	✓	✓	✓	✓		✓	✓
จัดทำแผ่นพับแนะนำผลิตภัณฑ์ต่างๆ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

จากตารางที่ 5 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ส่วนใหญ่ ตัวแปรต้นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า / ผู้บริโภค และไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

6. อภิปรายผล

การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์สินค้า ตรา "ดอยคำ" ที่จำหน่าย ณ ร้านดอยคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าตรา "ดอยคำ" ภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์ทัศนคติของผู้บริโภคส่วนใหญ่ เห็นด้วย ร้อยละ 51.00 รองลงมา คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน ร้อยละ 34.75 ภาพรวมด้านราคา ทัศนคติของผู้บริโภคส่วนใหญ่ เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมา คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 26.75 ภาพรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทัศนคติของผู้บริโภคส่วนใหญ่ เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมา คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 28.50 และภาพรวมด้านส่งเสริมทางการตลาด ทัศนคติของผู้บริโภคส่วนใหญ่ เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 51.25 รองลงมา คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 28.25

การหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ที่จำหน่าย ณ ร้านดอยคำในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ตามสมมติฐานของการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ ส่วนใหญ่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ตรา "ดอยคำ" และไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ รองลงมา ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ที่จำหน่าย ณ ร้านดอยคำในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นไปตามสมมติฐาน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

การทดสอบหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวง "ตรา "ดอยคำ" ตามสมมติฐานการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ตรา "ดอยคำ" และไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ รองลง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ที่จำหน่าย ณ ร้านดอยคำในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

แสดงให้เห็นว่า ทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ"ที่จำหน่าย ณ ร้านดอยคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวม ส่วนใหญ่มีทัศนคติเห็นด้วยและส่วนใหญ่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการการซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงตรา "ดอยคำ" ผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค ของ ฟิลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler,2000:161-164) อ้างถึงใน พิบูล ที่ปะปาล.2541:41-42) ที่กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาดเป็นสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและก่อให้เกิดเหตุจูงใจในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ซึ่งอาจเป็นเหตุจูงใจให้ซื้อในด้านเหตุผลและจูงใจให้ซื้อในด้านจิตวิทยา ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เมื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติ ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภรณ์ ตาทิน. (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าตรา "ดอยคำ" ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับ นิตยา กุลวงษ์.

(2549) ที่ได้ศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้านสะดวกซื้อ ในเขตกรุงเทพมหานคร

7. ข้อเสนอแนะ

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษา พบว่า ลูกค้า / ผู้บริโภค ต้องการให้ร้านดอยคำ มีการโฆษณาโดยการออกสื่อต่างๆ เพราะจะทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ตรา "ดอยคำ" เพื่อเป็นการสร้างBrand และตอกย้ำ Brand ให้กับสินค้าและผลิตภัณฑ์โครงการหลวงฯให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นและการโฆษณาควรทำอย่างต่อเนื่อง ควรจัดรายการส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์ตรา "ดอยคำ" โดยการลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ จะทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจและเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าอีกทางหนึ่ง จึงขอเสนอแนะให้ปรับปรุง ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านผลิตภัณฑ์พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ สินค้าที่ผู้บริโภคมีความต้องการมากที่สุด คือ น้ำผลไม้ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้โครงการฯ มีการพัฒนาน้ำผลไม้สูตรใหม่ๆเพื่อต่อยอดน้ำผลไม้ที่ผู้บริโภคให้ความนิยมอยู่แล้วให้มีหลากหลายมากยิ่งขึ้นกว่าคู่แข่งขัน

8. รายการอ้างอิง

จิราภรณ์ ตาทิน.2550. **การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าตราดอยคำ ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ** : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

นิตยา กุลวงษ์.2549. **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร**. ภาคนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด "การสืบค้นข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต," (ออนไลน์) จาก : http://www.hu.ac.th/academic/article/Mk/LifestyleMarketing.html สืบค้นข้อมูลเมื่อ 1 ก.ย.2555

ปุณยาพร กุลดา. 2555. **การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์"แบรนด์" ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียน กวดวิชาเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร.** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี.

พิบูล ทีปะปาล. 2541. **เอกสารการสอนวิชาการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด.** กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ : บริษัท ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.

ศิริกุล เลากัยกุล. 2546. **สร้างแบรนด์.** กรุงเทพฯ: อมรินทร์.

สุธีรา เดชนครินทร์. **Lifestyle Marketing : กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาด.**บทความวิชาการ สำนักวิชาการมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ "การสืบค้นข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต," (ออนไลน์) http://www.hu.ac.th/academic/article/Mk/LifestyleMarketing.html สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 15 ก.ย. 2555

อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2543. **พฤติกรรมผู้บริโภค.** พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Philip Kotler. 2000. **Marketing Management.** International Edition : Prentice Hall.

Philip Kotler. 2003. **Marketing Management.** Englewood Cliffs : Prentice Hall.Meyer Research Center by POPAL. 1995.

Philip Kotler. 1994. **Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control.** 8th edition, New Jersey USA: Prentice Hall International,

แนวทางการอนุรักษ์และสื่อความหมายโบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดง

GUIDELINES FOR THE CONSERVATION AND INTERPRETATION OF FORTRESS IN PHRA PRADAENG, SAMUTPRAKAN

สมเกียรติ สุภัคดำรงกุล

นักศึกษาระดับมหาบัณฑิตหลักสูตรการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม

E-mail : Somkiet_his@windowslive.com

รศ.ดร.ธนิก เลิศชาญฤทธิ์

อาจารย์คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร

E-mail : thaniksu@gmail.com

บทคัดย่อ

เมืองพระประแดง เริ่มมีการตั้งถิ่นฐานมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา เมืองพระประแดงตั้งที่ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการในปัจจุบัน ซึ่งเริ่มมีการสร้างกำแพงเมืองขึ้นอย่างถาวร ตั้งแต่รัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช จนถึงรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว เพื่อใช้ป้องกันข้าศึกที่ยกมายังปากแม่น้ำเจ้าพระยา โดยป้อมปราการมีจำนวนทั้งหมด ๑๑ ป้อม

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการอนุรักษ์และสื่อความหมายของโบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดง เนื่องจากหลังรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ป้อมในเมืองพระประแดงขาดการดูแลรักษา จึงทำให้มีสภาพที่ทรุดโทรม ผู้ศึกษาต้องการเสนอแนวทางในการอนุรักษ์และสื่อความหมายแก่ป้อมในเมืองพระประแดงในฐานะที่เป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมประเภทแหล่งประวัติศาสตร์ของชุมชน ดำรงอยู่ต่อไปและเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไปในสังคม โดยมีวิธีการศึกษาจากการค้นคว้า เก็บข้อมูลจากบุคคลในพื้นที่ เอกสารทางประวัติศาสตร์ชั้นปฐมภูมิ และชั้นทุติยภูมิ

จากผลการศึกษาพบว่า โบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดงนั้นมีจำนวนเหลือเพียง ๒ ป้อม คือป้อมปู่เจ้าสมิงพราย กับป้อมแผลงไฟฟ้า มีการจัดการในการทำความสะอาดของสถานที่ แต่สภาพของวัตถุของโบราณสถานป้อมนั้นมีความทรุดโทรมจากธรรมชาติและการกระทำของมนุษย์ อีกทั้งขาดการทำการอนุรักษ์อย่างจริงจัง เนื่องจากขาดแผนและงบประมาณด้านทางการอนุรักษ์ และขาดความสนใจจากบุคคลในพื้นที่ จึงทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่เสนอแนวทางการอนุรักษ์และสื่อความหมายเพื่อให้โบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดง เป็นที่รู้จักและได้รับการบูรณะ เพื่อให้โบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดงนั้นเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่เป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ของชุมชนต่อไป

คำสำคัญ : เมืองพระประแดง การจัดการโบราณสถาน ป้อม การอนุรักษ์ การสื่อความหมาย

ABSTRACT

Phrapradaeng city. The city has seen since the Khmer Angkor period (interval. BE 1345-1763) served as an outpost of the west. The area of the city in each period has the difference. In the era of the Khmer. Located at Klong Toey district. But in the Ayutthaya period, located in the City Phrapradaeng present. Phrapradaeng city is still on the original location from Ayutthaya to the Rattanakosin period. Which began with the creation of a permanent wall. In the reign of King Rama1 the Great until the reign of King Rama3 to prevent enemy troops from the Entrance of Chaopraya river. The fort has a total of 11 forts.

This research aims to identify the conservation and interpretive of historic forts in Phrapradaeng. Which requires as an historic cultural resources of the community continue to exist and are known to the general society. By methodology of the research. The methodology of the research is to collect information from people in the area and the primary historical documents. And upper secondary.

The study found that Phrapradaeng historic fort in the Phrapradaeng city there were only two left are Poochaosamingprai fort and Phomplangfaifa fort. Have managed to clean the facility. But the deteriorating condition of archaeological objects from nature and human action. There is also the lack of conservation seriously. Due to the lack of conservation plans and budgets and lost interest from people in the area. The Study interest in the conservation and interpretive guidelines to the ancient fortress in Phrapradaeng have known and be conserved. To make the historic fort in the city are the cultural heritage of the district. And a history of learning communities.

KEYWORD(S) : Prapadaeng, Mangement archaeological site, fort, Conservation, Interpretation

เมืองพระประแดง เป็นเมืองโบราณใกล้ชายฝั่งทะเลมีมาตั้งแต่สมัยขอมสมัยเมืองพระนคร (ช่วงพ.ศ. ๑๓๔๕-๑๗๖๓) โดยตั้งอยู่ในพื้นที่ เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร เนื่องจากอยู่ใกล้กับชายทะเลในเวลานั้น แต่ต่อมาในสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี แม่น้ำเจ้าพระยาได้มีการนำตะกอนดินริมฝั่งแม่น้ำมาทับถมเรื่อยๆ ทำให้ที่ตั้งของเมืองพระประแดงนี้ได้มีการขยับพื้นที่มาจนที่อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการในปัจจุบัน

เมืองพระประแดง เป็นเมืองหน้าด่านชายทะเลทางใต้มาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา และเป็นที่ตั้งสถานีการค้าของฮอลันดา ทำให้ชื่อเมืองนี้มีนามอีกในภาษาฮอลันดา คือ นิวอัมเตอร์ดัม (เอนเยลเบิร์ต(พ.ศ.๒๕๔๕): หน้า ๒๔) และ ต่อมาในสมัยของกรุงรัตนโกสินทร์ ได้มีการตั้งเมืองนี้ขึ้นเป็นเมืองหน้าด่านชายทะเล ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช มีการสร้างป้อมปราการในเมืองพระประแดงขึ้น ๑ ป้อม คือ ป้อมวิทยาคม ต่อมาในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ได้มีการสร้างป้อมขึ้นรอบเมืองพระประแดง ขึ้น ทั้ง ๒ ฝั่งของแม่น้ำเจ้าพระยา ดังนี้ ทางฝั่งตะวันออกมี ป้อมปู่เจ้าสมิงพราย ป้อมปีศาจสิง ป้อมราหูจร และป้อมในฝั่งของตะวันตก มีป้อมแผลงไฟฟ้า ป้อมมหาสังหาร ป้อมศัตรูพินาศ ป้อมจักรกรด ป้อมพระจันทร์ ป้อมพระอาทิตย์(ทิพากรวงศ์,เจ้าพระยา(พ.ศ.๒๕๔๘): หน้า ๔๙) ซึ่งการสร้างป้อมครั้งนี้มีสมเด็จพระบวรราชเจ้ามหาเสนานุรักษ์ เป็นแม่กองในการก่อสร้างครั้งนี้ และมีพระยาราม ซึ่งเป็นบุตรของพระยาเจ่ง หัวหน้าชาวมอญ

นำแรงงานมาช่วยในการก่อสร้างกำแพงเมืองและขุดคูเมืองรอบเมืองพระประแดง เมื่อก่อสร้างเสร็จแล้ว พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ทรงตั้งชื่อเมืองนี้ว่า นครเขื่อนขันธ์

ปัจจุบันโบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดงมีเหลืออยู่เพียง ๒ แห่ง คือ ป้อมปู่เจ้าสมิงพรายและป้อมแผลงฟ้าได้ประกาศเป็นโบราณสถานโดยกรมศิลปากร แต่ขาดการอนุรักษ์ เนื่องจาก ภาครัฐไม่ได้มีโครงการจัดการเพื่อการอนุรักษ์ และประชาชนในพื้นที่ก็ไม่ค่อยทราบถึงการตั้งอยู่ หรือ ประวัติความเป็นมาของป้อมที่เหลืออยู่ในเมืองพระประแดง จึงทำให้ผู้ศึกษานั้นสนใจที่จะเสนอแนวทางการอนุรักษ์ เพื่อให้โบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดง ที่เหลืออยู่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมในรูปของนามธรรมให้แก่เมืองพระประแดง และแนวทางในการสื่อความหมาย เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่นั้น ทราบถึงความเป็นมาของโบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดง วัตถุประสงค์ของการเสนอแนวทางการอนุรักษ์และสื่อความหมายโบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดง เพื่อให้มรดกทางวัฒนธรรมแห่งนี้สามารถคงอยู่ต่อไปโดยกระบวนการอนุรักษ์ของการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม เพื่อให้เป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชน และเพื่อให้โบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดงเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปในสังคม โดยใช้แนวคิดของการสื่อความหมายในกระบวนการการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม วิธีการศึกษานั้นผู้ศึกษามีข้อมูลจากทางด้านเอกสาร จากการสัมภาษณ์บุคคลในชุมชน ถึงการทราบถึงความเป็นมาของโบราณสถาน ปัญหาของโบราณสถานและกระบวนการในการจัดการโบราณสถาน และการสำรวจพื้นที่ของโบราณสถานที่เหลืออยู่เพื่อให้สามารถทราบถึงข้อมูลในส่วนของปัญหาในการจัดการ และสภาพของโบราณสถานในปัจจุบัน

ประวัติศาสตร์ของเมืองพระประแดง

เมืองพระประแดง ที่อยู่ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการนั้น เป็นเมืองที่มีการตั้งถิ่นฐานมาตั้งแต่กรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี จากการพบเอกสารที่กล่าวถึงเมืองพระประแดงในสมัยของกรุงศรีอยุธยา พบว่าชาวฝรั่งเศส มีชื่อว่านิโกลาส์ แชรแวส กล่าวถึงชาวฮอลันดา ตั้งสถานีการค้าในเมืองพระประแดง ว่า “สำหรับชาวฮอลันดานั้น เป็นที่แน่ว่าได้ดำเนินการค้ารุ่มรวยและกว้างขวาง...อาคารที่เขาสร้างขึ้นริมฝั่งแม่น้ำในบริเวณใกล้กับนครหลวงนั้น”คือเมืองนิวอัมเตอร์ดัม (นิโกลาส แชรแวส: หน้า ๗๕)

ต่อมาในสมัยของกรุงรัตนโกสินทร์ เป็นราชธานี พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ได้มีการสร้างป้อมในเมืองพระประแดงขึ้น(กรมศิลปากร(พ.ศ.๒๕๔๘):หน้า ๒๖๕) คือ ป้อมวิทยาคม และได้นำชาวมอญที่ได้จากการกวาดต้อนมาอยู่ในบริเวณของเมืองพระประแดง ซึ่งนำโดยพระยาเจ่ง และต่อมาในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ได้ทรงสร้างป้อมในเมืองพระประแดงขึ้นอีกคือ ป้อมปู่เจ้าสมิงพราย ป้อมปีศาจสิง ป้อมราหูจร ป้อมแผลงไฟฟ้า ป้อมมหาสังหาร ป้อมศัตรูพินาศ ป้อมจักรกรด ป้อมพระจันทร์ ป้อมพระอาทิตย์เนื่องจาก ต้องการให้เมืองหน้าด่านนั้นมีความมั่นคงมากขึ้น จึงโปรดเกล้าให้สมเด็จพระบวรราชเจ้ามหาเสนานุรักษ์เป็นแม่กอง และพระยาราม ได้นำแรงงานชาวมอญมาช่วยในการก่อสร้างและขุดคูเมือง (คณะกรรมการอำนวยการฯ(พ.ศ.๒๕๔๒):หน้า๒๕) ซึ่งในการสร้างกำแพงพร้อมกับป้อม ได้มีการสร้างวัดขึ้นในเมืองพระประแดง คือ วัดทรงธรรมวรวิหาร หลังจากที่สร้างกำแพงเมืองพร้อมขุดคลองรอบเมืองคือ คลองลัดหลวงแล้วเสร็จ พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยทรงเปลี่ยนชื่อเมืองพระประแดง เป็น นครเขื่อนขันธ์ จุดประสงค์ของการสร้างป้อมปราการนี้คือป้องกันข้าศึกคือ ญวนจะเข้ามาทำสงคราม ที่เรียกว่า ศึกอันนัมสยาม

ยุทธ เป็นสงครามระหว่างเวียดนามกับไทย เพื่อแย่งชิงความเป็นใหญ่เหนือกัมพูชา ภายหลังรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย คือรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวได้มีการสร้างป้อมเพิ่มเติมขึ้นอีก คือ ป้อมเพชรหึงษ์ เนื่องจากนครเขื่อนขันธ์ เป็นเมืองหน้าด่าน หลังจากนั้น ป้อมในเมืองพระประแดงก็ไม่ได้มีการสร้างเพิ่มเติมขึ้นอีก เนื่องจาก พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงสร้างเมืองชายทะเลใต้เมืองพระประแดงลงไปอีก คือ เมืองสมุทรปราการ เรียกกันอย่างสามัญว่าเมืองปากน้ำ เนื่องจากผู้คนในเมืองพระประแดงนั้นมีความหนาแน่นมากพอแล้วจึงได้มีการสร้างเมืองขึ้นอีก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้คนในสมัยนั้น

ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว มีการรื้อส่วนหนึ่งของกำแพงเมืองในเมืองพระประแดงเพื่อสร้างสถานที่ราชการในนครเขื่อนขันธ์ และมีการเปลี่ยนชื่อจากนครเขื่อนขันธ์มาเป็นเมืองพระประแดง ดั่งเดิม ต่อมาในรัชกาลปัจจุบันพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชได้มีการรื้อป้อมลงอีกส่วนหนึ่งทางฝั่งตะวันออก คือ ป้อมปีศาจสิง ป้อมราหูจร ขึ้นเพื่อสร้างโรงพยาบาลพระประแดง ปัจจุบัน คือ สถาบันราชประชาสมาสัย(มนต์ฤดี(พ.ศ.๒๕๔๙): หน้า ๑๕๒) ในปัจจุบันป้อมในเมืองพระประแดงมีเหลืออยู่เพียง ๒ ป้อม จากทั้งหมด ๑๑ ป้อม คือป้อมปู่เจ้าสมิงพราย และป้อมแผลงไฟฟ้า เนื่องจากได้ถูกรื้อลงเป็นจำนวนมาก ถึงแม้ว่าโบราณสถาน ๒ แห่งจะได้รับการประกาศขึ้นเป็นโบราณสถานแล้ว จึงทำให้รอดพ้นจากการรื้อถอน แต่ในปัจจุบันนั้นป้อมทั้ง ๒ แห่งนี้ ขาดการบูรณะจึงทำให้เกิดความเสื่อมสภาพและทรุดโทรม

๑. สภาพปัจจุบันของป้อมแผลงไฟฟ้า

โบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดง

โบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดง จัดเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมในรูปแบบของรูปธรรม (tangible cultural resource) คือ ประเภทที่สามารถจับต้องได้(ธนิต เลิศชาญฤทธ์(พ.ศ.๒๕๕๔):หน้า ๒๑) แสดงถึงความเก่าแก่ของสถานที่และความเป็นเมืองของพระประแดง ซึ่งทรัพยากรทางวัฒนธรรมนี้ เป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สามารถเปลี่ยนสถานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ในกระบวนการของการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมโบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดงนั้น ในขั้นตอนแรกผู้ศึกษาได้มีการสำรวจเพื่อศึกษาถึงลักษณะทางภายภาพของโบราณสถานทั้ง ๒ แห่ง คือ ป้อมปู่เจ้าสมิงพราย และป้อมแผลงไฟฟ้า จากการศึกษาพบว่า โบราณสถานป้อมทั้ง ๒ แห่งนั้น มีสภาพที่ทรุดโทรมและขาดการบูรณะอย่างจริงจัง คือ โบราณสถานทั้ง ๒ แห่ง แต่อยู่ในพื้นที่ที่อยู่ในความดูแลของหน่วยงานทางราชการ แต่หน่วยงานที่ได้ใช้พื้นที่ของโบราณสถานป้อมทั้ง ๒ แห่งนั้น ไม่มีเจ้าหน้าที่ในการอนุรักษ์โดยตรง อีกทั้ง จากลักษณะภูมิประเทศของโบราณสถานป้อมทั้ง ๒ แห่งนั้นใกล้กับแม่น้ำ จึงทำให้ได้รับความชื้น บางส่วนของโบราณสถานป้อมนั้น เสื่อมสภาพจากธรรมชาติ คือ เมื่อฝนตกทำให้น้ำนั้นขังในบริเวณป้อม อีกทั้งเสื่อมจากการบุกรุกการใช้พื้นที่ของมนุษย์ โดยมีการสร้างบ้านติดกับโบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดง ทำให้บางส่วนของป้อมนั้นมีบางส่วนกลายเป็นที่อยู่อาศัยไป และความรับรู้ถึงการมีอยู่ของโบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดงนั้น ก็ไม่ได้เป็นที่รู้จัก จึงทำให้ผู้คนในชุมชนนั้นไม่ทราบว่ามีโบราณสถานอยู่

ในกระบวนการในการอนุรักษ์และสื่อความหมายของโบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดง ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดของการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม คือ การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมในรูปแบบที่จับต้องได้ตั้งแต่ขั้นแรก คือ ประเมินความสำคัญของโบราณสถาน การวางแผนการจัดการ และการกำหนดรายการการจัดการ ซึ่งเป็นกระบวนการที่นักการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมทั่วโลกได้ทำกัน ซึ่งในกระบวนการในการเสนอแนวทางในการอนุรักษ์ ผู้ศึกษาศึกษาถึงกระบวนการอนุรักษ์จากกฎบัตรต่างๆ ที่องค์การยูเนสโกได้เสนอขึ้น เช่น กฎบัตรนานาชาติแห่งเมืองเวนิช กฎบัตรแห่งเมืองกราโคว์ เป็นต้น อีกทั้งข้อมูลในด้านการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม ที่องค์กรทางวัฒนธรรมได้เสนอไว้ เช่น องค์กรอีโคโมส ได้เสนอแนวทางในการอนุรักษ์โบราณสถาน ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชนในอดีต และเสนอแนวทางในการจัดการโบราณสถานว่าควรมีทิศทางในการดำเนินการอย่างไร

ดังนั้นผู้ศึกษา จึงต้องการเสอนแนวทางการอนุรักษ์และสื่อความหมายขึ้นเพื่อ โบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดงที่เหลืออยู่ คือ ป้อมปู่เจ้าสมิงพราย และป้อมแผลงไฟฟ้า ได้รับการอนุรักษ์ให้สามารถเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของเมืองพระประแดง และ เพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไปที่ได้มาเยี่ยมชมในเมืองพระประแดง

๒ .สภาพปัจจุบันของป้อมปู่เจ้าสมิงพราย

สภาพปัจจุบัน ปัญหาของโบราณสถานป้อม

ซึ่งจากจากสำรวจของผู้ศึกษา พบว่า โบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดงนั้น พบว่า การทำการอนุรักษ์นั้นยังไม่ได้รับการบูรณะ กล่าวคือ ได้มีการล้อมรั้ว เพื่อไม่ให้บุคคลในพื้นที่เข้าไปสร้างที่อยู่อาศัย และการสื่อความหมาย คือ การทำแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ ยังไม่ได้รับการจัดการ เนื่องจาก สถานที่นั้นอยู่ในสภาพที่ขาดการดูแลรักษาอย่างจริงจัง จึงทำให้ผู้ศึกษาสันนิษฐานว่า อาจเป็นอันตรายแก่ผู้ที่เข้าไปในโบราณสถานป้อมแห่งนั้น และลักษณะทางกายภาพของโบราณสถานป้อมนั้นอยู่ในสถานที่ที่ไม่เหมาะสมแก่การเยี่ยมชม

ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการค้นคว้าจากเอกสารทางประวัติศาสตร์และการสอบถามสัมภาษณ์บุคคลในพื้นที่ แนวทางในการอนุรักษ์และสื่อความหมายโบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดงนั้น ยังไม่ได้รับการจัดการ แต่หากได้ทำตามแนวทางของการอนุรักษ์และสื่อความหมายแล้ว ก็จะทำให้โบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดง เป็นแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของชุมชน และสามารถที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของเมืองพระประแดง เมื่อได้รับการสื่อความหมายที่ถูกต้อง และสามารถเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไปในสังคม

แนวทางในการจัดการอนุรักษ์และสื่อความหมาย

โบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดงนั้น อยู่ในสภาวะที่อันตราย เนื่องจาก ได้รับการดูแล อย่างผิวเผิน คือ มีการเข้าไปทำความสะอาดภายในบริเวณของป้อมแผลงไฟฟ้า แต่การเข้าไปทำความสะอาดในบริเวณป้อมปู่เจ้าสมิงพราย นั้นไม่ได้รับเลย เนื่องจากโบราณสถานแห่งนี้ได้ถูกล้อมรั้ว โดยเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย จึงไม่สามารถเข้าไปทำความสะอาดได้ ฉะนั้นแนวทางในการสื่อความหมายของโบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดง ผู้ศึกษาจึงเสนอความเห็นว่า ในแนวทางการอนุรักษ์และสื่อความหมายโบราณสถานป้อมในเมืองพระ

ประแดง ควรที่จะนำเสนอถึงความสำคัญของป้อมทั้ง ๒ แห่งที่เหลืออยู่ คือ ป้อมปู่เจ้าสมิงพรายและป้อมแผลงไฟฟ้า คือโบราณสถานที่เหลืออยู่ในเมืองพระประแดง ซึ่งแนวทางการสื่อความหมาย ควรที่จะเสนอในผู้คนในท้องถิ่น ตระหนักถึงความสำคัญ โดยที่หน่วยงานท้องถิ่นนั้น จัดตั้งโบราณสถานแห่งนี้เป็นศูนย์การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น และมีการจัดทำสื่อต่างๆเพื่อประชาสัมพันธ์ เช่น ผู้นำชม ป้ายประชาสัมพันธ์ เป็นต้น และในส่วนของการอนุรักษ์ ควรที่จะศึกษาถึงลักษณะของป้อมทั้ง ๒ แห่ง ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ว่ามีพัฒนาการมาอย่างไรบ้าง

เมื่อการจัดการของโบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดงนั้น สามารถจัดการให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมก็จะทำให้บุคคลทั่วไปในสังคมนั้นสามารถมาศึกษาถึงความเป็นมาของเมืองพระประแดง ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ผู้ศึกษาได้ทำการเสนอแนวทางในการอนุรักษ์และสื่อความหมายของโบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดงเพื่อให้โบราณสถานป้อมนั้นสามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของชุมชนในเมืองพระประแดง และเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปในสังคม

ข้อเสนอแนะ

โบราณสถานป้อมในเมืองพระประแดงจัดเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม แสดงถึงความเก่าแก่ของเมืองและการตั้งอยู่ของผู้คนในชุมชน ในปัจจุบัน เหลืออยู่เพียง ๒ แห่ง จากทั้งหมด ๑๑ แห่ง ซึ่งหน่วยงานท้องถิ่น เช่นเทศบาลเมืองปู่เจ้าสมิงพราย และเทศบาลเมืองพระประแดง ในเมืองนี้ควรใส่ใจในการอนุรักษ์ เนื่องจากจะเป็นสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเมืองพระประแดงอีกแห่งหนึ่งได้ และควรจัดทำในเรื่องของป้ายหัวข้อต่างๆเพื่อให้เป็นที่รู้จักกันในบุคคลของสังคม

รายการอ้างอิง

กรมศิลปากร. **พระราชพงศาวดาร ฉบับพระราชหัตถเลขา** . กรุงเทพฯ:นครปฐมการพิมพ์ , ๒๕๔๘ .

คณะกรรมการอำนวยการจัดงานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. **วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดสมุทรปราการ** , ๒๕๔๒ .

ธนิต เลิศชาญฤทธิ์. **การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ:ศูนย์มนุษยวิทยาสิรินธร,๒๕๕๔.

ทิพากรวงศ์, เจ้าพระยา(ขำ บุนนาค). **พระราชพงศาวดารกรุงรัตนโกสินทร์ รัชกาลที่ 2 ฉบับตัวเขียน**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อมรินทร์ , ๒๕๔๘.

มนต์ฤดี วัชรประทีป. ที่**ระลึกงานประเพณีแห่หงส์-ธงตะขาบ ครั้งที่ 19 อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ**. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์อมรินทร์,๒๕๔๙.

นิโคลาส แชรแวส. **ประวัติศาสตร์ธรรมชาติและการเมืองแห่งราชอาณาจักรสยาม**. สันต์ ท. โกมลบุตร แปล. นนทบุรี:สำนักพิมพ์ศรีปัญญา, ๒๕๕๐.

เอนเยลเบิร์ต แกมเฟอร์.**ไทยในจดหมายเหตุแกมป์เฟอร์**. กรุงเทพฯ:อาทิตย์ คอมมูนิเคชั่น,2545.