



มหาวิทยาลัยเกริก

การประชุมเทริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2561

การนับเดสื่อนงานวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ



1

มหาวิทยาลัยเกริก การประชุมเทริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2561
การนับเดสื่อนงานวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ

ศูนย์วิจัยและพัฒนา โทร. 02-552-3500-9 ต่อ 402, มือถือ 084-387-5508
E-mail : submission@email.krirk.ac.th

คำกล่าวรายงานการประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ.2561

โดย

ดร.ปรางทิพย์ ยูวานนท์

รองอธิการบดีฝ่ายกิจการพิเศษ

วันเสาร์ที่ 29 กันยายน 2561 ณ ห้อง 2300 อาคาร ดร.เกริก มหาวิทยาลัยเกริก

เรียน ท่านอธิการบดี รองผู้อำนวยการสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ผู้บริหาร
คณาจารย์ และท่านผู้เกี่ยวข้องทุกท่าน

มหาวิทยาลัยเกริกได้จัดงานเกริกวิชาการ เป็นประจำทุกปี เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2548 และในปี
นี้จัดเป็นปีที่ 14 โดยใช้ชื่อ การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ.2561 เรื่อง “ การ
ขับเคลื่อนงานวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ ”

วัตถุประสงค์ในการจัดงาน มีดังนี้

1. เพื่อเป็นการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำ และเป็นเวทีสำหรับการ
เผยแพร่ผลงานทางวิชาการของคณาจารย์และบุคคลภายนอกมหาวิทยาลัย อีกทั้งเป็นการ
ส่งเสริมการบริการวิชาการสู่สังคมในการพัฒนาประเทศ
2. เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาได้มีส่วนร่วมในการแสดงผลงานทาง
วิชาการและได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัยจากวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระใน
รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ
3. เพื่อพัฒนาศักยภาพทางด้านวิชาการ พัฒนางานวิจัย และเพื่อการประกันคุณภาพ
การศึกษาของคณะวิชาและมหาวิทยาลัย

ณ โอกาสนี้ ขอเรียนเชิญท่านอธิการบดีเปิดงานการประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ
ประจำปี พ.ศ.2561 และกล่าวปาฐกถาพิเศษ เรื่อง “ ภาวะผู้นำทางการศึกษายุคใหม่ ”

คำกล่าวเปิดงานการประชุมเทรกกวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ.2561

โดย

ศาสตราจารย์ ดร.นายแพทย์กระแส ชนะวงศ์

อธิการบดี

วันเสาร์ที่ 29 กันยายน 2561 ณ ห้อง 2300 อาคาร ดร.เกริก มหาวิทยาลัยเกริก

เรียน ท่านรองผู้อำนวยการสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย คณะผู้บริหาร
คณาจารย์ และท่านผู้มีเกียรติทุกท่าน

กระผม มีความยินดี และรู้สึกเป็นเกียรติอย่างยิ่ง ที่ได้มาเป็นประธานเปิดงานการประชุมเทรกกวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ. 2561 ด้วยมหาวิทยาลัยเกริกจัดการประชุมทางวิชาการระดับชาติอย่างต่อเนื่อง โดยในครั้งนี้มุ่งเน้นประเด็นวิชาการที่สำคัญของประเทศ คือ “ การขับเคลื่อนงานวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ ” ซึ่งปัจจุบันสังคมไทยก้าวเข้าสู่โลกยุคดิจิทัลอย่างเต็มตัว ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจ สังคม ล้วนดำเนินไปอย่างรวดเร็ว มีการแข่งขันสูง การเข้าถึงแหล่งข้อมูลปริมาณมหาศาลผ่านโลกออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้คุณลักษณะของเยาวชนเปลี่ยนไป ดังนั้นมหาวิทยาลัยจึงมีบทบาทสำคัญในการจัดการศึกษาที่ตอบสนองการเรียนรู้ให้กับเยาวชนไทย ผู้เรียน และชุมชน เพื่อให้ก้าวสู่ยุค Thailand 4.0 อย่างเป็นรูปธรรมในหลายด้าน เช่น การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ ภาษาจีน อันเป็นหัวใจสำคัญในการสื่อสารกับนานาชาติ การพัฒนางานวิจัยในศาสตร์ของสาขาวิชา และการพัฒนางานวิจัยชุมชน เป็นต้น อีกทั้งมหาวิทยาลัยเป็นแหล่งขับเคลื่อนงานวิจัย แหล่งข้อมูลผลงานวิชาการ พัฒนางานวิจัยเพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ เปิดโอกาสให้คณาจารย์ประจำ นักศึกษาและบุคคลภายนอก นำเสนอผลงานวิจัยและผลงานวิชาการ ตลอดจนการตีพิมพ์เผยแพร่ เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ

จากประเด็นดังกล่าว กระผมจึงขอให้การจัดงานในวันนี้บรรลุตามวัตถุประสงค์ทุกประการ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าการจัดงานครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อทุกท่าน บัดนี้ได้เวลาอันสมควรแล้ว กระผมขอเปิดงานการประชุมเทรกกวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ. 2561 ณ บัดนี้



กำหนดการ

การประชุมกรีกวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ.2561

เรื่อง “ การขับเคลื่อนงานวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ ”

วันเสาร์ที่ 29 กันยายน พ.ศ.2561 เวลา 9.00-17.00 น.

ณ มหาวิทยาลัยกรีก ถนนรามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

.....

วันเสาร์ที่ 29 กันยายน พ.ศ.2561

08.00 – 08.30 น. ลงทะเบียน

08.30 น. ผู้นำเสนอผลงานวิชาการแบบโปสเตอร์เข้าประจำที่บอร์ดนิทรรศการ ณ ห้องสตูดิโอ

08.30 – 09.00 น. คณะกรรมการจัดงานฯ เชิญประธานเข้าชมบอร์ดนิทรรศการ ณ ห้องสตูดิโอ อาคาร ดร.กรีก

09.00 - 09.15 น. พิธีเปิดงาน การประชุมกรีกวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ.2561

ห้องประชุม 2300 เรื่อง “ การขับเคลื่อนงานวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ ”

กล่าวรายงานโดย ดร.ปรางทิพย์ ยูวานนท์ รองอธิการบดีฝ่ายกิจการพิเศษ

เปิดงานโดย ศาสตราจารย์ ดร.นายแพทย์กระแส ชนะวงศ์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยกรีก

พิธีกร ดร.ดาวพระศุกร์ ทองกลิ่น หัวหน้าศูนย์ส่งเสริมและบริการวิชาการแก่สังคม

09.15 - 09.45 น. ปาฐกถาพิเศษ เรื่อง “ ภาวะผู้นำทางการศึกษายุคใหม่ ”

โดย ศาสตราจารย์ ดร.นายแพทย์กระแส ชนะวงศ์

ประธานศูนย์เตรียมความพร้อมป้องกันภัยพิบัติแห่งเอเชีย (ADPC)

09.45 - 10.45 น. การบรรยายพิเศษเรื่อง “ บทบาทมหาวิทยาลัยในการขับเคลื่อนงานวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ ”

วิทยากรโดย รองศาสตราจารย์ ดร.ปัทมาวดี โพชนุกูล

ตำแหน่ง รองผู้อำนวยการสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ด้านการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์

ผู้ดำเนินรายการ ดร.ดาวพระศุกร์ ทองกลิ่น หัวหน้าศูนย์ส่งเสริมและบริการวิชาการแก่สังคม

10.45 – 12.30 น. การนำเสนองานวิจัยของคณาจารย์และบุคคลภายนอก

ห้อง 2300

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ กุลสุจริต และคณะ เรื่อง แนวทางการพัฒนาระบบและ

กลไกเพื่อพัฒนาชุมชนให้เป็นสังคมที่ปลอดภัยไร้พหุวัฒนธรรม โดยความร่วมมือของชุมชน : กรณี

ศึกษาชุมชนในเขตบางเขน เขตสายไหม เขตดอนเมือง และเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

2. ดร.ศุภศิลา กุลจิตต์เจี๊วงส์ เรื่อง นวัตกรรมกระบวนการผลิตและรูปแบบรายการด้าน

สิ่งแวดล้อม : ศึกษาสำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษา

การนำเสนองานวิจัยของคณาจารย์และบุคลากรภายนอก (ต่อ)

3. อาจารย์ปัทมาภรณ์ เจริญนนท์ เรื่อง คุณลักษณะทางประสาทสัมผัสของน้ำสมุนไพรไทยที่ใช้สารให้ความหวาน
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นักรบ นาคประสม เรื่อง อิทธิพลของปัจจัยในการถนอมบร๊นดื่มมะเขีงและการประเมินคุณภาพทางประสาทสัมผัส
5. อาจารย์อานัญญา กันนุสา เรื่อง ปัจจัยเชิงโครงสร้างด้านกลยุทธ์และนวัตกรรมเทคโนโลยีของกระบวนการผลิตคุณภาพ และต้นทุนที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพด้านความสามารถในการตอบสนองและการปรับตัว ของโซ่อุปทานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย
6. อาจารย์พูนศักดิ์ พูลเมืองรัตน์ เรื่อง ผลกระทบของความเคยชินกับการชำระเงินสด ความกลัวการสูญเสีย ความเฉยชาต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ผู้ดำเนินรายการ ดร.ดาวพระศุกร์ ทองกลิ่น หัวหน้าศูนย์ส่งเสริมและบริการวิชาการแก่สังคม

12.30 – 13.30

พักรับประทานอาหารกลางวัน (ห้องกระจก อาคารเฉลิมพระเกียรติฯ ชั้น 1)

13.30-17.00 น.

การนำเสนอผลงานวิชาการของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา และบุคลากรภายนอก

ห้อง 2600

หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการเมือง / หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการเมือง

ห้อง 2102

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต / หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต

ห้อง 1217

หลักสูตรสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต

ห้อง 1221

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ห้อง 1208

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์นวัตกรรม

ห้อง 1416

หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต

.....



คำสั่งมหาวิทยาลัยเกริก

ที่ ๑๗๗/๒๕๖๑

เรื่อง แต่งตั้งกองบรรณาธิการจัดทำรายงานการประชุม
เกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๑

เพื่อให้การจัดการประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๑ เป็นไปด้วยความเรียบร้อย เกิดประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายสูงสุด อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๔๓ แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. ๒๕๔๖ แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๐ จึงแต่งตั้งกองบรรณาธิการจัดทำรายงานการประชุม เกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๑ ดังมีรายนามต่อไปนี้

1. รองศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์	รัตนเพียรธัมมะ	ที่ปรึกษากองบรรณาธิการ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัชรินทร์	พันธุ์แน่น	บรรณาธิการ
3. รองศาสตราจารย์ ดร.กัลยา	ตันศิริ	กองบรรณาธิการ
4. รองศาสตราจารย์ ดร.ประภาส	ปิ่นตบแต่ง	กองบรรณาธิการ
5. รองศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์	สามัคคีธรรม	กองบรรณาธิการ
6. รองศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา	บุรณะเดชาชัย	กองบรรณาธิการ
7. รองศาสตราจารย์ ดร.จำลอง	โพธิ์บุญ	กองบรรณาธิการ
8. รองศาสตราจารย์ ดร.สยาม	อรุณศรีมรกต	กองบรรณาธิการ
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์	นันทนาธรณ์	กองบรรณาธิการ
10. รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญประภา	ภัทรานุกรม	กองบรรณาธิการ
11. รองศาสตราจารย์ ดร.อนันต์	บุญสนอง	กองบรรณาธิการ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์	กุลสุจริต	กองบรรณาธิการ
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิมล	วงศ์สิงห์ทอง	กองบรรณาธิการ
14. อาจารย์ ดร.พัชราวดี	ตรีชัย	กองบรรณาธิการ
15. อาจารย์ ดร.นันทนา	นันทวโรภาส	กองบรรณาธิการ
16. อาจารย์ ดร.อุษณี	มงคลพิทักษ์สุข	กองบรรณาธิการ
17. นางสาวมณี	ไกรพิทยา	ผู้ช่วยกองบรรณาธิการ
18. นางมัทนา	สุวรรณ	ผู้ช่วยกองบรรณาธิการ



ให้คณะกรรมการฯ ดังกล่าวมีหน้าที่รวบรวมผลงานวิชาการ (บทความวิจัย) เพื่อดำเนินการตีพิมพ์
เผยแพร่ในรายงานการนำเสนอผลงานวิชาการ การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ. 2561 และให้หมด
วาระเมื่อภารกิจเสร็จสิ้น

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 11 กรกฎาคม 2561

(ศาสตราจารย์ ดร.  งามระแส ชนะวงศ์)

อธิการบดี



มหาวิทยาลัยเกริก

จัดประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2561

เรื่อง “การขับเคลื่อนงานวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ”

สารบัญ

- ๑ คํากล่าวรายงาน
- ๑ คํากล่าวเปิดงาน
- ๑ กองบรรณาธิการ
- ๑ กำหนดการ
- ๑ บทความการนำเสนอในการประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ.2561

ผู้แต่ง	เรื่อง	หน้า
1 กนกพร เดชทิม	การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองกับประสิทธิผลการบริหารจัดการ ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ในพื้นที่เขตบางเขน	1
2 กนกอร อึ้งสมรรถโกษา	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด	16
3 กมลรัตน์ พักเกาะ	อิทธิพลของจรรยาบรรณของผู้ตรวจสอบและรับรองบัญชีที่มีผล ต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขต กรุงเทพมหานคร	32
4 กฤติเดช เจริญโชติวาณิช	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการปฏิบัติงานกับความสุขในการทำงานของพนักงาน บริษัท คิวบีซีไอ จำกัด (ประเทศไทย)	45
5 กฤษศิลา นูวรรณ	การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คาร์แคร์ของผู้บริโภคในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ	60
6 กัลยกร ควรรณ	การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ปกครองในการ ตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์	77
7 กัลยารัตน์ นิตธีรวุฒิ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรร ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี	91
8 กัลชณา ไอบา	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาโรคของผู้ป่วยโรค โรงพยาบาลตาพระยา อำเภอตาพระยา จังหวัด สระแก้ว	108

	ผู้แต่ง	เรื่อง	หน้า
9	กิตติพงษ์ โคตรจันทิก	กระบวนการสื่อสารทางการเมืองเพื่อต่อต้านการรัฐประหาร : ศึกษาในช่วงเวลาระหว่างปี พ.ศ.2557-2560	124
10	กิตติยา จิตต์อาจหาญ	ปัจจัยการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการ ปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน	140
11	กิตติยาวิดี พุทธิก้อม	ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานทรัพยากรบุคคลกับความ ผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานบริษัท แอ็ดต้า ฟุตแวร์ (ไทย) จำกัด (แลนด์)	154
12	กุลยนิษฐ์ เหล่าคำ	ประสิทธิผลการฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ของข้าราชการ กรมพลอากาศทหารอากาศ	168
13	คงรัช เตชะวิเชียร	การเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว ตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	181
14	จรรยา หลั้งจี	แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน : กรณีศึกษา บริษัท เบ ทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล	196
15	จักรพงษ์ รอดไพร	ส่วนประสมทางการตลาด และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณา การที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลบริษัท เฟิสท์ ออฟเซท (1993) จำกัด	212
16	จันทร์จิรา พรหมอินทร์	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของ ผู้สูงอายุตามหลัก 3 อ. 2 ส. ตำบลบ้านชาน อำเภอศรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย	223
17	จิรอร จิรพัฒนาสกุล	แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน)	240
18	จิราพร สร้อยแก้ว	พฤติกรรมและการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจ ใช้บริการห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล	250
19	จุฑามาศ จำปาบุรี	การศึกษาการจัดการร้านหนังสืออิสระในกรุงเทพมหานคร	266
20	เจนจิรา อาลี	บรรยากาศองค์การกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานกรณีศึกษา: ที่ปฏิบัติงานในที่ตั้ง ณ ศูนย์รักษาความ 9 ข้าราชการกอง กองบัญชาการกองทัพไทย ปลอดภัย	279
21	เจริญศรี อาจอำนวย	การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ศึกษากรณีหมู่บ้านหนอง : ยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี	290
22	ชนิตา เทียนบุชา	ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน :กรณีศึกษา ศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร	306
23	ชยรพ จันทร์ซุ่ม	ปัจจัยความรักต่อตราที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก ในตราธนาคารกรุงไทยเขตภาคใต้ตอนล่าง	325

	ผู้แต่ง	เรื่อง	หน้า
24	ชยาภรณ์ เค้านา	การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเจตคติต่อการเรียนวิชา สุขศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โดยการจัดการ เรียนรู้รูปแบบ CIPPA Model	339
25	ชยาภรณ์ แสงเฟื่อง อาจหาญ กันนุลา และ พูนศักดิ์ พูลเมืองรัตน์	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สองของความพึง พอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการศูนย์ฝึกกีฬาและฟิตเนสการ กีฬาแห่งประเทศไทย	354
26	ชลลดา บุตรวิชา	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของ ผู้สูงอายุในชมรมเสริมสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร	369
27	ชายชาญ เชี่ยวชาญพานิช	การเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ไซนาทาวน์ (เขาวราช)ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรงเทพมหา นคร	384
28	ชิตพงษ์ อัยสานนท์	การสื่อสารรูปแบบการสอนเพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบ สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี	399
29	โชคดี วิจิตรโสภา	มาตรการแก้ปัญหากิจกรรมมวย	417
30	ญาณิ เกิดแก้ว	การรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งของผู้บริโภคในเขต อำเภอบางป่อ จังหวัดสมุทรปราการ	423
31	ฐานิดา อิศม์ญู	การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการ เลือกใช้บริการที่อปซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร	439
32	ฐิติชฎานันท์ บุญคงทน	การมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะขององค์การ บริหารส่วนตำบลตลิ่งชัน อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัด สุพรรณบุรี	451
33	ฐิติญา แผงสภา	ภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพกับการบริหารงานตามยุทธศาสตร์ สำนักอำนวยการประจำศาลแพ่ง	464
34	ณภัทร สุขศาลา	การสื่อสารทางการเมืองผ่านบทเพลงเพื่อชีวิต : ศึกษาในช่วงปี พ .ศ.2516-2560	481
35	ณมน ภัทรกิจธัญกุล	พฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาว ไทยที่มีต่อ การใช้สื่อออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูบ เบิก จังหวัดเพชรบูรณ์	496
36	ณัฐพล พงษ์หาญพจน์	ปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของ พนักงานกรณีศึกษา บริษัท นันยางการทออุตสาหกรรม จำกัด	511

ผู้แต่ง	เรื่อง	หน้า
37	ดิศตนา อภิวันทนาพร การจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร	525
38	ทวี จันทชัยชนะ การพัฒนาสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์	541
39	ฉนทร ชู้นหัว การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งห่อเบทาโกร ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร	552
40	ธนสนันท์ เฟื่องฟู ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา กรณีศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี :	569
41	ธรรณวิฐ วัฒนาเศรษฐ์ การประเมินระดับคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลเอกชนประเภทอินเตอร์ เนชั่นแนล ภายใต้วิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย ด้วยแบบจำลอง 4.0SERVQUAL กรณีศึกษา : โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์ เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์	598
42	ฉวีชัย มีอาษา การประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายเทศกิจมวลชนสัมพันธ์ และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร	613
43	ฉัญวรินทร์ นาคสุรินทร์ ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีในประเทศไทยกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษากลุ่มธุรกิจการสื่อสารในประเทศไทย	628
44	ฉีรพันธ์ พลับปลึง การรับรู้ความยุติธรรมในองค์กรกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของข้าราชการ เรือนจำกลางบางขวาง	643
45	ฉีระชัย ชุกกลิ่นขจร นาฏยศาสตร์หุ้ณะละครเล็กกับการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	658
46	ฉีศิษฏ์ ธนะทักษ์ การเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเที่ยวชมตลาดน้ำขวัญเรียมของชาวกรุงเทพมหานคร	672
47	นงนภา ท้าวแก้ว พฤติกรรมกรบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	681
48	นงลักษณ์ เข็มทอง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอเมืองหลัก จังหวัดสระบุรี	696
49	นนธนวนันท์ ตั้งตรงจิตต์ การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพิจารณาคดีของศาล: ศึกษาเฉพาะกรณีศาลเยาวชน และครอบครัว	712
50	นภัสวรรณ สกุนคร พฤติกรรมกรท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร	727

การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองกับประสิทธิผลการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน
ในพื้นที่เขตบางเขน

PARENT'S PARTICIPATION AND ADMINISTRATIVE EFFECTIVENESS
OF CHILDHOOD DEVELOPMENT CENTER IN THE AREA OF BANGKHEN

กนกพร เดชทิม (Kanongporn Dechthim)

เฉลิม เกิดโมลี (Chalerm Kerdmoli)²

บทคัดย่อ

บทความนี้ต้องการศึกษา อิทธิพลการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ผู้ปกครองจากศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน จำนวน 196 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่าการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง และประสิทธิผลการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองด้านการวางแผนและแก้ไขปัญหา ด้านการร่วมปฏิบัติงาน มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน ร้อยละ 80.5 ที่นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม/ ประสิทธิผลการบริหารจัดการของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน

Abstract

This article was to study the influence the parent's participation on administrative effectiveness of childhood development center in the area of Bangkok. The population were 196 parents. The hypotheses were examined by using multiple regression analysis. The result showed that both parent's participation and administrative effectiveness of childhood development center were the moderate level. The hypotheses test found the statistically significant at .05. This indicates that 80.5 percent of administrative effectiveness of childhood development center were explained by parent's participation (planning and problem solving, and co-operation).

Key Word: Participation/ Administrative Effectiveness of Childhood Development Center

¹ นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

บทนำ

ตามที่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 ได้ให้ความสำคัญของการเตรียมความพร้อมของคน โดยเน้นคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาและพัฒนาคนอย่างมีองค์รวม มีความสมดุล ทั้งด้านตัวคน สังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ได้กำหนดวัตถุประสงค์ข้อหนึ่งไว้ว่า การพัฒนาคนต้องเป็นไปอย่างรอบด้านและสมดุล เพื่อเป็นฐานหลักของการพัฒนา โดยมีแนวนโยบายเพื่อการดำเนินการ คือ การพัฒนาคนตั้งแต่แรกเกิดจนตลอดชีวิตให้มีโอกาสได้เข้าถึงการเรียนรู้ โดยกำหนดเป้าหมาย ให้เด็กปฐมวัย อายุ 0-5 ปี ทุกคนได้รับการพัฒนาและเตรียมความพร้อมทุกด้านก่อนเข้าสู่ระบบการศึกษา พร้อมทั้งได้วางแนวทางการดำเนินงาน การพัฒนาและเตรียมความพร้อมเด็กปฐมวัยไว้ 2 แนวทาง แนวทางที่หนึ่ง คือ ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาและการเตรียมความพร้อมของ เด็กปฐมวัยในรูปแบบที่หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความรู้ในการเลี้ยงดูลูกแก่พ่อแม่ ผู้ปกครอง รวมทั้งผู้ที่เตรียมตัวเป็นพ่อแม่ แนวทางที่สอง คือ ส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาปฐมวัยให้มีคุณภาพครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายเพื่อพัฒนารากฐานพัฒนาการของทุกชีวิตอย่างเหมาะสม

ในปัจจุบันแนวโน้มครอบครัวไทย มีรูปแบบครอบครัวเดี่ยวเพิ่มมากขึ้นและสถานการณ์ทางเศรษฐกิจเป็นสาเหตุหลักทำให้พ่อแม่ต้องทำงานนอกบ้าน จึงจำเป็นต้องให้ลูกๆ อยู่ในความดูแลของผู้สูงอายุ ซึ่งอาจทำให้เด็กเติบโตมาอย่างไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยแบ่งเบาภาระของผู้ปกครองที่จะต้องออกไปทำงานนอกบ้าน การมีศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนที่มีมาตรฐานในชุมชนจะช่วยให้เด็กได้รับการส่งเสริมพัฒนาทั้งทางร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม พร้อมเจริญเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพของสังคม

กรุงเทพมหานคร ในฐานะหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่ความรับผิดชอบโดยตรงในการดูแลแก้ไขปัญหา พัฒนาเมืองให้คนมีคุณภาพชีวิตที่ดี จัดให้มีบริการในด้านต่างๆ อย่างเหมาะสมเพียงพอต่อความต้องการของประชาชน โดยเฉพาะในเรื่องการศึกษาที่ต้องให้ความสำคัญ โดยสนับสนุนให้มีการจัดตั้งศูนย์เด็กเล็กก่อนวัยเรียนในชุมชนให้เพียงพอและได้มาตรฐาน เพื่อช่วยเหลือประชาชนผู้มีรายได้น้อยและต้องประกอบอาชีพนอกบ้านทำให้ไม่สามารกลี้ยงดูบุตรหลานที่อยู่ในวัยก่อนเข้าเรียนภาคบังคับให้มีโอกาสเตรียมความพร้อมของเด็กในวัยนี้ ช่วยเสริมสร้างพัฒนาการถูกต้องสมวัยให้แก่เด็กทั้งทางด้านการเรียนการสอน การพัฒนาทางด้านอารมณ์สังคม เพื่อให้เด็กมีพัฒนาการและพร้อมที่จะไปเรียนต่อในระดับการศึกษา ภาคบังคับต่อไป

การจัดการศึกษาระดับปฐมวัยในชุมชนพื้นที่เขตบางเขนที่มีคุณภาพเป็นความคาดหวังของสังคม โดยหวังว่าการจัดการศึกษามุ่งเน้นพัฒนาเด็กให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ จะส่งผลต่อพัฒนาการเด็กให้เป็นไปตามแนวทางพึงประสงค์ การบริหารงานวิชาการในระดับปฐมวัยจะมุ่งเน้น

พัฒนาการเตรียมความพร้อม ด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม จิตใจ อย่างไรก็ตามผลจากการประเมินคุณภาพการศึกษาในระดับชาติ ของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษาครั้งแรกในปี 2557 ซึ่งเป็นการประเมินให้คำแนะนำ ผลจากการประเมินและให้คำแนะนำ ดังกล่าวทำให้มองเห็นถึงปัญหาในการบริหารงานวิชาการ งานบุคลากร ของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในชุมชนพื้นที่เขตบางเขนยังมีจุดอ่อนอยู่หลายด้าน สืบเนื่องจากศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนที่จัดตั้งขึ้นในชุมชนได้ดำเนินการภายใต้ข้อจำกัดหลายประการ เช่น โครงสร้างการบริหารงาน งบประมาณ สถานที่คับแคบ อาสาสมัครขาดความรู้ความเข้าใจในการอบรมดูแลเด็ก มีการเก็บค่าบริการน้อย แม้ว่ามีหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามาสนับสนุนและมีส่วนร่วมในการดำเนินงานแล้วก็ตาม แต่ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนก็ยังไม่ได้มาตรฐานตามเกณฑ์มาตรฐานศูนย์เด็กเล็กแห่งชาติ ทั้งนี้ กรุงเทพมหานครไม่ได้มีนโยบายและพร้อมให้การสนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนมาตลอดมา โดยสนับสนุนงบประมาณส่วนหนึ่งให้แก่ชุมชนนำไปบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่รับผิดชอบของตนเอง รวมถึงการให้ผู้ปกครองเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศึกษาร่วมกับศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในชุมชน แต่ที่ผ่านมาศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนส่วนใหญ่ไม่ได้นำศักยภาพของผู้ปกครองเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน รวมถึงการให้การสนับสนุนในการจัดการศึกษาให้แก่เด็กเท่าที่ควร โดยเข้าใจว่าเป็นภารกิจในการจัดการเป็นหน้าที่ของอาสาสมัครผู้ดูแลเด็กและคณะกรรมการเท่านั้น ทำให้การบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในชุมชนไม่เป็นไปตามความต้องการของผู้ปกครอง และไม่ได้รับความร่วมมือในการจัดการศึกษาอย่างจริงจังจากผู้ปกครอง รวมทั้งผู้ปกครองยังไม่เกิดความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการศึกษาในศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน

การศึกษา เรื่อง การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองกับประสิทธิผลการบริหารจัดการของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งในการพัฒนาชุมชนและเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่ เขตบางเขนให้เป็นไปตามมาตรฐานศูนย์เด็กเล็กแห่งชาติต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน
2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลการบริหารจัดการของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน

วิธีดำเนินการวิจัย

ในวิธีดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย การทบทวนวรรณกรรมด้านแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองกับประสิทธิผลการบริหารจัดการของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน จากนั้นผู้ศึกษาได้นำแนวคิดการมีส่วนร่วมของเจมส์คัตตี ปิ่นทอง (2527) และแนวคิดของอชิน ทรัพย์พัฒน์ (2527) มาเป็นตัวแปรต้น ได้แก่ ร่วมค้นหาและสาเหตุของปัญหา ร่วมวางแผนและแก้ไขปัญหา ร่วมปฏิบัติงาน และร่วมติดตามผลและประเมินผล ส่วนตัวแปรตาม คือ ประสิทธิผลการบริหารจัดการ ศึกษาใช้แนวทางของคณะกรรมการส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นปี 2553 ด้านการมีส่วนร่วมและสนับสนุนในการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านบุคลากรและการบริหารจัดการ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านวิชาการและกิจกรรมหลักสูตร และด้านความสัมพันธ์กับชุมชน ได้เป็นกรอบแนวคิดของการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาคำวิจัยเชิงปริมาณซึ่งต้องการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุและผล ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้ปกครองในศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขนจำนวน 196 คน เครื่องมือการเก็บข้อมูลการศึกษาในครั้งนี้ คือแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ Stepwise

ผลการศึกษา

1. การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน

ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดของ เจมส์คัตตี ปิ่นทอง (2547) และแนวคิดของอชิน ทรัพย์พัฒน์ (2527) มาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิด ผลการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองจากศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08) สอดคล้องกับผลการศึกษาของบุญญภัทร์ เดือนกลาง (2552) การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการจัดการศึกษา ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน เมื่อพิจารณาการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองผู้ศึกษาสามารถอธิบายผลได้ดังนี้

ด้านร่วมค้นหาและสาเหตุของปัญหา พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.10 แสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขนนั้น ให้ความสำคัญกับด้านการค้นหาและสาเหตุของปัญหาในระดับปานกลาง โดยผู้ปกครองได้เข้ามามีส่วนร่วมกับ

คณะกรรมการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนและสำนักงานเขตบางเขนในการสำรวจค้นหา และสาเหตุของปัญหาในการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน ตาม วัตถุประสงค์ของกรุงเทพมหานครในการจัดตั้งศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนเพื่อให้มีบริการทาง สังคมอันที่จะช่วยแบ่งเบาภาระครอบครัว โดยเน้นเด็กกลุ่มด้อยโอกาสทางสังคมในการพัฒนา ความพร้อมก่อนเข้าสู่ระบบโรงเรียน โดยมีแนวคิดการดำเนินงาน คือ การให้บริการสังคมใน ลักษณะ DAY CARE SERVICE และให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศูนย์ พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน (สำนักพัฒนาสังคม, 2544) จากการติดตามผลการดำเนินงานของศูนย์ พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในชุมชนปัจจุบันมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไป มุ่งเน้นให้ความสำคัญในการ จัดการเรียนการสอนลักษณะโรงเรียนอนุบาล ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะความคาดหวังของผู้ปกครองที่ ต้องการให้เด็กก่อนวัยเรียน มีความรู้ สามารถอ่านออกเขียนได้มากกว่าการให้ความสำคัญในการ ส่งเสริมความพร้อมตามหลักจิตวิทยาพัฒนาการเด็ก และกรุงเทพมหานครยังพบว่าชุมชนต่างๆ ที่ ได้จัดตั้งศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนขึ้นมานั้น มีบทบาทหน้าที่ ความชำนาญแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับเด็กในแง่มุมที่แตกต่างกัน กำหนดกรอบมาตรฐานการดำเนินงานของศูนย์พัฒนา เด็กก่อนวัยเรียนจากความรู้ความชำนาญแตกต่างกัน ทำให้เด็กในศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ของกรุงเทพมหานครได้รับการดูแลจากมาตรฐานที่แตกต่างกัน

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น กรุงเทพมหานครจึงได้กำหนดแนวทางในการบริหารจัดการ ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในชุมชน และกำหนดเกณฑ์มาตรฐานศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน กรุงเทพมหานครขึ้นมา จำนวน 7 ด้าน 35 ข้อ ประกอบด้วย ด้านการส่งเสริมสุขภาพ ด้านส่งเสริม พัฒนาการเด็ก ด้านอาหารสะอาดปลอดภัย ด้านสถานที่ปลอดภัย ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริม ประสิทธิภาพชีวิต และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องขึ้น เพื่อให้ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนของกรุงเทพมหานครมีแนวทางในการบริหารจัดการศูนย์พัฒนา เด็กก่อนวัยเรียนในชุมชนอย่างเป็นมาตรฐานเดียวกัน และมีเป้าหมายให้ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัย เรียนของกรุงเทพมหานครทุกศูนย์ผ่านเกณฑ์มาตรฐานศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน กรุงเทพมหานครในระดับดีมาก

ซึ่งผลจากการประเมินมาตรฐานศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนกรุงเทพมหานครประจำปี 2559 พบว่า ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน จำนวน 7 ศูนย์ ได้ผ่านการประเมิน มาตรฐานศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนกรุงเทพมหานคร ดังนี้ ผ่านเกณฑ์ระดับดี จำนวน 4 ศูนย์ ระดับดีมาก จำนวน 3 ศูนย์ โดยประเด็นที่ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขนไม่ผ่าน เกณฑ์มาตรฐานศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านส่งเสริมพัฒนาการเด็ก และด้านบุคลากร เนื่องจากอาสาสมัครที่ปฏิบัติงานในศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนไม่มีวุฒิ

การศึกษาด้านเด็กปฐมวัยโดยตรง ทำให้ขาดความรู้ ความชำนาญในการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับเด็ก

จากปัญหาที่กล่าวมาทำให้คณะกรรมการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน ผู้ปกครอง และสำนักงานเขตบางเขน จึงร่วมมือกันในการแสวงหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน โดยคณะกรรมการบริหารศูนย์ได้เปิดโอกาสให้ผู้ปกครองร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ร่วมวิเคราะห์ หาจุดอ่อน จุดแข็ง ร่วมให้ข้อมูลปัญหา ร่วมหาแนวทางในการแก้ไข และร่วมตัดสินใจเลือกวิธีการจัดการปัญหาร่วมกับคณะกรรมการบริหารศูนย์ เพื่อให้ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขนผ่านเกณฑ์มาตรฐานศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนกรุงเทพมหานคร เช่น คณะกรรมการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนชุมชนวัชรปราณี มีการจัดประชุมผู้ปกครองเพื่อค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาในการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน พบว่า ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนชุมชนวัชรปราณีขาดบุคลากรที่จบหลักสูตรการศึกษาด้านปฐมวัย คณะกรรมการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนจึงสนับสนุนให้อาสาสมัครผู้ดูแลเด็กเข้าร่วมอบรมเพิ่มเติมความรู้เกี่ยวกับหลักสูตรการดูแลเด็กปฐมวัยร่วมกับสำนักงานเขตและหน่วยงานต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของศรจรัส ป้องหลักคำ (2556) พบว่า การมีส่วนร่วมของการค้นหาสาเหตุของปัญหาของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กส่งผลให้คณะกรรมการได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนวิชาการมีการวางแผนจัดการเรียนการสอน กำหนดนโยบายแผนกลยุทธ์ ส่วนด้านงบประมาณ ตลอดจนการวางแผนเพื่อแก้ไขปัญหาลักษณะเกี่ยวกับการพัฒนาศูนย์เด็กเล็ก

ด้านร่วมวางแผนและแก้ไขปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.18 แสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองจากศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขนนั้น ให้ความสำคัญกับการวางแผนและแก้ไขปัญหาระดับปานกลาง โดยผู้ปกครองให้ความสำคัญกับการวางแผนการแก้ไขปัญหาย่อยเป็นขั้นเป็นตอนเพื่อแก้ไขปัญหามารับจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน เช่น ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนวัดศิริพงษ์ธรรมนิมิต ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนชุมชนกองพันทหารช่างที่ 1 รักษาพระองค์ และศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนชุมชนเพชรสยามได้มีการวางแผนแนวทางการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนโดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) จัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน 2) จัดประชุมคณะกรรมการและผู้ปกครอง เพื่อร่วมวางแผนแก้ไขปัญหามารับจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนปี ละ 2 ครั้ง 3) รณรงค์ประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ผู้ปกครองเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ร่วมวางแผนจัดหาอุปกรณ์ งบประมาณในการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในชุมชนด้วยกัน 4) ติดตามและประเมินผลเพื่อประเมินความสำเร็จในการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ซึ่งการวางแผนและแก้ไขปัญหามาแบบครบวงจรนี้ ส่งผลให้ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนดังกล่าว

ข้างต้นผ่านการประเมินในระดับดีมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของช่อ สันธนิพัฒน์ (2553) พบว่า ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ต้นแบบน่าอยู่ ให้ความสำคัญกับการวางแผนการบริหารจัดการโดย มุ่งเน้นให้คณะกรรมการการบริหารศูนย์เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารงานกับคณะผู้บริหารที่ ดำเนินงานด้านการบริหารจัดการด้านงบประมาณในการหางบประมาณ เพื่อสร้างอาคารสถานที่ ให้เหมาะสมได้มาตรฐานและมีประสิทธิภาพ และผลการศึกษาของสุกัญญา สยามประโคน (2552) เรื่อง การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ในเขตอำเภอ หนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ผู้ปกครองได้เข้ามามีส่วนร่วมในการติดตามผลการ ดำเนินงานของศูนย์อย่างเป็นระบบ โดยทางศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนได้เปิดโอกาสให้ ผู้ปกครองได้ร่วมวางแผน เพื่อให้การบริหารงานของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนเป็นไปตาม เป้าหมายของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนดำเนินงานเป็นที่เรียบร้อย

ด้านร่วมปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย 3.04 แสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองใน ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขนนั้นให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานในระดับ ปานกลาง โดยผู้ปกครองให้ความสำคัญกับการจัดทำแผนพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน การ แลกเปลี่ยนข้อมูลกับทางศูนย์เกี่ยวกับการบริหารจัดการ การสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ การเข้าร่วม กิจกรรมต่างๆกับทางศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน และให้ความร่วมมือปฏิบัติตามแนวทางของ ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในชุมชน เช่น ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนชุมชนกองพันทหารช่างที่ 1 รักษาพระองค์ และศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนชุมชนเพชรสยาม ผู้ปกครองให้ความร่วมมือใน การปฏิบัติตามแนวทางการดำเนินของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนเป็นอย่างดี และผู้ปกครองได้ เข้าร่วมประชุมผู้ปกครองเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ร่วมจัดทำแผนพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ร่วมสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์สำหรับจัดกิจกรรมของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน อีกทั้งยังเข้าร่วม กิจกรรมต่างๆที่ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนจัด เช่น วันปฐมนิเทศผู้ปกครอง วันเด็ก วันพ่อ วันแม่ เป็นต้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เกสรวินทร เจริญลา (2558) เรื่อง การมีส่วนร่วมของ บุคลากรในการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลใน จังหวัด มหาสารคาม พบว่า บุคลากรในการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์การบริหารส่วน ตำบลในจังหวัดมหาสารคาม ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนบุคลากรในการ ดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมกับทางศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก เห็นได้ จากจำนวนบุคลากรและการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ในการจัดกิจกรรมร่วมกับทางศูนย์พัฒนาเด็ก เล็กอย่างต่อเนื่อง

ด้านการติดตามผลและประเมินผล มีค่าเฉลี่ย 3.01 แสดงให้เห็นว่าผู้ปกครองในศูนย์ พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน ให้ความสำคัญกับด้านติดตามผลและประเมินผลใน ระดับปานกลาง โดยตัวแทนผู้ปกครองร่วมกับคณะกรรมการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน มี

การควบคุมติดตามการมาปฏิบัติงานของอาสาสมัครผู้ดูแลเด็ก ร่วมจัดทำเกณฑ์ประเมินการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ติดตามและประเมินผลการบริหารจัดการศูนย์ประจำปี แล้วนำผลการประเมินมาปรับปรุงและพัฒนาการบริหารจัดการภายในศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้ปกครอง และชุมชน นำผลการประเมินมาจัดทำแผนการจัดประสบการณ์ที่เน้นเด็กเป็นสำคัญ เพื่อให้เด็กมีพัฒนาการความพร้อมทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์สังคมและสติปัญญา นอกจากนี้ยังมีการติดตามผลในการแก้ไขปัญหาของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน สอดคล้องกับผลการศึกษาของเพ็ญภา พิสมัย (2554) เรื่อง การพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการจัดการศึกษาระดับปฐมวัย กรณีศึกษาโรงเรียนสุเหร่ายี่มิโน สำนักงานเขตหนองจอกกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาค้นคว้านี้ชี้ให้เห็นว่าผู้ปกครองมีความรู้ความเข้าใจและเอาใจใส่กับการติดตามผลในการบริหารจัดการของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในระดับปานกลาง โดยผู้ปกครอง มีความคิดเห็นว่าการจัดประชุมผู้ปกครองก่อนเปิดภาคเรียนและปิดภาคเรียน การจัดกิจกรรมต่างๆ ควรให้ตรงกับวันหยุด ให้คณะกรรมการเครือข่ายผู้ปกครองเข้าร่วมประชุม สรุปผลหลังการจัดกิจกรรมเชิญผู้ปกครองเข้าร่วมกิจกรรมทุกครั้งและแจ้งผลการประเมินในวันประชุมผู้ปกครองก่อนเปิดภาคเรียน

2. ประสิทธิภาพการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน

ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดของคณะกรรมการส่งเสริมการปกครอง 2553 ซึ่งประกอบด้วยด้านบุคลากรและการบริหารจัดการ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านวิชาการและกิจกรรม หลักสูตร ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน มาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิด ซึ่งผลการศึกษา ประสิทธิภาพการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 จากผลการศึกษาสามารถอภิปรายผลในประเด็นสำคัญในแต่ละด้านได้ดังนี้

ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.27 แสดงให้เห็นว่าศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์กับชุมชนในระดับปานกลาง โดยชุมชนกับผู้ปกครองให้ความร่วมมือในการพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนเป็นอย่างดี มีการประสานงาน และทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่องระหว่างศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนกับชุมชน ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนมีการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนและผู้ปกครองทราบกิจกรรมของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนเป็นระยะ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนกับชุมชน เช่น ปิดประกาศข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน และมีการจัดประชุมผู้ปกครองและกรรมการชุมชน เพื่อชี้แจงให้ชุมชนเห็นประโยชน์และความสำคัญของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนปีละ 1 ครั้ง นอกจากนี้ทางศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขนยังเปิดโอกาสให้หน่วยงานต่างๆ เข้า

มามีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในรูปแบบเครือข่ายพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน โดยเชิญประธานชุมชนที่มีศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนทุกชุมชน ตัวแทนอาสาสมัครผู้ดูแลเด็กศูนย์ละ 1 คน ตัวแทนผู้ปกครองศูนย์ละ 1 คน ภาคเอกชน หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์บริการสาธารณสุข 24 เข้าร่วมเป็นคณะกรรมการ เพื่อกำหนดแผนความร่วมมือในการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน โดยกำหนดให้มีการประชุมเครือข่าย ปีละ 2 ครั้ง คือ ก่อนเปิดภาคเรียนใหม่และก่อนปิดภาคเรียน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุกัญญา สยามประโคน (2552) พบว่า ศูนย์มีการจัดประชุมหรือจัดกิจกรรมต่างๆ ของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กระหว่าง ผู้ปกครอง หัวหน้าศูนย์ ครูผู้ดูแลเด็ก และเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง กับศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองเข้าร่วมประชุมหรือกิจกรรมต่าง ๆ ของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนมากขึ้น

ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.07 แสดงให้เห็นว่าศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขนนั้น ให้ความสำคัญกับด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง โดยคณะกรรมการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขนได้มีการจัดสภาพแวดล้อมภายในภายนอกอาคารเรียนให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับกิจกรรมของเด็ก ดังนี้ สภาพแวดล้อมภายในอาคาร คณะกรรมการของแต่ละศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน จะกำหนดจำนวนเด็กให้เหมาะสมกับพื้นที่ใช้สอยภายในศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนแต่ละศูนย์ คือ เด็ก 1 คน จะมีพื้นที่ในการทำกิจกรรม 2 ตารางเมตร ภายในอาคารมีความสะอาด มีแสงสว่างเพียงพอ อากาศถ่ายเทดี ไม่มีกลิ่นอับ มีอุปกรณ์ห่อหุ้มเหลี่ยมมุมเสาในห้องเรียน มีเครื่องสุขภัณฑ์ เช่น อ่างล้างหน้า โถสุขภัณฑ์ ที่มีขนาดเหมาะสมกับเด็ก มีเครื่องใช้ส่วนตัว เช่น แก้วน้ำ แปรงสีฟัน ผ้าเช็ดตัว ประจำตัวเด็กสะอาด มีครบทุกคน และสภาพแวดล้อมภายนอกอาคารมีความร่มรื่น ปลอดภัยจากมลพิษ มีการจัดพื้นที่สนามเด็กเล่นและเครื่องเล่นหลากหลาย เพียงพอเหมาะสมตามวัย โดยพื้นที่สนามเด็กเล่นมีลักษณะเป็นพื้นทราย หรือปูด้วยยางสังเคราะห์ ตามความเหมาะสมของพื้นที่แต่ละศูนย์ มีการจัดมุมการเรียนรู้ หรือบอร์ดประชาสัมพันธ์สำหรับผู้ปกครองรับทราบเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร ผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน และความรู้ต่างๆที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้ปกครอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของกัญติกา ทองขาว (2554) พบว่า ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กมีการจัดพื้นที่ให้มีความสะอาด อากาศถ่ายเทได้สะดวก มีแสงสว่างเหมาะสมและมีพื้นที่เหมาะสมกับจำนวนนักเรียนและต้องมีการทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ โดยมอบหมายผู้รับผิดชอบหรือผลัดเวรกันระหว่างครูผู้ดูแลเด็ก แต่งตั้งเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบการทำความสะอาดห้องน้ำหรือมีการสับเปลี่ยนหมอนเวียนและเพิ่มห้องน้ำให้เพียงพอต่อเด็กในการทำความสะอาดห้องน้ำของบุคลากรในศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ให้พื้นที่ห้องน้ำสะอาดและแห้งอยู่เสมอเพื่อป้องกันการลื่นของเด็กรักเรียน

ด้านวิชาการและกิจกรรมหลักสูตร พบว่า มีค่าเฉลี่ย 2.97 แสดงให้เห็นว่าศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขนนั้น ให้ความสำคัญกับด้านวิชาการและกิจกรรมหลักสูตรในระดับ ปานกลาง โดยแต่ละศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนจะมีการกำหนดมาตรฐานการดำเนินงานด้านวิชาการสำหรับศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน มีการแยกห้องเรียน ตามช่วงอายุเพื่อให้สามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาการตามช่วงวัย จัดทำแผนประสบการณ์สอดคล้องกับหลักสูตรปฐมวัยในรูปแบบบูรณาการทั้งทักษะและสาระการเรียนรู้ กำหนดจัดกิจกรรมให้เด็กมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อและแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย และส่งเสริมพัฒนาการเด็กทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านอารมณ์ ด้านสังคม ด้านสติปัญญา ในแต่ละวันจะกำหนดกิจกรรมครบ 6 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมเคลื่อนไหวเข้าจังหวะ กิจกรรมเสริมประสบการณ์ กิจกรรมสร้างสรรค์ กิจกรรมเสรี และกิจกรรมเกมการศึกษา เพื่อให้เด็กได้รับการส่งเสริมพัฒนาการครบทุกด้าน มีสุขภาพจิตดีและมีความสุข เด็กอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุขและปฏิบัติตนเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม เจริญเติบโตตามวัย มีสุขนิสัยที่ดี และอาสาสมัครผู้ดูแลเด็กในแต่ละศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนจะมีการคัดกรองพัฒนาการของเด็กตามคู่มือเฝ้าระวังและส่งเสริมพัฒนาการเด็กปฐมวัย Developmental Surveillance and Promotion Manual(DSPM)โดยวิธีการสังเกตพฤติกรรม การแสดงออกของเด็กจะประเมินพัฒนาการ 4 ด้าน ตามคู่มือ กรณีที่พบเด็กพัฒนาการไม่สมวัย จะส่งต่อไปศูนย์บริการสาธารณสุข 24 เพื่อใช้โปรแกรมกระตุ้นพัฒนาการต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของทงศ์ศักดิ์ โคพานัง (2556) พบว่า ด้านกิจกรรมตามหลักสูตรทางศูนย์ควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจและประสบการณ์ในงานวิชาการ การจัดทำแผนการจัดประสบการณ์ การจัดทำหลักสูตร และการผลิตสื่อสำหรับการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับพัฒนาการเด็ก

ด้านบุคลากรและการบริหารจัดการ พบว่า มีค่าเฉลี่ย 2.91แสดงให้เห็นว่าศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขนนั้น ให้ความสำคัญกับด้านบุคลากรและการบริหารจัดการในระดับปานกลาง โดยคณะกรรมการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขนมีนโยบาย และแผนในการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนอย่างชัดเจน เช่น ด้านบุคลากร ผู้ประกอบอาหารในศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนต้องมีความรู้เกี่ยวกับโภชนาการอาหาร อาสาสมัครผู้ดูแลเด็กต้องมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ปกครอง และคณะกรรมการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนส่งเสริมและสนับสนุนให้อาสาสมัครผู้ดูแลเด็กได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น เพื่อให้อาสาสมัครผู้ดูแลเด็กมีความรู้ด้านทักษะการดูแลเด็กปฐมวัย มีความรู้ความเข้าใจในงานด้านวิชาการ สามารถจัดทำแผนการจัดประสบการณ์ ผลิตสื่อสำหรับการเรียนการสอน หรืองานธุรการที่เกี่ยวกับผู้เรียน รวมถึงด้านการบริหารจัดการได้ และมีการประเมินประสิทธิผลการปฏิบัติงานของอาสาสมัครผู้ดูแลเด็กตามแบบประเมินประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครผู้ดูแลเด็กกรุงเทพมหานครตามแนวทางและหลักเกณฑ์ที่สำนักพัฒนาสังคมกำหนดโดยประเมินปีละ 2 ครั้ง

ครั้งนี้ ครั้งที่ 1 เดือน ตุลาคม – มีนาคม และครั้งที่ 2 เดือน เมษายน – กันยายน เป็นประจำทุกปี เป็นการควบคุมกำกับดูแลติดตามผลและประเมินผลการดำเนินงานของอาสาสมัครผู้ดูแลเด็ก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของอนุรักษ์ มาสเนตร (2552) พบว่า ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กสามารถบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานการดำเนินงาน มีงบประมาณเพื่อพัฒนาบุคลากรให้สามารถจัดการอบรมสั่งสอนให้บริการต่างๆ แก่เด็ก เพื่อให้เด็กมีพัฒนาการที่ดีทั้งกาย จิต และปัญญาที่สมบูรณ์

3. อิทธิพลของการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน

พบว่า การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน ได้ร้อยละ 80.5 โดยตัวแปรที่มีอำนาจในการพยากรณ์ประสิทธิผลการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน คือ การมีส่วนร่วมด้านร่วมปฏิบัติงาน ($Beta = .546$) และการมีส่วนร่วมด้านวางแผนและแก้ไขปัญหา ($Beta = .496$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การมีส่วนร่วมด้านร่วมปฏิบัติงาน

จากการศึกษา พบว่า การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองด้านร่วมปฏิบัติงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน ได้สูงที่สุด ($Beta = .546$) ทั้งนี้เป็นผลมาจากการที่ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขนได้เปิดโอกาสให้ตัวแทนผู้ปกครองเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะคณะกรรมการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน จึงทำให้ผู้ปกครองมีโอกาสในการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนด้านการบริหารจัดการของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ร่วมจัดทำแผนพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน และร่วมมือปฏิบัติตามแนวทางการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ส่งผลให้ผู้ปกครองมีความรู้ ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน อีกทั้งศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนได้ส่งเสริมให้ผู้ปกครอง ชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมกับศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน เช่น ร่วมสนับสนุนวัสดุ อุปกรณ์ในการจัดกิจกรรม เข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนจัด เช่น ปฐมนิเทศผู้ปกครอง วันเด็ก วันพ่อ วันแม่ เป็นต้น ทำให้ผู้ปกครองได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมกับศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนมากพอสมควร ส่งผลให้ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนสามารถตอบสนองความต้องการ และเป็นที่ยอมรับจากผู้ปกครอง ชุมชน อันเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ปกครอง ชุมชน และศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของช่อ สันธนิพิพัฒน์ (2553) พบว่า ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้แสวงหาข่าวสารที่เป็นประโยชน์มาแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ปกครองกับศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก เพราะผู้ปกครองได้รับการแต่งตั้งจากศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้เป็นคณะกรรมการจัดกิจกรรม เพื่อหา

งบประมาณ ระดมทรัพยากรมาพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กมีส่วนร่วมในการจัดหาวิทยากร ภายนอกมาให้ความรู้แก่นักเรียนและยังมีส่วนร่วมในการจัดหาทุนให้แก่นักเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การมีส่วนร่วมในการระดมทรัพยากรมาเพื่อพัฒนาสนับสนุนการเรียนการสอนของคุณครูและนักเรียนในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

ด้านการวางแผนและแก้ไขปัญหา

จากผลการศึกษา พบว่า การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองด้านวางแผนและแก้ไขปัญหา มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขนในระดับค่อนข้างสูง ($Beta = .496$) ทั้งนี้เป็นผลมาจากศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขนมีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนที่เข้มแข็ง มีการจัดประชุมผู้ปกครองเพื่อร่วมวางแผนในการแก้ไขปัญหา ร่วมวางแผนในการจัดหาอุปกรณ์ งบประมาณในการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนให้เพียงพอและเหมาะสม และร่วมวางแผนรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ปกครองเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน เพื่อสร้างเครือข่ายการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของเพ็ญภาพิสมัย (2554) พบว่า ผู้ปกครองได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาระดับปฐมวัย ทั้งในส่วนของ การวางแผนงานบริหารการศึกษา แผนงานปรับปรุงคุณภาพการศึกษาให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และกระบวนการที่สำนักงานเขตหนองจอกกรุงเทพมหานครกำหนดในส่วนของ การจัดสรรเงินงบประมาณ แผนงานบริหาร การศึกษาระดับประถมศึกษา และสนับสนุนเงิน งบประมาณไว้สำหรับเป็นค่าใช้จ่าย โดยได้มุ่งเน้นในเรื่องโครงการอาหารกลางวันและงานอนามัย ในโรงเรียนเป็นสำคัญอย่างไรก็ตาม ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า มีตัวแปรที่ไม่สามารถนำมาทำนาย ประสิทธิผลการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขนได้ คือ ด้านร่วม ค้นหาและสาเหตุของปัญหา และด้านร่วมติดตามผลและประเมินผล ทั้งนี้เป็นเพราะบริบทในการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนทั้ง 2 ด้าน เป็นไปตามหลักเกณฑ์การประเมินมาตรฐานศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนของกรุงเทพมหานคร คือ กรุงเทพมหานครโดยสำนักงานเขตบางเขนร่วมกับสำนักพัฒนาสังคมจะเป็นผู้ประเมินมาตรฐาน ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในแต่ละศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน แล้วก็สรุปผลการประเมิน พร้อมเสนอปัญหาของแต่ละศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน แจ้งให้คณะกรรมการบริหารศูนย์พัฒนาเด็ก ก่อนวัยเรียนทราบ จึงพบว่า บทบาทหน้าที่สำคัญของการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาจึงอยู่ที่สำนักงานเขตทำให้ผู้ปกครองหลายท่านไม่ให้ความสำคัญกับการค้นหาและสาเหตุของปัญหา และการติดตามและประเมินผล ดังนั้น การที่ผู้ปกครองไม่เข้ามามีส่วนร่วมค้นหาสาเหตุและปัญหา และร่วมติดตามผลและประเมินผล จึงเป็นผลให้การมีส่วนร่วมทั้ง 2 ด้าน ดังกล่าว ไม่สามารถ

นำมาพยากรณ์ประสิทธิผลในการจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขนได้ แต่ถึงกระนั้นก็ตามองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน ก็ยังถือว่าเป็นองค์ประกอบของการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขตบางเขน ดังที่กรุงเทพมหานครได้ตั้งเป้าหมายให้ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในกรุงเทพมหานครจะต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐานศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนกรุงเทพมหานครในระดับดีมากทุกศูนย์และพร้อมที่จะเข้าไปสู่มาตรฐานศูนย์เด็กเล็กแห่งชาติต่อไป

ข้อเสนอแนะ

การมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง

1. ด้านร่วมค้นหาและสาเหตุของปัญหา สำนักงานเขตควรลดบทบาทเพื่อให้ผู้ปกครองได้รู้จักวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาในการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน นอกจากนี้คณะกรรมการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ควรมีการส่งเสริมให้ผู้ปกครองเข้ามามีส่วนร่วมในทุกกิจกรรมทุกกระบวนการ โดยเฉพาะด้านการมีส่วนร่วมในการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับคณะกรรมการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน

2. ด้านการวางแผนและแก้ไขปัญหา คณะกรรมการบริหารศูนย์ควรเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน แก้ไขปัญหา ประสานงาน เสนอแนะให้ข้อคิดเห็นอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง โดยคณะกรรมการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมวางแผนจัดหาแหล่งเงินทุนในการนำมาพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนให้ดีขึ้น เช่น หางบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานองค์กรอื่นๆ หรือสนับสนุนจากผู้ปกครองที่มีความพร้อม

3. ด้านร่วมปฏิบัติงาน คณะกรรมการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนควรจัดประชุมผู้ปกครอง อาสาสมัครผู้ดูแลเด็ก และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนมากขึ้น

4. ด้านการติดตามผลและประเมินผล คณะกรรมการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ควรมีการติดตามและประเมินผลการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ร่วมกับกรุงเทพมหานคร เพื่อร่วมกันค้นหาปัญหาในการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน เพื่อจะได้ร่วมกันหาแนวทางแก้ไข และพัฒนาต่อไป

ประสิทธิผลการบริหารจัดการของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในพื้นที่เขต บางเขน

1. ด้านบุคลากรและการบริหารจัดการ คณะกรรมการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน และบุคลากรศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ควรประชุมร่วมกันอย่างน้อย 3 เดือน ครั้ง เพื่อร่วมติดตามผลการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน ทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อพัฒนาเด็กให้มีคุณภาพและได้มาตรฐาน
2. ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม ควรมีการประสานงานร่วมกับชุมชนในการจัดสภาพแวดล้อมทั้งภายในห้องเรียนและภายนอกบริเวณรอบศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนให้เป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับเด็ก
3. ด้านวิชาการและกิจกรรมหลักสูตร ควรจัดทำหลักสูตร และผลิตสื่อการเรียนการสอน โดยกำหนดให้ผู้ปกครองได้มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อการเรียนการสอนจะได้ส่งเสริมให้ผู้ปกครองได้มีส่วนร่วมกับศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนและตรงกับความต้องการของผู้ปกครอง
4. ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน คณะกรรมการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนควรแต่งตั้งตัวแทนของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนเพื่อลงชุมชน ไปสร้างความสัมพันธ์กับผู้ปกครอง เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน พร้อมทั้งแจ้งความต้องการในเรื่องต่างๆ ของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียน เป็นการเชิญชวนให้ผู้ปกครองและชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการบริหารจัดการศึกษามากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัญติกา ทองขาว. (2554). ประสิทธิผลการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็กขององค์การบริหารส่วนตำบลคึมใหญ่ อำเภอเมืองอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ. มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ, ชัยภูมิ.
- เกสรวิรินทร์ เจริญลา. (2558). การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็กสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดมหาสารคาม. คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง. (2527). การระดมประชาชนเพื่อการพัฒนาชนบทในการบริหารงานพัฒนาชนบท. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ช่อ สันธนิพัฒน์. (2553). รูปแบบการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กต้นแบบนำอยู่ดีเด่นโรงเรียนเทศบาล 4 วัดศรีบัวบานสู่ความเป็นเลิศ". คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์, ปทุมธานี.
- เพ็ญธนา พิสมัย. (2554). การพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการจัดการศึกษาระดับ

- ปฐมวีย์ กรณีศึกษาโรงเรียนสุเหร่าหะยีมิยา สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร.
คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์, กาฬสินธุ์.
- บุญณภัทร์ เตือนกลาง. (2551). การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการจัดการศึกษาของโรงเรียน
บ้านถ้ำ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3.
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพฯ.
- ทองศักดิ์ ปักโคทานั่ง. (2556). การบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กสังกัดองค์การบริหารส่วน
ตำบลนาแกดำ อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม". มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
มหาสารคาม.
- สุกัญญา สยามประโคน. (2552). การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารจัดการศูนย์พัฒนา
เด็กเล็ก ในเขตอำเภอหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา. มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนสุนันทา, กรุงเทพฯ.
- สำนักพัฒนาสังคม. (2544). *แนวทางการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนในชุมชน*.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพัฒนาสังคม.
- ศรจรัส ป็องหลักคำ. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมดำเนินงานในศูนย์พัฒนาเด็ก
เล็กกับประสิทธิผลการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก เขตอำเภอพนมสรวรค์ จังหวัด
นครพนม. มหาวิทยาลัยนครพนม, นครพนม.
- อนุรักษ์ มาสเนตร. (2552). ศึกษาการดำเนินงานการบริการด้านการศึกษาตามมาตรฐานศูนย์เด็ก
เล็ก กรมอนามัยของสถานพัฒนาเด็กปฐมวัย ในเขตบางซื่อ. คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- อดิน รพีพัฒน์. (2527). การมีส่วนร่วมของชุมชนในสภาพสังคมและวัฒนธรรมไทยในการมีส่วน
ร่วมของประชาชนในการพัฒนา. กรุงเทพฯ: ศักดิ์โสภณาการพิมพ์.

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด

Human Resource Management of PSI Corporation Co., Ltd

กนกอร อึ้งสมรรถโกษา Kanokorn Ungsamattakosa¹

วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ Wilailak Ratanapeantamma²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ พนักงานของบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด จำนวน 245 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ ใช้ค่า t-test และ F-test (One-way ANOVA) ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะใช้การทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัย พบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน อันดับแรกคือ ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา รองลงมาคือด้านความปลอดภัยและสุขภาพ ด้านพนักงานและแรงงานสัมพันธ์ ด้านการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ ด้านการสรรหาบุคลากร ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น และอันดับสุดท้ายคือ ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พนักงานที่มีเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของการจัดการทรัพยากรมนุษย์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนพนักงานที่มีอายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : การจัดการทรัพยากรมนุษย์; ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร บริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

² ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก

ABSTRACT

The objective of this research was to investigate the relationship between the demographic factors and the human resource management of PSI Corporation Co. Ltd. Two hundred and forty-five employees of PSI Corporation Co. Ltd were selected as samples of this research. The research tool was the questionnaire. The data received were analyzed by descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation), and by inferential statistics, these were: t-test, and F-test (one-way ANOVA). If the difference with pair-wise comparisons were found, the Least Significant Difference (LSD) was used to determine the difference.

The results showed that the majority of the respondents had overall human resource management of PSI Corporation Co., Ltd at high level. When considering at each factor, the factor of training and development received the highest mean. Next on down were the factors of safety and health; personnel and labor relations; personnel selection; personnel recruitment; work assessment; compensation and other benefits; and human resource planning, respectively. In terms of the result of the hypothetical testing, it showed that the respondents who were from different gender, and average monthly income had different level of human resource management at no statistical significant level of 0.05. On the other hand, the respondents who were from different age group, educational background, and job experience had different level of human resource management at statistical significant level of 0.05.

Key Words: Human Resource Management; Advantage of Organizational Competition; PSI Corporation Co., Ltd

บทนำ

ทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยที่มีค่ายิ่งต่อสังคมและประเทศชาติ ประเทศใดที่มีทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพสูง และสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในทางสร้างสรรค์แล้ว ประเทศนั้นก็จะมีเจริญก้าวหน้า มีความมั่งคั่ง และมั่นคงทั้งในทางเศรษฐกิจ การเมืองและทางสังคม แต่หากประเทศใด ขาดทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่า หรือไม่สามารนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติได้ ประเทศก็จะพัฒนาไปได้อย่างความเจริญ หรือความล้าหลังของประเทศ ประเทศต่าง ๆ จึงมุ่งหวังที่จะมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ และมีระบบการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ที่ดีและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศชาติ

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ถือเป็น หน่วยงานหนึ่งขององค์กรเสมือนเพียงตัวหนึ่ง หรือเครื่องจักรตัวหนึ่งที่ต้องร่วมสร้างมูลค่าธุรกิจ (Value Creation) ในองค์กรเช่นกัน หรือที่เรามักจะได้ยินว่าการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) นั้นเอง หากทุกหน่วยงานในองค์กรมีความเข้าใจบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ รวมถึงการมีสำนึก รับผิดชอบ (Accountability) มีจิตสำนึก (Conscious) ที่ดียอมทำให้องค์กรได้รับประโยชน์สูงสุด แน่นนอน

ดังนั้น การจัดการทรัพยากรมนุษย์ คือ หน่วยงานในองค์กรที่ต้องแข่งขันกับฝ่ายงานด้านการตลาด ที่สร้างมูลค่าทางธุรกิจให้องค์กรด้วยการสร้างยอดขายให้บรรลุเป้าฝ่ายปฏิบัติการ สร้างมูลค่าธุรกิจด้วยการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้มีต้นทุนที่เหมาะสม หรือฝ่าย เทคโนโลยีสารสนเทศ สร้างมูลค่าธุรกิจด้วยการจัดฐานข้อมูลที่ถูกต้อง รวดเร็วทันเวลา เพื่อช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง และนโยบายที่เหมาะสม

บริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (PSI Corporation Co.Ltd.) ก่อตั้งมายาวนาน กว่า 20 ปี เป็นหนึ่งในความภูมิใจของคนไทยภายใต้สินค้ายี่ห้อ PSI และเป็นบริษัทผู้นำทางด้านการผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ที่ใช้ระบบการสื่อสาร ผ่านดาวเทียมของประเทศ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม

บริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ถือเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายจานดาวเทียมทั้งซีแบนด์ และเคยู แบนด์ รายใหญ่ที่สุดในปัจจุบัน มีรายได้ปีละประมาณ 2,000 กว่าล้านบาท และมีอัตราการเติบโตที่ดี โดยมีการคาดการณ์ว่าปีนี้จะมียอดขายมากถึง 2,500-2,700 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตที่ประมาณ 20% และส่วนหนึ่งของความสำเร็จนี้มาจากการที่องค์กร มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีศักยภาพในการดำเนินงาน โดยทางองค์กรนั้นให้ ความสำคัญทางด้านการพัฒนา

(อ้างอิงจาก : http://www.airhomenet.com/index.php?lay=boardshow&ac=webboard_show
& WBntype = 1&No=1454290. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2561)

ด้านผู้วิจัยในฐานะเป็นผู้บริหารในองค์กร จึงสนใจที่จะศึกษาบริษัทนี้ เพื่อนำไปสู่การพัฒนา การจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การทำวิจัย

1.2.1. เพื่อศึกษาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด

1.2.2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

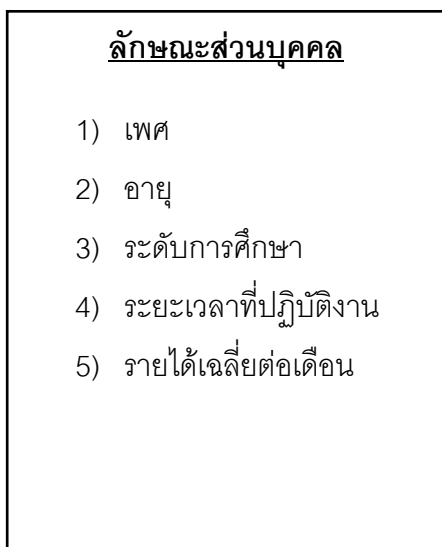
แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ อันเป็นการสร้างบุคลากรให้มีความเจริญทางด้านความรู้และความสามารถในการทำงานอย่างมีคุณภาพและมีคุณธรรมที่สมบูรณ์ ถือเป็นหัวใจหลักในการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

แนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว เป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรม โปรแกรม และนโยบายที่กว้างขวางมากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าเพิ่มขึ้น เพื่อการพัฒนาและการรักษาทรัพยากรมนุษย์ให้ทำงานให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตลอดจนการออกจากองค์กรไปด้วยดีนั้น ล้วนต้องอาศัยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ดี ดังนั้น การจัดการทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญกับการบริหารองค์กรเป็นอย่างมาก

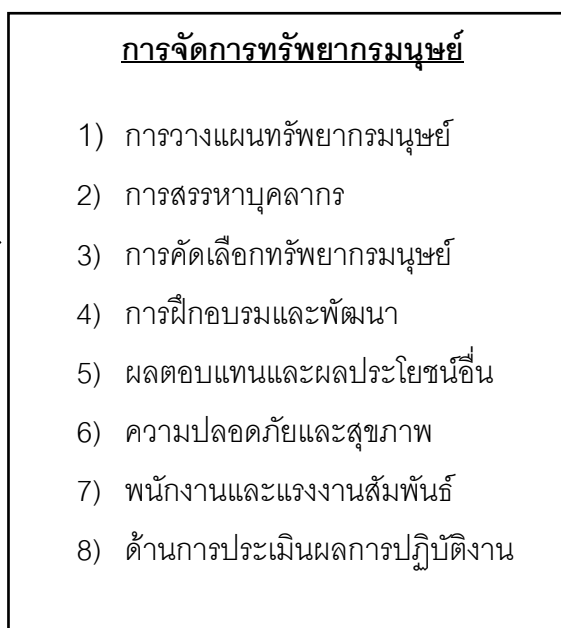
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องใช้ในการทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ กุลมาศ ศิริมาตย์ และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมขององค์กรในการก้าวเข้าสู่ AEC กรณีศึกษาโรงเรียนการจัดการโรงแรมนานาชาติ

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ตัวแปรอิสระ(Independent Variables)



ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานทั้งหมดของบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด จำนวน 631 คน โดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane (1973) (อ้างอิงจาก :

http://sc2.kku.ac.th/stat/statweb/images/Eventpic/60/Seminar/01_9_Yamane.pdf

สืบค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2561) สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากสูตร	n	$=$	$\frac{N}{1 + N(e)^2}$
	n	$=$	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	$=$	ขนาดของประชากร
	e	$=$	ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง
แทนค่าได้	n	$=$	$\frac{631}{1 + (631 \times 0.05)^2}$
		$=$	245

จากจำนวนประชากรทั้งหมด 631 คน กำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องสุ่มอย่างน้อย 245 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้จากความไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 250 ตัวอย่าง และได้ทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ที่สุดได้จำนวน 245 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ในลักษณะของการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับสถิติที่ใช้ในวิเคราะห์เปรียบเทียบจำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล คือค่า t- test เพื่อทดสอบสมมติฐานสำหรับกรณีกลุ่มตัวแปรอิสระ 2 กลุ่ม คือ เพศ ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ตามตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one-way ANOVA) และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง จำนวน 245 ชุด โดยทำการเก็บข้อมูลทางแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ เมื่อได้รับแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

สรุปผลการวิจัย

พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายได้พบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์อยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือ การฝึกอบรมและพัฒนา รองลงมาคือความปลอดภัยและสุขภาพ พนักงานและแรงงานสัมพันธ์ การคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาบุคลากร การประเมินผลการปฏิบัติงาน ผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น และการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ตามลำดับ นำมาคำนวณ เพื่อหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีผลดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยภาพรวมทั้ง 8 ด้าน

การจัดการทรัพยากรมนุษย์	\bar{x}	SD.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
การวางแผนทรัพยากรมนุษย์	3.48	0.716	มาก	8
การสรรหาบุคลากร	3.53	0.695	มาก	5
การคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์	3.54	0.722	มาก	4
การฝึกอบรมและพัฒนา	3.64	0.820	มาก	1
ผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น	3.49	0.757	มาก	7
ความปลอดภัยและสุขภาพ	3.57	0.795	มาก	2
พนักงานและแรงงานสัมพันธ์	3.55	0.724	มาก	3
การประเมินผลการปฏิบัติงาน	3.52	0.747	มาก	6
รวม	3.54	0.625	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ทั้งนี้

เมื่อพิจารณาเป็นรายได้พบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ อยู่ในระดับมาก อันดับที่น้อยที่สุด อันดับแรกคือ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ (ค่าเฉลี่ย 3.48) รองลงมาคือ ผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.49) และการประเมินผลการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 3.52)ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาข้อมูลของลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ต่อบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด สรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 พบว่า พนักงานบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ต่างกัน โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า พนักงานบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ด้านการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา ด้านผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มากกว่าเพศชาย และส่วนด้านอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 พบว่า พนักงานบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ต่างกัน ด้านผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น ด้านพนักงานและแรงงานสัมพันธ์ และภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 พบว่า พนักงานบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ต่างกัน ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ ด้านพนักงานและแรงงานสัมพันธ์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน และภาพรวมทั้ง 8 ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 พบว่า พนักงานบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ต่างกัน ด้านผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น ด้านพนักงานและแรงงานสัมพันธ์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน และภาพรวมทั้ง 8 ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 5 พบว่า พนักงานบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ต่างกัน ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา และด้านความปลอดภัยและสุขภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านภาพรวม และด้านอื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด มีการทดสอบสมมติฐานซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายได้พบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ อยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือ การฝึกอบรมและพัฒนา รองลงมาคือความปลอดภัยและสุขภาพ พนักงานและแรงงานสัมพันธ์ การคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาบุคลากร การประเมินผลการปฏิบัติงาน ผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น และการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ตามลำดับ

การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ผลการวิจัยพบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนรเศรษฐ วาสะศิริ และณัฐวัฒน์ พระงาม (2559) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยพิษณุโลก จากผลการวิจัยพบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยพิษณุโลก ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของลักษณะชัย ธนะวงน้อย (2554) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากร มนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือเบทาโกร จากผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือเบทาโกร การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Gitman and McDaniel (2008) ที่กล่าวถึงการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ เป็นกระบวนการในการสำรวจความต้องการทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้ได้มาซึ่งจำนวนพนักงานที่มีทักษะที่ต้องการ และสามารถหาสิ่งที่จำเป็นต้องใช้ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนที่ช่วยให้ได้ทรัพยากรมนุษย์ที่

การสรรหาบุคลากร พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการสรรหาบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยาพร ห่องแสง (2555) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร การสรรหาบุคลากร อยู่ในระดับดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของลักษณะชัย ธนะวังน้อย (2554) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากร มนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือข่ายโทรคมนาคม จากผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือข่ายโทรคมนาคม การสรรหาบุคลากร อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Gitman and McDaniel (2008) ที่กล่าวถึงการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาบุคลากร ว่าเป็นกิจกรรมขององค์กรใช้เพื่อจูงใจให้ผู้สมัครที่มีความรู้ ความสามารถ และทัศนคติที่องค์กรต้องการ มาสมัครในตำแหน่งงานที่เหมาะสม ทั้งยังช่วยให้องค์กรได้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ได้

การคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยาพร ห่องแสง (2555) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร การคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ อยู่ในระดับดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของลักษณะชัย ธนะวังน้อย (2554) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากร มนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือข่ายโทรคมนาคม จากผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือข่ายโทรคมนาคม การคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Gitman and McDaniel (2008) ที่กล่าวถึงการจัดการทรัพยากร

การฝึกอบรมและพัฒนา พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยาพร ห่องแสง (2555) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน สาขานาครออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขานาครออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร การฝึกอบรมและพัฒนา อยู่ในระดับดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของลักษณะชัย ธนะวังน้อย (2554) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากร มนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือข่ายโทร จากผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือข่ายโทร การฝึกอบรมและพัฒนา อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Gitman and McDaniel (2008) ที่กล่าวถึงการจัดการทรัพยากร การฝึกอบรมและพัฒนา ว่าการฝึกอบรมเป็นกระบวนการที่มีระบบ เพื่อเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมพนักงานไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรตั้งไว้ ส่วนการพัฒนาเป็นการจัดการหาความรู้ การทำให้พนักงานมีความรู้ สามารถพัฒนาในการปฏิบัติงาน เพื่อนำไปใช้ในอนาคต

ผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยาพร ห่องแสง (2555) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขานาครออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขานาครออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร ผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น อยู่ในระดับดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของลักษณะชัย ธนะวังน้อย (2554) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากร มนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือข่ายโทร จากผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือข่ายโทร ผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Gitman and McDaniel (2008) ที่กล่าวถึงการจัดการทรัพยากร ผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น ผลตอบแทนเป็นรางวัลทั้งหมดที่พนักงานได้รับในการแลกเปลี่ยนกับงาน ประกอบด้วย ค่าจ้าง เงินเดือน โบนัส สิ่งจูงใจ

ความปลอดภัยและสุขภาพ พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านความปลอดภัยและสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยาพร ห่องแสง (2555) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร ปลอดภัยและสุขภาพ อยู่ในระดับดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของลักษณะชัย ณะวงษ์น้อย (2554) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือข่ายโทร จากผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือข่ายโทร ปลอดภัยและสุขภาพ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Gitman and McDaniel (2008) ที่กล่าวถึงการจัดการทรัพยากร ปลอดภัยและสุขภาพ กล่าวถึงความปลอดภัย คือ การคุ้มครองพนักงานจากอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงาน ส่วนสุขภาพนั้น คือ สภาพทางด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม

พนักงานและแรงงานสัมพันธ์ พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านพนักงานและแรงงานสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของลักษณะชัย ณะวงษ์น้อย (2554) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือข่ายโทร จากผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือข่ายโทร พนักงานและแรงงานสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Gitman and McDaniel (2008) ที่กล่าวถึงการจัดการทรัพยากร พนักงานและแรงงานสัมพันธ์ กล่าวว่าการพนักงานถือเป็นสิ่งแวดล้อมภายในที่ผู้บริหารต้องคำนึงอย่างยิ่ง เพราะงานจะสัมฤทธิ์ผลได้นั้น ต้องเกิดจากการปฏิบัติงานของพนักงาน ส่วนแรงงานสัมพันธ์ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มพนักงาน และนายจ้าง

การประเมินผลการปฏิบัติงาน พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยาพร ห่องแสง (2555) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การพัฒนา การจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป ดังนี้

การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ บริษัทควรมีการสังเกตและสำรวจความต้องการพนักงานที่มีคุณลักษณะต่างๆ มีการพยากรณ์ความต้องการพนักงานที่มีคุณลักษณะต่างๆ มีการเปรียบเทียบความต้องการกับแรงงานในปัจจุบัน และมีการกำหนดจำนวนและรูปแบบของพนักงานที่ต้องสรรหาเข้ามา หรือจำนวนที่ต้องออกจากงานอยู่เสมอ

การสรรหาบุคลากร บริษัทควรมีการสรรหาบุคลากรจากบริษัทเครือข่ายจัดหางาน มีการเข้าร่วมกับเครือข่ายจัดหางานที่มีความน่าเชื่อถือสูง โดยที่บริษัทตัวแทนจัดหางานต้องมีการจดทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมาย มีการกำหนดกฎเกณฑ์ในการสรรหาที่มีประสิทธิภาพ มีการบ่งบอกถึงรายละเอียดด้านเนื้อหาของหน้าที่อย่างชัดเจน เพื่อการจัดสรรให้ได้มาซึ่งพนักงานที่มีความเหมาะสมตรงตำแหน่งหน้าที่มากที่สุด

พนักงานและแรงงานสัมพันธ์ บริษัทควรมีการพิจารณาความดีความชอบของพนักงาน โดยมีหลักเกณฑ์การพิจารณาที่เป็นธรรม และมีการพิจารณาตามผลงานการดำเนินงานของ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังนี้

1. ควรทำการศึกษาข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติม ด้วยการทำการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเฉพาะด้านจากผู้มากประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ และนำข้อมูลที่ได้รับมาขยายต่อเพื่อประโยชน์แก่การดำเนินงานของพนักงานให้เป็นอย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

หนังสือ

กุลมาศ ศิริมาตย์ และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556). **ปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมขององค์กรในการก้าวเข้าสู่ AEC กรณีศึกษาโรงเรียนการจัดการโรงแรมนานาชาติ(ประกาศนียบัตร)**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

จิตรลดา อมรวัฒนา (2553). **การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความมีประสิทธิภาพของการ**

บริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์: กรณีศึกษาบริษัทภายใต้อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำกับอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง. วารสารบริหารธุรกิจ.

ทิมมิกา เครือเนตร. (2558). **ภาวะผู้นำกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท ไทย**

ฟู้ดส์กรุ๊ป
จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

นรเศรษฐ วาสะศิริ และณัฐวัฒน์ พระงาม (2559). **การจัดการทรัพยากรมนุษย์กับ**

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในมหาวิทยาลัยพิษณุโลก. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.

ปิยาพร ห่องแสง (2555). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน**

สาขาธนาคารอมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒ.

ลักษณะชัย ณะวังน้อย (2554). **ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากร มนุษย์กับประสิทธิภาพ**

งานของพนักงานเครือเบทาโกร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
Book

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management

Gitman, Lawrence J. and Carl McDaniel, 2008. **The Future of Business: The Essentials.** 4th.ed. Ohio: South Western Cengage Learning.

แหล่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management).

<http://mpa2011.blogspot.com/2012/05/haman-resource-management.html>. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2561.

ความสำคัญของการบริหารทรัพยากรมนุษย์.

http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=2295&pageid=3&read=true&count=true. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2561.

ประวัติของงานดาวเทียม psi.

http://www.airhomenet.com/index.php?lay=boardshow&ac=webboard_show&WBntype=1&No=1454290. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2561

Taro Yamane (1973).

http://sc2.kku.ac.th/stat/statweb/images/Eventpic/60/Seminar/01_9_Yamane.pdf. สืบค้น

เมื่อ 26 มิถุนายน 2561.

อิทธิพลของจรรยาบรรณของผู้ตรวจสอบและรับรองบัญชีที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร

Influence of the ethics of account auditors and verifiers influencing the efficiency of work operation of tax auditors in Bangkok area

กมลรัตน์ พักเกาะ¹

Kamonrat Fakkoh

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของจรรยาบรรณของผู้ตรวจสอบและรับรองบัญชีที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 317 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการศึกษพบว่า ระดับจรรยาบรรณของผู้ตรวจสอบและรับรองบัญชี ของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ด้านจรรยาบรรณต่อผู้เสียภาษี ด้านจรรยาบรรณต่อผู้ร่วมอาชีพ และด้านจรรยาบรรณทั่วไป อยู่ในระดับมาก จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า จรรยาบรรณของผู้ตรวจสอบและรับรองบัญชีมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ; จรรยาบรรณของผู้ตรวจสอบและรับรองบัญชี ; ผู้สอบบัญชีภาษีอากร

Abstract

This study had the objective to study the influence of ethics of account auditors and verifiers influencing the efficiency of work operation of tax auditors in Bangkok area. The sample group in the research were 317 tax auditors in the area of Bangkok. The tools used in collecting the data were questionnaire. The statistics used in analyzing the data were frequency, percentage, means, standard deviation and multiple linear regression. From the study, it was found that the level of ethics of account auditors and verifiers of tax

¹ นักศึกษา ปริญญาโท สาขาบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม

auditors in the area of Bangkok was at a high level and when considering on each aspect, it was found that on the knowledge and ability in the work operation, it was at the highest level. Regarding independence, justice, honesty, ethics to tax payers, ethics to professional colleagues and the aspect of general ethics, they were at a high level. From the test of the hypothesis, it was found that the ethics of account auditors and verifiers influencing the efficiency of the work operation with statistical significance at the level of .05

Keywords : work operation efficiency ; ethics of the account auditors and verifiers ; tax auditors

บทนำ

การประกอบธุรกิจที่มีระบบบัญชีและการเงินที่ดี ย่อมส่งผลให้ผู้ใช้งบการเงินสามารถได้รับข้อมูลที่มีคุณภาพเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ ดังนั้น ความถูกต้อง เชื่อถือได้ของงบการเงินจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก จึงมีความจำเป็นที่จะต้องให้ผู้สอบบัญชีที่มีความเป็นอิสระในการตรวจสอบสามารถรายงานและรวบรวมหลักฐานที่จำเป็นและสำคัญของงบการเงิน ตลอดจนการแสดงความเห็นต่องบการเงินว่าได้มีการจัดทำขึ้นอย่างถูกต้องตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป เพื่อให้ผู้ใช้งบการเงินไม่หลงผิดหรือเข้าใจผิดไป (สุชาย ยังประสิทธิ์กุล, 2549)

ซึ่งรายงานการสอบบัญชีสามารถสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีว่ามีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากน้อยเพียงใด กล่าวคือจะต้องจัดทำขึ้นด้วยความรู้ความสามารถที่มีอยู่ของผู้สอบบัญชีซึ่งจะต้องเป็นไปตามมาตรฐานการสอบบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป นอกจากความรู้ความสามารถที่มีอยู่แล้วอาจจะต้องใช้ประสบการณ์ในการทำงานมาเป็นตัวช่วย การที่บุคคลจะกระทำการใดตามบทบาทที่ได้รับมอบหมายให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ได้นั้นย่อมขึ้นอยู่กับความสามารถของบุคคลและองค์ประกอบหรือปัจจัยอื่นๆ เกื้อกูลและสอดคล้องกัน (สมใจ ลักษณะ, 2552)

จรรยาบรรณวิชาชีพ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้มนุษย์มีเหตุผลเพื่อการตัดสินใจที่จะกระทำการใดๆที่ไม่ได้เกิดจากการกระทำที่บังคับด้วยกฎหมาย แต่เกิดจากสำนึกในความผิดถูก ความเหมาะสม และความดีงาม (จินตนา บุญบงการ, 2547) จึงถือได้ว่าจรรยาบรรณวิชาชีพเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการวิชาชีพมีแนวทางในการปฏิบัติตามที่ถูกต้องและเหมาะสมอันจะนำมาซึ่งประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เป็นผลของความสามารถที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงความถูกต้องตามที่ได้กำหนดไว้ในมาตรฐาน เกิดจากการปฏิบัติงานที่ต้องมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า เพื่อปฏิบัติงานให้มีคุณค่ามากที่สุด การใช้ทรัพยากรในการปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จโดยการใช้ทรัพยากรน้อยที่สุดและดำเนินการเป็นไปอย่างประหยัด ไม่ว่าจะเป็ระยะเวลาทรัพยากรที่ต้องใช้ในการปฏิบัติงานนั้นๆให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงความถูกต้องตามที่ได้กำหนดไว้ในมาตรฐาน (ปาริชาติ แสงพานิช, 2545)

ผู้สอบบัญชีภาษีอากร เป็นผู้ที่ขึ้นทะเบียนและได้รับใบอนุญาตเป็นผู้สอบบัญชีภาษีอากร ตามหลักเกณฑ์ของอธิบดีกรมสรรพากรกำหนด ซึ่งมีหน้าที่ตรวจสอบและรับรองบัญชีของห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน ที่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท มีสินทรัพย์รวมไม่เกิน 30 ล้านบาท และรายได้รวมไม่เกิน 30 ล้านบาท โดยผู้สอบบัญชีภาษีอากรควรมี ความรู้ ความสามารถ รวมถึงการมีจรรยาบรรณวิชาชีพ เพื่อให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นที่ไว้วางใจในผลงานของผู้ประกอบวิชาชีพ

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาอิทธิพลของจรรยาบรรณของผู้ตรวจสอบและรับรองบัญชีที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าจรรยาบรรณของผู้ตรวจสอบและรับรองบัญชี มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีภาษีอากรหรือไม่ อย่างไร ซึ่งได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้สอบบัญชีภาษีอากร ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลในการวางแผน พัฒนา ปรับปรุง จรรยาบรรณวิชาชีพให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีภาษีอากรให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับผู้สอบบัญชีภาษีอากร

กรมสรรพากร (2561) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผู้สอบบัญชีภาษีอากร หมายถึง ผู้ตรวจสอบและรับรองบัญชีตามมาตรา 3 สัตต แห่งประมวลรัษฎากรที่ขอขึ้นทะเบียนและได้รับอนุญาตจากอธิบดีกรมสรรพากร โดยสามารถตรวจสอบและรับรองบัญชีเฉพาะห้างหุ้นส่วนจดทะเบียนที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยที่ได้รับยกเว้นไม่ต้องจัดให้งบการเงินได้รับการตรวจสอบและแสดงความเห็นโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตตามกฎหมายกระทรวงออกตามความในพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ.2543 (ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ได้รับยกเว้นดังกล่าว มีทุนไม่เกิน 5 ล้านบาท สินทรัพย์รวมไม่เกิน 30 ล้านบาท และรายได้รวมไม่เกิน 30 ล้านบาท)

หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีภาษีอากร

การปฏิบัติงานตรวจสอบของผู้สอบบัญชีภาษีอากร เป็นไปตามคำสั่งของอธิบดีกรมสรรพากร จึงจัดเป็นการตรวจสอบงบการเงินและการตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎระเบียบซึ่งหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีภาษีอากร มีดังนี้ (นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ และศิลาพร ศรีจันทพร, 2552)

- 1) ต้องตรวจสอบตามแนวทางและวิธีการที่กรมสรรพากรกำหนด โดยใช้วิธีทดสอบและวิธีการตรวจสอบอื่นที่เหมาะสม และให้เน้นการทดสอบความถูกต้องของงบการเงินและบัญชีว่าแสดงข้อมูลและรายการถูกต้องเป็นจริงตามควร ตรงตามเอกสารประกอบการลงบัญชีและบันทึกบัญชีตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปหรือไม่ เอกสารประกอบการลงบัญชีเป็นเอกสารที่เกี่ยวข้องกับรายการที่เกิดขึ้นจริง ถูกต้องเชื่อถือได้ และเกี่ยวข้องกับกิจการหรือไม่
- 2) ต้องตรวจสอบความถูกต้องในส่วนที่เป็นสาระสำคัญทางด้านภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร
- 3) ต้องรายงานการตรวจสอบและรับรองบัญชี โดยกล่าวถึงผลการตรวจสอบที่พบ อธิบายข้อยกเว้นที่สำคัญ (ถ้ามี) และจะต้องเปิดเผยข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญ

แนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณของผู้ตรวจสอบและรับรองบัญชี

ราชบัณฑิตยสถาน (2526) ได้ให้ความหมายไว้ว่า จรรยาบรรณ หมายถึง ประมวลความประพฤติที่ผู้ประกอบอาชีพการงานแต่ละอย่างกำหนดขึ้น เพื่อรักษาและส่งเสริมเกียรติคุณชื่อเสียงและฐานะของสมาชิก อาจเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรหรือไม่ก็ได้

ความสำคัญของจรรยาบรรณ

จรรยาบรรณเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการวิชาชีพมีแนวทางปฏิบัติตามที่ถูกต้องเหมาะสม อันจะนำมาซึ่งประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน รวมทั้งความเชื่อมั่นจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นจรรยาบรรณจึงมีความสำคัญ ดังต่อไปนี้ (พิภพ วงษ์เงิน, 2547)

- 1) เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบวิชาชีพแต่ละประเภท ประพฤติปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมตามที่แต่ละอาชีพได้กำหนดไว้
- 2) ช่วยควบคุมและส่งเสริมการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ มีความสำนึกในหน้าที่และมีความรับผิดชอบต่องานที่ตนปฏิบัติ
- 3) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบวิชาชีพมีความซื่อสัตย์ มีความยุติธรรม ไม่ทุจริตต่อหน้าที่
- 4) ช่วยพิทักษ์สิทธิ์และหน้าที่ของผู้ประกอบวิชาชีพนั้นๆตามกฎหมาย

จรรยาบรรณของผู้ตรวจสอบและรับรองบัญชี

ตามมาตรา 3 สัตต แห่งประมวลรัษฎากร พ.ศ. 2545 อธิบดีกรมสรรพากรกำหนดจรรยาบรรณของผู้ตรวจสอบและรับรองบัญชี ดังต่อไปนี้ (กรมสรรพากร, 2561)

- 1) ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต
- 2) ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน
- 3) จรรยาบรรณต่อผู้เสียภาษี
- 4) จรรยาบรรณต่อผู้ร่วมอาชีพ
- 5) จรรยาบรรณทั่วไป

แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

สมใจ ลักษณะ (2552) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน หมายถึง บุคคลที่ตั้งใจปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถใช้กลวิธีหรือเทคนิคการปฏิบัติงานที่จะสร้างผลงานได้มากเป็นผลงานที่มีคุณภาพเป็นที่น่าพอใจ โดยสิ้นเปลืองทุนค่าใช้จ่าย พลัง และเวลาน้อย เป็นบุคคลที่มีความสุขและพอใจในการปฏิบัติงาน เป็นบุคคลที่มีความพอใจจะเพิ่มพูนคุณภาพและปริมาณของผลงาน คิดค้น ดัดแปลงวิธีการปฏิบัติงานให้ได้ผลดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน หมายถึง ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ลงมือกระทำโดยตั้งใจและทำให้สำเร็จตามเป้าหมาย เมื่อทำเสร็จแล้วเป็นที่น่าพอใจของตนเองและผู้ที่เกี่ยวข้องถือว่าประสบความสำเร็จ ซึ่งจากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถประยุกต์ใช้แนวคิดหลักการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพได้ดังนี้ (ปาริชาติ แสงพาณิชย์, 2545)

1. การบรรลุเป้าหมาย หมายถึง การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้และสามารถนำไปใช้ประโยชน์สูงสุดตามกระบวนการที่ต้องการเพียงใด โดยเป้าหมายอาจเป็นสิ่งที่ต้องการในอนาคตหรือสภาพเป้าหมายในอนาคตที่องค์กรต้องการบรรลุถึงเป้าหมาย

2. มาตรฐานและความเชื่อถือได้ หมายถึง คุณภาพของงานที่สำเร็จ ที่มีความถูกต้อง เรียบร้อย และสมบูรณ์เป็นไปตามมาตรฐานวิชาชีพและมีความเชื่อถือได้ ทันท่วงทีสถานการณ์ปัจจุบัน

3. ความทันเวลาของผลลัพธ์ หมายถึง การที่บุคคลสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้ลุล่วงตามระยะเวลาหรือตามมาตรฐานเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งจะช่วยให้เกิดการประสานงานระหว่างกิจกรรมต่างๆอยู่ในช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมและทำให้เกิดการปฏิบัติงานที่ทันต่อเวลา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปวีณา สุตลาภา (2553) ได้ทำการศึกษาปัจจัยด้านจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพบัญชีที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้ทำบัญชี ในสถานประกอบการนิคมอุตสาหกรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพที่มีความสัมพันธ์และ

ผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้ทำบัญชีประกอบด้วย จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพด้านความรู้ ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ด้านการรักษาความลับ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีปฏิบัติหน้าที่ให้ และด้านความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้ทำบัญชีโดยรวม

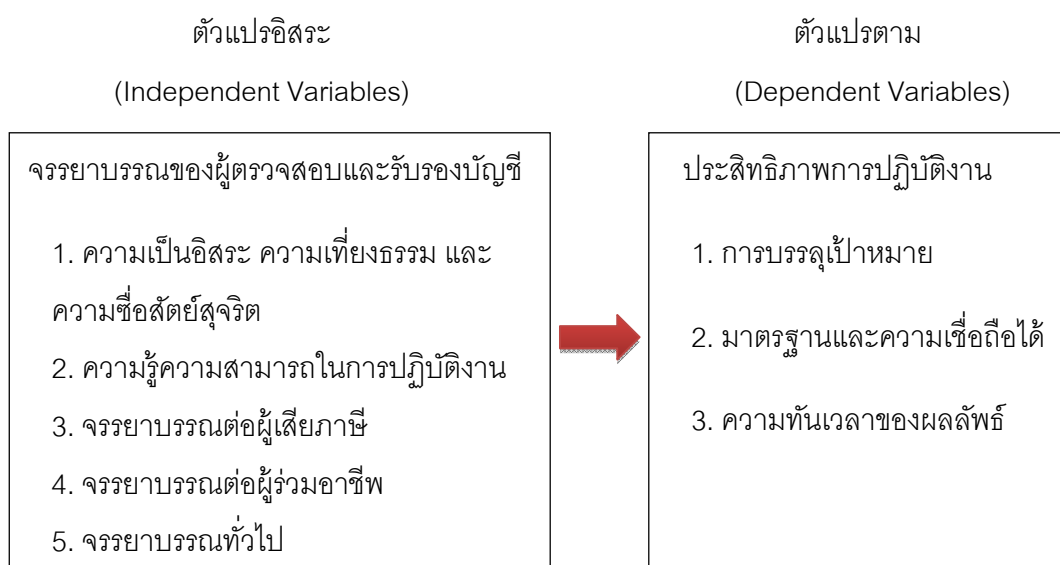
ดารารัตน์ สุขแก้ว และคณะ (2557) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณ วิชาชีพและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีธุรกิจ SMEs ในจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า จรรยาบรรณด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรมและความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการและการรักษาความลับ และด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน หรือบุคคล หรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบวิชาชีพปฏิบัติหน้าที่ให้ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงาน ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญในเรื่องการมีจรรยาบรรณวิชาชีพของนักบัญชี เพื่อนำไปสู่การทำงานที่มีประสิทธิภาพให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับจรรยาบรรณของผู้ตรวจสอบและรับรองบัญชี
2. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของจรรยาบรรณที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชี

ภาคีการในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

จรรยาบรรณของผู้ตรวจสอบและรับรองบัญชีส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบแบบแผนวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานครที่ขึ้นทะเบียนไว้กับกรมสรรพากร ปี พ.ศ. 2561 จำนวน 1,534 คน (กรมสรรพากร, 2561)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 317 คน โดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) และกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane โดยยอมรับให้เกิดความคาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 5 % ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 %

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย แบบสอบถามแบบประเมินค่า 5 ระดับในเรื่อง จรรยาบรรณของผู้ตรวจสอบและรับรองบัญชีของผู้สอบบัญชีภาษีอากร จำนวน 15 ข้อ และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 12 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ตรวจสอบความเที่ยงตามเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content Validity) โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ได้ค่า IOC มากกว่า 0.5 ทุกข้อ
2. การทดสอบความเชื่อมั่น ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.907 ซึ่งมากกว่า 0.70 (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ใช้การแจกความถี่ (Frequency) การหาค่าร้อยละ (Percentage) ในการแจกแจงนับจำนวนและหาค่าร้อยละ อธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้สอบบัญชีภาษีอากร
2. ใช้หาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการอธิบายระดับจรรยาบรรณ และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีภาษีอากร

3. ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ศึกษาอิทธิพลของจรรยาบรรณที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ใช้สถิติเชิงอนุมานทดสอบสมมติฐาน ทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการวิจัย

ผลที่ได้รับจากการศึกษามีดังนี้

ผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.30 มีอายุ 35 - 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.20 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 85.80 มีประสบการณ์ในการทำงานสอบบัญชี 5 - 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 73.20 และส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 - 80,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.80

ตารางที่ 1 การแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับจรรยาบรรณของผู้ตรวจสอบและรับรองบัญชี ของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้าน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
1. ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต	4.50	0.35	มาก
2. ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน	4.51	0.37	มากที่สุด
3. จรรยาบรรณต่อผู้เสียภาษี	4.44	0.43	มาก
4. จรรยาบรรณต่อผู้ร่วมอาชีพ	4.49	0.43	มาก
5. จรรยาบรรณทั่วไป	4.29	0.46	มาก
รวม	4.45	0.28	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีระดับจรรยาบรรณอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน รองลงมาคือ ด้านความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านจรรยาบรรณทั่วไป

ตารางที่ 2 การแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้าน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
1. การบรรลุเป้าหมาย	4.51	0.32	มากที่สุด
2. มาตรฐานและความเชื่อถือได้	4.52	0.33	มากที่สุด
3. ความทันเวลาของผลลัพธ์	4.50	0.32	มาก
รวม	4.51	0.23	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านมาตรฐานและความเชื่อถือได้ รองลงมา คือ ด้านการบรรลุเป้าหมาย ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความทันเวลาของผลลัพธ์

การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของตัวแปรอิสระ

ตัวแปร	Tolerance	VIF
1.ด้านความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต	0.971	1.030
2.ด้านความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน	0.985	1.015
3.ด้านจรรยาบรรณต่อผู้เสียภาษี	0.988	1.012
4.ด้านจรรยาบรรณต่อผู้ร่วมอาชีพ	0.963	1.039
5.ด้านจรรยาบรรณทั่วไป	0.968	1.033

พบว่า ค่าความทนทาน (Tolerance) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.963 ซึ่งเกณฑ์ขั้นต่ำต้องมากกว่า 0.1 และค่า VIF (Variance inflation factor) ของตัวแปรมีค่าสูงสุดเท่ากับ 1.039 ซึ่งน้อยกว่า 10 ตามเกณฑ์ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวที่ใช้ในการศึกษานี้ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน และมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

สมการถดถอยเชิงพหุ

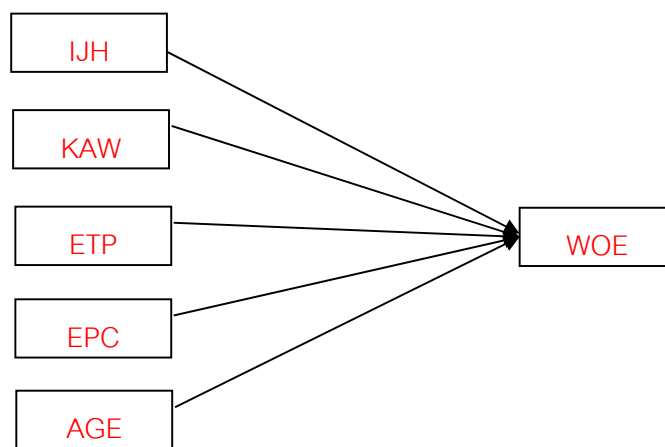
$$WOE = \beta_1 IJH + \beta_2 KAW + \beta_3 ETP + \beta_4 EPC + \beta_5 AGE$$

β_i หมายถึง สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรแต่ละตัว

WOE หมายถึง ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

- IJH หมายถึง จรรยาบรรณด้านความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต
- KAW หมายถึง จรรยาบรรณด้านความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน
- ETP หมายถึง จรรยาบรรณด้านจรรยาบรรณต่อผู้เสียภาษี
- EPC หมายถึง จรรยาบรรณด้านจรรยาบรรณต่อผู้ร่วมอาชีพ
- AGE หมายถึง จรรยาบรรณด้านจรรยาบรรณทั่วไป

แบบจำลองสมมติฐาน



ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ จรรยาบรรณของผู้ตรวจสอบและรับรองบัญชีที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร

Variable	b	Std. Error	Standardized Coefficients	t - value	P-value (Sig.)
ค่าคงที่	3.449	0.234		14.754	0.000
1. ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต	-0.152	0.061	-0.223	-2.494	0.013

2. ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน	-0.116	0.047	-0.186	-2.481	0.014
3. จรรยาบรรณต่อผู้เสียภาษี	0.096	0.028	0.176	3.417	0.001
4. จรรยาบรรณต่อผู้ร่วมอาชีพ	0.332	0.054	0.604	6.117	0.000
5. จรรยาบรรณทั่วไป	0.082	0.027	0.159	3.059	0.002

หมายเหตุ n = 317, R = 0.433, R² = 0.188, Adjusted R² = 0.175, F = 14.383, Sig = 0.00

จากตารางที่ 4 พบว่า จรรยาบรรณของผู้ตรวจสอบสวนและรับรองบัญชีมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยตัวแปรอิสระทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต 2) ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน 3) จรรยาบรรณต่อผู้เสียภาษี 4) จรรยาบรรณต่อผู้ร่วมอาชีพ 5) จรรยาบรรณทั่วไป สามารถอธิบายความผันแปรของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ด้าน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานร้อยละ 43.3 ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ด้าน สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานร้อยละ 18.8 เมื่อพิจารณาทีละปัจจัยพบว่า ปัจจัยด้าน 3) จรรยาบรรณต่อผู้เสียภาษี 4) จรรยาบรรณต่อผู้ร่วมอาชีพ 5) จรรยาบรรณทั่วไป มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีสาระสำคัญที่ระดับ .05 ต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ส่วนปัจจัยด้าน 1) ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต 2) ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน มีอิทธิพลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

อภิปรายผล

ผลการทดสอบสมมติฐาน จากการศึกษาพบว่าจรรยาบรรณของผู้ตรวจสอบสวนและรับรองบัญชีมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยตัวแปรอิสระด้านที่ 3) จรรยาบรรณต่อผู้เสียภาษี 4) จรรยาบรรณต่อผู้ร่วมอาชีพ 5) จรรยาบรรณทั่วไป มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับ ปวีณา สุตลาภา (2553) ได้ทำการศึกษาปัจจัยด้านจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพบัญชีที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้ทำบัญชี ในสถานประกอบการนิคมอุตสาหกรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพที่มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้ทำบัญชี ประกอบด้วยจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพด้านความรู้ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ด้านการรักษาความลับ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือ

หุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบการวิชาชีพปฏิบัติหน้าที่ให้ และด้านความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้ทำบัญชีโดยรวม

ส่วนตัวแปรอิสระด้านที่ 1) ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต มีอิทธิพลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ผู้วิจัยมองว่าอาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต สูงมากทำให้ไม่มีความยืดหยุ่นในการนำเสนอข้อมูล จึงอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านการบรรลุเป้าหมาย การไม่ยอมรับผลการปฏิบัติงาน และอาจเกิดความล่าช้าในการนำเสนอข้อมูล 2) ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน มีอิทธิพลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน อาจเนื่องมาจากกรณีมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานมากเกินไปจนทำให้เกิดความประมาทในการปฏิบัติงานส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพลดลง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1.กลุ่มประชากรในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะผู้สอบบัญชีภาษีอากรในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป จึงควรมีการขยายขอบเขตของกลุ่มประชากรให้ครอบคลุมมากขึ้น เช่น ผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย

2.ควรทำการศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีภาษีอากร เช่น การวางแผนการสอบบัญชี การทำงานแบบเชิงรุก เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีภาษีอากรให้มากยิ่งขึ้น

3.ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติมควบคู่ไปกับการศึกษาเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีความสมบูรณ์มากขึ้น เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กรมสรรพากร. ผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีสิทธิและหน้าที่อย่างไร. (5 กุมภาพันธ์ 2561) สืบค้นจาก

<http://www.rd.go.th/publish/20750.0.html>.

จินตนา บุญบงการ. (2547). *จริยธรรมทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดารารัตน์ สุขแก้ว และคณะ. (2557). *ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีธุรกิจ SMEs ในจังหวัดนครปฐม*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, นครปฐม.

- นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ และศิลาพร ศรีจันเพชร. (2552). *การสอบบัญชี*. กรุงเทพฯ : ที พี เอ็น เพรส.
- ปวีณา สุดลาภา. (2553). *ปัจจัยด้านจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพบัญชีที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้ทำบัญชี ในสถานประกอบการนิคมอุตสาหกรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, พระนครศรีอยุธยา.*
- ปาริชาติ แสงพานิชย์. (2545). *การศึกษาเปรียบเทียบความเฉลียวฉลาดทางอารมณ์ และประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มแรงงานเด็กที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมทำกิจกรรมในสโมสรแรงงานเด็ก. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.*
- พิภพ วงษ์เงิน. (2547). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ : อักษรพิทยา.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2526). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน*. กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์.
- สมใจ ลักษณะ. (2552). *การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพฯ.*
- สุชาย ยังประสิทธิ์กุล. (2549). *การสอบบัญชี*. กรุงเทพฯ : ที พี เอ็น เพรส.
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis (6th ed.)*. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall.

**ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการปฏิบัติงานกับความสุขในการทำงานของพนักงาน
บริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด**

The relationships between working factor and workplace happiness of employees at
QBCI (Thailand) Co., Ltd.

กฤติเดช เจริญโชติวานิช¹

Kritidech Charoenchotvaniche

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด (2) ศึกษาความสุขในการทำงานของพนักงาน บริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการปฏิบัติงานกับความสุขในการทำงานของพนักงาน บริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พนักงาน บริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 249 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม การทดสอบค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.91 และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่า (1) ปัจจัยในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความสำเร็จในงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการยอมรับนับถือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากและลำดับสุดท้าย คือ ด้านความก้าวหน้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ (2) ความสุขในการทำงานของพนักงานบริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความสำเร็จในงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการติดต่อสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการเป็นที่ยอมรับ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ (3) ปัจจัยในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงานอยู่ในระดับสูงมากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

คำสำคัญ : ปัจจัยในการปฏิบัติงาน, ความสุขในการทำงาน, บริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด

Abstract

The main objectives of this independent study are to (1) study working factors of employees at QBCI (Thailand) Co., Ltd. (2) study workplace happiness of employees at QBCI (Thailand) Co.,Ltd. (3) study the relationship between working factors and

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี

workplace happiness of employees at QBCI (Thailand) Co., Ltd. Furthermore, the study is based on a sample of 249 employees at QBCI (Thailand) Co., Ltd. Data collection is undertaken by questionnaires. Additionally, the result of reliability analysis equals 0.91. In terms of data analysis, there are four statistical tools used in this study: percentage, mean, standard deviation, and Pearson's correlation coefficient. From the result of the study, it can be clearly seen that (1) the average of working factors is at a high level; achievement at work seems to have the highest average, followed by acceptance, and job promotion, respectively. (2) the average of workplace happiness is at a high level; achievement at work is more likely to have the highest average, followed by communication, and acceptance, respectively. (3) working factors positively correlate to workplace happiness with a significance level of 0.05 as assumed.

Keywords : Working factors, Workplace happiness, QBCI (Thailand) Co., Ltd.

บทนำ

ปัจจัยการดำเนินธุรกิจต้องประสบปัญหาการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้นและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา คุณภาพที่มากขึ้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะนำทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจได้แก่ เครื่องจักร เงินทุน วัสดุ บุคลากร ตลอดจนการบริหารงานขององค์กรจะบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์หรือไม่ขึ้นอยู่กับความสามารถในการทำงานของทรัพยากรบุคคล การที่จะให้บุคลากรทำงานให้กับองค์กรได้คุ้มค่าหรือมีประสิทธิภาพนั้น ต้องเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการสรรหา พัฒนา ฝึกอบรม เพื่อให้ได้พนักงานที่สามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรเกิดความสุขในการทำงานจะทำให้พนักงานรู้สึกพร้อมที่จะทุ่มเทความรู้ ความสามารถ และความพยายามทำงานให้กับองค์กรอย่างเต็มที่ด้วยความกระตือรือร้น เพื่อช่วยให้งานขององค์กรบรรลุสำเร็จ ตามต้องการและยังก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งการที่พนักงานอยากปฏิบัติงานในองค์กร รู้สึกมีความสุขกับงานที่ทำ ถือเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงควมมีประสิทธิภาพขององค์กร ดังที่เฮอริชเบอร์ก (Herzberg's, 1959) ได้กล่าวว่า ปัจจัยในการทำงานที่ส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานมีความพึงพอใจในงาน มีกำลังใจในการปฏิบัติงาน มีส่วนช่วยในการปรับปรุงขวัญ และกำลังใจที่จะส่งผลให้ทุกคนมีความสุขกายสบายใจโดยใช้ปัจจัยในการปฏิบัติงานเป็นเครื่องกระตุ้นจิตใจ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ 1) ปัจจัยจูงใจ และ 2) ปัจจัยค้ำจุน

การบริหารจัดการความสุข และการสร้างความสุขให้แก่องค์กรถือเป็นการสร้างขวัญ กำลังใจ และคุณภาพชีวิตในการทำงาน ดังนั้นความสุขจึงเป็นสิ่งที่สำคัญหรือเป็นรากฐานของการ

ดำรงชีวิต เป็นอารมณ์ความรู้สึกที่ดีที่ใช้ประเมินความเป็นอยู่หรือเป้าหมายหลักของชีวิตคนที่มี ความสุข การที่บุคคลมีอารมณ์ความรู้สึกเป็นสุขกับสิ่งที่ดีที่รณรงค์หรือรสนุกสนาน กับการทำงาน ยิ้มแย้มแจ่มใสเบิกบานใจได้เสมอ ขณะทำงานเลื่อมใสศรัทธาในสิ่งที่ตนกระทำ รับรู้ถึงความดีงาม และคุณประโยชน์ของงานที่กระทำ และประการสุดท้ายคืออารมณ์ทางลบ อารมณ์หรือความรู้สึกที่เป็นทุกข์กับสิ่งไม่ดีที่เกิดขึ้นในการทำงาน เช่น คับข้องใจเบื่อหน่ายเศร้าหมองไม่สบายใจ เมื่อเห็น การกระทำที่ไม่ซื่อสัตย์ หรือไม่ถูกต้องอยากปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น เพื่อสนองความต้องการของตน ให้มีความสุขซึ่งสอดคล้องกับแมนเนียน (Manion, 2003) กล่าวว่าความสุขในการทำงาน เป็นผลที่เกิดจากการเรียนรู้ ซึ่งเป็นผลตอบสนองจากการกระทำที่สร้างสรรค์ของตนเองมีการแสดงออก โดยการยิ้มหัวเราะ มีความปลื้มใจ ซึ่งจะไปสู่การปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และยังเป็น อารมณ์ในทางบวก ที่เกิดจากพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน เช่น การให้ความช่วยเหลือ ซึ่งกันและกัน การมีความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานการร่วมกัน แสดงความคิดเห็นด้วยเหตุและ ผล ส่งผลให้สามารถตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผลจากการประสบความสำเร็จในการ ทำงาน

จากที่กล่าวมานั้นผู้วิจัยต้องการศึกษาทำวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการ ปฏิบัติงานกับความสุขในการทำงานของพนักงานบริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อจะได้ ทราบถึงความต้องการของพนักงานบริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด ได้อย่างแท้จริง เพื่อที่จะ ได้ร่วมมือกันหาแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการบริหารพนักงานให้มีประสิทธิภาพ ยิ่งขึ้น อันจะช่วยส่งเสริมให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงานให้กับองค์กรอย่างเต็ม ความรู้ความสามารถทุ่มเทให้กับงานอย่างเต็มประสิทธิภาพส่งผลให้พนักงานมีความสุขในการ ทำงานเพิ่มขึ้นต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดในการศึกษาผู้ศึกษาได้กำหนดแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ แนวคิดเกี่ยวกับ ปัจจัยในการปฏิบัติงานและแนวคิดเกี่ยวกับความสุขในการทำงาน มีรายละเอียด ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยในการปฏิบัติงาน

ทฤษฎี Motivation – Hygiene Theory ของ Frederick Herzberg (1959 อ้างถึง อรรถ พร คงเชียว, 2554: 11) เสนอทฤษฎี Motivation – Hygiene Theory ซึ่งทฤษฎีของ Herzberg (1959) มุ่งเน้นบรรยากาศการทำงานและบรรยากาศแวดล้อม เพื่อส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานมีความ พึงพอใจในงาน มีกำลังใจในการปฏิบัติงาน โดยใช้ปัจจัยเป็นเครื่องกระตุ้นใจ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor) เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในงาน หากไม่มีปัจจัยดังกล่าวก็มิก่อให้เกิดความไม่พอใจในงานแต่อย่างใด ซึ่งประกอบด้วย

1.1 ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) หมายถึง การที่บุคคลสามารถทำงานได้ เสร็จสิ้นและประสบความสำเร็จอย่างดี ความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ การรู้จักป้องกัน ปัญหาที่จะเกิดขึ้น

1.2 การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือไม่ว่าจากผู้บังคับบัญชา หรือจากบุคคลในหน่วยงานรวมทั้งการยกย่องชมเชย แสดงความยินดี การให้กำลังใจ หรือการแสดงออกอื่นใดที่แสดงให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถ ได้แก่ การได้รับการยกย่องชมเชยภายในองค์กร ความภาคภูมิใจในอาชีพ การได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน และความมีเกียรติและศักดิ์ศรีในอาชีพ เป็นต้น

1.3 ลักษณะของงาน (Work Itself) หมายถึง งานที่ท้าทายความสามารถหรือเป็นงานที่ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ คิดค้นสิ่งใหม่ ๆ เป็นงานที่มีลักษณะพิเศษต้องใช้ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงาน ได้แก่ ความเป็นอิสระในระหว่างปฏิบัติงาน งานที่ทำเป็นงานที่ตรงกับความถนัด งานที่ตรงกับความรู้ที่จบการศึกษามา และความสำคัญของงานที่ตนปฏิบัติ เป็นต้น

1.4 ความรับผิดชอบในการทำงาน (Responsibility) หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบใหม่ ๆ และมีอำนาจในการรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่ ควบคุมมากเกินไปจนขาดอิสระในการทำงาน ได้แก่ ความเหมาะสมของปริมาณงาน การได้รับความเชื่อถือ และไว้วางใจในงานที่รับผิดชอบ และการได้รับมอบหมายงานพิเศษที่สำคัญ เป็นต้น

1.5 ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (Advancement and Growth) หมายถึง เมื่องานสำเร็จก็ได้รับการตอบสนองในเรื่องของการได้รับเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น รวมทั้งการมีโอกาสได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมหรือการได้รับการฝึกอบรม ได้แก่ การได้รับการฝึกอบรมด้านต่าง ๆ เพื่อพัฒนาตนเอง โอกาสอบรมหรือฟื้นฟูวิชาความรู้เพื่อใช้ในการปฏิบัติงานโอกาสศึกษาต่อดูงาน และโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งงาน เป็นต้น

2. ปัจจัยค้ำจุนหรือปัจจัยที่ช่วยลดความไม่พึงพอใจในการทำงาน (Maintenance or Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นที่พนักงานจะต้องได้รับการสนองตอบ เพราะถ้าไม่มีให้หรือให้ไม่เพียงพอ จะทำให้พนักงานเกิดความไม่พึงพอใจในการทำงาน แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่า ถ้าให้ปัจจัยเหล่านี้แล้ว จะทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 8 ด้าน ได้แก่

2.1 เงินเดือน (Salary) หมายถึง สิ่งตอบแทนการปฏิบัติงานในรูปเงินรวมถึงการเลื่อนขั้นเงินเดือนในหน่วยงานนั้น เป็นที่พอใจของบุคคลที่ทำงาน ได้แก่ เงินเดือนที่ได้รับเพียงพอสำหรับการใช้จ่าย เงินเดือนที่ได้รับมีความเหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับวุฒิการศึกษา

เงินเดือนที่ได้รับมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับประสบการณ์ ความสามารถ ความรู้ทางเทคนิคในการปฏิบัติงาน พอใจในผลตอบแทนอื่น ๆ ที่ได้รับ

2.2 โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต (Possibility of Growth) หมายถึง ความน่าจะเป็นที่บุคคลจะได้รับความก้าวหน้าในทักษะวิชาชีพ ได้แก่ องค์การมีประกาศกำหนดหลักเกณฑ์ในการเลื่อนเงินเดือน เลื่อนตำแหน่งไว้อย่างชัดเจนและเหมาะสม องค์การการเลื่อนตำแหน่งของพนักงานพิจารณาอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม องค์การมีการปรับเปลี่ยนตำแหน่งให้สอดคล้องกับความรู้ความสามารถของพนักงาน องค์การมีความเสมอภาคในการให้โอกาสแก่พนักงานมีความก้าวหน้าในสายงาน

2.3 ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน (Interpersonal Relation, Subordinate, Peers) หมายถึง ความสัมพันธ์อันดีต่อกันสามารถทำงานร่วมกัน มีความเข้าใจซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี ได้แก่ สามารถเสนอความคิดใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงานต่อผู้บังคับบัญชาได้เป็นอย่างดี มีความสัมพันธ์ในทางที่ดีกับผู้บังคับบัญชา สามารถประสานงานกับเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชาได้เป็นอย่างดี เพื่อนร่วมงานมีความเข้าใจ และสนิทสนมกันเป็นอย่างดี

2.4 สถานะของอาชีพ (Status) หมายถึง อาชีพนั้นเป็นที่ยอมรับและนับถือของสังคม มีเกียรติและมีศักดิ์ศรี ได้แก่ อาชีพเป็นที่ยอมรับและนับถือของสังคม เป็นงานที่มีเกียรติและศักดิ์ศรี มีความภูมิใจในการทำงานอาชีพนี้และอาชีพมีความมั่นคง

2.5 นโยบายและการบริหาร (Company Policy and Administration) หมายถึง การจัดการและการบริหารงานขององค์การ การติดต่อสื่อสารภายในองค์การที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ หน่วยงานมีการแจ้งให้ทราบถึงข้อกำหนดและแนวทางในการปฏิบัติงานเพื่อไปสู่เป้าหมายขององค์การอย่างชัดเจน

2.6 สภาพการทำงาน (Working Condition) หมายถึง สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสง เสียง อากาศ รวมทั้งลักษณะสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ ได้แก่ สถานที่ทำงานถูกจัดแบ่งอย่างเป็นสัดส่วน และเหมาะสมกับการทำงาน สถานที่ทำงานมีแสงสว่าง, ความสะอาด, เป็นระเบียบเรียบร้อย

2.7 ชีวิตส่วนตัวด้านการมีอำนาจ (Personal Lift) หมายถึง สภาพความเป็นอยู่ส่วนตัวที่เกี่ยวข้องกับงาน เช่น การไม่ถูกย้ายไปทำงานในที่แห่งใหม่ซึ่งห่างไกลครอบครัว ได้แก่ ความเหมาะสมของปริมาณงานที่ปฏิบัติในแต่ละวัน การจัดสรรเวลาในการทำงาน

2.8 ความมั่นคงในงาน (Job Security) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน ได้แก่ ความภาคภูมิใจในการทำงานภายในองค์การที่มีความมั่นคง รู้สึกว่างานที่ทำงานอยู่มีความมั่นคง และมีความน่าเชื่อถือ มีการขยายพื้นที่การผลิต

แนวคิดความสุขในการทำงานของ Manion

ความสุขในการทำงาน (Joy at Work) ตามแนวคิดของ Manion (2003 อ้างถึงในประทุมทิพย์ เกตุแก้ว, 2551 : 39) หมายถึงผลที่เกิดจากการเรียนรู้จากการกระทำการสร้างสรรค์ของตนเอง การแสดงออกโดยการยิ้มหัวเราะมีความปลาบปลื้มใจ นำไปสู่การปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นอารมณ์ในทางบวกที่เกิดจากพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน เช่น การให้ความร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การมีความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานเพิ่มมากขึ้นการร่วมกันแสดงความคิดเห็นด้วยเหตุและผล มีการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีความรู้สึกที่ดีต่องานที่ได้รับมอบหมายมีความผูกพันในงานทำให้คงอยู่ในองค์กรต่อไป มุ่งอธิบายโดยปัจจัยหรือองค์ประกอบของความสุข 4 ด้าน ดังนี้

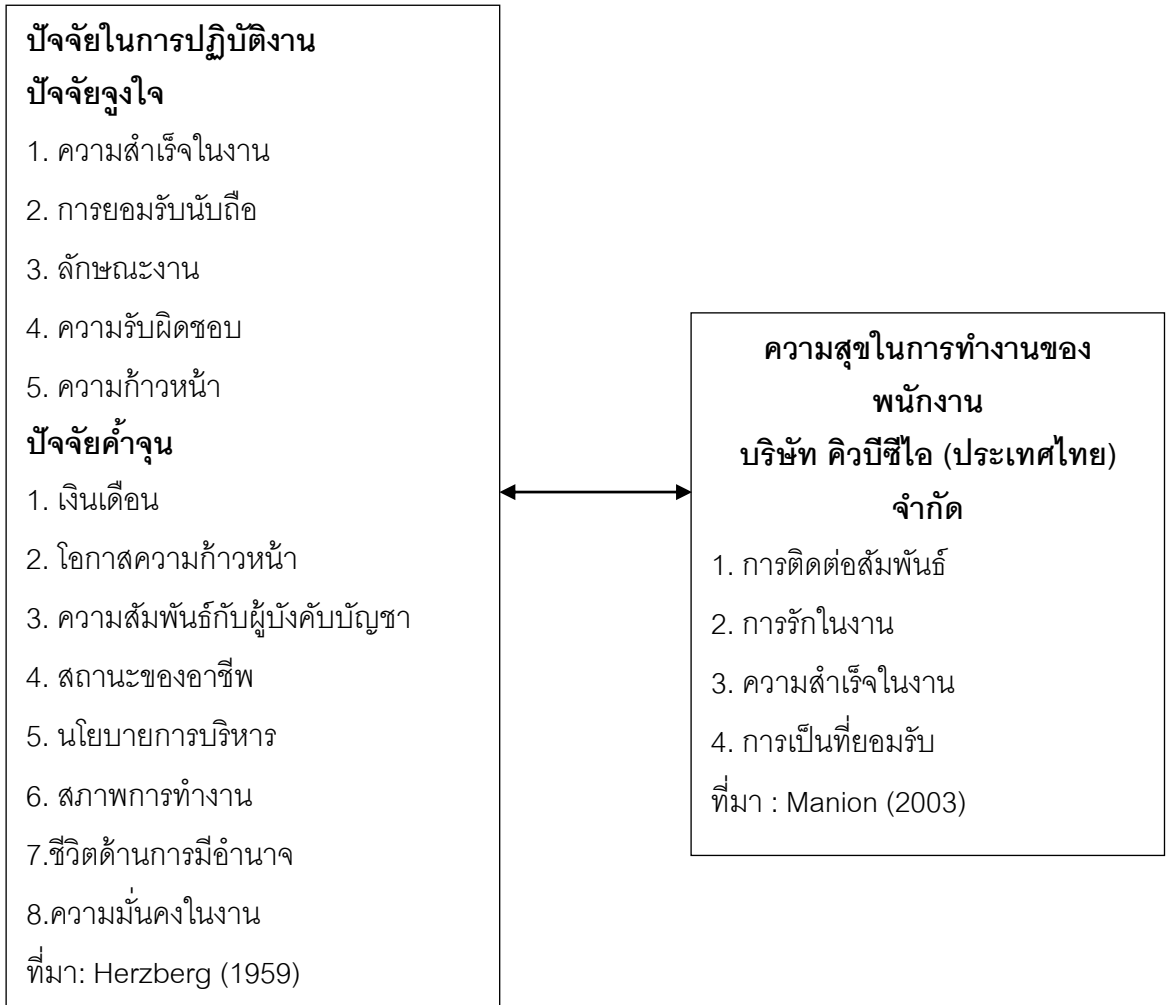
1. การติดต่อสัมพันธ์ (Connections) หมายถึง การรับรู้พื้นฐานที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ของบุคลากรในสถานที่ทำงาน โดยที่บุคลากรมาร่วมกันทำงานเกิดสังคม การทำงานเกิดสัมพันธ์ภาพที่ดีกับบุคลากรที่ตนปฏิบัติงาน ให้ความร่วมมือช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

2. ความรักในงาน (Love of the Work) หมายถึง การรับรู้ถึงความรู้สึกรักและผูกพันอย่างเหนียวแน่นกับงาน รับรู้ว่าตนมีพันธกิจในการปฏิบัติงานให้สำเร็จ มีความยินดีในสิ่งที่เป็นองค์ประกอบของงานกระตือรือร้น ตื่นเต้นดีใจเพลิดเพลินในการที่จะปฏิบัติงาน

3. ความสำเร็จในงาน (Work Achievement) หมายถึง การรับรู้ว่าตนปฏิบัติงานได้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยได้รับความสำเร็จในการทำงานได้รับมอบหมายให้ทำงานที่ท้าทายให้สำเร็จ มีอิสระในการทำงานเกิดผลลัพธ์การทำงานไปในทางบวก

4. การเป็นที่ยอมรับ (Recognition) หมายถึง การรับรู้ว่าตนเองได้รับการยอมรับและความเชื่อถือจากผู้ร่วมงานผู้ร่วมงานได้รับรู้ถึง ความพยายามเกี่ยวกับเรื่องงานที่ได้ปฏิบัติของตนได้ ได้รับการยอมรับจากผู้ร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ได้รับความคาดหวังที่ดีในการปฏิบัติงานและความไว้วางใจจากผู้ร่วมงาน

การศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการปฏิบัติงานกับความสุขในการทำงานของพนักงานบริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด” มีกรอบแนวคิด ดังนี้



วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท คิวพีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด
2. เพื่อศึกษาความสุขในการทำงานของพนักงาน บริษัท คิวพีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการปฏิบัติงานกับความสุขในการทำงานของพนักงาน บริษัท คิวพีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงานของพนักงาน บริษัท คิวพีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานบริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 656 คน (อ้างอิงฝ่ายบุคคล บริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด ณ 31 มีนาคม 2561)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พนักงาน บริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด โดยการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ใช้หลักการคำนวณของ Taro Yamane (1973 : 155) จำนวนทั้งสิ้น 249 คน

การสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 หาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random Sampling) แยกตามแผนงานตามสัดส่วน

ขั้นตอนที่ 2 เก็บจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) ด้วยการแจกแบบสอบถาม 249 ชุด โดยนำแบบสอบถามไปขอความร่วมมือกับพนักงานในแต่ละแผนก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลมีลักษณะเป็นแบบสอบถามสำรวจรายการ (Check List) ให้เลือกตอบข้อที่เหมาะสมที่สุด ประกอบด้วย เพศ อายุ วุฒิการศึกษา ตำแหน่งงาน อัตราเงินเดือน ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการปฏิบัติงาน มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert Scale (Likert, 1970 : 275) โดยแต่ละคำถามแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ประกอบด้วย **ปัจจัยจูงใจ** 5 ด้าน ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงานยอมรับนับถือ ลักษณะงาน ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้า **ปัจจัยค้ำจุน** 8 ด้าน ได้แก่ เงินเดือน โอกาสความก้าวหน้า ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา สถานะของอาชีพ นโยบายการบริหาร สภาพการทำงาน ชีวิตด้านการมีอำนาจ และความมั่นคงในงาน

ส่วนที่ 3 ความสุขในการทำงานของพนักงานบริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert Scale (Likert, 1970 : 275) โดยแต่ละคำถามแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ประกอบด้วย การติดต่อสัมพันธ์ การรักในงาน ความสำเร็จในงาน และการเป็นที่ยอมรับ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการปฏิบัติงาน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 3 ความสุขในการทำงาน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการปฏิบัติงานกับความสุขในการทำงานของพนักงานบริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด ด้วยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยในการปฏิบัติงาน ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยในการปฏิบัติงานด้านปัจจัยจูงใจของพนักงานบริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านความสำเร็จในงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการยอมรับนับถือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากและลำดับสุดท้าย คือ ด้านความก้าวหน้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ปัจจัยในการปฏิบัติงานด้านปัจจัยจูงใจโดยภาพรวม

ลำดับ	ปัจจัยในการปฏิบัติงาน ด้านปัจจัยจูงใจ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ความสำเร็จในงาน	4.33	0.73	มากที่สุด
2	การยอมรับนับถือ	4.11	0.73	มาก
3	ลักษณะงาน	3.95	0.80	มาก
4	ความรับผิดชอบ	3.83	0.77	มาก
5	ความก้าวหน้า	3.63	0.97	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.97	0.62	มาก

ปัจจัยในการปฏิบัติงานด้านปัจจัยค้ำจุนของพนักงานบริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านสถานะของอาชีพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านชีวิตด้านการมีอำนาจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากและลำดับสุดท้าย คือ ด้านความมั่นคงในงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ตารางที่ 2 ปัจจัยในการปฏิบัติงานด้านปัจจัยค้ำจุนโดยภาพรวม

ลำดับ	ปัจจัยในการปฏิบัติงาน ด้านปัจจัยค้ำจุน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	เงินเดือน	3.49	0.76	มาก
2	โอกาสความก้าวหน้า	3.55	0.92	มาก
3	ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา	3.86	0.74	มาก
4	สถานะของอาชีพ	3.95	0.77	มาก
5	นโยบายการบริหาร	3.72	0.86	มาก
6	สภาพการทำงาน	3.86	0.81	มาก
7	ชีวิตด้านการมีอำนาจ	3.88	0.89	มาก
8	ความมั่นคงในงาน	3.47	0.89	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.72	0.62	มาก

2. ความสุขในการทำงาน ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสุขในการทำงานของพนักงานบริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านความสำเร็จในงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการติดต่อสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากและลำดับสุดท้าย คือ ด้านการเป็นที่ยอมรับ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ตารางที่ 3 ความสุขในการทำงานโดยภาพรวม

ลำดับ	ความสุขในการทำงาน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	การติดต่อสัมพันธ์	4.06	0.74	มาก
2	การรักในงาน	3.92	0.88	มาก
3	ความสำเร็จในงาน	4.22	0.61	มากที่สุด
4	การเป็นที่ยอมรับ	3.88	0.83	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		4.02	0.63	มาก

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการปฏิบัติงานกับความสุขในการทำงานของพนักงานบริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยในการปฏิบัติงานมี

ความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงานอยู่ในระดับสูงมากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการปฏิบัติงานกับความสุขในการทำงาน

ปัจจัยในการปฏิบัติงาน	ภาพรวมความสุขในการทำงาน		ระดับความสัมพันธ์
	r	p-value	
ด้านปัจจัยจูงใจ			
ความสำเร็จในงาน	0.314*	0.000*	ปานกลาง
การยอมรับนับถือ	0.589*	0.000*	สูง
ลักษณะงาน	0.403*	0.000*	ปานกลาง
ความรับผิดชอบ	0.386*	0.000*	ปานกลาง
ความก้าวหน้า	0.452*	0.000*	ปานกลาง
ด้านปัจจัยค้ำจุน			
เงินเดือน	0.552*	0.000*	สูง
โอกาสความก้าวหน้า	0.559*	0.000*	สูง
ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา	0.653*	0.000*	สูง
สถานะของอาชีพ	0.567*	0.000*	สูง
นโยบายการบริหาร	0.702*	0.000*	สูงมาก
สภาพการทำงาน	0.687*	0.000*	สูง
ชีวิตด้านการมีอำนาจ	0.644*	0.000*	สูง
ความมั่นคงในงาน	0.499*	0.000*	ปานกลาง
ภาพรวม	0.771*	0.000*	สูงมาก

อภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท คิวบิซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด

จากการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการปฏิบัติงานด้านปัจจัยจูงใจของพนักงานบริษัท คิวบิซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดและระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความสำเร็จในงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การยอมรับนับถือและลำดับสุดท้าย คือ ความก้าวหน้า ส่วนปัจจัยในการปฏิบัติงานด้านปัจจัยค้ำจุนของพนักงานบริษัท คิวบิซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อ

พิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากในทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ สถานะของอาชีพมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ชีวิตด้านการมีอำนาจและลำดับสุดท้าย คือ ความมั่นคงในงาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของกิ่งดาว เหมือนเสน (2557) ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน ธนาคารไทยพาณิชย์ สำนักงานใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน ธนาคารไทยพาณิชย์ สำนักงานใหญ่ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับพิสุทธิ วสุลิขิต (2553) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท สุราบางยี่ขัน จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการปฏิบัติงานของพนักงานในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของกมลวรรณ ยอดมาลี (2558) ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูกับประสิทธิผลของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 โดยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านปัจจัยจูงใจโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการได้รับความสำเร็จในงาน ด้านลักษณะงาน ด้านความรับผิดชอบ และลำดับสุดท้าย ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน ส่วนแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านปัจจัยด้านค่าจูงโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความมั่นคง ด้านความสัมพันธ์ และลำดับสุดท้าย ด้านเงินเดือน

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความสุขในการทำงานของพนักงาน บริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด

จากการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสุขในการทำงานของพนักงาน บริษัท คิวบีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดและระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความสำเร็จในงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การติดต่อสัมพันธ์และลำดับสุดท้าย คือ การเป็นที่ยอมรับ สอดคล้องกับผลการวิจัยนฤมล แสงวงผล (2554) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรมีความสุขในการทำงานอยู่ในระดับสูง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความรักในงาน ความสำเร็จในงาน การเป็นที่ยอมรับ และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการติดต่อสัมพันธ์ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของกิ่งดาว เหมือนเสน (2557) ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน ธนาคารไทยพาณิชย์ สำนักงานใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า ความสุขในการทำงานของพนักงาน ธนาคารไทยพาณิชย์ สำนักงานใหญ่ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดย

เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความสำเร็จในงาน ด้านการติดต่อสัมพันธ์ ด้านการเป็นที่ยอมรับ และ ด้านความรักในงาน และสอดคล้องกับฉานิกา วงษ์สุริย์รัตน์ (2554) ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานความสุขในการทำงานโดยมีความเพลินเป็นตัวกำกับความสัมพันธ์ : กรณีศึกษาบริษัท วิศวกรรมก่อสร้างนอชชายฝั่งแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีความสุขในการทำงานทุกด้านอยู่ในระดับสูง โดยค่าเฉลี่ยของความสุขในการทำงานเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความสำเร็จในงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การเป็นที่ยอมรับ และลำดับสุดท้าย คือ ด้านความรักในงาน

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการปฏิบัติงานกับความสุขในการทำงานของพนักงาน บริษัท คิวพีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความสุขในการทำงานของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับการศึกษาของอรรถพร คงเขียว (2555) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสุขในการทำงานของพนักงาน : กรณีศึกษา บริษัท ดี.อี.เอ็ม คอนพิแดนท์ จำกัด ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยการปฏิบัติงานในด้านลักษณะงานที่ทำ ด้านความก้าวหน้าในงาน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับระดับความสุขในการทำงาน นอกจากนี้ พบว่า ปัจจัยการปฏิบัติงานในด้านความสำเร็จในงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านความรับผิดชอบ ด้านเงินเดือนและค่าตอบแทน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับระดับความสุขในการ และสอดคล้องกับการศึกษาของอุฑูตา เรืองวิญญูเวช (2556) ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการทำงานกับความสุขในการทำงานของพยาบาลประจำการ โรงพยาบาลราชบุรี จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการทำงานกับความสุขในการทำงานมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับการศึกษาของลักษมีสุดดี (2550) ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความสุขในการทำงานของพยาบาล ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสุขในการทำงานในระดับสูงมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงานของพนักงานบริษัท คิวพีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด ดังนั้น บริษัทควรจะเน้นให้พนักงานเกิดความสุขในการทำงาน โดยบริษัทประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการพัฒนาในบริษัทเพื่อ

เกิดความก้าวหน้า ทำให้พนักงานรู้สึกว่ามีความมั่นคงในอาชีพของตนเอง ให้พนักงานรู้สึกว่าตนเองมีส่วนร่วมในการพัฒนาไปด้วยกัน รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท และส่งเสริมพัฒนาพนักงานด้วยการจัดอบรม สร้างความสัมพันธ์กับพนักงานในแต่ละแผนก

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการวิจัยอย่างต่อเนื่อง เพราะนโยบายการบริหารงานต่าง ๆ มีโอกาสที่จะเปลี่ยนแปลงซึ่งอาจส่งผลกับปัจจัยในการปฏิบัติงานและความสุขในการทำงานของพนักงานได้
2. ควรทำการศึกษาเปลี่ยนแปลงกลุ่มตัวอย่าง หรือองค์กรอื่น ๆ เพื่อศึกษาว่าลักษณะองค์กรมีผลต่อปัจจัยในการปฏิบัติงานและความสุขในการทำงานในระดับมากน้อยเพียงใด เหมือนหรือแตกต่างกันกับการศึกษาในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กมลวรรณ ยอดมาลี. (2558) *ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูกับประสิทธิผลของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.*
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2552). *สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*
- กิงดาว เหมือนเสน. (2557) *ความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน ธนาคารไทยพาณิชย์ สำนักงานใหญ่. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.*
- ฉานิกา วงษ์สุริยรัตน์. (2554) *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานความสุขในการทำงานโดยมีความเพลินเป็นตัวกำกับความสัมพันธ์ : กรณีศึกษาบริษัท วิศวกรรมก่อสร้างนอกชายฝั่งแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.*
- นฤมล แสงวงผล. (2554) *ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของบุคลากร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.*
- ประทุมทิพย์ เกตุแก้ว. (2551) *ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณลักษณะงาน ความสามารถในการเผชิญ และฟันฝ่าอุปสรรคกับความสุขในการทำงานของพยาบาลงานการพยาบาลผ่าตัด : กรณีศึกษาโรงพยาบาลรัฐแห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.*
- ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุลและสุภาพ ฉัตรภากรณ์. (2551). *การออกแบบการวิจัย. กรุงเทพฯ :*

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พิสุทธิ วสุลิขิตกร. (2553) *ปัจจัยในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท สุราบางยี่ขัน จำกัด.*

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.

ลักษณะมี สุดดี. (2550) *ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความสุขในการทำงานของ*

พยาบาล. คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

อรรถพร คงเขียว. (2555) *ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสุขในการทำงานของพนักงาน : กรณีศึกษา*

บริษัท ดี.อี.เอ็ม คอนฟีแดนท์ จำกัด. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ธัญบุรี, ปทุมธานี.

อุชุตตา เรืองวิญญูเวช. (2556) *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการทำงานกับความสุขในการทำงาน*

ของพยาบาลประจำการ โรงพยาบาลราชบุรี จังหวัดราชบุรี. คณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.

Herzberg, Frederick, Bernarol and Synderman, Barbara Bloch. (1959) *The Motivation to*

Work. New York : John Wiley and Sons, Inc.

Likert, Rensis. (1970) *The Human Resources : Cases and Concept.* New York : Hart

Cout Brace B. World in Coperated.

Manion, Jo. (2003) *Joy at Work : Creating a Positive Work Place.* Journal of Nursing

Administration.

การศึกษาเรื่องการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภค
ในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ¹

(The Use of Marketing-Mix Factors Affecting the Customer Decision-Making in Using
the Services of Car Care Centers in Bang Bo District, Samutprakarn Province)

กฤษศิลา บุวรรณ(Kitsila Buwan)²

วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ (Wilailak Ratanapeantamma)³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในอำเภอบางบ่อ และเพื่อเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในอำเภอบางบ่อกับปัจจัยส่วนบุคคลประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการคาร์แคร์ในอำเภอบางบ่อ จ.สมุทรปราการจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้ค่า t-test และ F-test (One-way ANOVA) ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใช้การทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา และด้านช่องทางการให้บริการ และอันดับสุดท้ายคือด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ส่วนต่อเดือนต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ใช้บริการ คาร์แคร์

¹ จากสารนิพนธ์เรื่องการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ

² นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก

³ อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) analyze the marketing-mix factors affecting the customer decision-making in using the services of car care centers in Bang Bo District, Samutprakarn Province, and 2) compare the marketing-mix factors affecting the customer decision-making in using the services of car care center in Bang Bo district, Samutprakarn Province, classifying according to the personal factors. The population for this research were four hundred customers of car care service centers in Bang Bo District, Samutprakarn Province. The research tool was the questionnaire. The data received were analyzed by descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation), and by inferential statistics, these were t-test, and F-test (One-way ANOVA). If the difference with pair-wise comparisons at 0.05 were found, the Least Significant Difference (LSD) was used to determine the difference.

The results showed that the majority of the respondents used the overall marketing-mix factors affecting their decision-making in using the services of car care centers in Bang Bo District, Samutprakarn Province at the highest level. When considering at each factor, the factor of physical evidence received the highest mean. Next on down were the factors of personnel, service process, products and services, price, channel of distribution, and marketing promotion, respectively. The results of the hypothetical testing revealed that the respondents who were from different gender, used different marketing-mix factors affecting the decision-making in using the services of car care centers in Bang Bo District, Samutprakarn Province at no statistical significant level of 0.05. On the other hand, the respondents who were from different age groups, educational background, occupation, and average monthly income used different marketing-mix factors affecting their decision-making in using the services of car care centers in Bang Bo District, Samutprakarn Province at statistical significant level of 0.05.

Key Words: Marketing-Mix Factors; Service Users; Car Care Center

บทนำ

ปัจจุบันรถยนต์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เนื่องจากการดำรงชีวิตของคนเต็มไปด้วยความเร่งรีบ ทั้งในด้านการดำเนินชีวิตประจำวันและการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นรถยนต์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถตอบสนองต่อการดำรงชีวิตของคนในสถานที่รูปแบบต่างๆ เช่น ให้ความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการเดินทางไปทำธุระในสถานที่ต่างๆ ใช้ในการขนส่งสินค้า ใช้ในการท่องเที่ยว หรือใช้ในขณะที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องวัสดุฐานะทางสังคมอีกทางหนึ่ง ถึงแม้ว่าช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาประเทศไทยจะประสบกับภาวะทางด้านราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่อัตราการเพิ่มขึ้นของรถยนต์ในประเทศไทยยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี และยังมีโอกาสขยายตัวเพิ่มขึ้นตามเศรษฐกิจ ส่งผลให้มียอดรถยนต์ใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2560 มียอดจำหน่ายรถที่จดทะเบียนใหม่ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ ทั้งประเทศไทยจำนวน 919,820 คัน แบ่งเป็นรถยนต์ส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน จำนวน 638,030 คัน รถยนต์ส่วนบุคคลเกิน 7 คนจำนวน 18,795 คัน และรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล จำนวน 262,995 คัน (กลุ่มสถิติการขนส่ง กรมการขนส่งทางบก,2561) ปริมาณรถยนต์บนท้องถนนยังคงเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากการมีรถยนต์ส่วนบุคคลไม่ใช่เรื่องยากในปัจจุบัน บริษัทผู้ผลิตรถยนต์มีข้อเสนอต่างๆ เพื่อดึงดูดความต้องการของลูกค้าทั้งการลดเงินดาวน์ การเพิ่มระยะเวลาในการผ่อนชำระให้นานขึ้น ดอกเบี้ยต่ำ ซึ่งเอื้อประโยชน์ต่อผู้บริโภคและปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

ตารางที่ 1 จำนวนรถจดทะเบียนใหม่ทั่วประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557-2560

ปี พ.ศ.	รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน	รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน	รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล
2557	603,843	19,407	281,719
2558	526,764	14,088	255,237
2559	552,947	13,134	245,437
2560	638,030	18,795	262,995

ที่มา : (กลุ่มสถิติการขนส่ง กรมการขนส่งทางบก,2561)

รถยนต์เป็นพาหนะที่สำคัญในการคมนาคมและการขนส่งสินค้าไปยังสถานที่ต่างๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ทั้งนี้จากสภาพเศรษฐกิจของประเทศที่เจริญเติบโตในปีที่ผ่านมา รวมถึงการขยายตัวทางธุรกิจต่างๆ ทำให้ปริมาณความต้องการใช้รถยนต์มีมากขึ้น ประกอบกับราคาและเงื่อนไขการผ่อนชำระรถยนต์ที่ไม่สูง มีความยืดหยุ่นและสะดวกมากกว่าแต่ก่อนจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อรถยนต์ง่าย ทำให้ปริมาณรถยนต์มีมากขึ้นทุกปี จากแนวโน้มที่เติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจรถยนต์ ส่งผลให้อีกธุรกิจหนึ่งเกิดขึ้นมารองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์โดยเฉพาะ คือ ธุรกิจให้บริการดูแลรักษารถยนต์ หรือที่เรียกกันว่า คาร์แคร์ ธุรกิจมีการขยายตัวและเติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และในต่างจังหวัด โดยเฉพาะอำเภอบางปะ อ จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่นในแต่ละเดือนมียอดจดทะเบียนรถยนต์เพิ่มขึ้น เป็นการตอกย้ำความแน่ใจที่ว่าจำนวนรถยนต์ที่เพิ่มมากขึ้นนั้น อาจทำให้ลูกค้าใหม่ของผู้บริการคาร์แคร์ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ดังนี้

- 1) สภาพท้องถนนเต็มไปด้วยฝุ่นละออง เศษดินทราย ทำให้รถยนต์ส่วนใหญ่สกปรก
- 2) ผู้ใช้รถยนต์ส่วนใหญ่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาสภาพรถยนต์อย่างถูกวิธี
- 3) วิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้คนมีความเร่งรีบ ทำให้ไม่มีเวลาพอที่จะดูแลรถยนต์

จากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นส่งผลโดยตรงต่อธุรกิจการดูแลรักษาสภาพรถยนต์ ซึ่งมีบทบาทมากขึ้น และช่วยรองรับความต้องการดูแลและรักษาสภาพรถยนต์ของผู้ที่ใช้รถยนต์แต่ไม่มีเวลาหรือ ไม่มีความรู้เพียงพอจำเป็น ต้องพึ่งบริการจากศูนย์บริการดูแลรักษาสภาพรถยนต์หรือศูนย์บริการคาร์แคร์ต่างๆ ดังนั้นจึงถือเป็นโอกาสทางการตลาดของธุรกิจคาร์แคร์ ซึ่งมีศักยภาพทางการตลาดอยู่มากทั้งในปัจจุบันและอนาคตเมื่อพิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิตของคนอำเภอบางปะในปัจจุบัน ทำให้ให้ผู้บริโภคสนใจที่จะใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์เพิ่มมากขึ้นเพื่อความสะดวกสบาย ธุรกิจคาร์แคร์จึงเข้ามามีบทบาทในการให้บริการดูแลรักษาเพื่อความสะอาด สวยงาม เช่น ล้างภายนอก รถยนต์ ดูฝุ่น ชัดเคลือบสีรถยนต์ และเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง เป็นต้น เพื่อให้รถยนต์ใช้งานได้

เต็มประสิทธิภาพและมีอายุการใช้งานที่ยาวนานทำให้เกิดโอกาสสำหรับการประกอบธุรกิจหลายประเภทโดยเฉพาะธุรกิจคาร์แคร์ที่ให้บริการครบวงจรซึ่งปัจจุบันเป็นธุรกิจมีแนวโน้มเติบโตสูงและก่อให้เกิดแนวโน้ม การแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจคาร์แคร์ ดังนั้นการจะทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้ต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเนื่องจากลูกค้ามีความต้องการในปัจจัยต่างๆที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นการทราบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยใด จะทำให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกครั้งต่อไป

ปัจจุบันธุรกิจคาร์แคร์มีการให้บริการหลากหลายรูปแบบ และมีผู้รับบริการอยู่เป็นจำนวนมากโดยสามารถแบ่งได้ดังนี้

- 1) ศูนย์บริการคาร์แคร์ในห้างสรรพสินค้า หมายถึง ศูนย์บริการคาร์แคร์ที่ดูแลรักษารถยนต์ที่เปิดบริการภายในศูนย์การค้า เช่น PROCLEAN เป็นต้น
- 2) ศูนย์บริการคาร์แคร์ในสถานบริการน้ำมัน หมายถึง ศูนย์บริการคาร์แคร์ที่ดูแลรักษารถยนต์ที่เปิดให้บริการภายในสถานีบริการน้ำมัน เช่น Green Wash เป็นต้น
- 3) ศูนย์บริการคาร์แคร์ในรูปแบบแฟรนไชส์ หมายถึง ศูนย์บริการคาร์แคร์ที่ดูแลรักษารถยนต์ที่เปิดให้บริการโดยมีระบบธุรกิจที่ผู้ลงทุน (Franchisee) ได้รับสิทธิในการดำเนินธุรกิจภายใต้เครื่องหมายการค้า (Trademark) หรือตราสินค้า (Brand Name) มีการตกแต่งสถานที่ร้านค้าสินค้าและบริการที่กำหนดโดยเจ้าของลิขสิทธิ์ (Franchisors) เช่น Air Klean เป็นต้น
- 4) ศูนย์บริการคาร์แคร์อิสระ หมายถึง ศูนย์บริการคาร์แคร์ที่ดูแลรักษารถยนต์ที่เปิดให้บริการอิสระ ในทำเลต่างๆ โดยอาจจะไม่มีหรือไม่มีชื่อสถานที่ประกอบการหรือตราสินค้าก็ได้ทั้งในรูปแบบบริการอาจมีลักษณะที่แตกต่างไปเช่น ใจดีคาร์แคร์ บางบ่อ เป็นต้น

ด้านเหตุผลนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือก ใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในอำเภอบางบ่อ เพื่อที่ผู้ประกอบการธุรกิจจะนำไปใช้ในการปรับปรุงวางแผนกลยุทธ์ การตลาดในอนาคตสอดคล้องเหมาะสม ตลอดจนเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจสามารถนำผลวิจัยที่ได้ ไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าครั้งต่อไป

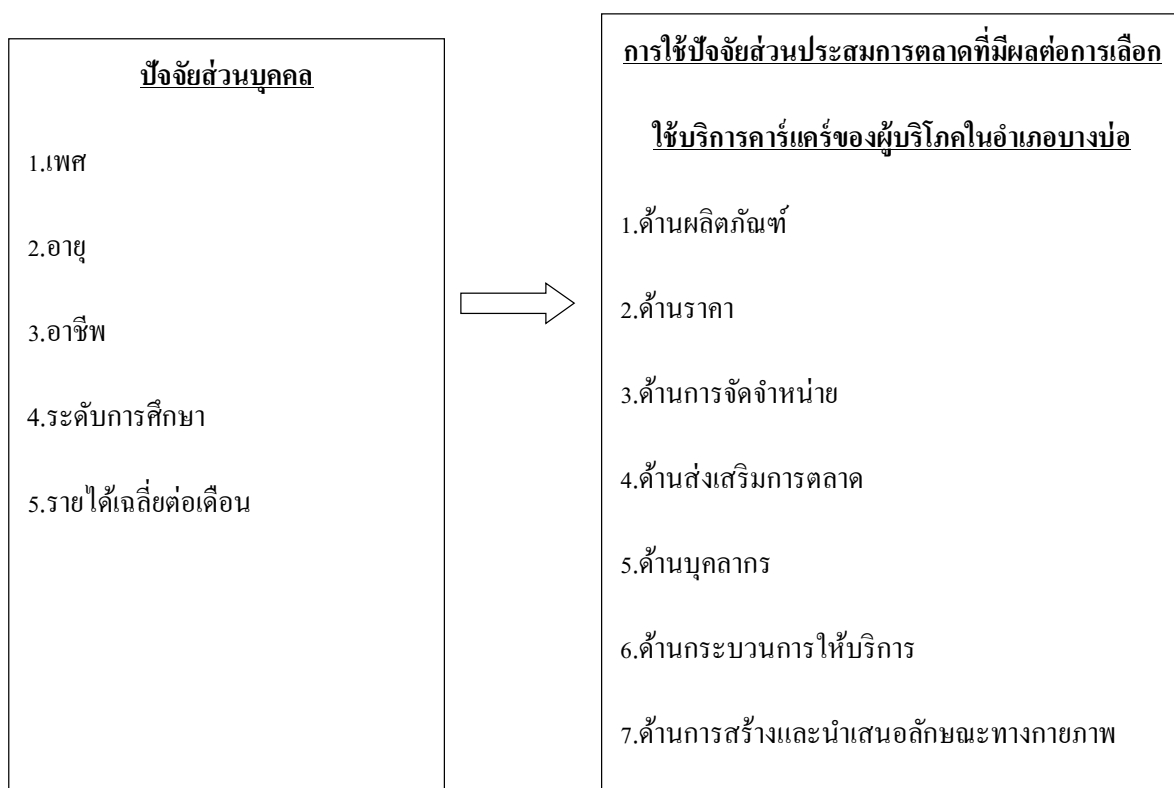
วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในอำเภอบางบ่อ
2. เพื่อเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในอำเภอบางบ่อกับปัจจัยส่วนบุคคล

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



แผนภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่องการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือก

ใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในอำเภอบางบ่อ

จากกรอบแนวคิดตัวแปรในการวิจัยมี ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน
ตัวแปรตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ 1.ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ 2.ด้านราคา 3.ด้านช่องทางการให้บริการ 4.ด้านการส่งเสริมการตลาด 5.ด้านบุคลากร 6.ด้านกระบวนการในการให้บริการ 7.ด้านลักษณะทางกายภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มประชากรของการศึกษาคั้งนี้คือ ผู้ที่ใช้บริการคาร์แคร์ในอำเภอบางบ่อ จ.สมุทรปราการ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ในการศึกษาคั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยกำหนดขนาดตัวอย่างที่ความเชื่อมั่น 95% และให้มีความผิดพลาดได้ไม่เกิน 5% เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) , ค่าเฉลี่ย (Average), ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation), สถิติค่า (t-test) และ (F-test) (One way ANOVA) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ มีผลการทดสอบสมมติฐานซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา และด้านช่องทางการให้บริการ และอันดับสุดท้ายคือด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ด้าน

ผลิตภัณฑ์และบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วลัยกร เขียวคำ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ ของผู้ใช้รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มากที่สุดคือการบริการมีความหลากหลาย รองลงมาคือ เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ ทาความสะอาดมีมาตรฐาน การบริการมีคุณภาพ และบริการด้วยระยะเวลาที่เหมาะสม และสอดคล้องกับทฤษฎี Armstrong and Kotler (2009, p. 616) ได้กล่าวไว้ว่า สิ่งที่บริษัทนำเสนอออกขายเพื่อก่อให้เกิดความสนใจ โดยการบริโภคหรือการใช้บริการนั้นสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจนั้นอาจจะมาจากสิ่งที่สัมผัสได้หรือสัมผัสไม่ได้ เช่น รูปแบบบรรจุภัณฑ์ กลิ่น สี ราคา ตราสินค้า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความมีชื่อเสียงของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย นอกจากนี้ตัวผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอขายนั้น สามารถเป็นได้ทั้งในรูปแบบของการมีตัวตนหรือการไม่มีตัวตนก็ได้ เพียงแต่ว่าผลิตภัณฑ์นั้นๆ จำเป็นต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) และมีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าซึ่งเป็นผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เหล่านั้น

ด้านราคา ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของในอำเภอบางป่อ จังหวัดสมุทรปราการ ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วลัยกร เขียวคำ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ ของผู้ใช้รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มากที่สุดคือ ราคาเหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ รองลงมาคือ มีหลายระดับราคาให้เลือกตามแพ็คเกจที่ต้องการ การตั้งราคาค่าบริการใกล้เคียงกับร้านค้าคาร์แคร์อื่น และมีการตั้งราคาชัดเจน มีรายละเอียดแจ้งประเภทราคาชัดเจนและสอดคล้องกับทฤษฎี Armstrong & Kotler (2009, pp. 616-617) ได้กล่าวไว้ว่า จำนวนเงินตราที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการของกิจการ หรืออาจเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้ เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือบริการนั้นๆ อย่างคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป นอกจากนี้ ยังอาจหมายถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ซึ่งลูกค้าใช้ในการเปรียบเทียบระหว่างราคา (Price) ที่ต้องจ่ายเงินออกไป กับคุณค่า (Value) ที่ลูกค้าจะได้รับกลับมาจากผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งหากว่าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าก็จะทำการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision) ทั้งนี้กิจการควรจะคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ในขณะที่การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา

ด้านช่องทางการให้บริการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ด้านช่องทางการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวลัยกร เขียวคำ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ ของผู้ใช้รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มากที่สุดคือ ระยะเวลาการ เปิดและปิดบริการ มีความ ร่องลงมาคือ มีความสะดวกใน การเดินทางเข้าใช้บริการ และตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และสอดคล้องกับแนวคิดของ THbusinessinfo (2558) ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการรวมถึงวิธีการที่จะนำสินค้าและบริการนั้นๆ ไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ทันต่อความต้องการ ซึ่งมีหลักเกณฑ์ที่ต้องพิจารณาว่า กลุ่มเป้าหมายคือใคร และควรกระจายสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคผ่านทางใดจึงจะเหมาะสมมากที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วลัยกร เขียวคำ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ ของผู้ใช้รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มากที่สุดคือ มีเล่มคู่มือจำหน่าย เพื่อใช้บริการในราคาพิเศษ ร่องลงมาคือ สามารถชำระค่าบริการผ่านบัตรเครดิตได้เมื่อชำระเงิน 500 บาทขึ้นไป โดยไม่มีค่าบริการ มีการแจกลูกค้าสมนาคุณเมื่อเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง และมีการจัดโปรโมชั่นช่วงวันเทศกาลต่างๆและสอดคล้องกับทฤษฎี Etzel, Walker, & Stanton(2007, p. 677)ได้กล่าวไว้ว่า เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด เพื่อสร้างความจูงใจ (Motivation) ความคิด (Thinking) ความรู้สึก (Feeling) ความต้องการ (Need) และความพึงพอใจ (Satisfaction) ในสินค้าและ/หรือบริการ โดยสิ่งนี้จะใช้ในการจูงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในตัวผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่า การส่งเสริมการตลาดนั้นจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก (Feeling) ความเชื่อ (Belief) และพฤติกรรม (Behavior) การซื้อสินค้าและบริการ

ด้านบุคลากร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **วลัยกร เขียวคำ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ ของผู้ใช้รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านมากที่สุดคือพนักงานมีความรู้เรื่องงานบริการ รองลงมาคือ พนักงานกระตือรือร้นในการบริการ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย และพนักงานพูดด้วยวาจาสุภาพ และสอดคล้องกับแนวคิดของ MarGrath (1986) เป็นผู้ที่มีความสัมพันธ์เพื่อให้บริการผู้บริโภคโดยตรง ธุรกิจจึงจำเป็นที่จะต้องมีการสนับสนุนส่งเสริมบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในสายงานโดยอาจมีการฝึกอบรมพัฒนา สอนงาน เป็นต้น บุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ ทั้งนี้เพราะความมนุษยสัมพันธ์ที่ดียิ้มแย้มแจ่มใสและพูดจาดี ความรู้ในการให้คำแนะนำกับผู้บริโภค การแต่งกายที่เหมาะสมและความสุภาพ ความสนใจและความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ด้านกระบวนการในการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **วลัยกร เขียวคำ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ ของผู้ใช้รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มากที่สุดคือ มีความรวดเร็วในการบริการ รองลงมาคือ มีการออกไปเสร็จถูกต้อง รวดเร็ว มีระบบการทำงานที่มีมาตรฐาน และมีการประกาศแจ้งทะเบียนรถเมื่อรถบริการเสร็จเรียบร้อย ปัจจัยด้านประสิทธิผลและคุณภาพของการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มากที่สุดคือ ได้รับบริการครบถ้วนตามความต้องการลูกค้า รองลงมาคือ มีความตรงต่อเวลา ในการนัดหมายเวลาลูกค้า รถที่ได้รับหลังการบริการเป็นที่พึงพอใจ สะอาดและสอดคล้องกับแนวคิดของ กนกพรธน์ สุขฤทธิ (2557, น. 33) ได้กล่าวไว้

เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับ

ผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว โดยในแต่ละกระบวนการสามารถมีได้หลายกิจกรรม ตามแต่รูปแบบและวิธีการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งหากว่ากิจกรรมต่างๆ ภายในกระบวนการมีความเชื่อมโยงและประสานกัน จะทำให้กระบวนการโดยรวมมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้กระบวนการทำงานในด้านของการบริการจำเป็นต้องมีการออกแบบกระบวนการทำงานที่ชัดเจน เพื่อให้พนักงานภายในองค์กรทุกคนเกิดความเข้าใจตรงกัน สามารถปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันได้อย่างถูกต้องและราบรื่น

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **วลัยกร เชี่ยวคำ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้ใช้รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มากที่สุดคือ มีป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจน รองลงมาคือ มีพื้นที่ในการรองรับรถอย่างเหมาะสม ห้องสุขา มีความสะอาดเพียงพอกับจำนวนลูกค้า ทางเข้า – ออกของคาร์แคร์ มีความสะดวก พนักงานใส่เครื่องแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของ ห้องพักรับรองมีความสะอาดเหมาะสม ขนาดและพื้นที่อาคาร และสอดคล้องกับแนวคิดของ สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2546, น. 106)กล่าวไว้ว่า ลักษณะกายภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสจับต้องได้ในขณะที่ยังใช้สินค้าและบริการ อยู่ นอกจากนี้ อาจหมายถึงความถึงสัญลักษณ์ที่ลูกค้าเข้าใจความหมายในการรับข้อมูลจากการทำการสื่อสารทางการตลาดออกไปในสาธารณะ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะรายละเอียดดังนี้

1.ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ธุรกิจคาร์แคร์มีความหลากหลายของสินค้าและบริการธุรกิจคาร์แคร์มีการรับประกันสินค้าและบริการเมื่อเกิดข้อผิดพลาดจากการให้บริการหรือสินค้าชำรุดการให้บริการเสริม เช่น เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง, เติมน้ำมัน, กรองอากาศ

2.ด้านราคา

การตั้งราคาควรตั้งให้เหมาะสมกับคุณภาพที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้า เพราะว่าการตั้งราคาแพงจนเกินไป จะทำให้ลูกค้าไม่พอใจและจะคิดว่าเราให้บริการแพงกว่า เมื่อเทียบกับคู่แข่งที่ตั้งราคาสมเหตุสมผล แต่การตั้งราคาที่ถูกจนเกินไป จะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่มั่นใจในผลิตภัณฑ์ที่เราเลือกใช้ และทำให้เราสูญเสียโอกาสในการหาไร้อีกด้วย

3.ด้านช่องทางการให้บริการ

จากผลการวิจัยทำให้ผู้วิจัยทราบว่า ผู้บริโภคคำนึงถึงช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายในทางลบ นั้นหมายความว่า การที่มีช่องทางการชำระเงินที่นอกเหนือจากการชำระเงินสดหรือชำระโดยบัตรเครดิต อาทิเช่น การโอนชำระเงินผ่านระบบต่างๆ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่สะดวกในการชำระเงินและไม่มั่นใจในการรับบริการ ดังนั้นจึงไม่ควรเพิ่มช่องทางการชำระเงิน แต่ควรสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคว่า ทางร้านนั้นรับชำระเงินจากผู้บริโภคแล้ว

4.ด้านการส่งเสริมการตลาด

ทางผู้ประกอบการคาร์แคร์ ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้นผ่านช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ ให้เป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภค ทำการออกไปโรมรันใหม่ๆ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา ตามช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ เช่น ช่วงเทศกาลสงกรานต์จะมีผู้บริโภคมารับบริการเป็นจำนวนมากเป็นพิเศษ รวมถึงการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ซึ่งทางผู้ประกอบการ ควรมีการทำบัตรสมาชิกให้กับลูกค้าสะสมแต้มการใช้งานของผู้บริโภค เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างผู้บริโภคและร้านค้าคาร์แคร์ครบวงจรและควรมีการลดราคาค่าบริการ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความประทับใจและต้องการใช้บริการมากขึ้น

5.ด้านบุคลากร

ทางคาร์แคร์ครบวงจร ควรให้ความสำคัญในกระบวนการสรรหาและคัดเลือกพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานให้บริการ ซึ่งเป็นบุคลากรที่สำคัญของร้าน เป็นคนที่จะสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า หรืออาจจะเป็นคนที่ทำลายความสัมพันธ์กับลูกค้าลงก็เป็นได้ ดังนั้น ควรจะคัดเลือกพนักงานที่มีประสบการณ์ มีความรู้ ความชำนาญ มีความระมัดระวังขณะให้บริการ เพราะว่ารถยนต์ของลูกค้า มีมูลค่าสูง ถ้ารับพนักงานที่ขาดความระมัดระวังจะนำมาซึ่งความเสียหายต่อผู้ประกอบการได้ พนักงานควรมีความซื่อสัตย์เพื่อความปลอดภัยของทรัพย์สินภายใน

รถผู้บริโภครอเพื่อไม่ให้ทรัพย์สินภายในรถของลูกค้าสูญหาย พนักงานต้องมีความมีความเอาใจใส่และยินดีให้ข้อมูลให้บริการ รวมไปถึงการปรับปรุงการให้บริการอย่างมีมาตรฐาน ควรมีขั้นตอนวิธีการปฏิบัติงาน ที่แน่นอน เพื่อให้การให้บริการในทุกๆ ครั้ง อยู่ในระดับที่ผู้บริโภครู้พอใจในระดับเดียวกันทุกครั้ง ผู้บริโภคเข้ารับการบริการ เป็นการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าได้

6. ด้านกระบวนการให้บริการ

การให้บริการควรคำนึงถึงความสะดวกของสถานที่และห้องน้ำ ควรทำความสะอาดเป็นประจำ เพราะคาร์แคร์เป็นบริการที่ใช้เวลาไม่นาน อาจจะทำให้มีผู้ใช้บริการบ่อย ดังนั้นการควบคุมเรื่องความสะดวกของสถานที่และห้องน้ำจึงเป็นสิ่งสำคัญ และยังรวมไปถึงการให้บริการที่รวดเร็วและเสร็จตามเวลาที่นัดหมายเป็นการสร้างความประทับใจอย่างหนึ่งให้แก่ผู้บริโภค ดังนั้นการให้บริการที่รวดเร็วจะตอบใจเท่ากับสังคมที่เร่งรีบในปัจจุบัน อีกทั้งการที่บริการให้รวดเร็ว เป็นการเพิ่มโอกาสแก่ผู้ประกอบการในการรับลูกค้าได้เพิ่มขึ้นอีกด้วย

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ

ทางผู้ประกอบการควรจัดร้านให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างที่ผู้บริโภครอรับการบริการ อาทิเช่น การบริการเครื่องดื่ม หนังสือพิมพ์ และทีวี โดยต้องทำการตกแต่งห้องพักรับรองของผู้บริโภคให้มีความรู้สึกผ่อนคลาย จนรู้สึกว่าการรอคอยการให้บริการนั้น ไม่นานมาก

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ได้ข้อมูล ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการทำธุรกิจคาร์แคร์ ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ อำเภอบางบ่อ ควรจะสำรวจอำเภอบริเวณใกล้เคียงที่ห่างจากอำเภอบางบ่อออกไปเพื่อจะได้เข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ข้อมูลเกี่ยวกับกรมขนส่งทางบก เข้าถึงข้อมูลได้จาก <https://www.dlt.go.th/> สืบค้นวันที่

ที่27/7/2561

งานวิจัย เข้าถึงข้อมูลได้จาก <http://it.nation.ac.thstudentresearch/> สืบค้นวันที่ 28/7/2561

งานวิจัย เข้าถึงข้อมูลได้จาก <http://tdc.thailis.or.th/tdc/basic.php> สืบค้นวันที่ 28/7/2561

งานวิจัย เข้าถึงข้อมูลได้จาก <http://thbusinessinfo.blogspot.com/2015/02/marketing-mix-14ps.html> สืบค้นวันที่ 28/7/256

วจนะ ภูพานี. 2555. Consumer's decision making. สืบค้นจาก

<http://www.slideshare.net/kingkongzaa/consumers-decision-making-ch-11>.

หนังสือและบทความในหนังสือ

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2548. การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ :

วี.อินเตอร์ พรินท์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลก

ธุรกิจ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ .2552. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร:

บริษัทธรรมสารจำกัด.

สมวงศ์ พงศ์สถาพร . 2546. การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ภาคปฏิบัติ : Practical

IMC. กรุงเทพฯ: นัตรีพับลิค.

Books

Armstrong, G. & Kotler, P. 2009. Marketing, an introduction (9 th ed.). New Jersey:

Pearson Prentice Hall.

Etzel, Michael J.; Walker, Bruce J.; & Stanton, William J. 2007. Marketing. 14th ed.

Boston: McGraw – Hill.

Johnston, E. 2013. 5 Steps to understanding your customer's buying process. Retrieved

from <http://goo.gl/YLFXKX>.

MaGrath, A. J. 1986. When Marketing Services, 4Ps Are Not Enough. Business Horizons, 29, 45-50.

Kotler, P. 1997. Marketing management: analysis, planning implementation and control. (9 th ed). New Jersey: Asimmon &Schuster.

Kotler, Philip and Keller, Kevin. 2006. Marketing Management. Twelfth Edition, Pearson Education.

วิทยานิพนธ์/งานวิจัย

กนกพรรณ สุขฤทธิ. 2557. **ส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการ**

ร้านอาหาร. ภูเก็ต ย่าน Community Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สาระ

นิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต. สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรี

นครินทร์วิโรฒ.

ชิตษุณพงษ์ ศรีประเสริฐ .2558. **ส่วนประสมทางการตลาดบริการในมุมมองของลูกค้าที่มีผล**

ต่อพฤติกรรม การใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี. สาขาวิชา

การตลาด. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ.

ธัญญาศ วุ่นศิริ .2554. **ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและแรงจูงใจที่มีผลต่อ**

พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อชุดอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ใน

อนาคตภายใต้แบรนด์ฮาเปอร์ ของผู้บริโภคในประเทศไทย. หลักสูตรปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.สาขาวิชาการตลาด.มหาวิทยาลัย ศรีนครินทร์วิโรฒ.

ธนาพงศ์ คุณะวีริยะวงศ์ .2554. **ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการคาร์แคร์ใน**

เขตบางแค กรุงเทพมหานคร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย .
มหาวิทยาลัยสยาม.

พุ่มรักษา พนมเวช .2556. **พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภค อำเภอ ทับ**

คล้อ จังหวัดพิจิตร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการ
บัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภัควัฒน์ คงคะคิด .2555. **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการ**

เลือกใช้บริการ ร้านคาร์แคร์แห่งหนึ่งในเขตตำบลหนองปรือ. (การศึกษาเฉพาะ
บุคคลปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ภัทรา มหามงคล. 2554. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทาง**

โทรศัพท์มือถือของ ธนาคารกสิกรไทยจำกัด(มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร. เอกสาร
การศึกษาเฉพาะบุคคลตาม หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ยุทธนา ชุมสงค์ .2551. **การเพิ่มความพึงพอใจต่อการให้บริการแก่ลูกค้าในศูนย์บริการคาร์**

แคร์ของบริษัท บุญประสงค์อโต้แคร์จำกัด สาขาเจริญกรุงกรุงเทพมหานคร .

หลักสูตร ปริญญามหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

รุ่งนภา ออมสินสมบุญณ์ .2556. **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามา**

ใช้บริการซ้ำของร้านคาร์แคร์ของกลุ่มวัยทำงานและวัยนักศึกษา. หลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ .2557. **อิทธิพลความเป็นเลิศของคุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจ**

นการให้บริการและการบอกต่อ ของผู้ให้บริการบางจาก กรีนวอช เดอะพีรี

เมี่ยม(สาขาวิภาวดีรังสิต-หลักสี่) .หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต .

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน .มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วัลย์กร เขียวคำ .2556. **พฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ ของผู้ใช้**

รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

มหาวิทยาลัยเนชั่น.

สุรคุณ คุณสัตยานนท์ .2558. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของ**

ผู้ประกอบการในจังหวัด กรุงเทพมหานคร.ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ.

สมหมาย พันธุ์วงศ์ .2557. **ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการ**

ใช้บริการซ้ำของธุรกิจคาร์แคร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. หลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. คณะวิทยาการจัดการ.มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

สรวุฒิ ชินราช .2554. **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของ**

ผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต.บริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์. มหาวิทยาลัยบูรพา.

การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ปกครองในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียน
โรงเรียนนาฏศิลป์

The Use of Marketing-Mix Factors Influencing the Decision-Making of the Parents
to Send their Children to Study at Dramatic Arts School

กัลยกร ควรรชม¹

Kanyakorn Kuanchom

ปิยะนนท์ พริงน้อย²

Piyanon Phuengnoi

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ปกครองในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์ และเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์กับปัจจัยส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ปกครองที่มีบุตรหลานกำลังศึกษาอยู่โรงเรียนนาฏศิลป์ จำนวน 235 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test, F-test (One way ANOVA) และในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใช้การทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผู้ปกครองใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และอันดับสุดท้ายคือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ปกครองที่มีเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนบุตรต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาด การตัดสินใจ โรงเรียนนาฏศิลป์

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

Abstract

The objectives of this research were to 1) analyze the use of marketing-mix factors influencing the decision-making of the parents to send their children to study at Dramatic Arts School, and 2) compare the use of marketing-mix factors influencing the decision-making of the parents to send their children to study at Dramatic arts School, classifying according to their personal background. This research was a quantitative research using the questionnaire as the research tool. The samples were two hundred and thirty-five parents whose children were studying at Dramatic Arts School. The data received were analyzed by percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test (one-way ANOVA). If the difference with pair-wise comparisons were found, the Least Significant Difference (LSD) was used to determine the difference.

The results showed that the majority of the respondents used the overall marketing-mix factors influencing the decision-making to send their children to study at Dramatic Arts School at the highest level. When considering at each factor, it revealed that the majority of the respondents selected the factor of personnel at the highest mean score. Next on down were the factors of process, product, price, place, channel of distribution, marketing promotion, and physical environment, respectively. The results of the hypothetical testing showed that the respondents who were from different gender, age group, occupation, educational background, average monthly income, and number of the children used no different marketing-mix factors influencing their decision-making to send their children to study at Dramatic Arts School at statistical significant level of 0.05.

Key Words : Marketing-Mix Factors; Decision-Making; Dramatic Arts School

บทนำ

ศิลปวัฒนธรรมนับเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาคนและพัฒนาประเทศ ช่วยส่งเสริมสนับสนุนทุกภาคส่วนให้เกิดความร่วมมือสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศ ซึ่งประเทศไทยมีแนวนโยบายและยุทธศาสตร์มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ประจำปี 2560 – 2564 (สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ <http://www.nesdb.go.th/download/plan12.pdf> : สืบค้นเมื่อวันที่ 19 มกราคม 2560) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาการเรียนรู้ การเจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพยั่งยืน และการเสริมสร้างศิลปวัฒนธรรมของชาติให้มั่นคง ประเทศไทยมีวัฒนธรรมประจำชาติอยู่มากมายหลากหลายแขนงแตกต่างกันออกไปตามแต่ละเชื้อชาติและภูมิศาสตร์ของประเทศ เช่นเดียวกับนาฏศิลป์ไทยซึ่งเป็นหนึ่งในศิลปวัฒนธรรมไทยที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับทั่วโลก เป็นสมบัติทางวัฒนธรรมอันล้ำค่าที่สะท้อนให้เห็นถึงขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมของชาติ จำเป็นต้องฝึกหัดเยาวชนไทยให้มีความรู้ ความสามารถทางด้านนาฏศิลป์ ปลูกฝังค่านิยมอันดี การสืบทอด สืบสาน และสร้างสรรค์กันตั้งแต่เด็ก เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการทำนุบำรุงรักษา และเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมของชาติต่อไป ควรที่จะศึกษาและนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อตนเองและสังคม เสริมสร้างทั้งความรู้และคุณธรรมควบคู่กันไป

ปัจจุบันได้มีโรงเรียนนาฏศิลป์เอกชนเปิดสอนขยายเพิ่มมากขึ้นทั้งในรูปแบบของกิจการส่วนตัวของผู้ประกอบการ และโรงเรียนที่เป็นเฟรนไชส์อยู่ตามหลากหลายพื้นที่ของประเทศ รวมทั้งได้ทำการเปิดสอนเป็นสถาบันและมูลนิธิต่าง ๆ ได้รับการยอมรับจากสังคมและมีบทบาทมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยโรงเรียนนาฏศิลป์เอกชนในประเทศไทยที่ก่อตั้งมาตั้งแต่ยุคแรกยังมีผลงานและชื่อเสียงอยู่มาจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ โรงเรียนนาฏศิลป์ชาวมงคล เปิดสอนครั้งแรกเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2530 (สุภาวดี โพธิเวชกุล, 2550 : 59) และ โรงเรียนพาทย์กุลการดนตรีและนาฏศิลป์ เปิดทำการสอนในปี พ.ศ. 2538 (สุภาวดี โพธิเวชกุล, 2550 : 66) โดยทั้ง 2 โรงเรียนนี้เป็นต้นแบบในการดำเนินธุรกิจต่อผู้ประกอบการโรงเรียนนาฏศิลป์เอกชนอีกหลายแห่ง

กระแสนิยมของผู้ปกครองในปัจจุบันให้ความสนใจและให้ความสำคัญในการส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ของลูกให้พัฒนาความสามารถพิเศษทักษะด้านนาฏศิลป์ไทยอย่างจริงจังมากขึ้น นอกเหนือจากการเรียนในห้องเรียนปกติแล้ว ยังให้เรียนเสริมพิเศษจากโรงเรียนสอนนาฏศิลป์ ที่มี

อยู่ทั่วไป แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญและลงทุนกับการส่งเสริมทักษะด้านนาฏศิลป์ไทยมากขึ้น

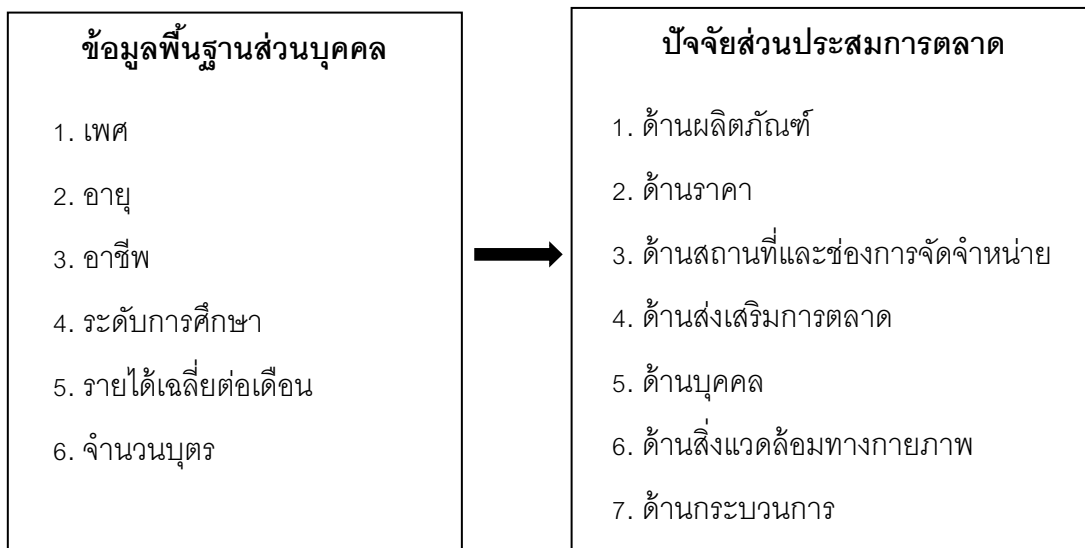
ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ประกอบการในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม ทั้งในด้านราคา บุคคล ความพึงพอใจ การให้บริการ ตลอดจนการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนให้ได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผล กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ เพื่อให้เด็กสนใจการเรียนนาฏศิลป์และเพื่อเพิ่มจำนวนนักเรียนมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีของ Kotler & Keller (2016) และ Armstrong & Kotler (2015) เกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด 7Ps ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ราคา (Price) 3. สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4. ส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5. บุคคล (People) 6. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) 7. กระบวนการ (Process)

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



วัตถุประสงค์การวิจัย

1) เพื่อศึกษาการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ปกครองที่มีผลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์

2) เพื่อเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์ กับปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนบุตรต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ปกครองที่มีบุตรหลานกำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนนาฏศิลป์ 4 โรงเรียน จำนวน 465 คน ได้แก่ 1) โรงเรียนนาฏศิลป์ขาบมงคล 2) โรงเรียนพาทย์กุลการดนตรีและนาฏศิลป์ 3) สถาบันตรีศิลป์การละคร 4) สถาบันเขาวงนาฏศิลป์

จากสูตรการคำนวณของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

$$\begin{aligned} \text{จากสูตร} \quad n &= \frac{N}{1+N(e)^2} \\ \text{เมื่อ} \quad n &= \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง} \\ N &= \text{ขนาดของประชากรที่ใช้ในการวิจัย} \\ e &= \text{ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง คือ 0.05} \end{aligned}$$

เมื่อแทนค่าในสูตร ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{465}{1+465(0.05)^2} \\ &= \frac{465}{2.1625} \\ &= 215.03 \text{ หรือ } 215 \text{ คน} \end{aligned}$$

จากการแทนค่าได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 215 คน ดังนั้น เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการเก็บรวบรวมข้อมูล ความไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 235 คน (Taro Yamane อ้างถึงใน ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ 2557)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยเก็บแบบสอบถามผู้ปกครองที่มีลูกเรียนอยู่โรงเรียนนาฏศิลป์ 4 โรงเรียนดังกล่าวข้างต้น จำนวน 235 ชุด การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบจำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล คือค่า t-test เพื่อทดสอบสมมติฐานสำหรับกลุ่มตัวแปรอิสระ 2 กลุ่ม คือ เพศ ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ตามตัวแปร อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนบุตร ของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย

ผู้ปกครองใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับแรกคือ ด้านบุคคล รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ และอันดับสุดท้ายคือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ ผู้ปกครองในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับการใช้ปัจจัย	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.40	0.487	มากที่สุด	3
ด้านราคา	4.16	0.629	มากที่สุด	4
ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย	4.02	0.572	มาก	5
ด้านส่งเสริมการตลาด	4.00	0.643	มาก	6
ด้านบุคคล	4.72	0.393	มากที่สุด	1
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.80	0.576	มาก	7
ด้านกระบวนการ	4.40	0.557	มากที่สุด	2
รวม	4.21	0.413	มากที่สุด	

ตารางที่ 1 พบว่า ผู้ปกครองใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ปกครองใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์ อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.72) รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.40) และอันดับสุดท้ายคือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.80) อยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนบุตร โดยสรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 พบว่า ผู้ปกครองที่มีเพศต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์ โดยภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 พบว่า ผู้ปกครองที่มีอายุต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์ โดยภาพรวมและด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD ดังนี้

ผู้ปกครองที่มีอายุต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์ ด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ คือ

ผู้ปกครองที่มีอายุ 30-40 ปี ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์ ด้านราคามากกว่าผู้ปกครองที่มีอายุ 41-50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป

สมมติฐานที่ 3 พบว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์ โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 พบว่า ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์ โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 5 พบว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์ โดยภาพรวมและด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD ดังนี้

ผู้ปกครองที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์ ด้านบุคคล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 คู่ คือ

ผู้ปกครองที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์ ด้านบุคคล น้อยกว่าผู้ปกครองที่มีรายได้ 30,001 - 45,00 บาท ผู้ปกครองที่มีรายได้ 45,001 - 60,000 บาท และผู้ปกครองที่มีรายได้ 60,001 บาทขึ้นไป

สมมติฐานที่ 6 พบว่า ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์ โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ปกครองในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ปกครองใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมและรายข้อทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือ โรงเรียนมีกิจกรรมพิเศษเสริมสร้างทักษะและพัฒนาการให้กับเด็กแต่ละคน รองลงมาคือ หลักสูตรของโรงเรียนตรงต่อความต้องการ และอันดับสุดท้ายคือ โรงเรียนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและยอมรับ สะท้อนให้เห็นถึงผู้ปกครองให้ความสนใจในด้านกิจกรรมที่ส่งเสริมพัฒนาการของนักเรียน รวมทั้งหลักสูตรของโรงเรียนและระยะเวลาในการเรียนมีความเหมาะสมตรงต่อความต้องการของผู้ปกครอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสรพล เมฆพัฒน์ (2558) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความ

คิดเห็นว่า หลักสูตรการสอนมีความเหมาะสมตรงกับวัตถุประสงค์ผู้เรียนมากที่สุด และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ คีวีวอร์น เฮอร์ตันและคณะ (2560 ปรับปรุงจาก Kotler & Keller 2016 และ Armstrong & Kotler 2015) ได้กล่าวว่า ผลสัมฤทธิ์ประกอบด้วยทุกส่วนประกอบของการทำงานในการให้บริการที่สามารถสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เน้นถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการเพื่อสร้างการได้เปรียบทางการแข่งขันที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

ด้านราคา ผู้ปกครองใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า อันดับแรกคือ ผู้ปกครองสามารถประมาณค่าใช้จ่ายได้ รองลงมาคือ มีอัตราค่าเรียนเหมาะสมกับระยะเวลาในการเรียน และอันดับสุดท้ายคือ ค่าเรียนสามารถผ่อนชำระได้ ผลการวิจัยเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงผู้ปกครองให้ความสนใจในด้านการประมาณค่าใช้จ่ายในการเรียน อัตราค่าเรียนมีความเหมาะสม มีการแจ้งให้ผู้ปกครองทราบล่วงหน้าทุกครั้งที่มีการปรับค่าเรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวิษฐา รำพึงกิจ (2557) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนดนตรีในโรงเรียนดนตรีเอกชนของคนทำงานในกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ัญญณรี วิณากกร (2557) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนดนตรีเอกชนหลักสูตรวิชาขับร้อง ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการประมาณค่าใช้จ่ายในการเรียนได้ รวมทั้งราคามีความเหมาะสมต่อการเรียนการสอน และสอดคล้องกับแนวคิดของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2556) กล่าวว่า การกำหนดราคาที่เหมาะสมมีความสำคัญอย่างยิ่งในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง ปัจจัยภายในธุรกิจ และภายนอกธุรกิจ

ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ปกครองใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ปกครองให้ความสนใจในด้านสภาพแวดล้อมที่ดี อาคารสถานที่สวยงาม ห้องเรียนสะอาดและมีความปลอดภัย อยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน การคมนาคมสะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา มักเขียว (2558) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนโชติกาญจน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้านการตกแต่งสถานที่สวยงาม สะอาด ห้องเรียนมีอากาศถ่ายเทสะดวก และสอดคล้องกับแนวคิดของ ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ อรุณยา (2557) กล่าวว่า การจัดจำหน่าย (Place) เป็นกระบวนการหรือกิจกรรม เพื่อนำเสนอบริการให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อความสะดวกในการเข้าถึงบริการของลูกค้า โดยคำนึงถึงหลักเกณฑ์ที่สำคัญ 2 ประการ คือ การเลือกทำเลที่ตั้งของกิจการ ต้องคำนึงถึง

ลักษณะของปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าหลัก และการเลือกช่องทางในการนำเสนอ
บริการต้องเลือกช่องทางในการนำเสนอบริการที่มีความเหมาะสมกับบริการมากที่สุด

ด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ปกครองใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด
ในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์ โดยภาพรวมและรายชื่ออยู่ในระดับมาก
พบว่า อันดับแรกคือ โรงเรียนจัดให้นักเรียนและผู้ปกครองมีกิจกรรมร่วมกัน รองลงมาคือ จัด
ประกวดแข่งขันและการแสดงนอกสถานที่ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง มีการ
เผยแพร่ภาพบรรยากาศระหว่างเรียน Website Facebook หรือ Page มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่
เป็นปัจจุบัน และโรงเรียนมอบของขวัญ ของกำนัล ให้นักเรียนตามเทศกาล ตามลำดับ ซึ่งสะท้อน
ให้เห็นถึงผู้ปกครองให้ความสนใจในด้านโรงเรียนมีกิจกรรมให้ผู้ปกครองและนักเรียนทำร่วมกัน
ส่งเสริมกิจกรรมนอกสถานที่ เช่น การประกวด การแข่งขัน มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่
หลากหลายและเป็นปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัญญูวีร์ วิณากกร (2557) ที่ศึกษาเรื่อง
ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนดนตรีเอกชนหลักสูตร
วิชาขับร้อง ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของ
ผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนดนตรีเอกชนโดยภาพรวมและรายชื่ออยู่ในระดับมาก

ด้านบุคคล ผู้ปกครองใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคล โดยภาพรวมและรายชื่อ
ข้อทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้ปกครองให้ความสนใจในด้านครูมีประสบการณ์ เชี่ยวชาญใน
เรื่องที่สอน น่าเชื่อถือ เอาใจใส่ ให้คำแนะนำหรือเทคนิคเพิ่มเติมแก่นักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับ
งานวิจัยของ ปรางทิพย์ มัดโน (2559) ที่ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกเรียนศิลปะของสถาบันอินดี้อาร์ต และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรพล เมฆพัฒน์ (2558)
ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงานในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านผู้สอนมีความใส่ใจในการ
ให้คำแนะนำหรือเทคนิคเพิ่มเติมแก่ผู้เรียน มีความรู้และประสบการณ์เป็นอย่างดี และสอดคล้อง
กับแนวคิดของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2556) กล่าวว่า ด้านพนักงานหรือบุคคล (People) จะ
ประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการ ตั้งแต่เจ้าของ ผู้บริหาร พนักงานในทุกระดับ ซึ่ง
บุคคลทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ ตั้งแต่กระบวนการให้บริการ การแก้ไขปัญหา
การปรับปรุงบริการให้เป็นที่พึงพอใจและสร้างสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจของลูกค้า

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ปกครองใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน
สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า อันดับแรกคือ บรรยากาศของ
โรงเรียนภาพรวมดี รองลงมาคือ อุณหภูมิและอากาศภายในห้องเรียนมีความเหมาะสม และ

อันดับสุดท้ายคือ มีบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายอยู่ในระดับปานกลาง สะท้อนให้เห็นถึงผู้ปกครองให้ความสำคัญในด้านความสะดวกสบาย ความสวยงาม ความปลอดภัย อุณหภูมิและอากาศภายในโรงเรียนและห้องเรียนมีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรางทิพย์ มัตโน (2559) ที่ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนศิลปะของสถาบันอินดี้อาร์ต และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรพล เมฆพัฒน์ (2558) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านห้องเรียนและบริเวณโดยรอบมีความสะดวก และสอดคล้องกับแนวคิดของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2556) กล่าวว่า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ประกอบด้วย อาคาร เครื่องมือและอุปกรณ์ เป็นสิ่งที่ลูกค้าพิจารณาใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ ลูกค้าจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ เช่นเดียวกับแนวคิดของ ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2557) กล่าวว่า หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึงสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการบริการ สถานบริการหรือสถานที่ให้บริการ และสิ่งต่าง ๆ อันอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับบริการ แบ่งได้ดังนี้ (1) ภูมิทัศน์บริการ (2) สิ่งที่ต้องได้ประเภทอื่น

ด้านกระบวนการ ผู้ปกครองใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยภาพรวมและรายละเอียดอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า ผู้ปกครองให้ความสำคัญในด้านการพัฒนาปรับปรุงการเรียนการสอน เอาใจใส่นักเรียน มีการแจ้งตารางเรียนหรืองานแสดงให้ทราบล่วงหน้า จัดกลุ่มนักเรียนได้เหมาะสมตามพื้นฐานของผู้เรียน และแจ้งผลการเรียนให้ผู้ปกครองทราบอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรางทิพย์ มัตโน (2559) ที่ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนศิลปะของสถาบันอินดี้อาร์ต พบว่า ด้านกระบวนการ ผู้ปกครองสามารถสอบถามพูดคุยเกี่ยวกับพัฒนาการของนักเรียนได้

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยที่ใช้ปัจจัยแต่ละด้านและแต่ละข้อมากที่สุด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการดำเนินการแก้ไขปัญหา ปรับปรุง พัฒนา และเพื่อใช้เป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจเดียวกัน รวมถึงผู้ที่สนใจศึกษาอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1.1 ด้านบุคคล ควรจัดบุคลากรครูเข้าอบรมในหลักสูตรนาฏศิลป์เพิ่มเติมจากหน่วยงานที่จัดอบรม เพื่อเพิ่มทักษะและประสบการณ์ด้านการสอนให้ครูมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องที่สอนอย่างแท้จริง สร้างความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจจากผู้ปกครอง

1.2 ด้านกระบวนการ ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาการสอนอย่างต่อเนื่อง มีการวางแผนการเรียนการสอนอย่างเป็นขั้นเป็นตอนเพื่อช่วยพัฒนากระบวนการเรียนรู้หรือการสอนให้มีคุณภาพ ครูผู้สอนต้องมีความกระตือรือร้นในการสอน แนะนำเทคนิค วิธีการต่าง ๆ เพิ่มเติมเพื่อส่งเสริมพัฒนาการและศักยภาพของผู้เรียนให้ดียิ่งขึ้น การดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างทั่วถึงทุกคน มีความเมตตายุติธรรมต่อนักเรียนเท่าเทียมกัน

1.3 ด้านผลิตภัณฑ์ โรงเรียนควรมีกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนให้เหมาะสมกับวัย โดยแบ่งตามระดับชั้น และช่วงอายุ เช่น ระดับชั้นอนุบาล 1-3 ระดับชั้นประถมต้น 1-3 ระดับชั้นประถมปลาย 4-6 เป็นต้น จัดหาเวทีในการแสดงออกที่หลากหลาย จัดชมนิทรรศการและการแสดงเกี่ยวกับงานศิลปวัฒนธรรม จัดอบรมนาฏศิลป์ไทยช่วงปิดเทอม เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และความสามารถด้านนาฏศิลป์มากยิ่งขึ้น

1.4 ด้านราคา ควรกำหนดอัตราค่าเรียนต่อคอร์ส อัตราค่าเรียนเดี่ยวแบบตัวต่อตัว และค่าใช้จ่ายในการแสดงอื่น ๆ ให้ชัดเจนและมีการแจ้งล่วงหน้าทุกครั้งที่มีการปรับเปลี่ยน ราคา ต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับคุณภาพที่ผู้เรียนได้รับ เพื่อให้ผู้ปกครองรู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ด้านสังคมศาสตร์ ด้านจิตวิทยา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์

2.2 ควรศึกษาในเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนโรงเรียนนาฏศิลป์

2.3 ควรนำเอาผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านบุคคล คุณภาพของครูผู้สอน และด้านราคา เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการเรียนการสอนให้เหมาะสมสนองความต้องการในการเรียนนาฏศิลป์ของโรงเรียนนาฏศิลป์

หนังสือและบทความในหนังสือ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2556). *การตลาดบริการ*. ม.ป.ท. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ซีเอ็ด
ยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อัญญา. (2557). *การตลาดบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์*. พิมพ์ครั้งที่ 4.
กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. ฉบับปรับปรุง 2560.
กรุงเทพมหานคร : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

วิทยานิพนธ์ / งานวิจัย

กาญจนา มักเขียว. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตร
หลานเข้าศึกษาในโรงเรียนเซนต์คาถาญัน เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร*. หลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ธัญญ์นรี วิธนากร. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียน
โรงเรียนดนตรีเอกชน หลักสูตรวิชาขบร่องในเขตกรุงเทพมหานคร*. หลักสูตรปริญญาตรี
ย่างคศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศึกษาและพัฒนาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ศิลปากร.

ปรางทิพย์ มัตโน. (2559). *กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนศิลปะของ
สถาบันอินเตอร์อาร์ต*. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

สรพล เมฆพัฒน์. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนภาษาอังกฤษของ
วัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา
พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุภาวดี โปธิเวชกุล. (2550). *การจัดการศึกษาด้านนาฏศิลป์ในยุครัตนโกสินทร์ (รัชกาลที่ 9).*
ศศ.ม. (นาฏศิลป์ไทย). คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

สุวิชญา จำพังกิจ. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าเรียนดนตรีในโรงเรียนดนตรี
เอกชนของคนทำงานในกรุงเทพมหานคร*. หลักสูตรปริญญาตรีศึกษาศาสตร์ มหาบัณฑิต
สาขาวิชาสังคมศึกษาและพัฒนาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12. (19 มกราคม 2560) สืบค้นจาก
<http://www.nesdb.go.th/download/plan12.pdf>.

Book

Amstrong, G. & Kotler , P. (2015). *Marketing : An Introduction*. New Jersey : Pearson Education

Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey : Pearson Education.

Payne, A. (1993). *The Essence of Service Marketing*. 1st ed. London : Prentice Hall International (UK) Ltd.

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค
ในจังหวัดปทุมธานี

The Marketing-Mix Factors Affecting the Decision-Making of the Consumers in
Purchasing Housing Estate in Pathum Thani Province

กัลยารัตน์ นิตธีรวุฒิ Kalyarat Nititiravooti¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดปทุมธานี และเพื่อเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด(7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดปทุมธานีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ประชาชนทั่วไปที่อาศัยและผู้ที่เคยซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม(Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติ เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้ค่า t-test และ F-test (One-way ANOVA) ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใช้การทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีอยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านสถานที่/ทำเลที่ตั้ง และอันดับสุดท้ายคือด้านราคา ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันให้ความสำคัญต่ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนผู้บริโภคที่มีสถานภาพและระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญต่ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาด การตัดสินใจซื้อ บ้านจัดสรร

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ประจำ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) investigate the marketing-mix factors affecting the decision-making of the consumers in purchasing the housing estate in Pathum Thani Province, and 2) compare the use of marketing-mix factors affecting the decision-making of the consumers in purchasing the housing estate in Pathum Thani Province, classifying according to their personal background. The samples of this research were four hundred people who lived in the housing estate and those who used to purchase the housing estate in Pathum Thani Province. The research tool was the questionnaire. The data received were analyzed by descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation), and by inferential statistics, these were t-test, and F-test (One-way ANOVA). If the difference with pair-wise comparisons at 0.05 were found, the Least Significant Difference (LSD) was used to determine the difference.

The results revealed that the majority of the respondents gave the importance of using the overall marketing-mix factors affecting their decision-making in purchasing the housing estate in Pathum Thani Province at high level. When considering at each factor, the factor of product received the highest mean. Next on down were the factors of service process, personnel, marketing promotion, physical characteristics, place/location, and price, respectively. In terms of the results of the hypothetical testing, the respondents who were from different gender, age group, occupation, and average monthly income were different in giving the importance of using the marketing-mix factors affecting the decision-making in purchasing the housing estate in Pathum Thani Province at statistical significant level of 0.05. In addition, the respondents who were from different marital status, and educational background were different in using the marketing-mix factors affecting the decision-making in purchasing the housing estate in Pathum Thani Province at no statistical significant level of 0.05.

Key Words: Marketing-Mix Factors; Decision-Making; Housing Estate

บทนำ

ที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความมั่นคง ความปลอดภัยในชีวิต เป็นเครื่องชี้วัดคุณภาพของชีวิต ฐานะทางสังคม อีกทั้งยังเป็นการออม และเป็นการลงทุนระยะยาวรูปแบบหนึ่ง และรวมถึงเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจอีกด้วย ดังนั้นปัจจัยในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งต้องคำนึงถึงปัจจัยและการพิจารณาหลายด้าน เช่น พิจารณาทำเลที่ตั้ง ตำแหน่งที่ดิน โครงการที่น่าเชื่อถือ ราคา และแบบบ้าน เป็นต้น ดังนั้นการเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์รูปแบบ “โครงการบ้านจัดสรร” จึงเติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งด้านความสะดวกสบาย สภาพแวดล้อม ความปลอดภัยในอนาคต ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อที่อยู่อาศัยมากขึ้น จากสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับแผนการดำเนินธุรกิจอยู่เสมอ เพื่อให้ทันต่อสภาพการแข่งขันในตลาดปัจจุบัน

“จากการสำรวจพบว่ามีโครงการเปิดขายใหม่ในปี 2560 จำนวน 396 โครงการ จำนวน

จังหวัดปทุมธานีถือเป็นย่านที่อยู่อาศัยแบบบ้านเดี่ยวมีเป็นจำนวนมาก โดยที่ราคาบ้านใน

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทางผู้วิจัยเห็นถึงโอกาส ที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดปทุมธานี

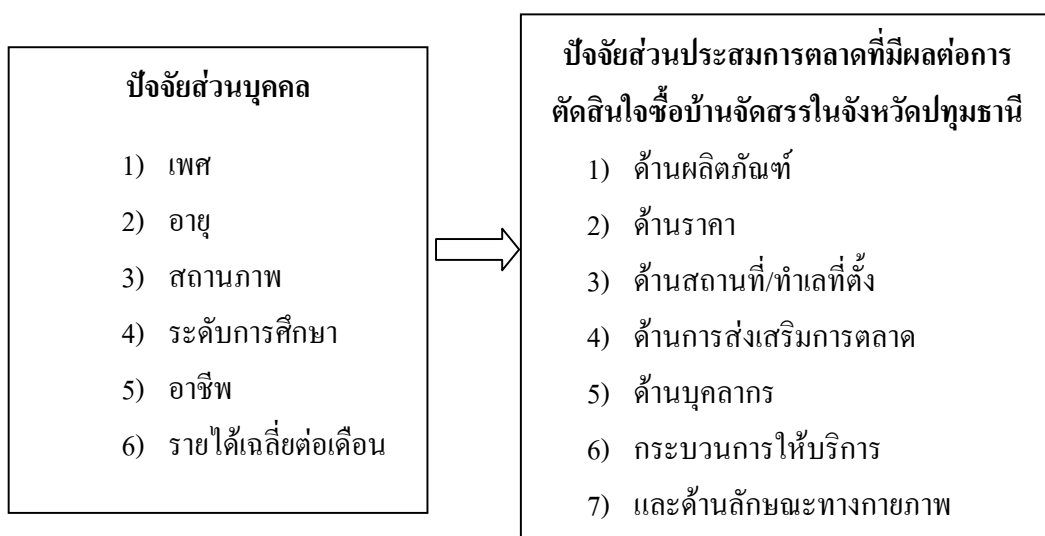
1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาด(7Ps)ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยตามทฤษฎีของ Kotler (2012) โดยประยุกต์ใช้กับทฤษฎี ส่วนประสมการตลาดของอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2552) ได้อธิบายถึงแนวคิดส่วนประสมการตลาดว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย (7P's) ได้แก่ Product, Price, Place, People, Promotion, Process, Physical Evidence โดยผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรที่ใช้ประกอบในการวิจัยดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือประชาชนทั่วไปที่อาศัยและผู้ที่เคยซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่ไม่ทราบค่าแน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยแทน ค่าสูตร Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และมีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยแทน ค่าสูตร Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และมีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (ศิริชัย พงษ์วิชัย.2552) ได้ดังนี้

$$n = \frac{1}{\frac{[4e^2]}{Z^2}}$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

e = ค่าของความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้ (โดยการวิจัยครั้งนี้ กำหนดให้เท่ากับร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95) Z = ค่าที่ได้จากการเปิดตารางสถิติ Z ($Z = 1.96$) ที่ค่าระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{1}{\frac{[4(0.05)^2]}{(1.96)^2}} = 385 \text{ คน}$$

ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณโดยใช้สูตรของ Yamane ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องสุ่มอย่างน้อย 385 คน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นได้จากความไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Average), ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation), สถิติค่า (t-test) และ F-test (One way ANOVA) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัย

ผู้บริหารให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคใน จังหวัดปทุมธานีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีอยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านกระบวนการให้บริการด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านสถานที่ทำเลที่ตั้ง และอันดับสุดท้ายคือด้าน

ราคา ตามลำดับ โดยสรุปเป็นรายด้านได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ตกแต่งบ้านมีคุณภาพได้มาตรฐาน ระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ไฟฟ้าประปา ระบบการจัดเก็บขยะ ระบบการระบายน้ำ เป็นต้น มีอยู่อย่างเหมาะสม รูปแบบบ้านมีการออกแบบเอื้อแก่การประหยัดพลังงานและสามารถต่อเติมได้ในอนาคต ขนาดพื้นที่บ้านจัดสรรมีความเหมาะสมเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า อันดับสุดท้ายคือแบบบ้านมีความทันสมัย โดดเด่น สวยงาม และมีการออกแบบทั้งภายในและภายนอกที่เหมาะสม ตามลำดับ

ด้านราคา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคใน จังหวัดปทุมธานีด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของบ้าน ค่าใช้จ่ายส่วนกลางมีความเหมาะสมและราคาสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆ ได้ เงื่อนไขการชำระเงินมีความเหมาะสม (การวางเงินจอง การวางเงินดาวน์) ราคาก่อนพร้อมที่ดินมีราคาที่เหมาะสม และมีราคาบ้านหลากหลายให้เลือกซื้อ ตามลำดับ

ด้านสถานที่/ทำเลที่ตั้ง พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคใน จังหวัดปทุมธานี ด้านสถานที่/ทำเลที่ตั้ง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ สถานที่มีความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ไฟป่า ทำเลที่ตั้งโครงการใกล้เคียงระบบมวลชนขนส่ง เช่น รถไฟฟ้า รถใต้ดิน รถตู้ รถประจำทาง เรือ เป็นต้น มีพื้นที่สีเขียวในโครงการในปริมาณที่เหมาะสมและภายในโครงการหรือบริเวณใกล้เคียง มีร้านสะดวกซื้อหรือตลาด ห้างสรรพสินค้า โรงเรียนหรือสถาบัน เป็นต้น และทำเลที่ตั้งโครงการมีความเหมาะสมกับการเดินทางโดยพาหนะส่วนตัว หรือ พาหนะสาธารณะ ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคใน จังหวัดปทุมธานี ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ มีโปรโมชั่นให้กับลูกค้า เช่น แคมเปญไฟฟ้า ไม่คิดค่าใช้จ่ายในการโอน หรือ แคมเปญกันแดด มีส่วนลดพิเศษ การรับประกันบ้าน มีบ้านตัวอย่างหรือแฟ้มสะสมผลงานให้ลูกค้าพิจารณาก่อนตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน มีสโมสรของโครงการสำหรับออกกำลังกาย เช่น สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส สนามเด็กเล่น เป็นต้นและมีการบริการจัดหาธนาคารหรือสถาบันการเงินให้กับลูกค้า

และมีการโฆษณาทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ โทรทัศน์ วิทยุ โบว์ชัวร์หรือแผ่นพับต่างๆ ตามลำดับ

ด้านบุคลากร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีด้านบุคลากรโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการและอำนวยความสะดวกให้คำปรึกษาและช่วยแก้ปัญหาได้เป็นอย่างดี มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อความต้องการ มีการฝึกอบรมเพิ่มความรู้ความสามารถให้กับบุคลากรของโครงการ พนักงานมีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ มีความพร้อมในการให้บริการ และมีพนักงานคอยให้คำแนะนำ สุภาพเรียบร้อย ให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วและปลอดภัย ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีด้านกระบวนการให้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคือ มีการรับประกันผลงานและการรับประกันบ้านให้ลูกค้า มีการให้บริการก่อนและหลังการขายที่ดี มีวิศวกร สถาปนิก หรือ ภัณฑนาการ คอย บริการให้คำแนะนำ ความรู้เทคนิคที่ดีแก่ลูกค้า พนักงานช่วยให้การต้อนรับ และให้บริการด้วยความยินดี มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อลูกค้า และมีระยะเวลาในขั้นตอนการทำงานเพื่อให้เกิดความรวดเร็ว และน่าเชื่อถือ ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคือ คุณภาพของงานก่อสร้าง โครงการสร้างเสร็จตามกำหนดเวลา มีการพัฒนาโครงการและพนักงานอย่างต่อเนื่อง โครงการบ้านจัดสรรที่เลือกซื้อมีความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงดีกว่า โครงการบ้านจัดสรรแห่งอื่น และมีการดำเนินโครงการเพื่อตอบแทนสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ด้านราคาและภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเพศชายให้ความสำคัญมากกว่าเพศหญิง

สมมติฐานที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญต่อบัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3 พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพต่างกันให้ความสำคัญต่อบัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดปทุมธานี ด้านบุคลิกภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนภาพรวมและด้านอื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญต่อบัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 5 พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันให้ความสำคัญต่อบัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดปทุมธานี ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพและภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 6 พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันให้ความสำคัญต่อบัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดปทุมธานี ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่/ทำเลที่ตั้ง และภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคใน จังหวัดปทุมธานี ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้
ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ทั้งหมด 7 ด้าน โดยภาพรวม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	\bar{X}	SD.	ระดับความสำคัญ	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.14	0.587	มาก	1
ด้านราคา	4.02	0.623	มาก	6
ด้านสถานที่/ทำเลที่ตั้ง	4.04	0.608	มาก	5
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.06	0.565	มาก	4
ด้านบุคลากร	4.09	0.565	มาก	3
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.13	0.612	มาก	2
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.06	0.593	มาก	4
รวม	4.08	0.477	มาก	

ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคใน จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีอยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านกระบวนการให้บริการด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านสถานที่/ทำเลที่ตั้ง และอันดับสุดท้ายคือด้านราคา ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพคุณ เติงประสิทธิ์ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในอำเภอละงู จังหวัดสตูล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในอำเภอละงู จังหวัดสตูล ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัฐพีเดช มาเจริญ (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดของ อุดุลย์ จาตุรงค์กุล (2552) ได้อธิบายแนวความคิดของ Kotler, Philip แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ(Service Marketing Mix-7Ps) กล่าวถึง ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าเสนอแก่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและต้องการสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้นการสร้างบริการเพื่อให้บริการที่ทรงคุณค่าบริษัทต้องปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าเฉพาะรายและต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้นด้วย ดังนั้น วัตถุประสงค์ที่ผู้ประกอบการ

เลือกใช้ในการก่อสร้าง ควรมีการตรวจสอบด้านคุณภาพ ความแข็งแรงคงทนมีอิทธิพลและมีผลในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะโครงการบ้านจัดสรรในตลาดแข่งขันมีราคาค่อนข้างสูง จึงทำให้วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการก่อสร้างสูงตามไปด้วย และต้องมีคุณภาพดีเหมาะสมกับราคาที่ตั้งไว้

ด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ณัฐบุคลิภ ปิ่นทอง (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยคอนโดมิเนียมของผู้อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า บัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครด้านราคาอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุตินัน ศรีศรีชัย (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อคอนโดมิเนียมของโครงการลุมพินี (LPN) ด้านราคาอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิชา ทิพย์ไกรสร (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง บัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อบ้านของการเคหะแห่งชาติในเขตพญา วรรณศึกษา ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า บัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อบ้านของการเคหะแห่งชาติในเขตพญา ด้านราคาอยู่ในระดับมากเช่นกัน และสอดคล้องกับแนวคิดของ อุดุลย์ จาตุรงค์กุล (2552) ได้อธิบายแนวความคิดของ Kotler, Philip แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ(Service Marketing Mix-7Ps) กล่าวถึง ราคา (Price) คือ ต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการ แต่เนื่องด้วยราคาของบ้านจัดสรรมีราคาสูง เมื่อเทียบกับสินค้าและบริการอื่นๆ ดังนั้น ทำให้ลูกค้าจำเป็นต้องพิจารณาอย่างรอบคอบถึงจำนวนเงินที่ต้องจ่าย เพื่อให้ได้คุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้าได้รับรู้จากผลประโยชน์จากการใช้สินค้าและบริการว่าคุ้มกับจำนวนเงินที่จ่ายไปหรือไม่ ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของสินค้าและบริการกับราคาของ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาก็ทำให้ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกซื้อได้

ด้านสถานที่/ทำเลที่ตั้ง พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิธนา ศรีเจริญ (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในเขตจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการ

ตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในเขตจังหวัดนนทบุรี ด้านปัจจัยทำเลที่ตั้งอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐกฤตา อรรถมานะ (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตคันทันนาเยาว กรุงเทพมหานคร ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมด้านทำเลที่ตั้งอยู่ในระดับมากเช่นกัน และสอดคล้องกับแนวคิดของ วิทวัส รุ่งเรืองผล (2552, น. 95-96) และ Kotler และ Armstrong (2016, PP. 78-79) กล่าวว่าส่วนประสมการตลาด (marketing mix หรือ 4P's) กล่าวถึง กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย หรือทำเลที่ตั้ง(Place) ต้องนึกถึงการดำเนินการเพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถไปสู่ผู้บริโภคได้สะดวกสบาย โดยมีเงื่อนไขด้านเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม และต้องมีความสอดคล้องกับการบริหารด้านผลิตภัณฑ์และราคาที่ได้กำหนดขึ้นด้วย เนื่องจากมีผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพและราคาของผลิตภัณฑ์ด้วย ซึ่งบ้านจัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการหาข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อ โดยคำนึงถึงขนาดที่ดินโครงการ พื้นที่ใช้สอย รูปแบบบ้านทันสมัย การคมนาคมขนส่ง ระบบโลจิสติกส์ และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อบ้าน และราคาบ้านของลูกค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงทิพย์ เปาแข็ง (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดของที่อยู่อาศัย ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวิมล จันทร์สุกรี (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านเดี่ยวในเขตปริมณฑลที่ศึกษามีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวด้านการสื่อสารการตลาดอยู่ในระดับมากสอดคล้องกับแนวคิดของ วิทวัส รุ่งเรืองผล (2552, น. 95-96) และ Kotler และ Armstrong (2016, PP. 78-79) กล่าวว่าส่วนประสมการตลาด (marketing mix หรือ 4P's) กล่าวถึง กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เนื่องจากเป็นโครงการบ้านจัดสรรที่มีในตลาดอสังหาริมทรัพย์มีการแข่งขันค่อนข้างสูง และมีคู่แข่งเข้ามาในตลาดเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่สูงขึ้น เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณประโยชน์และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ระดับราคา และช่องทางการ

จำหน่ายต่าง ๆ และการกระตุ้นความต้องการของลูกค้าแล้ว รวมถึงการส่งเสริมการตลาดด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะช่วยทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดและเพื่อให้เกิดการตัดสินใจการซื้อสินค้าตามมา

ด้านบุคลากร พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพศาศ์ ภูริลดาพันธ์ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก และสมชาย วันดี (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรโครงการขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรจากโครงการขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุดลย์ จาตุรงค์กุล (2552) ได้อธิบายแนวความคิดของ Kotler, Philip แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ(Service Marketing Mix-7Ps) กล่าวถึง บุคคล (People) หรือพนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้าได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการลูกค้า และลูกค้าอื่นในระบบการตลาดบริการ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญกับบุคลากร มีการฝึกอบรมเพิ่มความรู้ความสามารถให้กับบุคลากรของโครงการให้มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และอำนวยความสะดวกให้คำปรึกษาและช่วยแก้ปัญหาได้เป็นอย่างดี เป็นอีกปัจจัยหนึ่งเพื่อกระตุ้นความต้องการของลูกค้า

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัฐพีเดช มาเจริญ (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก และสมชาย วันดี (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรโครงการขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรจากโครงการขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุดลย์ จาตุรงค์กุล (2552) ได้อธิบายแนวความคิดของ Kotler, Philip แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ(Service Marketing Mix-

7Ps) กล่าวถึง กระบวนการให้บริการ(Process) คือ ระเบียบวิธี (Mechanisms) และการเคลื่อนย้าย (Flow) ของกิจกรรม ซึ่งเกิดขึ้นทั้งในระบบการนำเสนอและการปฏิบัติงานบริการ ผู้ประกอบการจึงมีการจัดทำระบบและกระบวนการให้บริการ เพื่อให้การทำงานของกระบวนการเป็นไปโดยราบรื่น สามารถตอบสนองความต้องการคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวังได้ มีระยะเวลาในขั้นตอนการทำงานเพื่อให้เกิดความรวดเร็วและน่าเชื่อถือ มีการให้บริการก่อนและหลังการขายที่ดี และมีการรับประกันผลงาน และการรับประกันบ้านให้ลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย วันดี (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรโครงการขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรจากโครงการขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุดลย์ จาตุรงค์กุล (2552) ได้อธิบายแนวความคิดของ Kotler, Philip แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix-7Ps) กล่าวถึง สิ่งที่น่าเสนอทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence) เนื่องจากการบริการเป็นข้อเสนอที่เป็นนามธรรมไม่สามารถจับต้องได้ จะต้องทำให้ข้อเสนอของการบริการเป็นรูปธรรมให้ลูกค้าเห็นได้ชัดเจนสิ่งนำเสนอทางกายภาพนี้เป็นสภาพแวดล้อมทั้งหมดในการนำเสนอบริการ ซึ่งโครงการบ้านจัดสรรที่เลือกซื้อมีความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงดีกว่า โครงการบ้านจัดสรรแห่งอื่น คุณภาพของงานก่อสร้าง โครงการสร้างเสร็จตามกำหนดเวลา มีการพัฒนาโครงการและพนักงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการดำเนินโครงการเพื่อตอบแทนสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้างชื่อเสียงให้กับโครงการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการดำเนินการแก้ไขปัญหา ปรับปรุงและพัฒนาเพื่อเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้า และนำมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด รายละเอียดดังนี้

1. **ด้านผลิตภัณฑ์** ควรมีการออกแบบบ้านมีความทันสมัย โดดเด่น สวยงาม และมีการออกแบบทั้งภายในและภายนอกที่เหมาะสม รูปแบบบ้านมีการออกแบบเอื้อแก่การประหยัดพลังงาน และสามารถต่อเติมได้ในอนาคต ขนาดพื้นที่บ้านจัดสรรมีความเหมาะสมเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้ำ และมีระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ไฟฟ้าประปา ระบบการจัดเก็บขยะ ระบบการระบายน้ำ เป็นต้น มีอยู่อย่างเหมาะสม และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ตกแต่งบ้านมีคุณภาพได้มาตรฐาน

2. **ด้านราคา** ควรมีการบอกราคาบ้านจัดสรรในแต่ละหลังที่ชัดเจนและให้ข้อมูลครบถ้วนให้แก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ราคาของบ้านจัดสรรควรมีความคุ้มค่าเหมาะสมกับขนาด พื้นที่ และอุปกรณ์ตกแต่งห้องชุด ดังนั้น ควรตั้งราคาบ้านพร้อมที่ดินที่เหมาะสมกับคุณภาพของบ้าน ค่าใช้จ่ายส่วนกลางมีความเหมาะสมและราคาสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆ ได้ เงื่อนไขการชำระเงินมีความเหมาะสม (การวางเงินจอง การวางเงินดาวน์) และควรมีราคาบ้านหลากหลายให้เลือกซื้อ

3. **ด้านสถานที่/ทำเลที่ตั้ง** ควรเลือกสถานที่/ทำเลที่ตั้งของบ้านจัดสรรที่มีทางเข้าโครงการมีความปลอดภัย ไม่เสี่ยงอันตราย และควรมียามรักษาความปลอดภัยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง มีความเหมาะสมกับการเดินทางโดยพาหนะส่วนตัว หรือ พาหนะสาธารณะ ใกล้เคียงระบบมวลชนขนส่ง เช่น รถไฟฟ้า รถใต้ดิน รถตู้ รถประจำทาง เรือ เป็นต้น และภายในโครงการหรือบริเวณใกล้เคียง มีร้านสะดวกซื้อหรือตลาด ห้างสรรพสินค้า โรงเรียนหรือสถาบัน เป็นต้น รวมถึงความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ไฟป่า

4. **ด้านการส่งเสริมการตลาด** ควรให้คำปรึกษาและให้การต้อนรับที่ดีแก่ลูกค้ำที่เข้ามาเยี่ยมชมหมู่บ้านจัดสรร นอกจากนี้ควรมีการรับประกันความเสียหายของบ้านจัดสรรหลังส่งมอบให้แก่ลูกค้ำด้วย เพื่อให้ลูกค้ำเกิดความเชื่อมั่นต่อหมู่บ้านจัดสรรและชื่อเสียงของผู้ประกอบการ และควรมีการโฆษณาทางเครื่องข่ายอินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ โทรทัศน์ วิทยุ โบว์ชัวร์ หรือ แผ่นพับต่างๆ จัดโปรโมชั่นให้กับลูกค้ำ เช่น แคมเครื่องไฟฟ้า ไม่คิดค่าใช้จ่ายในการโอน หรือ แคมฟิล์มกันแดด มีส่วนลดพิเศษ การรับประกันบ้านและมีการบริการจัดหาธนาคารหรือสถาบันการเงินให้กับลูกค้ำ รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหมู่บ้าน เช่น มีสโมสรของโครงการสำหรับออกกำลังกาย เช่น สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส สนามเด็กเล่น เป็นต้น และควรมีบ้านตัวอย่างหรือแฟ้มสะสมผลงานให้ลูกค้ำพิจารณา ก่อนตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

5. **ด้านบุคลากร** ควรมีการจัดอบรมมาตรฐานการให้บริการ มีการฝึกอบรมเพิ่มความรู้ความสามารถให้กับบุคลากรของโครงการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ำ โดยพนักงานคอยให้

คำแนะนำ สุภาพเรียบร้อย พนักงานมีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ มีความ มีความกระตือรือร้นมีความพร้อมให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว ปลอดภัย และอำนวยความสะดวกให้ คำปรึกษาและช่วยแก้ปัญหาได้เป็นอย่างดีและมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อความต้องการ

6. ด้านกระบวนการให้บริการ ควรมีระยะเวลาในขั้นตอนการทำงานเพื่อให้เกิดความรวดเร็ว และน่าเชื่อถือ มีการให้บริการก่อนและหลังการขายที่ดี มีการรับประกันผลงานและการรับประกันบ้าน ให้ลูกค้า รวมถึงมีวิศวกร สถาปนิก หรือ มัณฑนากร คอย บริการให้คำแนะนำ ความรู้เทคนิคที่ดีแก่ ลูกค้า และพนักงานขายให้การต้อนรับ และให้บริการด้วยความยินดี มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อลูกค้า

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรมีการดำเนินโครงการเพื่อตอบแทนสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ผู้ประกอบการทำให้โครงการบ้านจัดสรรที่เลือกซื้อ มีความ น่าเชื่อถือ ชื่อเสียงดีกว่าโครงการบ้านจัดสรรแห่งอื่น มีการพัฒนาโครงการและพนักงานอย่างต่อเนื่อง มีคุณภาพของงานก่อสร้าง และโครงการสร้างเสร็จตามกำหนดเวลา

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยบ้านจัดสรรในจังหวัดปทุมธานี เช่น ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ปัจจัยด้านค่านิยม ภาพลักษณ์สินค้า เป็นต้น
2. ควรศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยอยู่ในหมู่บ้านจัดสรรใน จังหวัดปทุมธานี เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดในการบริหารหมู่บ้าน จัดสรรได้อย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองตรงความต้องการของผู้บริโภค
3. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในระดับกลุ่มประเทศ อาเซียน เพื่อให้สามารถทราบถึงความต้องการซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในประเทศนั้น ๆ และนำมา เป็นประโยชน์ในการขยายตลาดต่างประเทศได้

บรรณานุกรม

หนังสือ

รัฐวัชร พัฒนจิระรุจน์.2557.ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค(The Theory of Consumer Behavior).เข้าถึงได้จาก:

วิฑูรย์ รุ่งเรืองผล. 2552. ตำราหลักการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : มาร์เก็ตติ้งมูฟ.

ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2552.การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์เน้นสำหรับงานวิจัย.สำนักพิมพ์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.2552. การบริหารการตลาดยุคใหม่ พิมพ์ครั้งที่ 5.กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.2552.พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท วิไลท์พัฒนา จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์และศุภร เสรีรัตน์. 2552.การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: พัฒนา

เสรี วงษ์มณฑา.2552.กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด.กรุงเทพฯ :ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล.2552.การบริหารการตลาด ฉบับมาตรฐาน. กรุงเทพฯ :โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ข้อมูลตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปี 2561 เข้าถึงข้อมูลได้จาก

: www.posttoday.com/property/news ข้อมูล ณ มิถุนายน 2561,ม.ป.ป : ออนไลน์

REIC ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ เข้าถึงข้อมูลได้จาก

: _____

Book

Philip Kotler & Gary Armstrong.2016. Principles of Marketing (16th ; global ed).Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall.

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค
โรงพยาบาลตาพระยา อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว

Factors Relating to Behaviors of the use of Tuberculosis Drugs in Patients at Tapraya
Hospital, Tapraya District, Sakaeo Province.

กัลชนา โอมา¹

Miss kansana Oma

สุพัฒน์ ธีรเวชเจริญชัย, อลิสา นิติตรรม²

Supat Teravecharoenchai, Alisa Nititham

บทคัดย่อ

การศึกษาเชิงสำรวจ เรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค โรงพยาบาลตาพระยา อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว ประชากรจำนวน 79 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าไคสแควร์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านชีวสังคม ได้แก่ วุฒิการศึกษาและรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยนำด้านความรู้เกี่ยวกับวัณโรค เจตคติต่อการรักษาและการใช้ยารักษาวัณโรค การรับรู้ การปฏิบัติตน และการใช้ยารักษาวัณโรค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยเชื้อได้แก่ นโยบาย โครงการควบคุมป้องกันวัณโรคและระบบบริการสุขภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยเสริมได้แก่ การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัณโรคและแรงสนับสนุนทางสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : พฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค

¹ นักศึกษาหลักสูตรสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ที่ปรึกษา

ABSTRACT

This research was survey research aims to study about Factors Relating to Behaviors of the use of Tuberculosis Drugs in Patients at Tapraya Hospital, Tapraya District, Sakaeo Province. Sample size was 79 tuberculosis patients in Tapraya Hospital and data were collected by using the questionnaire developed by the researcher. Data were analyzed by using program. Analytical statistics were frequency, percentage, mean, standard deviation, chi-square, Pearson's correlation coefficient.

The research result showed biosocial factors were education level and monthly income that related to behaviors of the use of Tuberculosis drugs significantly at the .05 level. Predisposing factors were knowledge about Tuberculosis disease, attitude toward the use and treatment of Tuberculosis, Perception, self-practice and Tuberculosis drug use that related to behaviors of the use of Tuberculosis drug significant at the .05 level. Enabling factors were policy and Tuberculosis prevention project, and health services system that related to behaviors of the use of Tuberculosis drugs significantly at the .05 level. Reinforcing factors were getting information about Tuberculosis and social support that related to behaviors of the use of Tuberculosis drugs significantly at the .05 level.

KEYWORD: Behaviors of the use of Tuberculosis Drugs.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันวัณโรคเป็นโรคติดต่อที่สำคัญยังคงเป็นปัญหาและแพร่ระบาดทั่วโลก เป็นสาเหตุการเสียชีวิตปีละกว่า 1.7 ล้านคน ในแต่ละปีทั่วโลกจะมีผู้เสียชีวิตจากวัณโรคประมาณ 2-3 ล้านคน คาดว่าในปี พ.ศ.2563 จะมีผู้ติดเชื้อวัณโรคเพิ่มขึ้นเกือบ 1 พันล้านคน และมีผู้เสียชีวิตประมาณ 70 ล้านคน รวมถึงผู้ติดเชื้อวัณโรคที่อยู่ในระยะแฝง ซึ่งไม่แสดงอาการอยู่มากถึง 1/3 ของประชากรทั่วโลกหรือเทียบเท่ากับ 2,000 ล้านคนทั่วโลก (กำพล สุวรรณพิมลกุล, 2557:1) สาเหตุที่ทำให้วัณโรคกลับมาเป็นปัญหาใหม่ เนื่องจากการแพร่ระบาดของเอชไอวี ผู้ป่วยเบาหวาน ความยากจน การอพยพย้ายถิ่น แรงงานย้ายถิ่น แรงงานข้ามชาติ ผู้ต้องขัง ผู้สูงอายุ รวมถึงปัญหาการดื้อยาจากรายงานของ WHO (World Health Organization: WHO, 2009) (ฝ่ายโรคเรื้อนและมัยโคแบคทีเรียอื่นสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สาธารณสุขกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์, 2560) ทำให้

รักษาด้วยสูตรยาปกติไม่ได้ผล อัตราตายสูงขึ้นและเสียค่ารักษาสูงขึ้น เนื่องจากต้องรักษาด้วยยาสูตรพิเศษซึ่งมีราคาแพงและต้องใช้เวลาจนถึง 18-24 เดือน สาเหตุสำคัญที่ทำให้เชื้อวัณโรคดื้อยาเกิดจากการกินยาไม่ต่อเนื่องจากการประเมินการสูญเสีย ค่ารักษาวัณโรคชนิดดื้อยาหลายขนานในปี พ.ศ.2552 พบว่าสูงถึง 1,200 ล้านบาทหรือประมาณ 42,000 ล้านบาท คาดว่าปัญหาจะรุนแรงขึ้นในอีก 6 ปี หลายประเทศจะต้องเผชิญค่ารักษาผู้ป่วยประเภทนี้เพิ่มขึ้นอีก 9 เท่าตัว คิดเป็นเงิน 11,000 ล้านบาทหรือประมาณ 385,000 ล้านบาท ซึ่งยังไม่ได้รวมถึงการจ่ายเงินของผู้ป่วยเอง (ฝ่ายโรคเรื้อนและมัยโคแบคทีเรียอื่นสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สาธารณสุขกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์,2560)

ในประเทศไทยองค์การอนามัยโลก (ฝ่ายโรคเรื้อนและมัยโคแบคทีเรียอื่นสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สาธารณสุขกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์,2560) ได้จัดอันดับให้ประเทศไทยเป็นประเทศ 1 ใน 22 ประเทศ ที่มีสถานการณ์การติดเชื้อวัณโรคสูง ในประเทศไทยคาดว่ามีผู้ป่วยวัณโรครายเก่าและใหม่รวมกว่า 110,000 รายมีผู้ป่วยรายใหม่เพิ่มปีละประมาณ 86,000 ราย และมีผู้เสียชีวิตประมาณ 9,800 ราย จำนวนผู้ป่วยวัณโรคเพิ่มสูงขึ้นเป็นเพราะการควบคุมการแพร่ระบาดของวัณโรคไม่ถึงเป้าหมายที่สำคัญคือปัญหาผู้ป่วยกินยาไม่ต่อเนื่องจนเกิดวัณโรค สายพันธุ์ดื้อยาอย่างรุนแรงหรือ Extensively drug resistant tuberculosis (XDR-TB) ปัญหาการเพิ่มขึ้นของผู้ป่วยโรคภูมิคุ้มกันบกพร่องและปัญหาแรงงานต่างชาติที่เป็นวัณโรคหรือเป็นพาหะของโรคเข้ามาทำงานทำในเมืองไทยกันมากขึ้น

แม้ว่าประเทศไทยจะควบคุมสถานการณ์ของโรคอยู่ในระดับดีและเป็นที่น่าพอใจ แต่เมื่ออุบัติการณ์ของเอชไอวีเพิ่มมากขึ้นก็ส่งผลกระทบต่อให้วัณโรคเพิ่มขึ้นตามไปด้วย และเมื่อมีการพัฒนา เรื่องงานเอชไอวีและยาต้านไวรัสอย่างครอบคลุมทั่วถึงก็ทำให้วัณโรคลดลง ในการทำงานให้เกิดผลสำเร็จจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานสาธารณสุขต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น NGOs (Non-government Organizations) และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมาร่วมดำเนินการเพื่อลดปัญหาวัณโรค และที่สำคัญคือแรงงานย้ายถิ่น แรงงานข้ามชาติ โดยเฉพาะในยุคที่ประเทศไทยจะก้าวสู่การเป็นประเทศสมาชิก AEC

ด้านสาธารณสุขของจังหวัดสระแก้ว (กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข,2559) ตรวจเสมหะคนไข้ปอดบวมทุกรายที่รักษาโรงพยาบาล พบเชื้อวัณโรคร้อยละ 5 ในขณะที่ผู้ป่วยทั้งจังหวัดปีงบประมาณ 2557 จำนวน 539 ราย ปีงบประมาณ 2558 จำนวน 609 ราย ปีงบประมาณ 2559 มีจำนวนผู้ป่วย 792 ราย ปีงบประมาณ 2560 มีจำนวนผู้ป่วย 419 ราย ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2550 – กันยายน 2551 และพบว่าผู้ป่วยกินยาไม่ครบกำหนด 6 เดือน ทำให้มี

อัตราการรักษาหายขาดร้อยละ 78 จากที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดไว้ร้อยละ 85 (สำนักข่าว เนชั่น,2552) ซึ่งมีทั้งผู้ติดเชื้อเอชไอวี ผู้ป่วยโรคเบาหวาน ผู้ป่วยโรคเรื้อรังอื่นๆ ผู้ที่ป่วยด้วยโรคหลายโรค ผู้ใช้แรงงานที่เคลื่อนย้ายไปมาและผู้ต้องขังในเรือนจำ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ป่วยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างมีการย้ายถิ่นฐาน ไปเรื่อยๆ บางคนมีอาการพิษสุราเรื้อรัง ทำให้ไม่กินยาตามกำหนด

อำเภอตาพระยาติดอันดับอยู่ 1 ใน 3 อำเภอของผู้ป่วยสูงสุดในจังหวัดสระแก้ว ถือว่า สถานการณ์วัณโรคในอำเภอตาพระยายังน่าเป็นห่วง ทั้งนี้มาจากปัญหาวัณโรคจากกลุ่มประชากรข้ามชาติ (ต่างดาว)ปัญหาการติดต่อจากกรกินยาที่ไม่ต่อเนื่องและขาดความรู้เรื่องวัณโรค ซึ่งการระบาดของวัณโรคในโรงพยาบาลตาพระยาจากสถิติย้อนหลัง 3 ปี พบว่ามีจำนวนผู้ป่วยที่ตรวจพบเสมหะบวกในปี 2557 จำนวน 51 คน จากการขึ้นทะเบียนทั้งหมด 84 คน , ปี 2558 จำนวน 44 คน จากการขึ้นทะเบียนทั้งหมด 74 คน และในปี 2559 จำนวน 58 คน จากการขึ้นทะเบียนทั้งหมด 79 คน (งานเวชปฏิบัติครอบครัว โรงพยาบาลตาพระยา,2560) จากสถิติดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการระบาดของวัณโรคมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

จากสถานการณ์ปัญหาดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค โรงพยาบาลตาพระยา อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว เนื่องจากวัณโรคสามารถรักษาหายขาดได้ แต่จะกลับเป็นซ้ำได้ถ้ารับประทานยา ไม่ครบตามที่แพทย์สั่ง เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นแนวทางรักษาโรคเฝ้าระวัง และควบคุมสถานการณ์โรคลดการแพร่ระบาดของวัณโรค มีการติดตามผู้ป่วยอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการกินยาต่อเนื่องครบตามระยะเวลาที่กำหนดเพื่อให้หายจากวัณโรคและเป็นการป้องกันการติดต่อของ เชื้อวัณโรคและพัฒนาระบบการดูแลรักษาผู้ป่วยวัณโรคต่อไป

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ความรู้เกี่ยวกับวัณโรค (สำนักโรคติดต่อทั่วไป กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข,2551)

วัณโรค (Tuberculosis) หรือ MTB หรือ TB (ย่อจาก tubercle bacillus) เป็นโรคติดเชื้อที่พบบ่อย และถึงแก่ชีวิตของผู้ป่วยในหลายกรณี ที่เกิดจากไมโคแบคทีเรียหลายสายพันธุ์ ตามปกติคือ Mycobacterium tuberculosis วัณโรค โดยปกติก่อให้เกิดอาการป่วยที่ปอด แต่ยังสามารถส่งผลกระทบต่อส่วนอื่นของร่างกายได้ วัณโรคแพร่ผ่านอากาศเมื่อผู้ที่มีการติดเชื้อ MTB มีฤทธิ์ไอจาม หรือส่งผ่านน้ำลายผ่านอากาศ การติดเชื้อในมนุษย์ส่วนมากส่งผลให้เกิดไร้อาการโรค การติดเชื้อแฝงและราวหนึ่งในสิบของการติดเชื้อแฝงที่ลุคพัฒนาไปเป็นโรคมัธยัสถ์ ซึ่งหากไม่ได้รับการรักษา ทำให้ผู้ติดเชื้อเสียชีวิตมากกว่า 50% อาการตรงต้นแบบ มีไอเรื้อรังร่วมกับเสมหะมีเลือดปน ไข้ เหงื่อออกกลางคืนและน้ำหนักลด การติดเชื้อในอวัยวะอื่นก่อให้เกิดอาการอีกมากมาย

การวินิจฉัยต้องอาศัยรังสีวิทยา (โดยมากคือ การเอ็กซเรย์เอก) การทดสอบโรคบนผิวหนัง การตรวจเลือด เช่นเดียวกับการตรวจโดยทางกล้องจุลทรรศน์และการเพาะเชื้อจุลชีวะวิทยาต่อของเหลวในร่างกาย การรักษาเน้นยากและต้องอาศัยการปฏิบัติวินัยยาวหลายคอร์ส

แนวคิดเกี่ยวกับเจตคติ (Attitude) (มัลลิกา มัลติโก,2534)

เจตคติมาจากคำในภาษาอังกฤษว่า Attitude พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525:393) ได้ให้ความหมายของเจตคติไว้ว่าเจตคติ หมายถึง แนวความคิดเห็น

ประเภทของเจตคติ การแสดงออกทางเจตคติสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ

1. เจตคติในทางบวก (Positive Attitude) คือความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ดีหรือยอมรับความพอใจ

2. เจตคติในทางลบ (Negative Attitude) คือการแสดงออกหรือความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ไม่พอใจไม่ดีไม่ยอมรับ ไม่เห็นด้วย

3. การไม่แสดงออกทางเจตคติหรือมีเจตคติเฉยๆ (Neutral Attitude) คือมีเจตคติเป็นกลาง อาจจะเป็นเพราะว่าไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ หรือในเรื่องนั้นๆ การแสดงออกของเจตคตินั้นเกิดจากการก่อตัวของเจตคติที่สะสมไว้เป็นความคิดและความรู้สึกจนสามารถแสดงพฤติกรรมต่างๆออกมาตามเจตคติต่อสิ่งนั้น

การเกิดและการเปลี่ยนแปลงทางเจตคติ

เจตคติเกิดจากการมีประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมหากประสบการณ์ที่เราได้รับเพิ่มเติมแตกต่างจากประสบการณ์เดิมเราก็อาจเปลี่ยนแปลงเจตคติได้มี 2 ทาง

1. การเปลี่ยนแปลงในทางเดียวกัน (Congruent Change) หมายถึงเจตคติเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกจะเพิ่มมากขึ้น ในทางบวก แต่ถ้าเจตคติเป็นไปในทางลบก็เพิ่มมากขึ้นในทางลบด้วย

2. การเปลี่ยนแปลงคนละทาง (Incongruent Change) หมายถึงการเปลี่ยนแปลงเจตคติเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกจะลดลงและไปเพิ่มทางลบหลักการของการเปลี่ยนแปลงเจตติรวมทั้งการเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกันหรือการเปลี่ยนแปลงไปคนละทางนั้นมีหลักการว่าเจตคติที่เปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกันเปลี่ยนได้ง่ายกว่าเจตคติที่เปลี่ยนแปลงไปคนละทางเพราะการเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกันมีความคงที่มากกว่าการเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง การเปลี่ยนแปลงเจตคติ

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (สุริยา วีรวงศ์, 2533)

พฤติกรรม หมายถึงกิจกรรมที่บุคคลกระทำหรือปฏิบัติทั้งที่สังเกตได้หรือไม่ได้ก็ตามแต่การกระทำนั้นย่อมมีสาเหตุ จุดมุ่งหมายและพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงมีสาเหตุจากหลายปัจจัยที่สำคัญ คือ การเรียนรู้ของบุคคลเพื่อตอบสนองต่อความต้องการซึ่งเป็นผลที่สืบเนื่องมาจากการได้รับประสบการณ์หรือเกิดการเรียนรู้และความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ

พฤติกรรมกรรมการใช้ยาอย่างถูกต้อง (เกรียงไกร มงคลพรสุข, 2547)

1. ถูกโรค การใช้ยาให้ถูกโรค ต้องทราบก่อนว่าอาการที่เป็นนั้น มีสาเหตุมาจากสิ่งใด เนื่องจากยาที่ใช้รักษาจะไม่เหมือนกันและต้องให้ยาให้ถูกกับอาการที่เป็นอยู่ด้วย
2. ถูกขนาด ปริมาณยาที่ใช้ในแต่ละคนจะแตกต่างกัน เช่น ทารกเด็ก ผู้ใหญ่ ผู้สูงอายุ จะมีขนาดยาที่ใช้ไม่เท่ากัน อาจต้องมีการปรับขนาดยาให้เหมาะสมในแต่ละรายดังนั้นควรปฏิบัติตามคำแนะนำบนฉลากยาหรือที่แพทย์และเภสัชกรแนะนำ
3. ถูกเวลา จำนวนครั้งของยาแต่ละชนิดที่ให้ในวันหนึ่งๆจะไม่เท่ากันและยาบางชนิดต้องรับประทานอย่างต่อเนื่อง 5-7 วัน ถ้าหากรับประทานยาไม่ครบตามเวลาที่กำหนด อาจจะทำให้เกิดการดื้อยาได้
4. ถูกทาง ยามีรูปแบบแตกต่างกัน ทั้งยาเม็ด ยาแคปซูล ยาน้ำ หรือยาฉีด เป็นต้น แต่ละชนิดมีวิธีการใช้ยาที่แตกต่างกันจึงจำเป็นต้องรู้วิธีและใช้ให้ถูกต้อง

รูปแบบการใช้บริการสุขภาพ แบ่งออกเป็น 7 ประการใหญ่ๆ คือ

1. คุณลักษณะทางประชากร (Demographic Factors) จากการศึกษาวิจัยส่วนใหญ่พบว่าคุณลักษณะของประชากรมีอิทธิพลต่อการใช้บริการสาธารณสุขทั้งด้านป้องกันส่งเสริมสุขภาพและการรักษาพยาบาล
2. ปัจจัยโครงสร้างทางสังคม (Social Structure Factors) ปัจจัยโครงสร้างทางสังคม ประกอบด้วยการศึกษา อาชีพ เชื้อชาติ ศาสนา เป็นต้น
3. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Social Psychology) ปัจจัยทางจิตวิทยาสังคมที่เกี่ยวกับการใช้บริการส่วนใหญ่จะพิจารณาและให้ความสำคัญค่านิยมทางด้านสุขภาพ (Health Value) บรรทัดฐานทางสังคม (Social Norm) เกี่ยวกับสุขภาพ เจตคติ และความเชื่อของประชาชนที่มีต่อเรื่องสุขภาพและการใช้บริการสุขภาพ ตลอดจนรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคล (Lifestyle) และแรงจูงใจด้านสุขภาพของบุคคล เป็นต้น

4. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจหรือทรัพยากรของครอบครัว (Family Resoueces) ปัจจัยทางเศรษฐกิจของครอบครัว รวมถึงรายได้ของครอบครัวส่วนรวมหรือหัวหน้าครอบครัว
5. ปัจจัยแหล่งประโยชน์ที่มีอยู่ในชุมชนปัจจัยที่มุ่งพิจารณาและให้ความสำคัญสิ่งอำนวยความสะดวกหรือการบริการที่มีอยู่ในชุมชนเป็นสำคัญ
6. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการการให้บริการสุขภาพ (Organization Factors) ปัจจัยนี้รวมถึงการจัดรูปแบบกระบวนการการให้บริการสุขภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคคล และสิ่งแวดล้อม
7. ปัจจัยสาธารณสุขของประเทศ (Health System) ปัจจัยนี้พิจารณาและให้ความสนใจระบบสาธารณสุขทั้งหมดของแต่ละแห่งซึ่งนับตั้งแต่ปัจจัยนำเข้า (Input) ได้แก่ นโยบายสาธารณสุขด้านการเมืองและงบประมาณหรือทรัพยากรที่ได้รับการจัดสรรมาเพื่อใช้ในการดำเนินการด้านสุขภาพของประชาชนเป็นต้นกระบวนการ (Process) ในการจัดบริการสุขภาพระดับต่างๆ เป็นรูปแบบและกลวิธีในการจัดบริการสุดท้ายคือผลผลิต (Outcome) และผลกระทบที่เกิดจากระบบสาธารณสุขนั้นๆ

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ PRECEDE Framework

แนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมสุขภาพ PRECEDE Framework ของ Green ,et al. (อ้างใน พิมพันธ์ ศิลปะสุวรรณ 2553,23) มีแนวคิดในการวิเคราะห์อยู่กลุ่มใหญ่ๆ คือ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มนี้มีแนวคิดที่ว่า สาเหตุของการเกิดพฤติกรรมหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมาจากองค์ประกอบภายในตัวบุคคล (Intra individual causal assumption) ได้แก่ ความรู้ เจตคติ ความเชื่อ ค่านิยม แรงจูงใจหรือตั้งใจใฝ่พฤติกรรม เป็นต้น

กลุ่มที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับภายนอกตัวบุคคล (Extra individual causal assumption) สาเหตุของการเกิดพฤติกรรมมีสาเหตุจากปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ซึ่งเป็นปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและระบบโครงสร้างของสังคม เช่น ระบบการเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา การศาสนา องค์ประกอบด้านประชากรและลักษณะภูมิศาสตร์ เป็นต้น

กลุ่มที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยหลายปัจจัย(Multiple causal assumption) กลุ่มนี้มีแนวคิดที่ว่า สาเหตุของการเกิดพฤติกรรมมีสาเหตุทั้งปัจจัยภายในและภายนอกตัวบุคคล ในแนวคิดกลุ่มที่ 3 นี้จะนำทฤษฎีจิตวิทยาการเรียนรู้ จิตวิทยาสังคม ประชากรศาสตร์ และสาขาอื่นๆเข้ามาประยุกต์ใช้ ผสมผสานในวิชาชีพต่างๆ เข้ามาร่วมดำเนินการด้วยกัน

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสนับสนุนทางสังคม

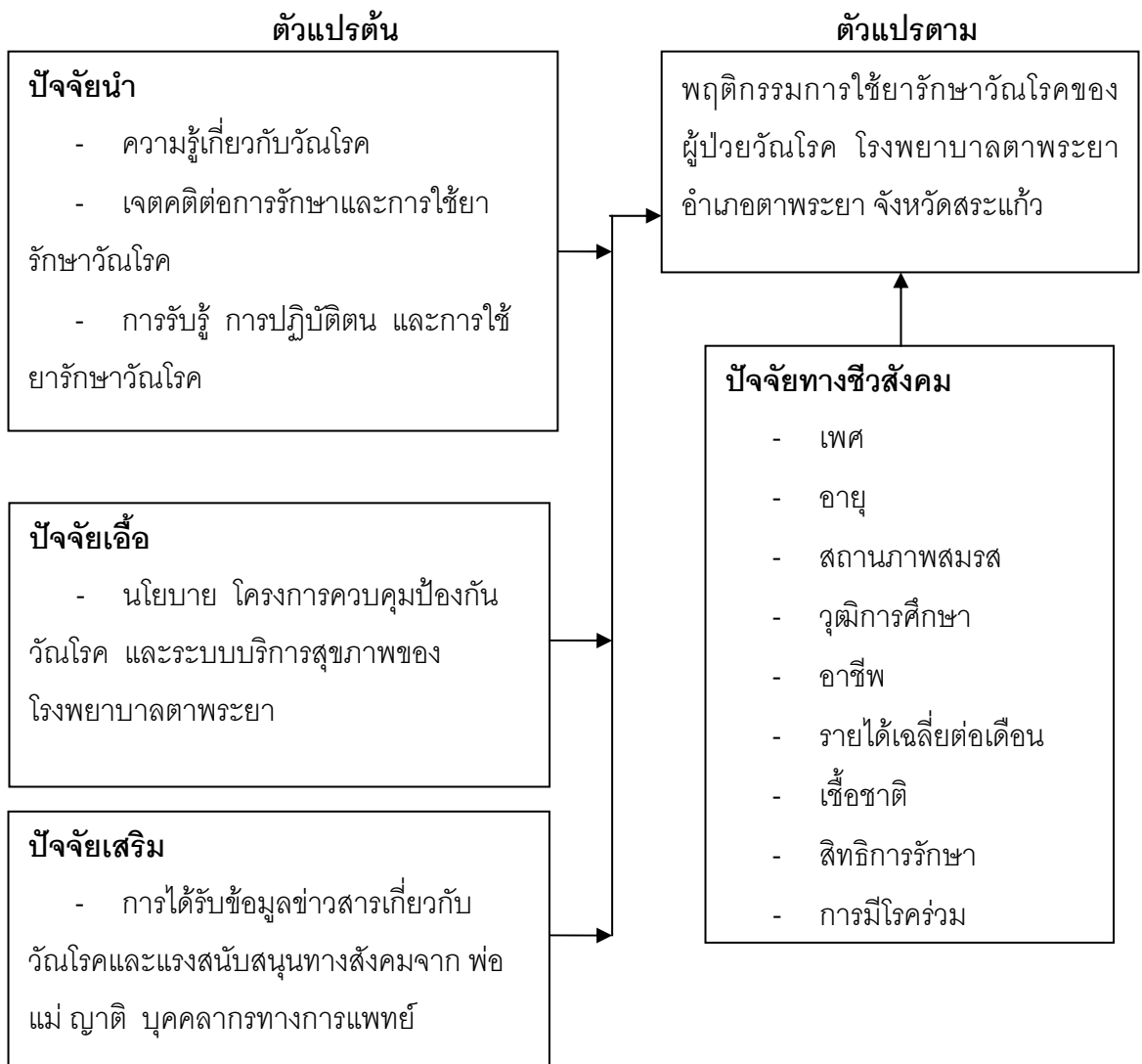
การสนับสนุนทางสังคมมีพื้นฐานมาจากการศึกษาทางจิตวิทยาสังคมเป็นตัวแปรที่สำคัญในการป้องกันและควบคุมปัญหา รวมถึงการส่งเสริมการช่วยเหลือกันระหว่างบุคคลกับสมาชิกในครอบครัว กลุ่มองค์กรต่างๆ

แหล่งสนับสนุนทางสังคม โดยปกติกลุ่มสังคมจัดแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ

1. **กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Group)** เป็นกลุ่มที่มีความสนิทสนมและมีสัมพันธ์ภาพระหว่างสมาชิกเป็นการส่วนตัวสูง ได้แก่ ครอบครัว ญาติพี่น้องและเพื่อนบ้าน

2. **กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Group)** เป็นกลุ่มสังคมที่มีความสัมพันธ์กันตามแบบแผนและกฎเกณฑ์ที่วางไว้ซึ่งมีอิทธิพลเป็นตัวกำหนดบรรทัดฐานของบุคคลในสังคม ได้แก่ เพื่อนร่วมงาน กลุ่มวิชาชีพ และกลุ่มสังคมอื่นๆ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์หลัก

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค โรงพยาบาลตาพระยา อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว

วัตถุประสงค์เฉพาะ

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางชีวสังคม ปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริมของการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยโรงพยาบาลตาพระยา อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค โรงพยาบาลตาพระยา อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว
3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยน ปัจจัยเอื้อ ปัจจัยเสริม กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค โรงพยาบาลตาพระยา อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค โรงพยาบาลตาพระยา อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บข้อมูล

ประชากร

คือผู้ป่วยวัณโรคทั้งเพศชายและหญิงที่ทะเบียนการรักษาที่คลินิกวัณโรคโรงพยาบาลตาพระยา อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว ณ เดือนกันยายน พ.ศ.2560 จำนวน 79 คน (โรงพยาบาลตาพระยา 1 กันยายน 2560)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม และไปรวบรวมอีกส่วนหนึ่ง ซึ่งผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน (ภาคผนวก) โดยหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือด้วยวิธีของ Cronbach's Alpha Coefficient วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.87

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนในการตอบแบบสอบถามเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนเพื่อใช้ในการอธิบายข้อมูลพื้นฐานวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านชีวสังคม กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค สถิติที่ใช้คือ ไคสแควร์ และวิเคราะห์ หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริม แต่จะปัจจัยกับพฤติกรรมการใช้ ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค สถิติที่ใช้คือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัย

ข้อมูลปัจจัยทางชีวสังคม พบว่าประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 64.60 มีอายุระหว่าง 41-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.80 สถานภาพสมรส คู่ ร้อยละ 70.90 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 46.80 ระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ร้อยละ 36.70 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท ร้อยละ 44.30 มีเชื้อชาติไทย ร้อยละ 84.80 ประชากรส่วนใหญ่ใช้สิทธิการรักษาฟรี ร้อยละ 41.70 และไม่มีโรคอื่นร่วมด้วย ร้อยละ 77.20 เมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางชีวสังคมกับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค พบว่าปัจจัยทางชีวสังคม ด้านวุฒิการศึกษาและรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ส่วนปัจจัยทางชีวสังคมอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค เป็นการยอมรับสมมติฐานเป็นบางส่วน

ข้อมูลด้านปัจจัยนำประกอบด้วย

ความรู้เกี่ยวกับวัณโรค พบว่าประชากรส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับวัณโรคอยู่ในระดับสูง ร้อยละ 69.60 เมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับวัณโรคกับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค พบว่าความรู้เกี่ยวกับวัณโรคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นการยอมรับสมมติฐาน

เจตคติต่อการรักษาและการใช้ยารักษาวัณโรคพบว่าประชากรส่วนใหญ่มีเจตคติต่อการรักษาวัณโรคอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 58.20 เมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อการรักษาและการใช้ยารักษาวัณโรคกับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค พบว่าเจตคติต่อการรักษาและการใช้ยารักษาวัณโรคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การรับรู้ การปฏิบัติตน และการใช้ยารักษาวัณโรคพบว่าประชากรส่วนใหญ่มีการรับรู้ การปฏิบัติตน และการใช้ยารักษาวัณโรคอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 58.20 เมื่อวิเคราะห์หา ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การปฏิบัติตน และการใช้ยารักษาวัณโรคกับพฤติกรรมการใช้ ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค พบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยเอื้อประกอบด้วยนโยบาย โครงการควบคุมป้องกันวัณโรค และระบบบริการ สุขภาพพบว่าประชากรส่วนใหญ่มีการได้รับปัจจัยเอื้อ อยู่ในระดับมากร้อยละ 70.90 เมื่อ วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเอื้อกับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรค พบว่ามี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

ปัจจัยเสริมประกอบด้วย การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัณโรคและแรงสนับสนุนทาง สังคมพบว่าประชากรส่วนใหญ่มีการได้รับปัจจัยเสริมอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 81.00 เมื่อวิเคราะห์ หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเสริมพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค พบว่ามี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

อภิปรายผล

ข้อมูลปัจจัยทางชีวสังคม เมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางชีวสังคม ด้านภูมิการศึกษาและรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษา วัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยทางชีวสังคมอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรคเป็นการยอมรับสมมติฐานเป็น บางส่วน ซึ่งสอดคล้องกับ อูทุมพร ภักดีศิริวงษ์ และอนงค์ หาญสกุล (2555) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลตนเองของผู้ป่วยวัณโรคปอด โดยการรักษารักษาวัณโรคด้วยระบบ ยาระยะสั้นแบบมีที่เลี้ยงในจังหวัดชัยภูมิพบว่า ระดับการศึกษาและรายได้มีความสัมพันธ์ทางบวก พฤติกรรมดูแลตนเองของผู้ป่วยโรควัณโรคปอด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงให้เห็นว่าการได้รับการศึกษาเป็นช่องทางให้ประชาชนมีโอกาสได้รับข้อมูลข่าวสาร จะทำให้ประชากร มีพฤติกรรมรักษา การป้องกัน การดูแลตนเองและผู้อื่นจากวัณโรคเพิ่มมากขึ้น และรายได้ต่อ เดือนเป็นปัจจัยส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิต และเป็นปัจจัยในการสร้างโอกาสเพื่อการแสวงหาสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการดูแลตนเองฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีก็จะส่งเสริมให้ทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ ต่อตนเองและครอบครัวและส่งผลต่อพฤติกรรมดูแลตนเองของผู้ป่วยโรควัณโรค

ข้อมูลด้านปัจจัยนำ

ความรู้เกี่ยวกับวัณโรคเมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับวัณโรคกับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค พบว่าความรู้เกี่ยวกับวัณโรคความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ รังสิมันต์ ทองสวัสดิ์ (2557) ได้ศึกษาพฤติกรรมการป้องกันวัณโรคปอดของแรงงานต่างด้าวที่ไม่ขึ้นทะเบียนในโรงเรียนบริเวณชายแดนไทย-เมียนมาร์ บ้านพระเจดีย์สามองค์อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรีพบว่าประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เรื่องวัณโรคปอดกับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรคมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าการมีความรู้เรื่องวัณโรคปอดที่ดีจะทำให้พฤติกรรมการป้องกันวัณโรคปอดดีตามไปด้วย

เจตคติต่อการรักษาและการใช้ยารักษาวัณโรค เมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อการรักษาและการใช้ยารักษาวัณโรคกับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค พบว่าเจตคติต่อการรักษาและการใช้ยารักษาวัณโรคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ สิทธิพงษ์ ศรีชาติ (2555) ได้ศึกษาการประเมินความรู้เจตคติและพฤติกรรมการป้องกันวัณโรคปอดในกลุ่ม ผู้อพยพชาวพม่าที่อาศัยอยู่ในค่ายผู้อพยพบ้านใหม่ในสอยจังหวัดแม่ฮ่องสอน ประเทศไทย พบว่าระดับเจตคติมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการป้องกันโรควัณโรคปอดในกลุ่มผู้อพยพชาวพม่าที่อาศัยอยู่ในค่ายผู้อพยพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .001 แสดงให้เห็นว่าเจตคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันวัณโรคไม่ว่าจะมีความสัมพันธ์ได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบก็ตามจะมีผลต่อพฤติกรรม

การรับรู้ การปฏิบัติตน และการใช้ยารักษาวัณโรค เมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ การปฏิบัติตน และการใช้ยารักษาวัณโรคกับพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค พบว่าการรับรู้ การปฏิบัติตน และการใช้ยารักษาวัณโรคมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ พันจำเอกภูเมธ สิทธิกุล (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันโรคปอดของประชาชนตำบลสวนส้ม อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้เกี่ยวกับวัณโรคอยู่ในระดับดี เมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับวัณโรคปอดกับพฤติกรรมการป้องกันวัณโรคปอด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงให้เห็นว่าการสร้างความตระหนักและการรับรู้การป้องกันวัณโรคจะช่วยให้กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมที่ถูกต้องในการรักษาและกินยาวัณโรคได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

ปัจจัยเอื้อ

นโยบาย โครงการควบคุมป้องกันโรค และระบบบริการสุขภาพเมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเอื้อกับพฤติกรรมการใช้ยารักษาโรคของผู้ป่วยโรค พบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาโรคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ วีระพล เมืองกลาง (2555) ได้ศึกษาพฤติกรรมป้องกันโรคในผู้สัมผัสโรคร่วมบ้านในผู้ป่วยโรคจังหวัดศรีสะเกษ ผลการวิจัยด้านปัจจัยเอื้อ พบว่าการเข้าถึงแหล่งช่วยเหลือเพื่อป้องกันโรคผู้สัมผัสโรคร่วมบ้านของผู้ป่วยโรค จังหวัดศรีสะเกษ ส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงแหล่งช่วยเหลือเพื่อป้องกันโรคอยู่ในระดับมากที่สุดสำหรับประชากรที่ศึกษาจากที่บุคลากรทางการแพทย์ได้แจ้งให้กลุ่มตัวอย่างทราบเกี่ยวกับนโยบายเกี่ยวกับการรักษาป้องกันโรคจากโรงพยาบาลรวมถึงการได้รับความสะดวกเหมาะสมและเท่าเทียมกันในการเข้าถึงการรับบริการทางการแพทย์อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าการได้รับปัจจัยเอื้อที่มากจะทำให้มีพฤติกรรมการใช้ยารักษาโรคของผู้ป่วยโรคดีตามไปด้วย

ปัจจัยเสริม

การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคและแรงสนับสนุนทางสังคม เมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเสริมกับพฤติกรรมการใช้ยารักษาโรคของผู้ป่วยโรค พบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยารักษาโรคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ วีระพล เมืองกลาง (2555) ได้ศึกษาพฤติกรรมป้องกันโรคในผู้สัมผัสโรคร่วมบ้านในผู้ป่วยโรค จังหวัดศรีสะเกษ พบว่าผู้สัมผัสโรคร่วมบ้านของผู้ป่วยโรคจังหวัดศรีสะเกษ ส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากบุคลากรสาธารณสุขอยู่ในระดับมากที่สุดแสดงให้เห็นว่าการที่ประชากรได้รับข้อมูลข่าวสารและแรงสนับสนุนทางสังคมจาก พ่อ แม่ ญาติ บุคลากรทางการแพทย์จะช่วยให้กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมที่ถูกต้องในการรักษาและกินยารักษาได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. จากการศึกษาปัจจัยด้านชีวสังคม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุมากและจบการศึกษาระดับประถมศึกษา ดังนั้นโรงพยาบาลควรจัดให้มีการอบรมให้ความรู้อย่างง่ายแก่ผู้ป่วย ญาติและผู้ดูแลผู้ป่วย เพื่อที่จะได้นำไปปฏิบัติตัวได้ถูกต้องและเหมาะสม

2. ปัจจัยนำด้านความรู้เกี่ยวกับวัณโรคของประชากรอยู่ในระดับต่ำควรมีการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับวัณโรคแก่ผู้ป่วยให้มาก และด้านเจตคติเป็นเรื่องที่เปลี่ยนแปลงค่อนข้างยากต้องใช้เวลาและความเข้าใจโดยเน้นความรู้เกี่ยวกับวัณโรค การป้องกันโรคของทั้งตนเองและผู้อื่น เจ้าหน้าที่ทางสาธารณสุขควรมีการแนะนำ เช่น การดำเนินกิจกรรมให้ความรู้เรื่องวัณโรค ควรมีการอบรมให้สุขศึกษาและให้คำแนะนำเกี่ยวกับวัณโรค ผ่านพบให้ความรู้และการจัดกิจกรรมต่างๆ การปฏิบัติตนที่ถูกต้อง มีการดำเนินงานเชิงรุกเห็นถึงประโยชน์ที่เกิดขึ้นทั้งกับตนเองและบุคคลใกล้ชิดในครอบครัว เพื่อเป็นการลดการแพร่เชื้อวัณโรค ลดการกลับมาเกิดโรคซ้ำ ลดจำนวนผู้ป่วยวัณโรคต่อไปผู้ป่วยมีสุขภาพดีสามารถใช้ชีวิตประจำวันได้อย่างปกติสุข และสามารถอยู่ในสังคมได้ต่อไป

3. การได้รับปัจจัยเชื้อและการได้รับปัจจัยเสริมอยู่ในระดับมากและมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ยารักษาวัณโรคของผู้ป่วยวัณโรค บุคลากรควรมีนโยบายควบคุมป้องกันวัณโรคและการส่งเสริมให้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อเป็นกระตุ้นกลุ่มผู้ป่วยและรวมถึงญาติให้ตระหนักเรื่องวัณโรคอยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะด้านนโยบาย

1. กำหนดให้มีการส่งเสริมให้ความรู้เรื่องวัณโรค มีการอบรม สุขศึกษาและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการวัณโรค โดยเน้นการมีส่วนร่วมระหว่างบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุขกับองค์กรส่วนท้องถิ่นทั้งภาครัฐและเอกชน ในการดำเนินการป้องกันวัณโรค

2. บุคลากรทางสาธารณสุข ควรมีการกระตุ้นให้กำลังใจผู้ป่วย จัดกิจกรรมให้สุขศึกษาเกี่ยวกับวัณโรค และกระตุ้นนโยบายของโรงพยาบาลอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

3. สนับสนุนและส่งเสริมให้บุคคลในครอบครัวมีส่วนร่วมในการในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการป้องกันวัณโรค

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการกลับมาเป็นวัณโรคซ้ำของผู้ป่วยโรงพยาบาลตาพระยา อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว

2. ประสิทธิภาพของโปรแกรมสุขศึกษาเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมลดสุขภาพของผู้ป่วยวัณโรคโรงพยาบาลตาพระยา อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว

เอกสารอ้างอิง

กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข.ผลการดำเนินควบคุมวัณโรคประเทศไทยปีงบประมาณ 2552-2558:กรุงเทพมหานคร,พฤศจิกายน 2559.

เกรียงไกร มงคลพรสุข. พฤติกรรมการยอมรับการใช้สมุนไพร การแพทย์แผนไทยของแกนนำสุขภาพประจำครอบครัวในการดูแลสุขภาพตนเอง ตำบลหนองจิก อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี.ภาคนิพนธ์ปริญญาสาธาณสุขศาสตรบัณฑิต.คณะสาธาณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล 2547.

งานเวชปฏิบัติครอบครัว โรงพยาบาลตาพระยา.ข้อมูลรายงานผู้ป่วยวัณโรค.สระแก้ว:โรงพยาบาลตาพระยา, 1 มกราคม 2560.

ฝ่ายโรคเรื้อนและมัยโคแบคทีเรียอื่นสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สาธาณสุข กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์.ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคติดเชื้อและพาหะนำโรค. กรุงเทพมหานคร:ฝ่ายโรคเรื้อนและมัยโคแบคทีเรียอื่น,2560.

พิมพ์พรรณ ศิลปะสุวรรณ. ปัจจัยที่มีอิทธิพลของการออกกำลังกายของนักศึกษาพยาบาลในวิทยาลัยพยาบาล เครือข่ายภาคกลาง 2 สังกัดสถาบันพระบรมราชชนนี.วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยบูรพา,2553

ภูเมธ สิทธิกุล .ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันวัณโรคปอดของประชาชนในตำบลสวนส้มอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร.กรุงเทพฯ:คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก,2557.

รังสิมันต์ ทองสวัสดิ์ .พฤติกรรมการป้องกันวัณโรคปอดของแรงงานต่างด้าวที่ไม่ขึ้นทะเบียนในโรงเรียนบริเวณชายแดนไทย – เมียนมาร์ บ้านพระเจดีย์สามองค์ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี.กรุงเทพฯ:คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก,2557.

วีระพล เมืองกลาง."พฤติกรรมการป้องกันวัณโรคในผู้สัมผัสโรคร่วมบ้านในผู้ป่วยวัณโรคจังหวัดศรีสะเกษ" ภาคนิพนธ์สาธาณสุขศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสร้างเสริมสุขภาพ ภาควิชาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี,2555.

สุรียา วีรวงศ์ .การรับรู้และพฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพอนามัยและสิ่งแวดล้อมของคนในกรุงเทพฯ.กรุงเทพฯ :ไทยวัฒนา,2533.

สิทธิพงษ์ ศรีชาติ.การประเมินความรู้เจตคติและพฤติกรรมการป้องกันวัณโรคปอดในกลุ่มผู้อพยพชาวพม่าที่อาศัยอยู่ในค่ายผู้อพยพบ้านใหม่ในสอยจังหวัดแม่ฮ่องสอน ประเทศไทย:สาธาณสุขศาสตร์:วิทยาลัยวิทยาศาสตร์สาธาณสุข จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2555.

มัลลิกา มัลติโก. **คู่มือวิจัยพฤติกรรมสุขภาพชุดที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม.**

กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เรือนแก้วการพิมพ์, 2534.

บทความในวารสาร นิตยสาร และหนังสือพิมพ์

กำพล สุวรรณพิมลกุล. **"โรคสำคัญกว่าที่คุณคิด".** บทความสุขภาพ สำนักงานกองทุน

สนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (23 เมษายน 2557):1

สำนักข่าวเนชั่น. **"สาธารณสุขสระแก้วพบผู้ป่วยโรคปอด-วัณโรคร้อยละ 5"**: สำนักข่าวเนชั่น

(18 มีนาคม 2552) กรุงเทพมหานคร.

อุทุมพร ภักดีศิริวงษ์ และอนงค์ หาญสกุล. **"ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแล**

**ตนเองของผู้ป่วยวัณโรคปอด โดยการรักษาวัณโรคด้วยระบบยาระยะสั้นแบบมีพี
เลียมในจังหวัดชัยภูมิ".**วารสารพลະคឹកษา, (ธันวาคม 2555):201-213.

กระบวนการสื่อสารทางการเมืองเพื่อต่อต้านการรัฐประหาร : ศึกษาในช่วงเวลา พ.ศ.

2557-2561

The Political Communication in order to oppose the coup : Case study in B.E.2557-2561

กิตติพงษ์ โคตรจันทิก*

(Kittipong Khotchunthuek)

ดร.วิชาติ วัฒนโธ **

บทคัดย่อ

ดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง “กระบวนการสื่อสารทางการเมืองเพื่อต่อต้านการรัฐประหาร : ศึกษาในช่วงเวลา พ.ศ.2557-2561” มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 2 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาถึงบริบททางการเมืองที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของกลุ่มต่อต้านการรัฐประหาร
2. เพื่อศึกษาถึงกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของกลุ่มต่อต้านการรัฐประหารของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ในช่วงเวลา ปี พ.ศ. 2557-2561

การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research โดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองของ ไบรอัน แมคเนียร์ เป็นกรอบหลักในการศึกษา และใช้เทคนิคการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ตลอดจนการเก็บรวบรวมเอกสารจากแหล่งข้อมูลต่างๆ

ผลการศึกษาพบว่า ข้อ 1 บริบททางการเมืองที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของกลุ่มต่อต้านการรัฐประหาร พ.ศ.2557-2561 คือสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองขึ้น

* นักศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาสื่อสารการเมือง

**อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาสื่อสารการเมือง

รุนแรง จนรัฐบาล พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้ตรากฎหมายมาตรา 44 เพื่อควบคุมให้เกิดความสงบ ในขณะที่เดียวกันก็ถือว่าการลิดรอนเสรีภาพประชาชน เช่น การเรียกไปปรับทัศนคติ การห้ามชุมนุมทางการเมืองเกินกว่า 5 คน จึงได้เกิดกลุ่มต่อต้านขึ้นหลายกลุ่มและมีการเคลื่อนไหวดำเนินกิจกรรมหลายรูปแบบ เช่น การนัดรวมตัวเพื่อแสดงออกทางสัญลักษณ์ การสัมมนาทางวิชาการ การไลฟ์สดหรือการโพสต์ข้อความผ่านสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก เพื่อที่จะสามารถสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการศึกษาพบว่า ข้อ 2 กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของกลุ่มต่อต้านการรัฐประหารของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ในช่วงเวลาปี พ.ศ.2557-2561 ผู้ส่งสาร คือ กลุ่มประชาธิปไตยใหม่ กลุ่มดาวดิน และกลุ่มนักวิชาการที่ไม่เห็นด้วยกับการรัฐประหาร มีการส่งสารผ่าน สื่อสมัยใหม่ เช่น เฟซบุ๊ก สื่อออนไลน์ เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น เพื่อสื่อสารไปยัง ผู้รับสาร คือ ประชาชนคนชั้นกลางทั่วไป และกลุ่มผู้รักประชาธิปไตย ซึ่งถือได้ว่าประสบความสำเร็จเท่าที่ควรในแง่ของการสร้างการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย แต่ก็มีข้อจำกัดในแง่ที่กลุ่มผู้สนับสนุนไม่สามารถที่จะร่วมชุมนุมได้

คำสำคัญ : การสื่อสารทางการเมือง / บริบท / การต่อต้านการรัฐประหาร

Abstract

This study entitled, “Political Communication of Anti-Coup Protestors During B.E.2557-2561”, has two objectives. One is to study the political contexts which contributed to the political communication process of anti-coup protestors during B.E.2557-2561. The other is to study the political communication process of anti-coup protestors during B.E.2557-2561. This is a qualitative research under the political communication theoretical framework of Brian McNair; the research techniques employed are in-depth interviews and documentary research. Findings are as follows. First, it was found that the B.E.2557 Thai military coup d’etat did contribute a great deal

to the political communication process of the anti-coup protestors during B.E.2557-2561. The repressive Article 44, issued by Prayuth Chan-o-cha, Prime Minister and leader of the National Council for Peace and Order (NCPO), deprived Thai people of their rights, liberty and freedom of expression. Some were summoned to undergo attitude-changing sessions and restrictions on assembly of more than 5 persons were imposed. This prompted counter reactions and emergences of several anti-coup protest groups. Their activities were, namely performing a variety of public protest gestures, holding live academic forums or posting messages via new media like Facebook in order to effectively reach out to the target groups. As for the political communication process of these anti-coup protestors, namely the New Democratic Movement (NDM), the Dao Din Group and the academics who disagreed with this coup d'état, it was found they were relatively successful in delivering political messages via new media, namely Facebook, on-line media, internet and mobile phones, to the middle class and democratic lovers who, unfortunately, could not physically join political gatherings.

Keyword : Political communication / context / Opposition to the coup

บทนำ

การปฏิวัติเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2475 นั้น เป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในประวัติศาสตร์การปกครองของประเทศไทยจากระบบ สมบูรณาญาสิทธิราชย์ มาเป็นการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ซึ่งเป็นการขยายอำนาจการปกครองประเทศไปสู่ประชาชน¹ เป็นผลให้อำนาจทางการเมืองที่เคยกระจุกอยู่เฉพาะกลุ่มชนชั้นนำ เปลี่ยนมาสู่กลุ่มข้าราชการ กลุ่มทุน และชนชั้นกลาง แต่การเมืองไทยในยุคระบบราชการก็ยังคงมีปัญหาคาถกษาดอำนาจในกลุ่มของทหารและราชการ เครื่องมือทางการเมืองที่ใช้ในการได้มาซึ่งอำนาจ คือ การทำรัฐประหารและการสร้างกฎระเบียบใดๆของรัฐ ผ่านรัฐธรรมนูญ กฎหมาย และประกาศ อันนำมาซึ่งอำนาจของทหารและราชการ² จนอาจกล่าวได้ว่า “ประวัติศาสตร์ของไทยตั้งแต่ พ.ศ.2475 เวียนวนอยู่กับทหาร”³ ตลอดระยะเวลากว่า 85 ปี ภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงการปกครอง ประเทศไทยมีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยมาแล้ว 20 ฉบับ ซึ่งเฉลี่ย 4 ปีเศษจะมีรัฐธรรมนูญ 1 ฉบับ ทั้งนี้เป็นผลพวงมาจากการทำรัฐประหารของทหารทั้งสิ้น หากไม่นับการก่อการที่ไม่สำเร็จ ซึ่งถือว่าเป็นกบฏ จาก พ.ศ.2475 ถึงปัจจุบัน ประเทศไทยเกิดการรัฐประหารแล้วถึง 13 ครั้ง เท่ากับว่า ทุก 6 ปี 5 เดือน จะมีการทำรัฐประหาร 1 ครั้ง และยังไม่สามารถสรุปได้ว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตจะหมดไปหรือหวนกลับมาเกิดซ้ำ

อย่างไรก็ตาม การเมืองการปกครองของไทย เสมือนหนึ่งว่า จะพัฒนาสู่ความเป็นประชาธิปไตยอีกครั้ง เมื่อมีการปฏิรูปการเมืองในปี พ.ศ.2540 ได้มีการร่างรัฐธรรมนูญ โดยสมาชิกสภาร่างรัฐธรรมนูญ (สสร.) ซึ่งประกอบไปด้วยหลากหลายสาขาอาชีพ มีการเปิดรับฟังความคิดเห็นของประชาชน โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมเสนอข้อคิดเห็นต่างๆ อย่างกว้างขวาง มีการทำประชาพิจารณ์หลายเรื่อง จนกล่าวได้ว่าเป็น “รัฐธรรมนูญฉบับประชาชน” ภายหลังจากการประกาศใช้

¹ เกียรติชัย พงษ์พาณิชย์. ปฏิวัติ 2475. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แสงดาว, 2560, หน้า 14.

² สุทธชัย ยิ้มประเสริฐ และ ทิพย์พาพร ดันดีสุนทร,บรรณาธิการ. จาก 100 ปี ร.ศ.130 ถึง 80 ปี ประชาธิปไตย. กรุงเทพฯ : พี.เพรส, 2556, หน้า 308-309.

³ เดวิด เค.วีย์อาจ. ประวัติศาสตร์ไทย ฉบับสังเขป. กรุงเทพฯ : มุลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 2556, หน้า 437.

รัฐธรรมนูญปี พ.ศ.2540 มีพรรคการเมืองใหม่เกิดขึ้น หลายพรรค รวมถึงพรรคไทยรักไทย ภายใต้การนำของ นายทักษิณ ชินวัตร การรณรงค์หาเสียงของพรรคไทยรักไทยได้นำกระบวนการทางการเมือง (Political Marketing) มาใช้ในการรณรงค์ทุกขั้นตอน มีการศึกษารวบรวมปัญหาของประชาชนกลุ่มต่างๆ แล้วจัดทำเป็นนโยบาย ทำให้พรรคไทยรักไทยชนะการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 6 มกราคม พ.ศ.2544 ซึ่งได้จำนวนเสียงถึง 248 เสียง จาก 500 เสียง ส่งผลให้ นายทักษิณ ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรีคนแรกของไทยที่ดำรงตำแหน่งครบวาระ 4 ปี และชนะการเลือกตั้งอีกครั้งเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2548 โดยได้คะแนนเสียง 377 เสียง จาก 500 เสียง⁴ ได้ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีสมัยที่ 2 แต่การบริหารงานภายใต้รัฐบาลพรรคเดียว ทำให้เกิดคำถามว่า มีการรวมอำนาจการตัดสินใจไว้ที่ นายทักษิณ ชินวัตร เพียงผู้เดียว จนนำไปสู่ความขัดแย้งของประชาชนฝ่ายที่สนับสนุน นายทักษิณ ชินวัตร และฝ่ายที่ต่อต้าน นายทักษิณ ชินวัตร ทำให้สถานการณ์ส่อเค้าเกิดความรุนแรงขึ้น จนนำไปสู่การรัฐประหารในวันที่ 19 กันยายน พ.ศ.2549 เวลา 21.00 น. โดยคณะปฏิรูปการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข (คปค.)⁵ มี พล.อ.สนธิ บุญยรัตกลิน ผู้บัญชาการทหารบก เป็นหัวหน้าคณะ ซึ่งได้แต่งตั้ง พล.อ.สุรยุทธ์ จุลานนท์ ให้ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี ในเวลาต่อมา และเมื่อมีการประกาศจัดให้มีการเลือกตั้งทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ.2550 ผลก็คือ พรรคพลังประชาชน ซึ่งเป็นพรรคที่มาแทนที่พรรคไทยรักไทย ที่ถูกยุบไป ชนะการเลือกตั้ง สร้างความไม่พอใจให้กับกลุ่มต่อต้าน นายทักษิณ ชินวัตรซึ่งได้ออกมาชุมนุมต่อต้านรัฐบาลอีก แต่แล้วที่สุด พรรคพลังประชาชน ก็สิ้นสุดสถานะลงเมื่อศาลรัฐธรรมนูญตัดสินยุบพรรค เป็นเหตุให้ทหารและผู้นำด้านธุรกิจจึงร่วมกันจัดตั้งรัฐบาลใหม่ เป็นรัฐบาลผสมหลายพรรค นำโดยพรรคประชาธิปัตย์ ส่งผลให้นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี⁶ ทั้งนี้ได้สร้างความไม่พอใจให้กับกลุ่มที่สนับสนุนแนวทางนายทักษิณ ชินวัตร จึงรวมตัวกันชุมนุมในนามคนเสื้อแดงเพื่อเรียกร้องให้ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ยุบสภา

⁴ นันทนา นันทวโรภาส. ชนะการเลือกตั้งด้วยพลังการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ขอคิดด้วยคน, 2549, หน้า 11-15.

⁵ กองบรรณาธิการมติชน. รัฐประหาร 19 กันยายน 2549 : เรียบแต่ลึก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน, 2550, หน้า 93.

⁶ คริส เบเคอร์ และะผาสุก พงษ์ไพจิตร. ประวัติศาสตร์ไทยร่วมสมัย. พิมพ์ครั้งที่ 4, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน, 2559, หน้า 374-378.

เลือกตั้งใหม่ ในการชุมนุมปี พ.ศ.2553 มีการชุมนุมกว่า 8 สัปดาห์ ทำที่สุดทหารเข้าสลายการชุมนุม ส่งผลให้มีผู้เสียชีวิตเกือบ 100 คน เป็นฝ่ายความมั่นคง 10 คน และบาดเจ็บกว่า 2,000 คน จากการที่รัฐบาลใช้กำลังทหารประกอบ “อาชญากรรมรัฐ” (State crime)⁷ ต่อมา นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้ประกาศยุบสภาและให้มีการจัดการเลือกตั้งทั่วไปขึ้นใหม่ในเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2554 ผลปรากฏว่า พรรคเพื่อไทย ซึ่งนำโดยนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร น้องสาวของ นายทักษิณ ชินวัตร ชนะการเลือกตั้งและดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี

ในเวลาต่อมา มีการเสนอ “ร่าง พระราชบัญญัตินิรโทษกรรมแก่ผู้ซึ่งกระทำความผิดเนื่องจากการชุมนุมทางการเมือง การแสดงออกทางการเมืองของประชาชน” โดยนายวรชัย เหมะ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดสมุทรปราการ พรรคเพื่อไทย และคณะ เนื่องมาจากร่าง พ.ร.บ. ที่นำเข้าสู่การพิจารณาของสภาผู้แทนราษฎรในวาระที่ 2 นั้น เป็นร่างที่คณะกรรมการสิทธิฯ วิจารณ์ว่าได้แก้ไขเนื้อหาให้ครอบคลุม ถึงการนิรโทษกรรมผู้ต้องขังจากคดีเผาศาลากลางจังหวัดจากเหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองในปี 2553 และให้มีผลนิรโทษกรรมทั้ง ฝ่าย พธม. และฝ่าย นปช. ที่สำคัญยังรวมถึง นายทักษิณ ชินวัตร นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ และนายสุเทพ เทือกสุบรรณ ซึ่งกรณีหลังนี้ทำให้เกิดเสียงคัดค้านจากหลายฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นญาติผู้สูญเสียจากเหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองปี 2553 กลุ่ม พธม. องค์การฮิวแมนไรท์วอทช์ รวมทั้งแกนนำ นปช. และกลุ่มคนเสื้อแดง จึงเป็นจุดพลิกผันสำคัญอันนำไปสู่การประกาศยุบสภาของ นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ในวันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2556 อันเนื่องมาจากกระแสต่อต้าน “ร่าง พ.ร.บ.นิรโทษกรรม” ของกลุ่ม กปปส. ที่นำโดยนายสุเทพ เทือกสุบรรณ ได้รวบรวมมวลชนหาประชาชนปิดล้อมกรุงเทพฯ แม้นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร จะประกาศยุบสภาและกำหนดให้มีการเลือกตั้งทั่วไปขึ้นในวันที่ 2 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 แล้ว แต่พรรคประชาธิปัตย์ ไม่ส่งผู้สมัครรับเลือกตั้ง รวมทั้งกลุ่ม กปปส. ได้ปิดล้อมขัดขวางการเลือกตั้งหลายหน่วย จนศาลรัฐธรรมนูญวินิจฉัยให้การเลือกตั้งเป็นโมฆะ กลุ่ม กปปส. ยกระดับเป็นการชุมนุมขับไล่รัฐบาล พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ในฐานะผู้บัญชาการทหารบก ประกาศกฎอัยการศึกเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม พ.ศ.2557

⁷ ชาณวิทย์ เกษตรศิริ และ อารังศักดิ์ เพชรเลิศอนันต์. พฤษภา-พฤษภา สังคมรัฐไทย กับความรุนแรงทางการเมือง. กรุงเทพฯ : มูลนิธิตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 2556, หน้า (7).

วันที่ 22 พฤษภาคม 2557 พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ผบ.ทพ. ในฐานะ ผอ.รส. ได้เชิญตัวแทน 7 ภาคส่วน ได้แก่ วุฒิสภา คณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) รัฐบาล พรรคประชาธิปัตย์ พรรคเพื่อไทย กปปส. และ นปช. มาประชุมกันที่สโมสรกองทัพบก ในที่ประชุม พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้สอบถามนายชัยเกษม นิติสิริ รมว.ยุติธรรมในฐานะหัวหน้าคณะฝ่ายรัฐบาล ว่า ตกลงรัฐบาลยืนยันไม่ลาออกทั้งรายบุคคลและทั้งคณะใช่หรือไม่ ซึ่งนายชัยเกษม นิติสิริ ระบุว่า "นาที่นี้ไม่ลาออก" พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา จึงบอกว่า "ถ้าฉันตั้งแต่นาทีนี้ ผมตัดสินใจยึดอำนาจปกครอง"⁸

ภายหลังการรัฐประหาร ได้มีกลุ่มบุคคลรวมตัวกันเพื่อต่อต้านการยึดอำนาจ คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้ตอบโต้โดย เรียกบุคคลกว่า 200 คน เข้าปรับทัศนคติ และจับกุมผู้ขัดขวาง บางคนหนีไปต่างประเทศ กลุ่มที่ไม่เห็นด้วยกับการรัฐประหารครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มประชาชน กลุ่มการเมือง กลุ่มนักศึกษาซึ่งมีการดำเนินกิจกรรมต่างๆ และแสดงออกทางสัญลักษณ์ เช่น การชูสามนิ้ว⁹ การแต่งกายชุดดำไว้อาลัยประชาธิปไตย การจัดจำหน่ายเสื้อข้อความว่า “โหวตโน” กับ “อนาคตที่ไม่ได้เลือก” การใช้เครื่องเสียงโจมตีการรัฐประหาร การชักชวนแนวร่วมตะโกนคำว่า “คสช.ออกไป” และ “รัฐธรรมนูญ ไม่เอา” รวมถึงเอกสารเหตุผลไม่รับร่างรัฐธรรมนูญ ของอาจารย์กลุ่มนิติราษฎร์¹⁰

การต่อต้านการรัฐประหารในครั้งนี้มีความแตกต่างจากทุกครั้งที่ผ่านมา กล่าวคือ มีการใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสาร เพื่อหลีกเลี่ยงการถูกจับกุมดำเนินคดี และการต่อต้านไม่ใช้การชุมนุมยึดเยื่อ ต่างคนต่างมาและสลายตัวไปอย่างรวดเร็วหลังจากทำกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์แล้ว อย่างไรก็ตามแม้กลุ่มต่อต้านการรัฐประหาร 22 พฤษภาคม 2557 จะพยายามแสดงออกถึงสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นโดยสันติวิธี ตามหลักประชาธิปไตย ที่สังคมประชาธิปไตยทั่วโลกให้การยอมรับ แต่ก็ถูกสกัดกั้นจากคณะรัฐประหารด้วยวิธีการต่างๆ ในการจำกัดสิทธิ์ เช่น การออก

8 <http://www.radioparliament.net/parliament/viewNews.php?nId=2407#.VPGvDXzF9Nh>. สืบค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561. เวลา 18.45 น.

⁹ “ประยุทธ์ ปราบชู้ 3 นิ้วด้าน ชู 5 นิ้วแทน.” ใน *มติชน*. (7 มิถุนายน 2557), หน้า 1, 12.

¹⁰ ถล่ม 2 ปี คสช.-นศ. ศักชนโหวตโน” ใน *ไทยรัฐ*. (23, พฤษภาคม 2559), หน้า 14.

คำสั่งห้ามไม่ให้มีการชุมนุมตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป การเรียกบุคคลที่ต่อต้านเข้าไปปรับทัศนคติ หรือการดำเนินคดีโดยศาลทหาร

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น จะเห็นได้ว่ากลุ่มต่อต้านการรัฐประหารมีนวัตกรรมการต่อต้านคณะรัฐประหารที่สร้างสรรค์ โดดเด่น แตกต่างจากการต่อต้านรัฐประหารทุกครั้งที่ผ่านมา และการต่อต้านของแต่ละกลุ่มนั้นเป็นเอกเทศจากกัน มิได้พึ่งพิงกัน แม้จะมีวัตถุประสงค์ร่วมกันก็ตาม

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการสื่อสารของเดวิด เค เบอร์โล

ทฤษฎีการสื่อสารของเดวิด เค เบอร์โล¹¹ เป็นทฤษฎีพื้นฐานที่จะทำความเข้าใจกับกระบวนการสื่อสารได้อย่างชัดเจน ซึ่ง เดวิด เค เบอร์โล อธิบายองค์ประกอบของการสื่อสารไว้ 6 ประการ คือ

1. แหล่งสาร (Communication source)
2. ผู้เข้ารหัสสาร (Encoder)
3. เนื้อหาข่าวสาร (Message)
4. ช่องสาร (Channel)
5. ผู้ถอดรหัสสาร (Decoder)
6. ผู้รับสาร (Communication Receiver)

การสื่อสารเป็นกระบวนการเริ่มต้นจากผู้ส่งสาร ซึ่งอาจเป็นบุคคลคนหนึ่ง หรือกลุ่มคนที่มีเป้าหมายในการสื่อสาร ทำการส่งเนื้อหาข่าวสารซึ่งอาจเป็นคำพูด การเขียน สัญลักษณ์ โดยการเข้ารหัสสารผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ไปสู่ผู้รับสาร ซึ่งผู้รับสารจะทำการถอดรหัสเพื่อรับสารนั้น ซึ่งกระบวนการสื่อสารนี้อาจเรียกทั่วไปว่า SMCR Model ซึ่งประกอบไปด้วย

¹¹ David K. Berlo, The Process of Communication : An Introduction to Theory and Practice (New York : Holt, Rinehart and Winston, 1960), pp.21-39.

1. ผู้ส่งสาร หมายถึงบุคคลหรือถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ ความรู้สึกต่าง ๆ โดยเข้ารหัส (Encoder) ออกไปเป็นสัญญาณ สัญลักษณ์ กิริยาท่าทาง

2. สาร ได้แก่ผลผลิตของความรู้สึกนึกคิด ความต้องการอารมณ์ ความรู้สึกต่างๆ หรือเนื้อหาสาระที่ผู้ส่งต้องการจะสื่อออกไป ซึ่งอาจปรากฏออกมาในรูปของภาษาพูด ภาษาเขียน หรือเนื้อหาสาระที่ผู้ส่งต้องการจะสื่อออกไป

3. ช่องสาร ได้แก่ช่องทางหรือตัวกลางที่ใช้ในการส่งหรือถ่ายทอดสาร ซึ่ง เบอร์โลเชื่อว่ามนุษย์เราสามารถใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 อันได้แก่ การมองเห็น (Seeing) การได้ยิน (Hearing) การดมกลิ่น (Smelling) การลิ้มรส (Tasting) และการสัมผัส (Touching)

4. ผู้รับสาร ได้แก่ บุคคลที่เป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสาร

ทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองของไบรอัน แมคเนร์

ทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองของไบรอัน แมคเนร์¹² ระบุคุณลักษณะ 3 ประการ ของการสื่อสารทางการเมือง ดังนี้

1. การสื่อสารทุกรูปแบบที่ดำเนินการ โดยนักการเมืองและผู้ที่เกี่ยวข้องทางการเมือง
2. โดยมีวัตถุประสงค์ที่เฉพาะเจาะจง
3. การสื่อสารที่สื่อมวลชนและผู้เลือกตั้งส่งถึงนักการเมือง
4. กิจกรรมการสื่อสารที่สื่อมวลชนนำเสนอเกี่ยวกับการเมือง เช่น การรายงาน ข่าว บท

บรรณาธิการ ฯลฯ

สำหรับการศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีการสื่อสารของ เดวิด เค เบอร์โลและทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองของไบรอัน แมคเนร์มาใช้ในการศึกษาวิจัย เพื่อนำไปวิเคราะห์และทำความเข้าใจถึงการสื่อสารของกลุ่มต่อต้านการรัฐประหารในฐานะผู้ส่งสาร วิเคราะห์ถึงเนื้อหาในการสื่อสาร การใช้ช่องทางสื่อสารผ่านสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ในการส่งสารถึงประชาชน กลุ่มเป้าหมายในฐานะผู้รับสาร ว่าประสบความสำเร็จอย่างไรในการสื่อสารคั้งนี้

¹² Brian McNair, An I Introduction to Political Communication (London Routledge, 1999), p.5.

ทฤษฎีสัญญาวิทยา

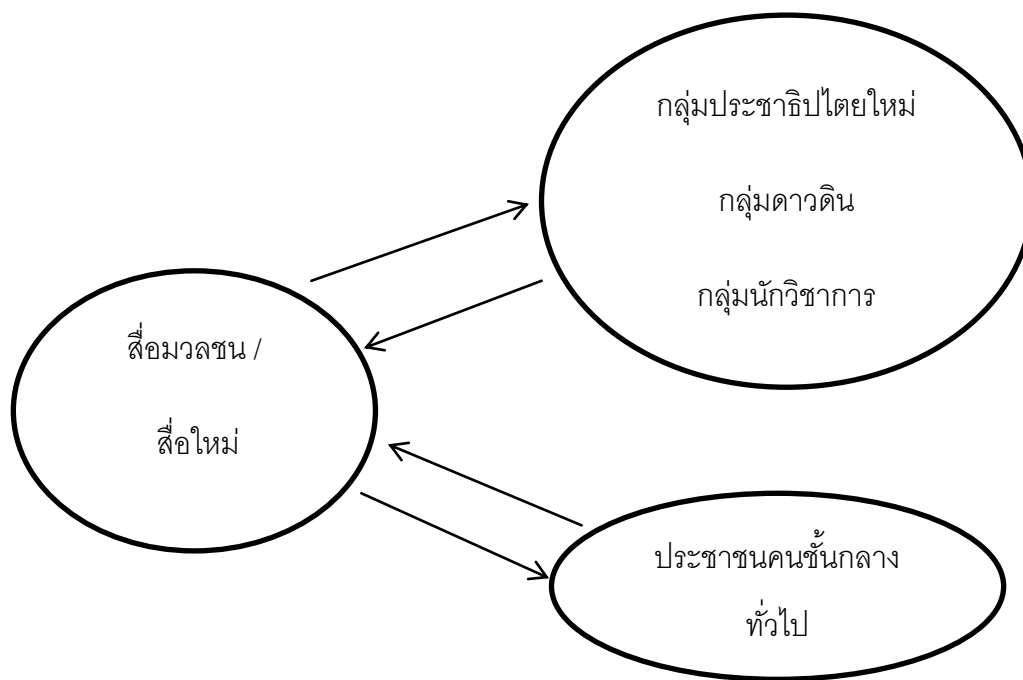
สัญญาวิทยาเป็นทฤษฎีที่นำมาอธิบายการสื่อสารของมนุษย์ว่า การสื่อสารคือจุดกำเนิดของความหมาย ซึ่งการศึกษาแนวนี้จะไม่สนใจความล้มเหลวของการสื่อสาร และไม่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลและความถูกต้อง แต่เป็นแนวทางการศึกษาเชิงสังคมหรือความแตกต่างของวัฒนธรรมระหว่างผู้ให้และผู้รับสาร ตลอดจนความหลากหลายของความหมายภายในระบบภาษา วัฒนธรรม และความความเป็นจริงที่ไม่สามารถแสดงผลเป็นลูกศรหรือเป็นเส้นตรงของกระแสการไหลของข่าวสาร¹³

สำหรับการศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยนำเอาทฤษฎีสัญญาวิทยา มาวิเคราะห์ถึงประเด็นต่างๆ ที่กลุ่มต่อต้านการรัฐประหาร กระทำตลอดช่วงปี พ.ศ.2557-2561 จนเป็นที่น่าสนใจและได้พื้นที่จากสื่อมวลชนและประชาชนที่อยากเห็นสังคมไทยเป็นสังคมประชาธิปไตยโดยสมบูรณ์

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองของ ไบรอัน แมคแนร์ มาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา เพื่อวิเคราะห์การสื่อสารทางการเมืองของกลุ่มต่อต้านการรัฐประหารในช่วงเวลา พ.ศ. 2557-2561 โดยวิเคราะห์ตามกรอบตั้งแต่ (1) ผู้ส่งสาร ได้แก่ กลุ่มประชาธิปไตยใหม่ กลุ่มดาวดิน และกลุ่มนักวิชาการ (2) การแสดงออกทางสัญลักษณ์ในการต่อต้านการรัฐประหารและการพิพากษ์วิจารณ์ผ่านสื่อใหม่แสดงการไม่เห็นด้วยกับการรัฐประหาร ได้แก่ สื่อใหม่ เฟซบุ๊ก ไลน์ อินทราแกรม อินเทอร์เน็ต (3) ผู้รับสาร ได้แก่ ประชาชนคนชั้นกลางทั่วไป ตามแบบจำลองต่อไปนี้

¹³ กาญจนา แก้วเทพ. (2552). การวิเคราะห์สื่อ : แนวคิดและเทคนิค. คณะนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์.



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงบริบททางการเมืองที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของกลุ่มต่อต้านการรัฐประหาร
2. เพื่อศึกษาถึงกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของกลุ่มต่อต้านการรัฐประหารของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ในช่วงเวลา ปี พ.ศ. 2557-2561

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ศึกษาบริบทการเมืองที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของกลุ่มต่อต้านการรัฐประหาร 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 ในช่วงเวลา พ.ศ. 2557-2561
2. ศึกษากระบวนการสื่อสารของกลุ่มต่อต้านการรัฐประหาร อันประกอบด้วย กลุ่มประชาธิปไตยใหม่ กลุ่มดาวดิน กลุ่มนักวิชาการที่ไม่เห็นด้วยกับการรัฐประหาร โดยศึกษาผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อมวลชนกระแสหลัก (โทรทัศน์ , วิทยุ , หนังสือพิมพ์) และสื่อใหม่ ได้แก่ Facebook ,Instagram, Twitter. ฯลฯ

ขอบเขตด้านเวลา

ศึกษาในช่วงเวลา พ.ศ. 2557-2561

วิธีดำเนินการวิจัย

1.แนวทางการศึกษาวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารทางการเมืองของกลุ่มต่อต้านการรัฐประหารที่สื่อสารต่อประชาชนในฐานะผู้รับสาร ผ่านทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองของ ไบรอัน แมคแนร์ ในแต่ละช่วงของบริบททางการเมืองที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ.2557-2561 ว่ามีกระบวนการสื่อสารและบทบาทเป็นอย่างไร

2.เครื่องมือในการศึกษา

2.1 การใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เป็นการสนทนาที่ผู้ศึกษา มุ่งที่จะได้คำตอบจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key-Informants) เป็นรายบุคคล

2.2 การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม เป็นการศึกษที่รวบรวมข้อมูลจากการเข้าไปศึกษา และมีกิจกรรมร่วมกับกลุ่มต่อต้านการรัฐประหาร โดยกิจกรรมหลักๆ ได้แก่ การปราศรัยของกลุ่มผู้ต่อต้านการรัฐประหาร การติดตามการไลฟ์สดผ่านเฟซบุ๊ก ฯลฯ

2.3 เอกสารจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อประกอบการศึกษาให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น จึงมีความจำเป็นต้องค้นคว้าเอกสาร เช่น แถลงการณ์ ประกาศ หรือบทความที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร จุลสาร เฟซบุ๊ก อินทราแกรม ตลอดจนบทสัมภาษณ์ที่ปรากฏในสื่อประเภทต่างๆ โดยเอกสารเหล่านี้จะรวบรวมเพื่อนำไปประกอบการวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลอื่นๆ

3.กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

1.กลุ่มประชาธิปไตยใหม่ ประกอบไปด้วยบุคคลที่ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ นายรังสิมันต์ โรม, นายสิริวิชญ์ เสรีวิวัฒน์, นางสาวณัฐฐา มหัทธนา, นายอานนท์ นำภา, นายภาณุพงศ์ พงษ์ประพันธ์, นายสกฤษณ์ เพียรสุวรรณ, นายเนติวิทย์ โชติภัทร์ไพศาล

2. กลุ่มดาวดิน ประกอบไปด้วยบุคคลที่ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ นายจตุภัทร์ บุญภัทรรักษา, นายอภิววัฒน์ สุนทรารักษ์, นายศุภชัย ภูครองพลอย, นายภานุพงษ์ ศรีธนานุวัฒน์, นายวสันต์ เสตสิทธิ์, นายพายุ บุญโสภณ, นายสุวิชา พิทักษ์

3. กลุ่มนักวิชาการที่ไม่เห็นด้วยกับการรัฐประหาร ประกอบไปด้วยบุคคลที่ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ศาสตราจารย์ ดร. นิธิ เอียวศรีวงศ์, ศาสตราจารย์ (พิเศษ) ดร.ชาญวิทย์ เกษตรศิริ ศาสตราจารย์ ดร. วรเจตน์ ภาคีรัตน์, ศาสตราจารย์ ดร.สุรชาติ บำรุงสุข, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์, ศาสตราจารย์ ดร.เกษียร เตชะพีระ

ผลการวิจัย

1. **บริบททางการเมืองที่ส่งผลต่อกลุ่มต่อต้านการรัฐประหาร** พบว่ามีบริบทที่สำคัญคือ วิกฤติการณ์ทางการเมืองไทยในปี พ.ศ. 2556 – 2557 เป็นวิกฤติทางการเมืองที่เกิดขึ้นจากการที่รัฐบาลพรรคเพื่อไทยได้เสนอร่างพระราชบัญญัตินิรโทษกรรมเข้าสู่สภา โดยมีฝ่ายที่ไม่เห็นด้วยคือ นายสุเทพ เทือกสุบรรณ และพรรคประชาธิปัตย์ ส่วนฝ่ายที่สนับสนุนคือ กลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) นายสุเทพ เทือกสุบรรณ จึงระดมมวลชนในนามของ กปปส. ออกมาต่อต้าน พ.ร.บ. นิรโทษกรรม รัฐบาลแก้ไขปัญหาโดยส่งเรื่องให้วุฒิสภา เมื่อวุฒิสภาลงมติว่าไม่รับ จึงทำให้ร่าง พ.ร.บ. ฉบับนี้ตกไป แต่การชุมนุมของกลุ่ม กปปส. ก็ยกระดับความรุนแรงขึ้นและเปลี่ยนมากดดันขับไล่รัฐบาลแทน เกิดการชุมนุมยืดเยื้อเป็นเวลานานเมื่อไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ รัฐบาลจึงประกาศยุบสภา และกำหนดให้มีการเลือกตั้งใหม่ในวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2557 แต่นายสุเทพ เทือกสุบรรณ และผู้ชุมนุมปฏิเสธการเลือกตั้ง และเรียกร้องให้จัดตั้งสภาประชาชนก่อนการเลือกตั้ง ทางฝ่าย นปช. ก็ได้ออกมาชุมนุมสนับสนุนรัฐบาลนำไปสู่การเผชิญหน้ากับฝ่าย กปปส. เกิดการปะทะกันจนมีผู้บาดเจ็บและเสียชีวิต เหตุการณ์นี้นำไปสู่ความขัดแย้งรุนแรงในวันที่ 20 พฤษภาคม 2557 พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา จึงประกาศใช้กฎอัยการศึกทั่วราชอาณาจักร อีก 2 วันต่อมาคือ วันที่ 2 พฤษภาคม 2557 คณะรักษาความสงบเรียบร้อยแห่งชาติ (คสช.) ได้ทำการรัฐประหารยึดอำนาจการปกครอง โดยอ้างว่าเพื่อความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง หลังรัฐประหารก็เกิดมีกลุ่มคนต่างๆ ที่ไม่เห็นด้วยกับการ

รัฐประหารในครั้งนี้ ได้ออกมาต่อต้านการรัฐประหาร แต่ก็ถูกฝ่าย คสช.ควบคุมตัวไปปรับทัศนคติ และคุมขัง พร้อมทั้งห้ามแสดงความคิดเห็นที่เป็นไปในทางลบแก่ คสช.¹⁴

2. กระบวนการสื่อสารทางเมืองของกลุ่มต่อต้านการรัฐประหาร มีดังต่อไปนี้

1. ผู้ส่งสาร ได้แก่

(1) **กลุ่มประชาธิปไตยใหม่** มีแกนนำที่สำคัญ ได้แก่ นายรังสิมันต์ โรม, นายสิริวิชญ์ เสรีธิวัฒน์ หรือจ่านิว เป็นต้น เป็นนักศึกษาคณะรัฐศาสตร์ และ นิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

(2) **กลุ่มดาวดิน** มีแกนนำที่สำคัญ เช่น นายจตุรภัทร์ บุญภัทรรักษา หรือ ไผ่ ดาวดิน นายวสันต์ เสตติทธิ เป็นต้น ซึ่งเป็นนักศึกษาคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และยังมีสมาชิกที่ร่วมเคลื่อนไหว เช่นนายวศิน พรหมณี (ปาล์ม) เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา

(3) **กลุ่มนักวิชาการที่ไม่เห็นด้วยกับการรัฐประหาร** ซึ่งมีการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อ การเขียนบทความวิพากษ์วิจารณ์ เช่น ได้แก่ ศาสตราจารย์ ดร. นิธิ เอียวศรีวงศ์, ศาสตราจารย์ (พิเศษ) ดร.ชาญวิทย์ เกษตรศิริ ศาสตราจารย์ ดร. วรเจตน์ ภาคีรัตน์, ศาสตราจารย์ ดร.สุรชาติ บำรุงสุข, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์, ศาสตราจารย์ ดร.เกษียร เตชะพีระ

ซึ่งผู้ส่งสารได้ส่งสาร คือ การแสดงออกทางสัญลักษณ์ในการต่อต้านการรัฐประหาร เช่น การทาบแขนดิวิซ การอ่านหนังสือ หนึ่ง-เก้า-แปด-สี่ ของ จอร์จ ออร์เวลล์ หน้าสยามพารากอน การถือป้ายต่อต้านการรัฐประหาร การชู 3 นิ้ว การใส่เสื้อที่มีข้อความว่า “ไม่-เอา-รัฐ-ประ-หาร” การใส่เสื้อสีดำไว้อาลัยประชาธิปไตย การสวมเสื้อเขียนข้อความว่า “โหวตโน” ในการลงมติไม่รับร่างรัฐธรรมนูญของกลุ่มนักศึกษา และการใช้มือไขว่กันเป็นรูปกากบาทไม่รับร่างรัฐธรรมนูญของอาจารย์กลุ่มนิติราษฎร์ การแขวนป้ายไว้ที่คอมีข้อความว่า “ช่วยด้วย ฉันทูปล้น” การสวม

¹⁴ “ไฟต์บังคับ ผ่าทางตัน” ใน ไทยรัฐ. ฉบับวันที่ 23 พฤษภาคม พ.ศ. 2557, หน้า 3.

หน้ากากบุคคลต่างๆของกลุ่มนักศึกษาชาวไทยและต่างชาติในประเทศญี่ปุ่นที่รวมตัวกันชุมนุมต่อต้านรัฐประหารในประเทศไทย

2. สื่อ กลุ่มต่อต้านการรัฐประหารใช้กลยุทธ์หลายช่องทาง มีการใช้สื่ออย่างหลากหลาย ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี เช่น แผ่นพับ สติกเกอร์ หนังสือ สื่อ การสื่อสารผ่านสื่อสมัยใหม่ เช่น เฟซบุ๊ก สื่อออนไลน์ เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น การนัดชุมนุมและการจัดทำซีดีหนังสือออกมาเผยแพร่ ทุกช่องทางล้วนสามารถเข้าถึงผู้รับสารแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน และสามารถลดข้อจำกัดของการสื่อสารระหว่างกันได้

3. ผู้รับสาร ได้แก่ กลุ่มประชาชนคนชั้นกลางทั่วไป กลุ่มผู้รักประชาธิปไตย กลุ่มที่ไม่ต้องการการรัฐประหาร ซึ่งกลุ่มเหล่านี้ได้รับข้อมูลผ่านสื่อเฉพาะต่างๆ ของกลุ่มต่อต้านการรัฐประหาร แต่ไม่อาจรวมตัวกันได้ เนื่องจากการบังคับใช้มาตรา 44 อย่างเข้มข้นของรัฐบาล คสช.

ข้อเสนอแนะ

1. การใช้สื่อมวลชนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ต้องมีการกำหนดวาระข่าวสารให้สื่อ โดยการทำกิจกรรมทางการเมืองที่มีคุณค่าและน่าสนใจ เพื่อที่สื่อมวลชนจะได้นำเสนอกิจกรรมสื่อสารไปยังประชาชน

2. การชุมนุมประท้วงหรือการเรียกร้อง ต้องเลือกใช้พื้นที่ที่เหมาะสม โดยเฉพาะพื้นที่ที่สำคัญทางการเมือง เช่น สนามหลวง อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย เป็นต้น เป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ของการชุมนุมทางการเมือง สามารถกระตุ้นให้เกิดการรวมกลุ่มซึ่งอาจทำให้มีผู้สนใจเข้าร่วมจำนวนมาก

บรรณานุกรม

กาญจนา แก้วเทพ. (2552). การวิเคราะห์สื่อ : แนวคิดและเทคนิค. คณะนิเทศศาสตร์.

กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์.

เกียรติชัย พงษ์พาณิชย์. ปฏิวัติ 2475. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แสงดาว, 2560.

กองบรรณาธิการมติชน. รัฐประหาร 19 กันยายน 2549 : เรียบแต่ลึก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน
2550.

คริส เบเกอร์ และระผาสุก พงษ์ไพจิตร. ประวัติศาสตร์ไทยร่วมสมัย. พิมพ์ครั้งที่ 4, กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์มติชน, 2559.

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ และ อังศักดิ์ เพชรเลิศอนันต์. พฤษภา-พฤษภา สังคมรัฐไทย กับความ
รุนแรงทางการเมือง. กรุงเทพฯ : มูลนิธิตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 2556.

เดวิด เค.วีย์อาจ. ประวัติศาสตร์ไทย ฉบับสังเขป. กรุงเทพฯ : มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์
และ มนุษยศาสตร์, 2556.

ถล่ม 2 ปี คสช.-นศ. คึกฉนวนโหวตโน” ใน ไทยรัฐ (23, พฤษภาคม 2559), หน้า 14.

นันทนา นันทวโรภาส. ชนะการเลือกตั้งด้วยพลังการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ขอคิดด้วยคน,
2549.

“ประยุทธ์ ปราบชู 3 นิ้วต้าน ชู 5 นิ้วแทน.”ใน มติชน. (7 มิถุนายน 2557).

“ไฟต์บังคับ ผ่าทางตัน” ใน ไทยรัฐ. ฉบับวันที่ 23 พฤษภาคม พ.ศ. 2557.

สุธาชัย ยิ้มประเสริฐ และ ทิพย์พาพร ตันติสุนทร, บรรณาธิการ. จาก 100 ปี ร.ศ.130 ถึง 80 ปี
ประชาธิปไตย. กรุงเทพฯ : พี.เพรส, 2556.

<http://www.radioparliament.net/parliament/viewNews.php?nid=2407#VPGvDXzF9Nh>.

สืบค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2561. เวลา 18.45 น.

Berlo, David K. The Process of Communication : An Introduction to Theory and Practice
(New York : Holt, Rinehart and Winston, 1960), pp.21-39.

McNair, Brian An. I Introduction to Political Communication (London Routledge, 1999),
p.5.

ปัจจัยการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน

Internal Control Factors Affecting Working Effectiveness of Internal Auditors

กิตติยา จิตต์อาจหาญ¹

Kittiya Jitardhan

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน วิธีดำเนินการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามปลายปิดในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนักบัญชีไทยในองค์กรธุรกิจ เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยการควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมของการควบคุม ด้านการประเมินความเสี่ยง ด้านกิจกรรมการควบคุม และด้านการติดตามและประเมินผล ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่ ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน โดยอิทธิพลของสภาพแวดล้อมของการควบคุม การประเมินความเสี่ยง กิจกรรมการควบคุม และการติดตามและประเมินผล ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน คิดเป็นร้อยละ 51.1

คำสำคัญ : ปัจจัยการควบคุมภายใน, ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน, ผู้ตรวจสอบภายใน

Abstract

The objectives of this study were to study the internal control factors affecting working effectiveness of internal auditors in business organizations, Bangkok. The sample consisted of data collected from 400 Thai accountants in business organizations in Bangkok area through a closed-ended questionnaire survey. The results of hypothesis testing showed that the internal control factors in terms of environment control, risk assessment, activities control and monitoring activities affected working effectiveness of internal auditors in business organizations, Bangkok. While the information and communication did not affect the working effectiveness of internal auditors in business organizations, Bangkok. These factors predicted the working effectiveness of internal auditors in business organizations, Bangkok accounting for 51.1 percent at the significant level of .05.

Keywords : Internal Control Factors, Working Effectiveness, Internal Auditors

¹ นักศึกษา ปริญญาโท สาขาบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม

บทนำ

นักบัญชีถือเป็นอีกหนึ่งอาชีพที่มีความสำคัญในองค์กรธุรกิจ เมื่อเข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัล (สภาวิชาชีพบัญชี, 2558) ทั้งนี้เพราะวิชาชีพบัญชีเป็นวิชาชีพที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและตลาดทุนในฐานะผู้ให้ข้อมูลทางการเงินที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสียกับกิจการที่เกี่ยวกับประเมินฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของภาคธุรกิจซึ่งเป็นการสะท้อนสภาพความเป็นจริงของธุรกิจ และผู้มีส่วนได้เสียกับกิจการยังใช้ข้อมูลเพื่อประเมินผลการปฏิบัติงานตามกลยุทธ์และประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรของฝ่ายบริหาร นักธุรกิจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใช้ข้อมูลทางบัญชีในการประเมินฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของกิจการมาเป็นเวลาหลายทศวรรษ โดยข้อมูลทางการเงินที่มีส่วนสัมพันธ์อย่างมากต่อมูลค่ากิจการและผลกำไรอันจะเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจทางธุรกิจที่ถูกต้องของผู้ใช้รายงานการเงินทุกกลุ่ม (Watt & Zimmerman, 1983) นอกจากนี้ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตของธุรกิจยังทำหน้าที่ให้คำปรึกษาและคำแนะนำทางด้านบัญชีและภาษีอากรเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจอีกด้วย

ซึ่งจากสภาพการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงในทุกวันนี้ มีการเปลี่ยนแปลงที่เร็วขึ้นในตลาดโลกองค์กรจึงต้องเกิดการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นกว่าเดิม โดยเฉพาะการเป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง เพื่อที่จะทำให้สามารถเกิดประสิทธิภาพในการแข่งขันสูงขึ้น (ธนกร กรวัชรเจริญ, 2555) โดยการควบคุมภายใน เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการที่แทรกอยู่ในกระบวนการบริหารงานของการปฏิบัติงานตามปกติภายในองค์กรภายใต้การควบคุมของฝ่ายบริหารในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ผู้บริหารมั่นใจได้ว่า การดำเนินของกิจการจะเป็นไปอย่างมีระบบและมีระเบียบ ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตลอดจนมีการปฏิบัติตามนโยบายที่ได้วางไว้ มีการป้องกันดูแลรักษาทรัพย์สิน มีการป้องกันการเกิดข้อผิดพลาดหรือการทุจริต มีความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูล (จันทนา สาขากร, นิพันธ์ เห็นโชคชัยชนะ และศิลปพร ศรีจันเพช, 2550) เพื่อสร้างความมั่นใจในระดับที่สมเหตุสมผลในการบรรลุวัตถุประสงค์ ดังนั้นในการศึกษาการควบคุมภายในจึงนำแนวทางของ COSO มาเป็นกรอบ ตามแนวคิดของ COSO การควบคุมภายในประกอบด้วย องค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการที่มีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กัน องค์ประกอบเหล่านี้ได้มาจากแนวทางที่ผู้บริหารดำเนินธุรกิจและมีการเชื่อมโยงเข้ากับกระบวนการทางการบริหารดังนี้ 1) สภาพแวดล้อมการควบคุม (Control Environment) 2) การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) 3) กิจกรรมการควบคุม (Control Activities) 4) สารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication) และ 5) กิจกรรมการกำกับติดตามและประเมินผล (Monitoring Activities) ซึ่งพบว่า พบว่า ทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กับคุณภาพรายงานทางการเงิน หากกิจการมีการควบคุมภายในที่มีประสิทธิผลจะทำให้รายงานทางการเงินของกิจการมีคุณภาพสูงตามไปด้วย (จุฬาลักษณ์ ฟองมูล, 2554)

จึงเห็นได้ว่าการประกอบธุรกิจไม่ว่าจะในรูปแบบใดก็ตาม ปัจจัยในการควบคุมภายในมีความสำคัญเป็นอย่างมากสำหรับผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้เห็นความสำคัญของปัจจัยดังกล่าว จึงได้ทำการศึกษาถึง ปัจจัยการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน เพื่อทราบถึงการทำงานด้านการบัญชีและการเงินอันจะนำไปสู่แนวทางปฏิบัติด้านการควบคุมภายในที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและรูปแบบการปฏิบัติงานภายในองค์กร จะส่งผลให้การปฏิบัติงานขององค์กรมีประสิทธิภาพ รวมทั้งก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมแก่บุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการควบคุมภายในของ COSO

ระบบการควบคุมภายใน ประกอบด้วยนโยบายและวิธีปฏิบัติงานที่กำหนดขึ้นในองค์กร เพื่อให้ความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผลว่ากิจการจะบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ซึ่งการทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดของ COSO จะต้องพิจารณาในเนื้อหาอย่างลึกซึ้ง โดยองค์ประกอบทั้ง 5 มีดังนี้ (จันทนา สาขากร, นิพันธ์ เห็นโชคชัยชนะ และศิลป์พร ศรีจันท, 2550)

1. สภาพแวดล้อมการควบคุม (Control Environment) หมายถึง องค์ประกอบที่เกี่ยวกับการสร้างจิตสำนึกและบรรยากาศของการควบคุมภายในซึ่งปัจจัยหลายๆ ปัจจัยที่นำมาพิจารณารวมกันส่งผลให้เกิดความมีประสิทธิภาพของมาตรการหรือวิธีการควบคุมในองค์กร หรือทำให้มาตรการและวิธีการควบคุมที่ดีขึ้น

2. การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) การประเมินความเสี่ยงจัดได้ว่าเป็นเครื่องมือในการบริหารอย่างหนึ่งที่ผู้บริหารนิยมใช้ในปัจจุบัน ซึ่งการประเมินความเสี่ยงนั้นเป็นกระบวนการที่ทำให้กิจการขององค์กรทราบถึงความเสี่ยงที่กำลังจะเผชิญล่วงหน้าได้ เมื่อทราบถึงความเสี่ยงแล้วก็สามารถที่จะบริหารความเสี่ยงเพื่อเปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาส และเพื่อลดผลกระทบความเสียหายที่จะเกิดขึ้นได้

3. กิจกรรมการควบคุม (Control Activities) หมายถึง การกระทำที่สนับสนุนและส่งเสริมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามนโยบาย วิธีปฏิบัติงาน และคำสั่งต่างๆ ที่ฝ่ายบริหารกำหนด ซึ่งจะต้องเป็นการกระทำที่ถูกต้องและในเวลาที่เหมาะสม จะเพิ่มความมั่นใจในความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

4. ข้อมูลสารสนเทศ และการสื่อสารในองค์กร (Information and Communication) การสื่อสารและสารสนเทศนี้ ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการควบคุมภายในยุคปัจจุบัน ซึ่งนับได้ว่าเป็นยุคของข้อมูลข่าวสารและถ้าข้อมูลข่าวสารมีความทันสมัยก็จะทำให้

องค์กรรับรู้ข้อมูลได้ทันทั่วทั้งที่มี ความได้เปรียบทางด้านธุรกิจ และสามารถเพิ่มประสิทธิภาพให้กับ การบริหารองค์กรได้

5. การติดตามและประเมินผล (Monitoring) การควบคุมภายในขององค์กรจะ สมบูรณ์ไม่ได้หากขาดการติดตามและประเมินผล เพราะเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ผู้บริหาร มั่นใจได้ว่า มาตรการและระบบการควบคุมภายในมีประสิทธิภาพและได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัย อยู่ตลอดเวลา

แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

การมีประสิทธิภาพในการทำงานของตัวบุคคล หมายถึงการทำงานให้เสร็จ โดยสูญเสียเวลา และเสียพลังงานน้อยที่สุด ได้แก่การทำงานได้เร็วและได้งานที่ดี บุคลากรที่มีประสิทธิภาพในการ ทำงาน เป็นบุคลากรที่ตั้งใจในการปฏิบัติงานเต็มความสามารถ ใช้กลวิธีหรือเทคนิคการทำงานที่ จะสร้างผลงานได้มาก เป็นผลงานที่มีคุณภาพเป็นที่น่าพอใจโดยสิ้นเปลืองต้นทุน ค่าใช้จ่าย พลังงาน และเวลาน้อยที่สุด (สมใจ ลักษณะ, 2544) รวมทั้ง Plowman & Peterson (1989) ที่ กล่าวไว้ว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เกิดจากการกระทำของแต่ละบุคคลที่มีความสามารถและ ความพร้อมพยายามทุ่มเทอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงานของตนอย่างคล่องแคล่วด้วยความมี ระเบียบ มีกฎเกณฑ์ปฏิบัติงานให้เสร็จทันเวลา รวดเร็ว ถูกต้อง มีคุณภาพ และสรุปองค์ประกอบ ของประสิทธิภาพ ไว้ 4 ข้อด้วยกันคือ

1. คุณภาพของงาน (Quality) จะต้องมีความสูง คือผู้ผลิตและผู้ใช้ได้ประโยชน์คุ้มค่า และมีความพึงพอใจ ผลการทำงานมีความถูกต้องได้มาตรฐาน รวดเร็ว นอกจากนี้ผลงานที่มี คุณภาพควรก่อเกิดประโยชน์ต่อองค์กรและสร้างความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้มารับบริการ

2. ปริมาณงาน (Quantity) งานที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นไปตามความคาดหวังของหน่วยงาน โดยผลงานที่ปฏิบัติได้มีปริมาณที่เหมาะสมตามที่กำหนดในแผนงานหรือเป้าหมายที่บริษัทวางไว้ และควรมีการวางแผน บริหารเวลา เพื่อให้ได้ปริมาณงานตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

3. เวลา (Time) คือ เวลาที่ใช้ในการดำเนินงานจะต้องอยู่ในลักษณะที่ถูกต้องตาม หลักการเหมาะสมกับงานและทันสมัย มีการพัฒนาเทคนิคการทำงานให้สะดวกรวดเร็วขึ้น

4. ค่าใช้จ่าย (Costs) ในการดำเนินการทั้งหมดจะต้องเหมาะสมกับงาน และวิธีการคือ จะต้องลงทุนน้อยและได้ผลกำไรมากที่สุด ประสิทธิภาพในมิติของค่าใช้จ่าย หรือ ต้นทุนการผลิต ได้แก่ การใช้ทรัพยากรด้านการเงิน คน วัสดุ เทคโนโลยีที่มีอยู่อย่างประหยัดคุ้มค่า และเกิดการ สูญเสียน้อยที่สุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มณีรัตน์ ศิริสวัสดิ์ (2557) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารตามกรอบ COSO กับประสิทธิภาพของการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การบริหารตามแนวคิดของ COSO การประเมินความเสี่ยงและความคุ้มค่า มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกับประสิทธิภาพของการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร เช่นเดียวกับ สกลพร พิบูลย์วงศ์ (2555) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักบัญชีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ทางเลือกเพื่อการลงทุนเกี่ยวกับการวางระบบควบคุมภายใน และสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่มีผลต่อคุณภาพข้อมูลทางบัญชี พบว่า โดยสรุปการวางระบบควบคุมภายใน และสภาพแวดล้อมภายในองค์กร มีผลต่อคุณภาพข้อมูลทางบัญชีซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร รวมทั้ง วันวิสาข์ พวงมะลิ (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการควบคุมภายในตามแนวทาง COSO กรณีศึกษา การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคใต้) จังหวัดเพชรบุรี พบว่า กิจกรรมการควบคุมส่งผลต่อประสิทธิภาพของการควบคุมภายในตามแนวทาง COSO กรณีศึกษา การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคใต้) จังหวัดเพชรบุรี และการศึกษาของ ปิยพร บรรดาศักดิ์ (2555) ศึกษาเรื่อง ระบบการควบคุมภายในตามแนว COSO ด้านรายรับ -รายจ่ายกรณีศึกษาของทุนสุขภาพ พบว่า ด้านสารสนเทศและการสื่อสารระดับการควบคุมอยู่ในเกณฑ์เพียงพอแต่ยังมีข้อบกพร่องอยู่บ้างประเด็นการควบคุมที่ยังไม่มีความเหมาะสม คือ การสื่อสารทั้งภายในและภายนอกอย่างเป็นระบบ

วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเกี่ยวกับ ปัจจัยการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายในมีวิธีการวิจัยดังนี้

รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน นี้เป็นงานวิจัยที่มุ่งเน้นศึกษาถึงความยี่ดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพ ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบในการศึกษาโดยผ่านแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรได้แก่ นักบัญชีอิสระในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 174,512 คนข้อมูลของ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2561

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นที่ 1 กลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ คือ นักบัญชีอิสระในกรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดที่เหมาะสม โดยใช้สูตรของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ 5 ผู้วิจัยได้ประมาณขนาดตัวอย่าง (Sample Size) จากการคำนวณดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2552) ได้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 400 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

ขั้นที่ 2 การสุ่มตัวอย่างอาศัยความน่าจะเป็น (Probability sampling) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยสุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรต้น (Independent Variable) คือ การควบคุมภายในตามแนวคิดของ COSO ได้แก่ สภาพแวดล้อมของการควบคุม การประเมินความเสี่ยง กิจกรรมการควบคุม สารสนเทศและการสื่อสาร และการติดตามและประเมินผล

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา สถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรตามและกลุ่มตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวแปร ขึ้นไป เพื่ออธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม การใช้ตัวแปรอิสระเพียงตัวเดียวมาอธิบาย การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามนั้นอาจจะไม่พอเพียง โดยมีตัวแบบ (Model) ของสมการดังนี้

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

เมื่อ	k	หมายถึง จำนวนตัวแปรอิสระที่ใช้ในสมการ
	\hat{Y}	หมายถึง ค่าประมาณหรือค่าทำนาย
	b_0	หมายถึง แทนค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอย
	b_1, \dots, b_k	หมายถึง น้ำหนักคะแนนหรือสัมประสิทธิ์การถดถอย
ของตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึง ตัวที่ k ตามลำดับ		
	X_1, \dots, X_k	หมายถึง คะแนนตัวแปรอิสระ ตัวที่ 1 ถึง ตัวที่ k

การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำไปทำการทดสอบ (Pre-test) จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ หลังจากได้ผลแล้ว จึงนำมารวบรวมเพื่อทำการทดสอบความเชื่อมั่น โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้วัดค่าความเชื่อมั่นที่กว้างขวางมากที่สุดวิธีหนึ่ง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ผลการตรวจสอบพบว่า ค่าความเชื่อมั่นรวมของแบบสอบถามมีค่าในระดับ .70 ขึ้นไป และค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Corrected Item Total Correlation) มีค่าตั้งแต่ 0.3 (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006)

ผลการวิจัย : ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน

การควบคุมภายใน ตามแนวคิดของ COSO	ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน						
	B	S.E.	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.376	.315		1.191	.235	-	-
1. สภาพแวดล้อมของการควบคุม	.320	.068	.180	4.711	.000*	.849	1.178
2. การประเมินความเสี่ยง	.162	.033	.201	4.873	.000*	.731	1.367
3. กิจกรรมการควบคุม	.408	.050	.334	8.202	.000*	.746	1.341
4. สารสนเทศและการสื่อสาร	.073	.045	.058	1.607	.109	.940	1.064
5. การติดตามและประเมินผล	.798	.054	.623	14.802	.000*	.700	1.428

Note: $R^2 = .511$, $AR^2 = .505$, $F = 82.478$, $*p < .05$

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ สภาพแวดล้อมของการควบคุม (Sig=.000) การประเมินความเสี่ยง (Sig=.000) กิจกรรมการควบคุม (Sig=.000) และการติดตามและประเมินผล (Sig=.000) ในขณะที่ สารสนเทศและการสื่อสาร (Sig=.109) ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน พบว่า การติดตามและประเมินผล ($\beta = .623$) ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ กิจกรรมการควบคุม ($\beta = .334$) ถัดมา การประเมินความเสี่ยง ($\beta = .201$) และสภาพแวดล้อมของการควบคุม ($\beta = .180$) ตามลำดับ

สัมประสิทธิ์การกำหนด ($R^2 = .511$) แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลของสภาพแวดล้อมของการควบคุม การประเมินความเสี่ยง กิจกรรมการควบคุม และการติดตามและประเมินผล ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน คิดเป็นร้อยละ 51.1

นอกจากนี้ จากการตรวจสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งค่า VIF ที่มีค่าเกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง ดังนั้น ก่อนนำตัวแปรอิสระใดๆ เข้าสู่สมการถดถอยควรพิจารณารายละเอียดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระก่อน ซึ่งวิธีการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระมีอยู่หลายแนวทาง (ประสิทธิ์ สันติกาญจน์, 2551) โดยงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรอิสระอยู่ 2 วิธี ได้แก่

1. การตรวจสอบจากค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระ
2. การตรวจสอบจากค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระ

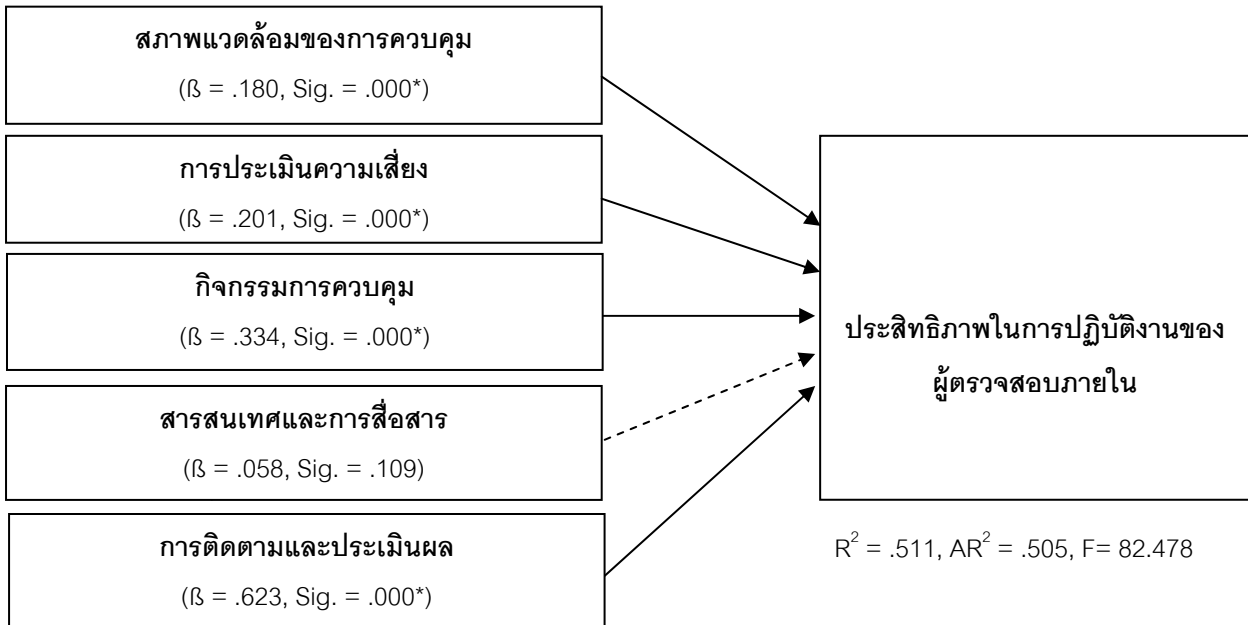
โดยที่ค่า Tolerance และ Variance Inflation Factor (VIF) เป็นตัวบ่งบอกว่า ตัวแปรใดบ้างที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน โดยที่ค่าทั้งสองนี้เป็นส่วนกลับต่อกัน ดังแสดงได้ในสมการข้างล่างนี้ (ประสิทธิ์ สันติกาญจน์, 2551)

$$\begin{aligned} \text{Tol}_i &= 1 / \text{VIF}_i = 1 - R_i^2 \\ \text{และ} \quad \text{Tol}_i &= 1 - R_i^2 \\ \text{เพราะฉะนั้น} \quad \text{VIF} &= 1 / (1 - R_i^2) = 1 / \text{Tol}_i \end{aligned}$$

ดังนั้น ค่า VIF และค่า R^2 จะมีความสัมพันธ์ทางตรงกันข้าม กล่าวคือ จะไม่รับตัวแปรอิสระเข้าในสมการถดถอย ถ้า R_i^2 หรือ VIF_i มีค่าสูง หรือ Tol_i มีค่าต่ำ ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Tol ของตัวแปรอิสระ มีค่าเท่ากับ .700 - .940 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ คือ $> .40$ (Allison, 1999)

ค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 1.064 – 1.428 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Zikmund, Babin, Carr & Griffin, 2013)

สรุปผลการวิจัย



* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ พบว่า ปัจจัยการควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมของการควบคุม ด้านการประเมินความเสี่ยง ด้านกิจกรรมการควบคุม และด้านการติดตามและประเมินผล ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน ในขณะที่ ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยอิทธิพลของสภาพแวดล้อมของการควบคุม การประเมินความเสี่ยง กิจกรรมการควบคุม และการติดตามและประเมินผล ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน คิดเป็นร้อยละ 51.1

การอภิปรายผล

สมมติฐานข้อที่ 1 สภาพแวดล้อมของการควบคุมส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน

จากการศึกษาพบว่า สภาพแวดล้อมของการควบคุมส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายในทั้งนี้ เป็นเพราะสภาพแวดล้อมของการควบคุมเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ ด้วยเพราะสภาพแวดล้อมของการควบคุมเป็นองค์ประกอบที่

เกี่ยวกับการสร้างจิตสำนึกและบรรยากาศของการควบคุมภายในซึ่งปัจจัยหลายๆ ปัจจัยที่นำมาพิจารณารวมกันส่งผลให้เกิดความมีประสิทธิผลของมาตรการหรือวิธีการควบคุมในองค์กร หรือทำให้มาตรการและวิธีการควบคุมที่ดีขึ้น โดยส่งเสริมให้ทุกคนในองค์กรตระหนักถึงความจำเป็นของระบบการควบคุมภายในและเน้นการสร้างบรรยากาศโดยผู้บริหารระดับสูงเพื่อให้คนขององค์กรเกิดจิตสำนึกที่ดีในการปฏิบัติตามความรับผิดชอบ ดังนั้น สภาพแวดล้อมของการควบคุมที่ดีจะช่วยให้บุคลากรเข้าใจถึงความจำเป็นและความสำคัญของการควบคุมภายใน (กุสุมา โสเชียว, 2549) ซึ่งผลการศึกษาค้างนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ สกลพร พิบูลย์วงศ์ (2555) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักบัญชีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ทางเลือกเพื่อการลงทุนเกี่ยวกับการวางระบบควบคุมภายใน และสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่มีผลต่อคุณภาพข้อมูลทางบัญชี ผลการศึกษาพบว่า โดยสรุปการวางระบบควบคุมภายใน และสภาพแวดล้อมภายในองค์กร มีผลต่อคุณภาพข้อมูลทางบัญชีซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร

สมมติฐานข้อที่ 2 การประเมินความเสี่ยงส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน

จากการศึกษาพบว่า การประเมินความเสี่ยงส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายในทั้งนี้เป็นเพราะ ความเสี่ยงจึงเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งการประเมินความเสี่ยงนั้นเป็นกระบวนการที่ทำให้กิจการขององค์กรทราบถึงความเสี่ยงที่กำลังจะเผชิญล่วงหน้าได้ เมื่อทราบถึงความเสี่ยงแล้วก็สามารถที่จะบริหารความเสี่ยงเพื่อเปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาส และเพื่อลดผลกระทบความเสียหายที่จะเกิดขึ้นได้เนื่องจากเป็นการค้ายุคการแข่งขันเสรีที่มีความเสี่ยงสูงและต้องเตรียมความพร้อมในทุกสถานการณ์ การประเมินความเสี่ยงจะทำให้ฝ่ายบริหารได้ทราบถึงปัจจัยเสี่ยงทั้งจากปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างเพียงพอและเหมาะสม (จันทนา สาขากร, นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ และศิลปิน ศรีจันเพช, 2550) ซึ่งผลการศึกษาค้างนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ มณีรัตน์ ศิริสวัสดิ์ (2557) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารตามกรอบ COSO กับประสิทธิภาพของการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การบริหารตามแนวคิดของ COSO การประเมินความเสี่ยงและความคุ้มค่า มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกับประสิทธิภาพของการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 3 กิจกรรมการควบคุมส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน

จากการศึกษาพบว่า กิจกรรมการควบคุมส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายในทั้งนี้เป็นเพราะ กิจกรรมการควบคุมนั้น เป็นการกระทำที่สนับสนุนและส่งเสริมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามนโยบาย วิธีปฏิบัติงาน และคำสั่งต่างๆ ที่ฝ่ายบริหารกำหนดซึ่ง

จะต้องเป็นการกระทำที่ถูกต้องและในเวลาที่เหมาะสม จะเพิ่มความมั่นใจในความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด อันจะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายในขององค์กรธุรกิจต่อไป (จันทนา สาขากร, นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ และศิลาพร ศรีจันท, 2550) ซึ่งผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ วันวิสาข์ พวงมะลิ (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการควบคุมภายในตามแนวทาง COSO กรณีศึกษา การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคใต้) จังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาค้นคว้าว่า กิจกรรมการควบคุมส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการควบคุมภายในตามแนวทาง COSO กรณีศึกษา การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคใต้) จังหวัดเพชรบุรี

สมมติฐานข้อที่ 4 สารสนเทศและการสื่อสารส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน

จากการศึกษาพบว่า สารสนเทศและการสื่อสารไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายในทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอื่นของการควบคุมภายในตามแนวคิดของ COSO มากกว่า เช่น ปัจจัย สภาพแวดล้อมของการควบคุม การประเมินความเสี่ยง รวมทั้งการติดตามและประเมินผล อย่างไรก็ตามผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีบางส่วนสอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยพร บรรดาศักดิ์ (2555) ศึกษาเรื่อง ระบบการควบคุมภายในตามแนว COSO ด้านรายรับ - รายจ่ายกรณีศึกษากองทุนสุขภาพ พบว่า ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร ระดับการควบคุมอยู่ในเกณฑ์เพียงพอแต่ยังมีข้อบกพร่องอยู่บ้างประเด็นการควบคุมที่ยังไม่มีความเหมาะสม คือ การสื่อสารทั้งภายในและภายนอกอย่างเป็นระบบ

สมมติฐานข้อที่ 5 การติดตามและประเมินผลส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน

จากการศึกษาพบว่า การติดตามและประเมินผลส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายในทั้งนี้เป็นเพราะการควบคุมภายในขององค์กรจะสมบูรณ์ไม่ได้หากขาดการติดตามและประเมินผล เพราะเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ผู้บริหารมั่นใจได้ว่า มาตรการและระบบการควบคุมภายในมีประสิทธิภาพและได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา โดยการประเมินผลนั้นเริ่มต้นตั้งแต่ การติดตามผลระหว่างการทำงาน ผ่านการสังเกต การติดตามระบบรายงานความคืบหน้าของงานรวมทั้งการสอบถามหรือการยืนยันผลงานระหว่างการทำงาน การจัดประชุมเชิงปฏิบัติร่วมกัน ระหว่างผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงานผู้มีความรู้ด้านการควบคุม และผู้อื่นที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกิจกรรมควบคุมและประเมินผลร่วมกัน ในด้านที่ได้รับมอบหมายให้ดำเนินงานนั้น เพื่อให้การปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายในขององค์กรธุรกิจเกิดประสิทธิภาพสูงสุด (จันทนา สาขากร, นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ และศิลาพร ศรีจันท, 2550) ซึ่งผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ มณีรัตน์ ศิริสวัสดิ์ (2557) ศึกษาเรื่อง

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารตามกรอบ COSO กับประสิทธิภาพของการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การบริหารด้านการติดตามและประเมินผล มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกับประสิทธิภาพของการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

จากการศึกษา ปัจจัยการควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมของการควบคุม ด้านการประเมินความเสี่ยง ด้านกิจกรรมการควบคุม และด้านการติดตามและประเมินผล ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ดังนี้

1. ด้านสภาพแวดล้อมของการควบคุม ฝ่ายบริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดการสภาพแวดล้อมของการควบคุมอย่างเหมาะสม และชัดเจน มีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนในเรื่องของความซื่อสัตย์ มีการแบ่งแยกหน้าที่การปฏิบัติงาน และจริยธรรมในการดำเนินงานสำหรับพนักงานทุกระดับ โดยต้องมีการประเมินผลการปฏิบัติงานและชี้แจงให้พนักงานได้ทราบผลการประเมินและข้อควรปรับปรุง นอกจากนี้แล้วต้องมีการการติดตามผลการนำนโยบายการควบคุมภายในไปปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง

2. ด้านการประเมินความเสี่ยง ฝ่ายบริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายการดำเนินงานของโครงการอย่างชัดเจน มีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาระดับความสำคัญของความเสี่ยง รวมทั้งการพิจารณาความคุ้มค่าของต้นทุนที่จะเกิดขึ้นจากการกำหนดวิธีการควบคุมเพื่อป้องกันหรือลดความเสี่ยง นอกจากนี้แล้วต้องมีการติดตามผลการปฏิบัติงานตามวิธีการควบคุมที่กำหนดและปรับปรุงเพื่อให้สามารถป้องกันหรือลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในสถานการณ์ต่างๆ ได้ เพื่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่สูงที่สุดของผู้ตรวจสอบภายใน

3. ด้านกิจกรรมการควบคุม ฝ่ายบริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการกำหนดแผนงบประมาณค่าใช้จ่าย และติดตามควบคุมค่าใช้จ่ายให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ มีการกำหนดแผนการปฏิบัติงานไว้ล่วงหน้า กำหนดมาตรฐานเวลาในการปฏิบัติงานแต่ละประเภท และต้องมีการประเมินผลการปฏิบัติงานจริงกับเป้าหมายหรือแผนงานที่วางไว้ แล้วนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบการปฏิบัติงานของฝ่ายบัญชีกับระเบียบงานด้านบัญชีที่กำหนดไว้เพื่อให้ทราบถึงการปฏิบัติงานของผู้ตอบสอบบัญชี อันจะสามารถนำไปปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ต่อไป

4. ด้านการติดตามและประเมินผล ฝ่ายบริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการติดตามและกำกับดูแลการปฏิบัติงานในแต่ละกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ติดตามสาเหตุการปฏิบัติงานที่ล่าช้า

หรือไม่เสร็จตามกำหนดเวลา จากนั้นควรมีการประชุมเพื่อรายงานผลความคืบหน้าของงาน การชี้แจงข้อมูล สาเหตุ ความคลาดเคลื่อนและการกำเนินการแก้ไข และติดตามการแก้ไขผลการดำเนินการที่ไม่เป็นไปตามแผนงาน เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในการปฏิบัติงาน และเป็นประโยชน์กับองค์กรมากที่สุดต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญในเรื่องการนำเอาทฤษฎีการควบคุมภายในตามแนวคิดของ COSO มาประยุกต์ใช้เพื่อทราบถึงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน ดังนั้นแล้วในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการนำแนวคิด ทฤษฎี หรือแนวทางปฏิบัติอื่นๆ มาปรับใช้กับองค์กร เพื่อให้ทราบถึงองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่อาจส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน เพื่อให้ทุกคนในองค์กรได้มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างถ่องแท้ และเกิดการพัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอย่างยั่งยืนต่อไป

นอกจากนี้แล้วการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้น สำหรับผู้ที่สนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับวิจัยเรื่องนี้ ควรมีการศึกษาวิจัยเจาะลึกในเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) ถึงมูลเหตุที่มีอิทธิพล หรือปัจจัยอื่นๆ เพื่อให้เกิดการค้นพบปัจจัยใหม่ๆ ที่อาจส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กฤษมา โสเสียว. (2549). *ผลกระทบของประสิทธิภาพการควบคุมภายในและสภาพแวดล้อมธุรกิจที่มีต่อคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จันทนา สาขากร, นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ และศิลปพร ศรีจันทเพช. (2550). *การควบคุมภายในและการตรวจสอบภายใน*. กรุงเทพฯ: ทีพีเอ็นเพรส.
- จิณห์ระพีร์ พุ่มสงวน. (2558). *แนวทางการควบคุมภายใน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จุฬาลักษณ์ ฟองมูล. (2554). *ความคิดเห็นของผู้สอบบัญชีต่อความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลของการควบคุมภายในตามมาตรา 404 ของกฎหมายซาเบนส์ ออกซ์เลย์ กับคุณภาพรายงานทางการเงิน*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนกร กรวิชรเจริญ. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีมของพนักงานบริษัท คออลดีตี้เฮาส์ จำกัด(มหาชน)*. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- ประสิทธิ์ สันติกาญจน์. (2551). การทดสอบข้อกำหนดเบื้องต้นของการวิเคราะห์เส้นโยง. *BU Academic Review*, 7(1), 27-45.
- ปิยพร บรรดาศักดิ์. (2555). ระบบการควบคุมภายในตามแนว COSO ด้านรายรับ – รายจ่าย กรณีศึกษากองทุนสุขภาพ. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- มณีรัตน์ ศิริสวัสดิ์. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารตามกรอบ COSO กับประสิทธิภาพของการจัดทำบัญชีของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วันวิสาข์ พวงมะลิ. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการควบคุมภายในตามแนวทาง COSO กรณีศึกษา การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคใต้) จังหวัดเพชรบุรี. สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สกลพร พิบูลย์วงศ์. (2555). ความคิดเห็นของนักบัญชีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ทางเลือกเพื่อการลงทุนเกี่ยวกับการวางระบบควบคุมภายใน และสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่มีผลต่อคุณภาพข้อมูลทางบัญชี. นนทบุรี: วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- สมใจ ลักษณะ. (2544). การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2558). มาตรฐานการควบคุมคุณภาพ. สืบค้นจาก <http://www.fap.or.th/Article/Detail/66979>.
- Allison, P. D. (1999). *Multiple regression: A primer*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York : John Wiley & Sons. Inc.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. and Tatham, R.L. (2006). *Multivariate. Data Analysis*. (6th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Peterson, E., & Plowman, G.E. (1989). *Business organization and management*. Illinois: Irwin.
- Watts, R.L. and Zimmerman, J.L. (1983) Agency Problems, Auditing, and the Theory of the Firm Some Evidence. *Journal of Law and Economics*, 26, 613-633.
- Zikmund, W.G., Babin, B.J., Carr, J.C., & Griffin, M. (2013). *Business research methods* (9th ed.). Singapore: Cengage Learning.

**ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานทรัพยากรบุคคลกับความผูกพันต่อองค์กร ของ
พนักงานบริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด**

Relationships between human resource management and organizational commitment in
the ADDA Footwear (Thailand) Co., Ltd.

กิตติyawadi พุทธก้อม¹

Kittiyawadee Puthakom

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการบริหารงานทรัพยากรบุคคลของพนักงานบริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (2) ศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานทรัพยากรบุคคลกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ พนักงาน บริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด จำนวน 240 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การทดสอบค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.942 และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการศึกษา พบว่า (1) การบริหารงานทรัพยากรบุคคลของพนักงาน บริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การฝึกอบรมและพัฒนา รองลงมา คือ ด้านการคัดเลือก และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (2) ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความผูกพันด้านจิตใจ รองลงมา คือ ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน และลำดับสุดท้าย คือ ความผูกพันด้านการคงอยู่ (3) การบริหารงานทรัพยากรบุคคลมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : การบริหารงานทรัพยากรบุคคล, ความผูกพันต่อองค์กร, บริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด

Abstract

The main objectives of this independent study are to (1) study human resource management at ADDA Footwear (Thailand) Co., Ltd. (2) study employee engagement at ADDA Footwear (Thailand) Co., Ltd. (3) study the relationship between human resource

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี

management and employee engagement at ADDA Footwear (Thailand) Co., Ltd. In addition, the study is based on a sample of 240 employees at ADDA Footwear (Thailand) Co., Ltd. Questionnaires are used to gather information. Moreover, the result of reliability analysis equals 0.942. In terms of data analysis, there are four statistical tools used in this study: percentage, mean, standard deviation, and Pearson's correlation coefficient.

The result of the study obviously shows that (1) the mean of human resource management reaches a high level. After considering each issue, it indicates that training and development is likely to have the highest average, followed by employee selection, and employee evaluation, respectively. (2) the mean of employee engagement is at a high level. After considering each issue, it indicates that affective commitment tends to have the highest average, followed by normative commitment, and continuance commitment, respectively. (3) there is a high positive correlation between human resource management and employee engagement with a significance level of 0.05.

Key words: human resource management, employee engagement, ADDA Footwear (Thailand) Co., Ltd.

บทนำ

บริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด ถือเป็นธุรกิจที่อยู่ในประเภทการแข่งขันรุนแรง และทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นทุกปี ตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี เมื่อในสภาวะปัจจุบันมีการแข่งขันทางธุรกิจสูงและมีปัจจัยทางธุรกิจหลายๆด้านที่ไม่เหมือนในอดีตจึงส่งผลให้องค์กรต่างๆต้องมีการปรับเปลี่ยนนโยบายเพื่อให้สอดคล้องและทันสมัยต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน การปรับเปลี่ยนดังกล่าวส่งผลโดยตรงต่อพนักงานขององค์กร องค์กรควรให้ความสำคัญกับพนักงาน เนื่องจากพนักงานเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่จะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ

สำหรับในปี 2561 พนักงานของ บริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์(ไทยแลนด์)จำกัด มีแนวโน้มอัตราการลาออกของพนักงานเพิ่มขึ้น ดังนั้นบริษัท บริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์(ไทยแลนด์)จำกัด ต้องมีการเปลี่ยนแปลงองค์กรเพื่อรองรับการแปลงสภาพองค์กรสู่ระดับสากล มีการดำเนินงานในเชิงรุก โดยมีการบริหารงานทรัพยากรบุคคลที่เป็นปัจจัยหลักสำคัญที่สุดถือได้ว่าเป็นต้นทุนอย่างหนึ่งขององค์กร ซึ่งองค์กรต้องให้ความสำคัญและจูงใจให้บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการทำงานให้กับองค์กรอย่างเต็มความรู้ความสามารถ ความทุ่มเทให้กับงาน อย่างเต็มประสิทธิภาพ เพื่อให้องค์กร

ประสบความสำเร็จ บรรลุเป้าหมายนั้น ๆ การที่ทำให้พนักงานบริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด ทำงานให้กับองค์กรได้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ องค์กรต้องคำนึงถึงความรู้สึก ความต้องการ รวมถึงการตอบรับข้อเสนอของพนักงาน ไม่ว่าจะเป็นในด้านจิตใจที่มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ความรู้สึกเป็นเจ้าขององค์กรที่ต้องมีส่วนร่วมในองค์กรจนมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งเป็นการรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กรให้ยาวนานที่สุดด้วยความผูกพันต่อองค์กร ทำให้พนักงานรู้สึกเชื่อมั่นและศรัทธาอย่างจริงใจจนกลายเป็นความรู้สึกมีความสุขในการทำงานเพิ่มขึ้น รู้สึกผูกพันต่อองค์กร โดยไม่คิดที่จะลาออกจากองค์กรนี้ไป

จากปัญหาและความเป็นมาดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะทำวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานทรัพยากรบุคคลกับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานบริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด เพื่อเป็นประโยชน์ในการเสริมสร้างและเพิ่มพูนให้พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร ทำให้พนักงานเกิดความรัก ความพึงพอใจที่จะร่วมงานกับองค์กรต่อไป รวมถึงสามารถนำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคลให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาการปฏิบัติงานของพนักงานให้เหมาะสมยิ่งขึ้น รวมทั้งช่วยลดปัญหาต่าง ๆ ได้แก่ การลาออกของพนักงาน พฤติกรรมการทำงานของพนักงาน ทำให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กร

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานทรัพยากรบุคคล

Mondy, Noe and Premeaux (1999 : 5) กล่าวว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource management) หมายถึง นโยบายและการปฏิบัติในการใช้ทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร หรือเป็นกิจกรรมการออกแบบเพื่อสร้างความร่วมมือกับทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร โดยกิจกรรมทรัพยากรมนุษย์ มีดังนี้

1) การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Planning) เป็นกระบวนการสำรวจความต้องการทางด้านทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้ได้จำนวนพนักงานที่มีทักษะที่ต้องการ และต้องมีความสามารถในการจัดหาได้เมื่อจำเป็นต้องใช้ ซึ่งในการวางแผนทรัพยากรมนุษย์จะต้องมีการออกแบบงาน และวิเคราะห์งานก่อน

2) การออกแบบงาน (Job Design) เป็นกระบวนการกำหนดโครงสร้างงาน และการออกแบบกิจกรรมการทำงานเฉพาะอย่างของแต่ละบุคคล หรือกลุ่มบุคคล เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร (Byars and Rue, 1997 : 84)

3) การวิเคราะห์งาน (Job Analysis) เป็นกระบวนการที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ และแยกแยะข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับงาน (Ivancevich, 1998 : 708) เป็น

กระบวนการที่มีระบบในการกำหนด ทักษะ หน้าที่ และความรู้ที่ต้องการสำหรับงานใดงานหนึ่งขององค์กร (Mondy, Noe and Premeaux, 1999 : 5)

4) การสรรหาบุคลากร (Recruitment) เป็นกลุ่มกิจกรรมขององค์กร ซึ่งใช้เพื่อจูงใจให้ผู้สมัครที่มีความสามารถและมีทัศนคติที่องค์กรต้องการมาสมัครในตำแหน่งที่เหมาะสมเพื่อช่วยให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ (Mondy, Noe and Premeaux, 1999 : 8)

5) การคัดเลือก (Selection) เป็นกระบวนการคัดเลือกบุคคลที่เหมาะสมที่สุดสำหรับองค์กร และเหมาะสมกับตำแหน่งที่ต้องการโดยคัดเลือกจากกลุ่มผู้สมัคร (Mondy, Noe and Premeaux, 1999 : 8)

6) การฝึกอบรมและพัฒนา (Training and Development) การฝึกอบรม (Training) ถือเป็นกระบวนการที่มีระบบเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมพนักงานให้มีทิศทางซึ่งสามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กร (Byars and Rue, 1997 : 712) หรือเป็นกิจกรรมเพื่อให้ผู้เรียนรู้เกิดความรู้และทักษะที่จำเป็นสำหรับงานในปัจจุบัน (Mondy, Noe and Premeaux, 1999 : 9) ส่วนการพัฒนา (Development) เป็นการจัดหาความรู้ การทำให้พนักงานมีความรู้ มีการพัฒนาในการปฏิบัติงาน เพื่อนำไปใช้ใน ปัจจุบัน หรืออนาคต

7) ผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น (Compensation and Benefits) ผลตอบแทน (Compensation) เป็นรางวัลทั้งหมดที่พนักงานได้รับในการแลกเปลี่ยนกับงาน (Ivancevich, 1998 : 705) ประกอบด้วยค่าจ้าง เงินเดือน โบนัส สิ่งจูงใจ และผลประโยชน์อื่น ๆ ส่วนผลประโยชน์ (Benefits) เป็นรางวัลหรือส่วนเพิ่มที่พนักงานได้รับ ซึ่งเป็นผลจากการจ้างงานและตำแหน่งภายในองค์กร (Byars and Rue, 1997 : 531) เช่น การประกันชีวิตและสุขภาพ การท่องเที่ยว ค่ารักษาพยาบาล การแบ่งกำไร แผนการศึกษา การให้ส่วนลดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management : HRM) เป็นกระบวนการที่มีส่วนเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กับ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรม และการพัฒนา ผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น ความปลอดภัยและสุขภาพ พนักงานและแรงงานสัมพันธ์ และการประเมินผลการปฏิบัติงาน ตามแนวคิดของทำงาน Mondy, Noe and Premeaux. (1999) ซึ่งเป็นแนวคิดที่ผู้ศึกษา เลือกลงมาทำการศึกษาในครั้งนี้ จากแนวคิดที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา การจัดการทรัพยากรมนุษย์เพียง 5 ด้าน จากทั้งหมด ซึ่งด้านที่ทำการศึกษาได้แก่ การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรม และการพัฒนาการประเมินผลการปฏิบัติงาน และค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานทรัพยากรบุคคล

Allen and Myer (1990 อ้างถึงใน อิศราภรณ์ รัตนคช, 2551) ได้อธิบายรายละเอียดเพิ่มเติม ได้ศึกษาความผูกพันในองค์กรว่าเป็นสภาวะทางจิตใจ (Psychological State) ของบุคลากรที่มีต่อองค์กรแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่

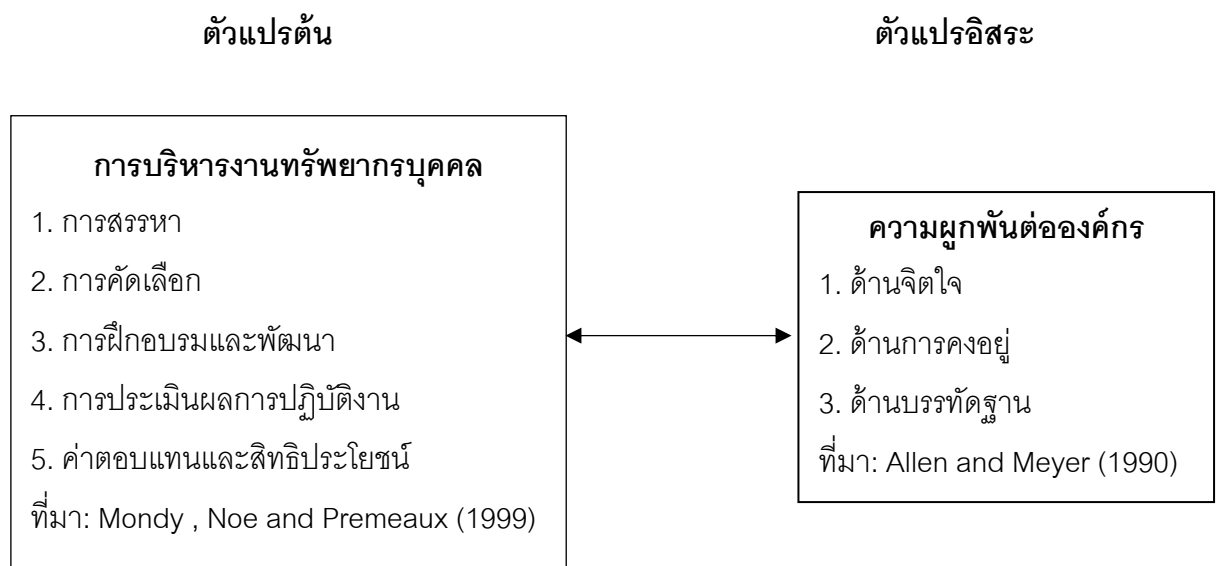
1. ความผูกพันในองค์กรด้านจิตใจเป็นความปรารถนาของบุคคลที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในองค์กรซึ่งบุคคลเหล่านี้จะเป็นผู้ที่ทุ่มเทความพยายามในการทำงานเพื่อองค์กร หากสมาชิกขององค์กรมีความผูกพันในองค์กรด้านจิตใจก็จะเป็นผู้ที่มีผลการปฏิบัติงานที่ดี เมื่อใดที่พนักงานยอมรับในเป้าหมาย และค่านิยมขององค์กร พนักงานนั้นจึงมีระดับความผูกพันในองค์กรด้านจิตใจสูง และมีความต้องการที่จะคงอยู่กับองค์กร เพราะเขายึดมั่นต่อองค์กร และปรารถนาที่จะทำเป้าหมายขององค์กรให้สำเร็จ อาจกล่าวได้ว่าความผูกพันในองค์กรด้านจิตใจเป็นอารมณ์ดึงดูดให้พนักงานมีความต้องการที่จะคงอยู่กับองค์กร แต่ในทางทฤษฎีแล้วถือเป็นสิ่งที่ยากที่จะสามารถทำได้ การมีส่วนร่วมกันในกลุ่ม การลดความไม่พึงพอใจ และความขัดแย้งต่อผู้จัดการหรือหัวหน้างาน การให้ข้อมูลย้อนกลับจากการทำงาน และการให้พนักงานมีส่วนร่วม และเป็นส่วนหนึ่งในการแสดงความคิดเห็นในองค์กรเหล่านี้ เป็นสิ่งที่จะกระตุ้นให้พนักงานเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ

2. ความผูกพันในองค์กรด้านการคงอยู่ เป็นการเน้นทางด้านพฤติกรรมที่แสดงออกของสมาชิกในองค์กรนั้น เมื่อพนักงานมีความผูกพันในองค์กร ก็จะมีการแสดงออกในรูปแบบพฤติกรรมที่คงเส้นคงวาในการทำงาน พยายามที่จะรักษาสมาชิกภาพไว้โดยไม่ต้องโยกย้ายไปไหน ก็เนื่องมาจากได้เปรียบเทียบกับผู้อื่นแล้วถึงผลได้ และผลเสียที่จะเกิดขึ้น หากละทิ้งสมาชิกภาพหรือลาออกจากองค์กรไป ซึ่งผลเสียนี้จะพิจารณาในลักษณะของผลประโยชน์ที่สูญเสียไป ทฤษฎีที่มีชื่อเสียง และจัดได้ว่าเป็นพื้นฐานของความผูกพันคือ ทฤษฎี SIDE-BEN ของ Becker มีสาระสำคัญว่าการลงทุนเป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกผูกพัน การที่คนคนหนึ่งเข้ามาทำงานเป็นสมาชิกขององค์กรนานเท่าไร ก็เหมือนเขาลงทุนอยู่ในองค์กรมากขึ้นเท่านั้น ความผูกพันก็จะทวีตามระยะเวลาทฤษฎีนี้ยังอธิบายว่าบางคนสามารถทนอยู่กับองค์กรได้ทั้งที่ไม่สนุกกับงาน เป็นผลมาจากการที่คนเปรียบเทียบซึ่งนำหน้ากว่าถ้าหากเขาลาออกจากองค์กร เขาจะสูญเสียผลประโยชน์อะไรบ้าง จึงยากต่อการที่จะละทิ้งจากองค์กรไป เพราะหมายถึงผลประโยชน์ที่จะเสียไป ระดับความผูกพันในองค์กรจึงขึ้นอยู่กับความมากน้อย และคุณภาพของสิ่งที่ลงทุน และขึ้นอยู่กับเปรียบเทียบความสูญเสียที่จะเกิดขึ้น

3. ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน เป็นการมองความผูกพันต่อองค์กรว่าเป็นความจงรักภักดีและเต็มใจที่จะอุทิศตนให้กับองค์กร ซึ่งเป็นผลมาจากบรรทัดฐานขององค์กร

และสังคมจรรยาบรรณหรือจิตสำนึก บุคคลจะรู้สึกว่าเขาเข้าเป็นสมาชิกขององค์กร ก็ต้องมีความผูกพันในองค์กร จงรักภักดีต่อองค์กร เพราะนั่นคือความถูกต้องเหมาะสม ที่จะทำเป็นหน้าที่ หรือพันธะผูกพันที่สมาชิกจะต้องมีต่อการปฏิบัติหน้าที่ในองค์กร ซึ่งเป็นความรู้สึกของพนักงานที่อยู่ในรูปของพันธะทางใจ และมีความรู้สึกที่ตนต้องรับผิดชอบต่อองค์กร จึงส่งผลให้พนักงานคงอยู่กับองค์กร เนื่องจากแรงกดดันจากสิ่งต่าง ๆ พนักงานที่มีระดับความผูกพันในองค์กรด้านบรรทัดฐานสูง จะกังวลกับการละทิ้งองค์กร และกังวลว่าองค์กร และเพื่อนร่วมงานจะคิดกับพวกเขาในทางที่ไม่ดี องค์กรสามารถสร้างความผูกพันด้านบรรทัดฐานให้เกิดแก่พนักงานได้โดยการให้งานเป็นรางวัล กล่าวคือควรมอบหมายงานที่ใช้ทักษะที่หลากหลาย (Skill Variety) งานที่มีความสำคัญ (Task Significance) ความมีอิสระในการทำงาน (Autonomy) และการให้ข้อมูลย้อนกลับจากการทำงาน (Feedback) อีกทั้งควรให้โอกาสในการเรียนรู้ และความก้าวหน้าในงาน ซึ่งจะทำให้พนักงานรู้สึกเป็นเจ้าขององค์กรคนหนึ่ง และการให้การฝึกอบรมแก่พนักงาน ซึ่งจะทำให้พนักงานเกิดทักษะและความสามารถในการทำงานมากยิ่งขึ้น และพนักงานสามารถใช้ทักษะความสามารถอย่างเต็มที่ ในการรับผิดชอบต่องานของตนได้อย่างเต็มที่ ซึ่งพนักงานที่มีความผูกพันในองค์กรด้านบรรทัดฐาน จะรู้สึกว่าองค์กรมีบุญคุณต่อพวกเขาเป็นอย่างมาก

กรอบแนวคิดในการศึกษา



สมมติฐานของการวิจัย

การบริหารงานทรัพยากรบุคคลมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารงานทรัพยากรบุคคลของพนักงานบริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด
2. เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานทรัพยากรบุคคลกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด

วิธีดำเนินการวิจัย

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานทรัพยากรบุคคลกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยนำสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson correlation) ใช้ทดสอบค่าสมมติฐาน เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น คือ การบริหารงานทรัพยากรบุคคล และตัวแปรอิสระ คือ ความผูกพันต่อองค์กร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารงานทรัพยากรบุคคล และความผูกพันต่อองค์กร

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการบริหารงานทรัพยากรบุคคลโดยรวมของพนักงานบริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด

ลำดับ	การบริหารงานทรัพยากรบุคคล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	การสรรหา	3.89	0.60	ระดับมาก
2	การคัดเลือก	3.93	0.59	ระดับมาก
3	การฝึกอบรมและพัฒนา	4.10	0.58	ระดับมาก
4	การประเมินผลการปฏิบัติงาน	3.90	0.67	ระดับมาก
5	ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์	3.87	0.84	ระดับมาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	3.94	0.53	ระดับมาก

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่า การบริหารงานทรัพยากรบุคคลของพนักงานบริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านการคัดเลือกมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรโดยภาพรวม

ลำดับ	ความผูกพันต่อองค์กร	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ความผูกพันด้านจิตใจ	4.24	0.58	ระดับมาก
2	ความผูกพันด้านการคงอยู่	3.92	0.77	ระดับมาก
3	ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน	4.14	0.58	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยรวม		4.10	0.59	ระดับมาก

จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่า พนักงานบริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัดมีการรับรู้เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่ามาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านจิตใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านบรรทัดฐานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการคงอยู่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากตามลำดับ

การบริหารทรัพยากรบุคคล	ความผูกพันต่อองค์กร			
	ภาพรวม	ด้านจิตใจ	ด้านการคงอยู่	ด้านบรรทัดฐาน
การสรรหา	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
การคัดเลือก	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
การฝึกอบรมและพัฒนา	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
การประเมินผลการปฏิบัติงาน	สูง	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ภาพรวม	สูง	สูง	สูง	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่า การบริหารงานทรัพยากรบุคคลมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาการบริหารงานทรัพยากรบุคคลของพนักงานบริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด

จากการศึกษาพบว่า การบริหารงานทรัพยากรบุคคลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่ามากที่สุด เมื่อพิจารณาภาพรวมรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ การฝึกอบรมและพัฒนา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการคัดเลือก และลำดับสุดท้าย คือ การประเมินผลการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยาพร ห่องแสง (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรมและการพัฒนา การประเมินผลการปฏิบัติงาน และค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ อยู่ในระดับดี สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมพงษ์ อัครวิธิบัติ และปรีชา คำมาดี (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความผูกพันในธุรกิจบริการของพนักงานกลุ่ม GEN Y ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากการศึกษาพบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจบริการของพนักงานกลุ่ม GEN Y ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($X = 3.86$) และความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจบริการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับผลการศึกษาของปาริชาติ ขำเรือง (2553) ได้ศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ผลการวิจัยพบว่า อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐวรา ชมแก้ว (2560) ได้ศึกษาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ความผูกพันต่อองค์กร และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความผูกพันต่อองค์กร และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศศิวิมล ทุมวัน (2560) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันใน

องค์การของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ ผลการวิจัยสรุปว่า ข้าราชการกรุงเทพมหานคร
สามัญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท แอ็ดต้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด

จากการศึกษาพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท แอ็ดต้า ฟุตแวร์ (ไทย
แลนด์) จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาภาพรวมรายด้านพบว่าอยู่ใน
ในระดับมากทุกด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ความผูกพันด้านจิตใจ มี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความผูกพันด้านบรรทัดฐาน และลำดับสุดท้าย
คือ ความผูกพันด้านการคงอยู่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เนรัญชลา สมบูรณ์ธนสิริ (2550)
ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการบริหารงานด้านทรัพยากรมนุษย์และความผูกพันที่มีต่อ
องค์การของพนักงานสายการผลิตในโรงงานผลิตรถยนต์ของญี่ปุ่น ผลการศึกษาพบว่า ความ
ผูกพันที่มีต่อองค์กร 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความศรัทธาเชื่อมั่นและการยอมรับในเป้าหมายของ
องค์กร ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามให้กับงาน ด้านความจงรักภักดีเสียสละต่อ
หน่วยงานหรือรักษาไว้ซึ่งสถานภาพสมาชิกขององค์กร อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผล
การศึกษาของ สมพงษ์ อัครวิธิปัติ และปรีชา คำมาดี (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องการบริหาร
ทรัพยากรมนุษย์กับความผูกพันในธุรกิจบริการของพนักงานกลุ่ม GEN Y ในพื้นที่ภาคตะวันออก
และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากการศึกษาพบว่า ความผูกพันในธุรกิจบริการของพนักงานกลุ่ม
GEN Y ในพื้นที่ภาคตะวันออกและภาคตะวันออกเฉียงเหนือในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($X =$
4.06) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุภาพร ปัญญาสิทธิ (2558) ได้ศึกษาความคิดเห็นของ
พนักงาน โรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรและปัจจัยขององค์กรที่
ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ผลการวิจัยพบว่า พนักงานกลุ่มตัวอย่างมีความผูกพันต่อ
องค์กรอยู่ในระดับสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวรา ชมแก้ว (2560) ได้ศึกษาการบริหาร
ทรัพยากรมนุษย์ ความผูกพันต่อองค์กร และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับ
ความผูกพันต่อองค์กร และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์
ธานี ผลการวิจัยพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
โดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ตียากรณ์ คุ่มคำ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผล
ต่อความผูกพันของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัท อินเด็กซ์ อินเตอร์เฟิร์น จำกัด สาขาเอกชัย และเพื่อ
ศึกษาระดับของความผูกพันของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัท อินเด็กซ์ อินเตอร์เฟิร์น จำกัด สาขาเอก
ชัย ผลการศึกษาพบว่าความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับผูกพันมาก
สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศศิวิมล ทุมวัน (2560) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงการบริหารทรัพยากร

มนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์การของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ ผลการวิจัยสรุปว่า ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันในองค์การโดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิศิษฐ์ มอญไซ้ (2554) ได้ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์การของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดเชียงใหม่มีความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาภาพรวมรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานทรัพยากรบุคคลกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด

จากผลการศึกษาพบว่า การบริหารงานทรัพยากรบุคคลมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เนรัญชลา สมบูรณ์ธนาสิริ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการบริหารงานด้านทรัพยากรมนุษย์และความผูกพันที่มีต่อองค์กรของพนักงานสายการผลิตในโรงงานผลิตรถยนต์ของญี่ปุ่น ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในการบริหารงานด้านทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์กับความผูกพันที่มีต่อองค์กรของพนักงานสายการผลิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r=0.42$) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมพงษ์ อัครวิชัยปิติ และปรีชา คำมาดี (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความผูกพันในธุรกิจบริการของพนักงานกลุ่ม GEN Y ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจบริการกับความผูกพันในองค์กรโดยรวมพบว่ามีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรด เต็งชาตะพันธุ์ (2557) ที่ศึกษาเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทแซนมิน่า ไชล์ ซิสเต็มส์ (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า การฝึกอบรมและพัฒนาส่งผลเชิงบวกต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ญัฐวรา ชมแก้ว (2560) ได้ศึกษาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ความผูกพันต่อองค์กร และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความผูกพันต่อองค์กร และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี พบว่า ภาพรวมมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิวิมล ทูมวัน (2560) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์การของข้าราชการกรุงเทพมหานคร

สามัญ ผลการวิจัยสรุปว่า ปัจจัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยรวม มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Patrick and Sebastian (2012) ที่พบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในด้านการคัดเลือกโดยรวม มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กร

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

เนื่องจากพบว่าการบริหารงานทรัพยากรบุคคล มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด ดังนั้นข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปพิจารณา เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปัจจัยในด้านต่าง ๆ ดังกล่าว สามารถเสริมสร้างให้พนักงานมีความผูกพันในองค์กรมากขึ้นได้ กล่าวคือ

1. การปรับปรุงด้านการบริหารงานทรัพยากรบุคคล

1.1. องค์กรควรสร้างทัศนคติความต้องการด้านความมั่นคงในชีวิตที่ดีให้แก่พนักงานเพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการทำงาน กระตุ้นการรับรู้ความรับผิดชอบต่อตนเอง

1.2. ฝ่ายทรัพยากรบุคคลควรมีวิธีที่จะดึงดูดและธำรงรักษาบุคคลกรให้คงอยู่กับองค์กร เช่น การจัดกิจกรรม หรือสร้างแรงจูงใจในด้านต่าง ๆ

1.3. ผู้บริหารในแต่ละสายการปฏิบัติงานควรส่งเสริมให้พนักงานมีความผูกพันด้านบรรทัดฐานเดียวกัน เป็นน้ำหนึ่งอันเดียวกัน

1.4. ผู้บริหารควรปลูกฝังทัศนคติอันดีให้แก่พนักงาน ให้ตรงกับวัฒนธรรมองค์กรเพื่อไม่ให้เกิดความแตกต่าง และอยากคงอยู่กับองค์กรต่อไป

1.5. ผู้บริหารและฝ่ายทรัพยากรบุคคลควรให้ความสนใจวิธีการให้ผลตอบแทนอื่นที่ไม่ใช่ตัวเงิน เช่น สวัสดิการ หรือหลักประกันอื่น ๆ เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจ และสร้างความมั่นคงผูกพันให้กับพนักงานซึ่งควรเน้นการปรับปรุงและพัฒนาด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานและด้านค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์

การปรับปรุงด้านความผูกพันต่อองค์กร

บริษัทควรเน้นด้านการคงอยู่กับองค์กรของพนักงานโดยบริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด ควรจัดสวัสดิการและผลตอบแทนให้กับพนักงานอย่างเหมาะสมเช่น เงินเดือน สวัสดิการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรกับความพึงพอใจในงานกับพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาและทำความเข้าใจ สภาพปัญหาของการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท แอ็ดด้า ฟุตแวร์ (ไทยแลนด์) จำกัด

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2552). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
- เนรัญชลา สมบูรณ์ธนิสิริ. (2550). *ความพึงพอใจในการบริหารงานด้านทรัพยากรมนุษย์และความผูกพันที่มีต่อองค์กรของพนักงานสายการผลิตในโรงงานผลิตรถยนต์ของญี่ปุ่น*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ.
- ปาริชาติ ขำเรือง. (2553). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของอาจารย์* มหาวิทยาลัยราชภัฏ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม. กรุงเทพฯ.
- ปิยาพร ห่องแสง. (2555). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ.
- ผ่องพรรณ ตริยมงคลกุล และสุภาพ ฉัตรภรณ์. (2551). *การออกแบบการวิจัย*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พรพุด เต็งชาติพะพันธุ์. (2557). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทแซนมิน่า ไชล์ ซิสเต็มส์ (ประเทศไทย) จำกัด*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. กรุงเทพฯ.
- พิศิษฐ์ มอญไช้. (2554). *ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. กรุงเทพฯ.
- ณัฐวรา ชมแก้ว (2560). *ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความผูกพันต่อองค์กรและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร* มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. สุราษฎร์ธานี
- ติยาภรณ์ คุ่มคำ (2558). *ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทอินเด็คซ์ อินเตอร์*

- เฟิร์น จำกัด สาขาเอกชัย. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่
- ธนากร ชันธพัต. (2557). *ปัจจัยจูงใจปัจจัยค้ำจุนและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปฏิบัติงานในองค์กรกรณีศึกษาการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิสาห์กิจขนาดกลางและขนาดย่อม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สุภาพร ปัญญาสิทธิ (2558). *ปัจจัยองค์การที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานโรงแรมบูติคในจังหวัดเชียงใหม่*. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและภัตตาคาร วิทยาลัยดุสิตธานี. กรุงเทพฯ.
- สมพงษ์ อัครวิธิปัติ และปรีชา คำมาดี (2560). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์กับความผูกพันในธุรกิจบริการของพนักงานกลุ่ม GEN Y ในพื้นที่ภาคตะวันออกและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. สถาบันเทคโนโลยีการบิน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก. ชลบุรี.
- ศศิวิมล ทูมวัน (2560). *ปัจจัยเชิงการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์การของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ*. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. มหาสารคาม.
- Allen, N.J., & Meyer, J.P. (1990). *The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization*. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.
- Meyer, J. P. and N. J. Allen. 1997. *Commitment in the Workplace*. California, Sage Publications.
- Mondy, Wayne, R., Robert, M., Noe, R. A. & Shane, R. P. (1999). *Human Resource Management* (7th ed.). New Jersey, Prentice - Hall International.
- Patrick, H. A., & Sebastian, S. (2012). *Human resources management practices' influence on faculty commitment in higher educational institutions*. *Asian Journal of Management Research*, 26(1), 1-3.

ประสิทธิผลการฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ของข้าราชการ กรมพลอากาศทหารอากาศ
THE EFFECTIVENESS OF THE INTERNSHIP TRAINING OF OFFICER IN DIRECTORATE
OF QUARTERMASTER ROYAL THAI AIR FORCE

เรืออากาศโทหญิง กุลยนิษฐ์ เหล่าคำ (Flg.Off.Kulyanit Loukhum)¹

อุษณี มงคลพิทักษ์สุข (Usanee Mongkolpitaksuk)²

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ 2) ประสิทธิภาพการฝึกงานในหน้าที่ 3) อิทธิพลของการฝึกอบรมต่อประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่ของข้าราชการกรมพลอากาศทหารอากาศ แบ่งเป็น ชั้นยศจ่าอากาศโท จำนวน 100 คน และ ชั้นยศจ่าอากาศเอก จำนวน 100 คน รวมทั้งสิ้น 200 คน ที่ผ่านการฝึกงานในหน้าที่ ประจำปี 59 และ ประจำปี 60 เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ทดสอบสมมติฐานด้วยเทคนิคการถดถอยพหุ ผลการศึกษาพบว่า การฝึกอบรมและประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่ อยู่ในระดับสูง เมื่อทำการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การฝึกอบรมในหน้าที่มีอำนาจในการทำนายประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่ ร้อยละ 48.3 ที่นัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

คำสำคัญ: การฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่

Abstract

This article aimed to study 1) internship training 2) the effectiveness of the internship training 3) the influence of the internship training on the effectiveness of the internship training of officer in Directorate of Quartermaster Royal Thai Air Force. Population were 200 soldiers that successful completion in annual year 2016 - 2017. The data were collected by Questionnaire. The hypotheses were examined by using multiple regression analysis. The results showed that the mean of the internship training and the effectiveness of the internship training were high level. The hypotheses test revealed the statistically significant at .05. This indicates that 48.3 % of the effectiveness of the internship training was explained by the internship training.

Keyword: Internship Training

¹ นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

บทนำ

กรมพลธิการทหารอากาศ มีหน้าที่วางแผนการปฏิบัติอำนาจการ ประสานงาน ติดตามกำกับ พัฒนาดำเนินการเกี่ยวกับกิจการด้านพลธิการการโภชนาการและบริการ การพัสดุ พลธิการ กับมีหน้าที่จัดการความรู้ ควบคุมประเมินผล และตรวจตรากิจการในสายวิทยาการ ด้านพลธิการและพัสดุ มีเจ้ากรมพลธิการทหารอากาศ เป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ

ตามระเบียบกองทัพอากาศว่าด้วยการฝึกงานในหน้าที่ พ.ศ.2554 กล่าวว่า การฝึกงาน ในหน้าที่ คือ การให้นายทหารประทวนได้รับการพัฒนาความรู้ และประสบการณ์ที่เกี่ยวกับภารกิจ ในหน้าที่ ตามมาตรฐานการฝึกความชำนาญที่กำหนดไว้ เพื่อมิให้เกิดปัญหาการขาดแคลนกำลังพล ปฏิบัติงาน เป็นการประหยัดงบประมาณ การอบรมจึงเน้นการฝึกปฏิบัติ โดยมีครูฝึกแนะนำอย่าง ใกล้ชิด การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจากตำราฝึกงานในหน้าที่ เว้นแต่บางหัวข้อวิชา ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องใช้ระยะเวลาและประสบการณ์ในการทำความเข้าใจ หรือยากต่อการใช้วิธีปฏิบัติ ก็ให้ใช้การ บรรยายได้ตามความจำเป็น การฝึกงานในหน้าที่ กรมพลธิการทหารอากาศ ยังประสบปัญหาในการ ฝึกอบรมอยู่ 4 ด้าน ดังนี้ ด้านการคัดเลือกผู้เข้ารับการฝึกอบรม ด้านวิทยากร ด้านหลักสูตร และด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก ทำให้การฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ของกรมพลธิการทหารอากาศ ไม่ บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ จึงส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานของ ข้าราชการ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการฝึกงานในหน้าที่ของ ข้าราชการ กรมพลธิการทหารอากาศ เพื่อต้องการทราบว่า ผู้ที่ผ่านการฝึกอบรมการฝึกงานใน หน้าที่นั้นมีความชำนาญในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้นตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ รวมถึงนำ ข้อมูลที่ได้รับ ไปประกอบการพิจารณาการเลื่อนขั้นยศของข้าราชการ ตลอดจนปรับปรุง พัฒนาการ ฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ กรมพลธิการทหารอากาศ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่
2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่ของข้าราชการ กรมพลธิการทหารอากาศ
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลการฝึกอบรมต่อประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่ของข้าราชการ

กรมพลธิการทหารอากาศ

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ข้าราชการ กรมพลธิการทหารอากาศ ชั้นยศ จ่าอากาศโท จำนวน 100 คน และ ชั้นยศ จ่าอากาศเอก จำนวน 100 คน รวมทั้งสิ้น 200 คน ที่ผ่านการฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ ประจำปี 2559 และ ประจำปี 2560 โดยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่

ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยเทคนิคการถดถอยพหุคูณ วิธี Backward

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การฝึกอบรม คือ กระบวนการในอันที่จะทำให้ผู้เข้ารับการอบรมเกิดความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ และชำนาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และเปลี่ยนพฤติกรรมไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ การจัดโครงการฝึกอบรม เป็นเพียงหนึ่งในหลายวิธีในการพัฒนาบุคลากรขององค์กร และการฝึกอบรมจะบังเกิดผลดี ต่อเมื่อผู้รับผิดชอบดำเนินการอย่างมีระบบ ซึ่งจะเกิดขึ้นได้หากผู้รับผิดชอบจัดการฝึกอบรม มีความเข้าใจถึงกระบวนการฝึกอบรมและวิธีดำเนินการในแต่ละขั้นตอนอย่างเหมาะสม ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านการคัดเลือกผู้เข้ารับการฝึกอบรม ด้านหลักสูตร ด้านวิทยากร และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ. (2532) กล่าวว่า กระบวนการฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการ หรือขั้นตอนการปฏิบัติในอันที่จะทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเกิดความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ ทักษะ หรือความชำนาญ ตลอดจนประสบการณ์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

ลักขिता ศาสตราวุธกรกุล (2551) ได้กล่าวว่า เจ้าหน้าที่ควรเป็นกันเอง สามารถให้คำแนะนำ หรือคำปรึกษาแก่ผู้เข้าอบรมในทุกเรื่อง เพื่อทำให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการฝึกอบรม เพื่ออำนวยความสะดวกการเรียนรู้สำหรับผู้เข้าอบรมได้เป็นอย่างดี

ธีรารัตน์ บัวศรี (2542: 7) ได้กล่าวว่า แผนซึ่งได้ออกแบบจัดทำขึ้นเพื่อแสดงถึงจุดหมายการจัดเนื้อหา กิจกรรม และมวลประสบการณ์ ในแต่ละโปรแกรมการศึกษา เพื่อผู้เรียนมีพัฒนาการในด้านต่างๆตามจุดหมายที่ได้กำหนดไว้

สุมิตตา คุณากร (2520: 136) กล่าวว่า iva นอกจากผู้สอนจะเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่มีความสำคัญ ในการเรียนการสอนแล้ว การจัดการเรียนการสอนนับว่าเป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะมีผลกระทบโดยตรงถึงประสิทธิภาพของหลักสูตรด้วย

พัชราภา พรหมนิล (2554) พบว่า สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกรวมถึงสื่อหรืออุปกรณ์ประกอบการสอนของวิทยากรมีส่วนช่วยในการเรียนรู้ และทำให้เกิดประสิทธิผลที่ดีต่อการอบรมร่วมกันของผู้เข้าอบรม ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานและแนวคิดที่ดีในการฝึกอบรมต่อไป

ชาญณรงค์ สุวาสา (2550: 5) ได้อธิบายประสิทธิผลไว้ว่า ประสิทธิผล หมายถึง ผลการดำเนินงาน ตามแผนงานหลัก ประกอบด้วย การบริหารจัดการ การพัฒนาคุณภาพ ด้านบุคลากร ด้านระบบเทคโนโลยีและการสื่อสาร และด้านระบบภาคีเครือข่าย

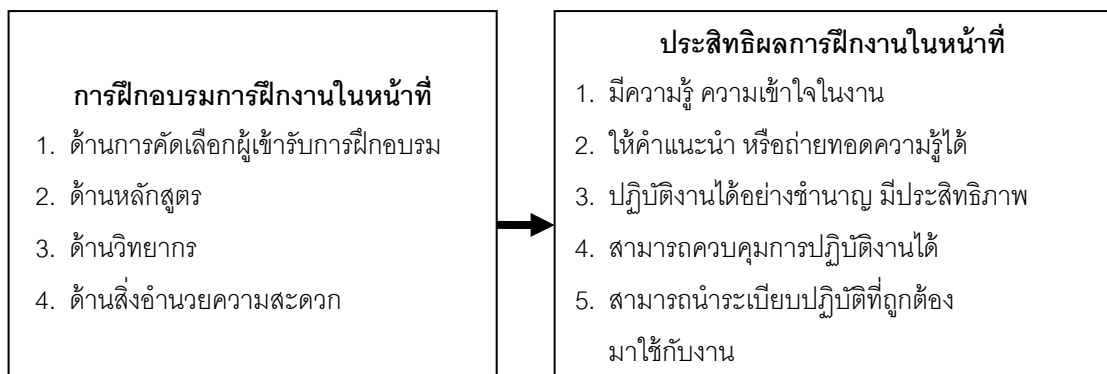
ประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่ (ระเบียบกองทัพอากาศว่าด้วยการฝึกงานในหน้าที่ พ.ศ.2554) ประกอบด้วย

1. ผู้ผ่านการฝึกต้องเข้าใจในหลักการทำงาน และระเบียบวิธีการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี
2. ผู้ผ่านการฝึกสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีความชำนาญ และมีประสิทธิภาพ
3. ผู้ผ่านการฝึกสามารถปฏิบัติงานที่ไม่มีความยุ่งยาก ซับซ้อนเป็นพิเศษได้โดยลำพัง
แต่ยังต้องได้รับการตรวจสอบคุณภาพจากผู้ควบคุมการฝึก
4. ผู้ผ่านการฝึกสามารถให้คำแนะนำ หรือถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้อื่นได้
5. ผู้ผ่านการฝึกสามารถควบคุมดูแลผู้อื่นได้ รวมทั้งรู้จักนำเอาระเบียบปฏิบัติ และวิธีการที่ถูกต้องมาใช้กับงานใหม่หรืองานที่เกี่ยวข้องได้
6. ผู้ผ่านการฝึกสามารถปฏิบัติงานตามเทคนิควิทยาการ และระเบียบปฏิบัติอย่างใหม่ หรือสามารถใช้เครื่องมือปฏิบัติงานกับอาวุธยุทโธปกรณ์แบบใหม่ได้ถูกต้องและเป็นผลดี

กรอบแนวคิดในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ (IV)

ตัวแปรตาม (DV)



สมมติฐานการศึกษา

การฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ ด้านการคัดเลือกผู้เข้ารับการฝึกอบรม ด้านหลักสูตร ด้านวิทยาการและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่ของข้าราชการ กรมพลธิการทหารอากาศ

ผลการศึกษา

การฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มประชากรมีความเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการฝึกอบรม

การฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่	M	SD	ลำดับ
1. ด้านการคัดเลือกผู้เข้ารับการฝึกอบรม	4.12	0.478	2
2. ด้านหลักสูตร	4.06	0.491	3
3. ด้านวิทยากร	4.24	0.482	1
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.83	0.519	4
รวม	4.06	0.492	-

ประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่ พบว่า ในภาพรวมประชากรมีความเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่

ประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่	M	SD	ลำดับ
1. ท่านสามารถใช้ทรัพยากรในการปฏิบัติงานลดลง (เช่น กระดาษ, หมึกพิมพ์)	3.88	.684	15
2. ท่านนำความรู้ทางวิชาการมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน	4.15	.629	8
3. ท่านนำความรู้ด้านปฏิบัติมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน	4.16	.580	7
4. ท่านมีความเข้าใจในการทำงานเพิ่มขึ้น	4.38	.562	1
5. ท่านสามารถอธิบายขั้นตอนการทำงานให้ผู้อื่นเข้าใจอย่างชัดเจน	4.08	.613	10
6. ท่านใช้เวลาในการปฏิบัติงานแต่ละชิ้นลดลง	3.99	.614	12
7. ความผิดพลาดในการปฏิบัติงานของท่านลดลง	4.05	.587	11
8. ท่านสามารถตัดสินใจ แก้ไขปัญหาระหว่างการทำงานด้วยตนเอง	3.95	0.648	13
9. ท่านสามารถเรียนรู้งานที่ได้รับมอบหมายใหม่ๆ ได้อย่างเร็ว	4.22	0.551	5
10. ท่านมีความละเอียดรอบคอบในการทำงานมากขึ้น	4.21	0.598	6
11. ผู้บังคับบัญชา/เพื่อนร่วมงานให้การยอมรับและนำข้อคิดเห็นต่างๆ ของท่านไปใช้ประโยชน์ในการทำงาน	3.93	0.593	14
12. ท่านสามารถปฏิบัติงานบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้	4.34	0.561	2
ประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่	M	SD	ลำดับ
13. ท่านและเพื่อนที่ได้รับการฝึกอบรมมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการพัฒนางานใหม่ๆ เพิ่มขึ้น	4.14	0.582	9
14. ท่านตระหนักและพัฒนาตนเองในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เสมอ	4.33	0.550	3
15. ท่านมีการวางแผนก่อนการปฏิบัติงานทุกครั้ง	4.23	0.582	4
รวม	4.13	0.595	-

จากการทดสอบสมมติฐานโดยวิธี Backward พบว่า มีตัวแบบจำลองความสัมพันธ์ (Model) ทั้งหมด 2 ตัวแบบ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ตัวแบบจำลองความสัมพันธ์ของสมการการถดถอยพหุคูณ

Model	R	R ²	Change Statistics						
			Adjusted R ²	Std. Error	R ² Change	F Change	df1	df2	Sig.F Change
1	.696	.485	.474	.28715	.485	45.858	4	195	.000
2	.695	.483	.475	.28688	-.002	.628	1	195	.430

จากการศึกษา พบว่า การฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านวิทยากร และด้านหลักสูตร สามารถพยากรณ์ประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่ ได้ร้อยละ 48.3 อีกร้อยละ 51.7 ถูกพยากรณ์ด้วยตัวแปรอื่น นอกเหนือจากตัวแปรที่ทำการศึกษา ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Backward

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients				
	B	Std. Error			
(Constant)	1.455	.201		7.249	.000
ด้านหลักสูตร	.233	.056	.288	4.183	.000
ด้านวิทยากร	.206	.056	.251	3.678	.000
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	.224	.047	.294	4.757	.000

อภิปรายผล

การฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ข้าราชการ กรมพลาธิการทหารอากาศ ให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 สามารถอภิปรายผลแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านการคัดเลือกผู้เข้ารับการฝึกอบรม

จากการศึกษา พบว่าข้าราชการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ การฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ กรมพลาธิการทหารอากาศ ด้านการคัดเลือกผู้เข้ารับการฝึกอบรมในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เพราะได้มีการจัดเตรียมเจ้าหน้าที่คอยประสานงาน ให้คำแนะนำทางโทรศัพท์ ตอบคำถามผ่านทาง

ระบบ E-mail ทำให้ผู้สมัครรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรอย่างถูกต้อง นอกจากนี้เนื้อหาในใบสมัครยังระบุหลักเกณฑ์ คุณสมบัติของผู้สมัครไว้อย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็น ชั้นยศ ชื่อสกุล ตำแหน่ง และระยะเวลาการทำงาน สถานที่ส่งใบสมัคร ระยะเวลาการเปิดและปิดรับสมัครเป็นต้น ทำให้ผู้สมัครไม่เกิดข้อสงสัย จึงส่งผลให้การคัดเลือกผู้เข้ารับการอบรมเป็นไปตามเงื่อนไขและวัตถุประสงค์ของหลักสูตรที่กำหนดไว้ เพราะขั้นตอนการคัดเลือกผู้เข้ารับการอบรมมีการวางรูปแบบการให้บริการ การชี้แจงข้อมูลที่ชัดเจน ส่งผลให้การคัดเลือกผู้เข้ารับการอบรมไม่มีผลกระทบต่อการศึกษาฝึกอบรบการฝึกงานในหน้าที่ กรมพลธิการทหารอากาศ สอดคล้องกับ ลักขิตา ศาสตราวุธรักษ์กุล (2551) ได้กล่าวว่า เจ้าหน้าที่ควรเป็นกันเอง สามารถให้คำแนะนำ หรือคำปรึกษาแก่ผู้เข้าอบรมในทุกเรื่อง เพื่อทำให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการฝึกอบรบ เชื้ออำนาจต่อการเรียนรู้สำหรับผู้เข้าอบรมได้เป็นอย่างดี

ด้านหลักสูตร

จากการศึกษา พบว่าข้าราชการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ การฝึกอบรบการฝึกงานในหน้าที่ กรมพลธิการทหารอากาศ ด้านหลักสูตรอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 เนื่องจากหลักสูตรการฝึกอบรบที่จัดขึ้นมีการปรับปรุงเนื้อหาให้ตรงตามสายงานของผู้เข้ารับการฝึกอบรบ ให้มีความทันสมัย เข้ากับสภาพแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมในปัจจุบัน โดยเฉพาะงานที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ ที่ทางราชการกำหนดไว้ จะต้องมีการปรับปรุงเนื้อหาตลอดเวลา หรือทุกๆ 3 ปี ทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรบรับทราบข้อมูลที่ทันสมัย ถูกต้อง ยอมรับทำให้ผลการปฏิบัติงานเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น รวมถึงหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักสูตร ได้พัฒนาตำรา เอกสารประกอบการฝึกอบรบให้มีความแข็งแรงคงทน เพื่อยืดอายุการใช้งานให้นานขึ้น มีการปรับปรุงรูปแบบขนาดตัวอักษรให้มีขนาดที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรบสามารถมองเห็นได้ชัดเจน นอกจากนี้ผู้รับผิดชอบการฝึกอบรบ ยังจัดให้มีการฝึกภาคปฏิบัติควบคู่กับการฝึกภาคทฤษฎี โดยแบ่งชั่วโมงการฝึกอบรบในแต่ละวิชาออกเป็น 2 ช่วงเวลา โดยช่วงแรกจะเป็นการเรียนภาคทฤษฎี จากการฟังบรรยายจากอาจารย์ผู้สอน ตำราเอกสารประกอบการฝึกอบรบ เมื่อเรียนรู้ภาคทฤษฎีจบแล้ว ก็จะทำการฝึกภาคปฏิบัติโดยการลงมือฝึกปฏิบัติกับเครื่องมือและอุปกรณ์จริง ซึ่งการฝึกภาคปฏิบัติเป็นกลุ่ม เป็นคู่ หรือฝึกเดี่ยว ขึ้นอยู่กับจำนวนของเครื่องมืออุปกรณ์ และสถานที่ในการฝึกภาคทฤษฎีและฝึกภาคปฏิบัติแต่ละวิชา ทั้งนี้ผู้รับผิดชอบหลักสูตรได้เชิญอาจารย์ผู้สอนที่มีความรู้ความชำนาญในวิชานั้นๆ มาเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้และสาธิตวิธีการปฏิบัติงานให้ผู้เข้ารับการอบรมได้เห็นภาพจริง สามารถลงมือปฏิบัติตามได้ เช่น การใช้เครื่องจักรในการปฏิบัติงาน ด้านงานไม้ งานหนัง หรือการประกอบอาหาร เป็นต้น นอกจากนี้หลังจากเรียนครบตามจำนวนชั่วโมงแล้ว ผู้เข้ารับการฝึกอบรบต้องทำการทดสอบหรือประเมินประสิทธิผลการปฏิบัติงานให้ผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตรด้วย สอดคล้องกับ อ่าง บัวศรี (2542: 7) ได้กล่าวว่า แผนซึ่งได้ออกแบบจัดทำขึ้นเพื่อแสดงถึงจุดหมายการจัดเนื้อหา กิจกรรม และมวลงประสพการณ์ ในแต่ละโปรแกรมการศึกษาเพื่อ

ผู้เรียนมีพัฒนาการในด้านต่างๆ ตามจุดหมายที่ได้กำหนดไว้ และสอดคล้องกับ รุจิรี ภูสาระ (2545: 1) ได้อธิบายความหมายของหลักสูตรว่า หมายถึง แผนการเรียน ประกอบด้วย เป้าหมาย และจุดประสงค์ เฉพาะที่จะนำเสนอและจัดการเนื้อหา รวมถึงแบบของการเรียนการสอนตามจุดประสงค์ และท้ายที่สุด จะต้องมีการประเมินผลของการเรียน

ด้านวิทยาการ

จากการศึกษา พบว่าข้าราชการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ การฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ กรมพลธิการทหารอากาศ ด้านวิทยาการอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยที่ 4.24 เนื่องจากวิทยาการที่กรมพลธิการทหารอากาศ เชิญมาบรรยายให้ความรู้ เป็นผู้มีคุณวุฒิ ความรู้ ความสามารถ เชิงวิชาการ ตรงตามวิชาที่สอน หรือเป็นนายทหารชั้นสัญญาบัตรที่มีความชำนาญในสายงาน หรือปฏิบัติงาน ในด้านนั้นโดยตรง ซึ่งส่วนใหญ่แล้วมักรับราชการมาไม่ต่ำกว่า 5 - 10 ปี จึงสามารถนำเอาหลักการทํางาน วิธีการทํางานที่ถูกต้อง หรือปัญหาที่เกิดขึ้นในทํางาน ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทั้งเรื่องของ กฎระเบียบ กฎหมาย และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปมาถ่ายทอดความรู้ ให้ผู้ที่เข้ารับการฝึกอบรม ได้นำไปปรับใช้ในการทํางานและแก้ไขปัญหาได้จริง ด้านเทคนิคการถ่ายทอดความรู้ พบว่า วิทยาการ สามารถถ่ายทอดความรู้ให้เข้าใจได้ง่าย มีการใช้น้ำเสียงในการบรรยาย เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เข้ารับการอบรมให้มีความสนใจฟังมากขึ้น การใช้สื่อการเรียนการสอนที่มีความทันสมัย มีสีสันสวยงาม เพื่อเพิ่มความสนใจ ลดอาการง่วงนอน รวมถึงการนำไฮตัทศนูปกรณ์เข้ามาใช้ในการสอน เช่น การนำคลิปลิ่ววิดีโอมาเปิดให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้ชม ทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถมองเห็นภาพตามจริง นอกจากนั้นช่วงระหว่างการถ่ายทอดความรู้ วิทยาการยังเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการอบรม ได้สอบถามปัญหาที่สงสัย และตอบคำถาม รวมถึงแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง วิธีการแก้ไขปัญหาให้กับผู้ที่สอบถามทันที ทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความเข้าใจในเนื้อหามากยิ่งขึ้น เมื่อสิ้นสุดการบรรยายทุกครั้ง วิทยาการจะสรุปเนื้อหาการเรียนการสอน เพื่อเน้นย้ำความเข้าใจให้กับผู้เข้ารับการฝึกอบรมอีกครั้งหนึ่ง สอดคล้องกับ สุमितตา คุณากร (2520: 136) กล่าวไว้ว่า นอกจากผู้สอนจะเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่มีความสำคัญ ในการเรียนการสอนแล้ว การจัดการเรียนการสอน นับว่าเป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะมีผลกระทบโดยตรงถึงประสิทธิภาพของหลักสูตรด้วย

ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก

จากการศึกษา พบว่าข้าราชการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ การฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ กรมพลธิการทหารอากาศ ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 จะเห็นได้ว่าด้วยตลอดระยะเวลาของการฝึกอบรมจะมีเจ้าหน้าที่คอยประสานงาน อำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจมากที่สุด ทั้งด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่า ห้องเรียนมีขนาดกว้างขวาง มีแสงสว่างเพียงพอ และมีอากาศถ่ายเทสะดวก สาเหตุสืบเนื่องมาจาก การฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ กรมพลธิการ

ทหารอากาศ ได้นำห้องประชุมที่สามารถบรรจุคนได้ถึง 200 คน มาใช้เป็นสถานที่ฝึกอบรม มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศจำนวนมากหลายเครื่อง เพื่อช่วยให้อากาศถ่ายเทดีขึ้น และถ้าเกิดเหตุการณ์ไฟดับ ผู้รับผิดชอบหลักสูตรก็จัดเตรียมรถสำรองไฟอำนวยความสะดวกตลอดเวลาของการฝึกอบรม เพื่อให้การฝึกอบรมเป็นไปอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ห้องประชุมยังมีประตูหน้าต่างที่สามารถเปิดรับอากาศจากข้างภายนอกได้ มีการติดตั้งไฟนีออนขนาดใหญ่จำนวนมากหลายจุด เพื่อช่วยเพิ่มแสงสว่างภายในห้องประชุม ทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรม สามารถมองเห็นสื่อการเรียนการสอนได้อย่างชัดเจน ทั้งโต๊ะ เก้าอี้ ที่ใช้ในการเรียนการสอน ใช้โต๊ะเรียนแบบโต๊ะเลคเชอร์บุวม เพื่อเพิ่มความสบายในการนั่งเรียนแก่ผู้เรียน แต่ผู้เรียนอาจจะติดขัดในเรื่องของการเก็บสัมภาระ กรมพลธิการทหารอากาศจึงแก้ไขปัญหาด้วยการจัดโต๊ะขนาดยาวสำหรับการวางสัมภาระ เช่น กระเป๋า ขวดน้ำดื่ม เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ในด้านห้องสุขา พบว่ายังมีจำนวนไม่เพียงพอและมีสภาพที่เก่า โดยเฉพาะสุขาหญิง ที่มีเพียงหนึ่งห้อง ส่งผลให้ผู้เข้ารับการอบรมที่เป็นผู้หญิงไม่ได้รับความสะดวก และเสียเวลารอคิวเข้าห้องน้ำ ซึ่งบางครั้งก็นานเกินกว่าช่วงเวลาพักของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ด้านเครื่องมือที่ใช้ในการฝึกปฏิบัติเช่นกัน บางครั้งมีจำนวนไม่เพียงพอ ต่อจำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม เช่น เครื่องมือที่ใช้ในการประกอบเลี้ยง เมื่อฝึกประกอบอาหาร มีจำนวนไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้เรียน เป็นผลให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมไม่ได้ลงมือปฏิบัติจริงทุกคน หรือจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อการเรียนรู้การใช้ระบบต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน สอดคล้องกับ พัชรภา พรมนิล (2554) พบว่าสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกรวมถึงสื่อ หรืออุปกรณ์ประกอบการสอนของวิทยากรมีส่วนช่วยในการเรียนรู้ และทำให้เกิดประสิทธิผลที่ดีต่อการอบรมร่วมกันของผู้เข้าอบรม ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานและแนวคิดที่ดีในการฝึกอบรมต่อไป

ประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่ของข้าราชการ กรมพลธิการทหารอากาศ

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ข้าราชการ กรมพลธิการทหารอากาศ ให้ความสำคัญกับประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่ อยู่ในระดับสูงมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.13 ซึ่งแบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้

ด้านปฏิบัติงาน

จากการศึกษา พบว่า ข้าราชการ กรมพลธิการทหารอากาศ มีการวางแผนก่อนการปฏิบัติงานทุกครั้ง โดยจัดทำตารางการทำงานตามวงรอบของงานแต่ละชิ้น มีการเรียงลำดับความเร่งด่วนของงานเพื่อลดปัญหาการทำงานล่าช้า นอกจากนี้ในการทำงานที่จำเป็น ต้องให้ผู้ปฏิบัติงานมากกว่าหนึ่งคน จะมีการประชุมเพื่อวางกรอบแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการทำงานซับซ้อน การวางแผนงานและการประชุมร่วมกันก่อนทำงาน ส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานได้ทราบรายละเอียดล่วงหน้าว่าจะต้องจัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ เอกสารใดบ้างที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงาน อีกทั้งสามารถจัดลำดับขั้นตอนการทำงานได้ถูกต้อง เพื่อให้การทำงานเกิดความรวดเร็ว

และมีข้อผิดพลาดน้อยที่สุด ทั้งนี้ผู้ที่ผ่านการฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ทุกคนยังตระหนักและให้ความสำคัญในการพัฒนาตนเองให้มีความรู้ พร้อมเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้อุปกรณ์ เทคโนโลยี เครื่องมือ เครื่องจักร หรือแม้กระทั่งกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์การของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น ระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานภาครัฐ ระเบียบข้อบังคับที่ทางกองทัพอากาศกำหนดขึ้น เพราะต่างทราบว่า การพัฒนาตนเองอยู่ เสมอ จะช่วยส่งผลให้การทำงานประสบความสำเร็จ เกิดความถูกต้อง ตรงตามมาตรฐานที่กำหนด สำหรับวิธีการที่ผู้เข้ารับการอบรมใช้พัฒนาตนเอง คือ การศึกษาหาข้อมูลจากคู่มือปฏิบัติงาน การสอบถามผู้เชี่ยวชาญภายในหน่วยงาน การใช้สื่อมัลติมีเดีย รวมถึงการศึกษาดูงานจากภายนอกหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ดังนั้นเมื่อผู้บังคับบัญชามอบหมายให้ปฏิบัติงานใหม่หรืองานที่มีความรับผิดชอบที่สูงขึ้น ผู้ผ่านการฝึกอบรมก็มักกระตือรือร้นใส่ใจในการเรียนรู้งานดังกล่าว จนกระทั่งปฏิบัติงานได้สำเร็จตามที่ผู้บังคับบัญชาต้องการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภิสิตี คุณวรปัญญา และ คำธณ โสธนะโชติ (2557) ศึกษาเรื่อง การประเมินผลหลักสูตรฝึกอบรม ความรู้ เกี่ยวกับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ พบว่า ผู้ผ่านการฝึกอบรมได้รับความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหา หลักสูตรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ในระดับปานกลางถึงระดับมาก มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก

ด้านพัฒนางาน

จากการศึกษา พบว่า ข้าราชการ กรมพลธิการทหารอากาศ มีความเข้าใจในการทำงานเพิ่มขึ้น เนื่องจากก่อนเข้ารับการฝึกอบรม ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมักปฏิบัติงานตามคำบอกของผู้อื่นอยู่เป็นประจำ โดยไม่ได้ศึกษาคู่มือการปฏิบัติงาน ทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมขาดความเข้าใจในองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ขาดความชำนาญในการทำงาน แต่หลังการฝึกอบรมผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้ปรับปรุงและพัฒนาตนเอง ให้มีความรู้ ความเข้าใจในขั้นตอนการทำงานของตนเอง ทั้งด้านโครงสร้าง ด้านระบบการปฏิบัติงานอย่างครอบคลุมมีความละเอียดรอบคอบในการตรวจสอบการทำงานทุกขั้นตอนมากกว่าเดิม รวมถึงสามารถแก้ไขปัญหาในการทำงานที่เกิดขึ้นได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ ผู้ผ่านการฝึกอบรมยังหมั่นศึกษาหาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานที่รับผิดชอบ จากการศึกษาดูรา คู่มือการปฏิบัติงาน สอบถามผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการทำงาน มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการนำเทคโนโลยี หรือรูปแบบการทำงานที่ต่างจากเดิมมาปรับใช้ในการทำงาน รวมถึงบางคนยังได้จัดทำองค์ความรู้ในรูปแบบคู่มือขั้นตอนการปฏิบัติงาน รวมถึงวิธีแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ผู้เข้ารับราชการใหม่สามารถอ่านศึกษาและปฏิบัติงานในเบื้องต้นได้ก่อนเข้ารับการฝึกอบรม ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีการพัฒนาตนเอง พัฒนางานอยู่เสมอ ส่งผลให้การทำงานเกิดข้อผิดพลาดน้อยลง การใช้ทรัพยากร เช่น กระดาษ หมึกพิมพ์ ที่มีความสิ้นเปลืองก็ลดลงตามไปด้วย นอกจากนี้ยังช่วยร่นระยะเวลาในการทำงานให้รวดเร็วขึ้นจากเดิม

สอดคล้องกับ คุณวุฒิ คนฉลาด (2540) ได้สรุปประโยชน์ของการฝึกอบรมว่า การฝึกอบรมช่วยให้บุคคลเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างเป็นระบบ เพื่อให้บุคคลมีความรู้ ทักษะ และเจตคติที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานให้บังเกิดประสิทธิภาพ ส่งเสริมความสามารถในการปฏิบัติงานในหน้าที่รับผิดชอบ ตลอดจนเพิ่มพูนความรู้และทักษะเกี่ยวกับการแก้ปัญหา การวินิจฉัยตัดสินใจ การสื่อสาร การวางแผน การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ซึ่งเป็นกิจกรรมของการส่งเสริมบุคคลให้มีภาวะผู้นำ จึงนับได้ว่ากิจกรรมการฝึกอบรมเป็นกิจกรรมที่จำเป็น และต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาบุคลากรในองค์กร ให้ได้รับความรู้ในวิทยาการใหม่ๆ และเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

การฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่ของข้าราชการ กรมพลอากาศทหารอากาศ

ในการศึกษาค้นคว้า พบว่า ประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่ของข้าราชการ กรมพลอากาศทหารอากาศ พบว่า มีค่าเท่ากับ ร้อยละ 48.3 โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่ของข้าราชการ กรมพลอากาศทหารอากาศ ได้แก่ ด้านหลักสูตร (Beta = .288) ด้านวิทยากร (Beta = .251) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Beta = .294) อภิปรายผลแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านหลักสูตร มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่ของข้าราชการ กรมพลอากาศทหารอากาศ เนื่องจากหลักสูตรการฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ ได้จัดวางโครงสร้างของเนื้อหาที่ใช้ในการฝึกอบรม ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติให้มีความสอดคล้องหรือเกี่ยวข้องกับสายงานและงานที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมรับผิดชอบ เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์กับการปฏิบัติงานได้จริง นอกจากนี้ผู้รับผิดชอบในการจัดทำหลักสูตรยังแบ่งระยะเวลาในการฝึกอบรม ให้มีความเหมาะสมกับเนื้อหาแต่ละรายวิชา โดยเฉพาะการกำหนดให้มีจำนวนชั่วโมงการฝึกภาคปฏิบัติมากกว่าภาคทฤษฎี เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้ลงมือปฏิบัติเสมือนการทำงานจริง รวมถึงการปรับปรุงเนื้อหาตำรา เอกสารการเรียนรู้ให้มีความทันสมัยก่อนการเปิดการฝึกอบรม อย่างน้อยทุก 1 – 3 ปี จึงส่งผลทำให้หลักสูตรมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่ของข้าราชการ กรมพลอากาศทหารอากาศ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เพชรรัตน์ จันทร์ภิรมย์ (2553) ศึกษาเรื่องการประเมินประสิทธิผลของผู้เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรเจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน รุ่นที่ 30 พบว่า ด้านเนื้อหาหลักสูตรหมวดวิชาพื้นฐาน หมวดวิชาเฉพาะตำแหน่ง และหมวดวิชาเสริม ส่วนใหญ่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการปฏิบัติงาน และศึกษาด้านพฤติกรรมหลังจากการฝึกอบรมหลักสูตรเจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน รุ่นที่ 30 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมส่วนใหญ่มีความเข้าใจในหน้าที่การปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี สามารถนำความรู้ที่ได้จากการฝึกอบรมไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานได้

ด้านวิทยากร มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่ของข้าราชการ กรมพลอากาศ ทหารอากาศ เนื่องจากวิทยากรถือเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยถ่ายทอดให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเกิดความเข้าใจ ดังนั้น จึงมีการคัดสรรวิทยากรที่มีความรู้ ความสามารถ และมีความเชี่ยวชาญชำนาญในการทำงานแต่ละด้านอย่างถ่องแท้ มาเป็นผู้ถ่ายทอดเนื้อหาความรู้ทั้งภาคทฤษฎี ซึ่งวิทยากรแต่ละท่านมีเทคนิควิธีการถ่ายทอด ที่สามารถดึงดูดความสนใจให้ผู้ฟังเกิดความตั้งใจฟัง และสร้างภาพตามได้ เช่น การนำรูปแบบวิธีการสาธิตการปฏิบัติงานมาถ่ายทอดในรูปแบบของวีดีโอ นอกจากนี้ วิทยากรยังเอาใจใส่ดูแล คอยให้คำแนะนำกับผู้เข้ารับการฝึกอบรมอย่างใกล้ชิด สอดคล้องกับ สมิตตา คุณากร (2520: 136) กล่าวไว้ว่า นอกจากผู้สอนจะเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่มีความสำคัญในการเรียนการสอนแล้ว การจัดการเรียนการสอนนับว่าเป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะมีผลกระทบโดยตรงถึงประสิทธิภาพของหลักสูตรด้วย

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการฝึกงานในหน้าที่ของข้าราชการ กรมพลอากาศ ทหารอากาศ เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกในการฝึกอบรมในที่นี้ หมายถึง ห้องเรียน สิ่งของเครื่องใช้ที่เกี่ยวข้องในการฝึกอบรม ได้แก่ โต๊ะเรียน เก้าอี้ เครื่องคอมพิวเตอร์ และเครื่องมือเครื่องใช้อุปกรณ์ต่างๆในการฝึกปฏิบัติ เช่น เครื่องจักร อุปกรณ์เครื่องคร่ำ ถือเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะจะช่วยส่งผลให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเกิดความสะดวกสบายในการเข้ารับการฝึกอบรม การที่หน่วยงานมีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เพียงพอต่อการใช้งาน มีโสตทัศนูปกรณ์ที่ทันสมัย เป็นสื่อการเรียนการสอนที่สามารถถ่ายทอดข้อมูลให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถเห็นภาพและเกิดความเข้าใจในการทำงานได้ดีขึ้น รวมถึงการมีเครื่องมือที่ใช้ฝึกภาคปฏิบัติมีจำนวนเพียงพอจะส่งผลให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมทุกคนได้ลงมือปฏิบัติงาน สอดคล้องกับ พัชราภา พรหมนิล (2554) พบว่าสภาพแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวกรวมถึงสื่อ หรืออุปกรณ์ประกอบการสอนของวิทยากรมีส่วนช่วยในการเรียนรู้ และทำให้เกิดประสิทธิผลที่ดีต่อการอบรมร่วมกันของผู้เข้าอบรม ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานและแนวคิดที่ดีในการฝึกอบรมต่อไป

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1. หน่วยงานที่รับผิดชอบการฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ ควรจัดให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมไปศึกษาดูงานหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ที่มีลักษณะการทำงานคล้ายคลึงกัน เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้นำความรู้จากหน่วยงานอื่นๆ มาใช้ในการพัฒนาการทำงานในหน่วยงานของตนเอง
2. หน่วยงานที่รับผิดชอบการฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ ควรทำเรื่องเสนอผู้บังคับบัญชา เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณในการจัดซื้ออุปกรณ์ในการฝึกปฏิบัติให้มีจำนวนเพียงพอต่อผู้เข้ารับการฝึกอบรม

3. หน่วยงานที่รับผิดชอบการฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางระบบ Social เช่น การจัดตั้งกลุ่ม Line และ Facebook เพื่อให้ผู้ที่มีความสนใจในการเข้ารับการฝึกอบรมได้เข้าถึงข้อมูลสะดวกยิ่งขึ้น

4. หน่วยงานที่รับผิดชอบการฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ ควรปรับปรุงแบบการเรียนการสอน โดยมุ่งเน้นหรือเพิ่มชั่วโมงการฝึกภาคปฏิบัติให้มากกว่าภาคทฤษฎี

5. หน่วยงานที่รับผิดชอบการฝึกอบรมการฝึกงานในหน้าที่ ควรทำเรื่องขอรับการสนับสนุนรถสุขาเคลื่อนที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อรองรับปัญหาจำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีจำนวนมากกว่าห้องสุขา

บรรณานุกรม

คุณวุฒิ คนฉลาด. (2540). *การพัฒนาองค์การภาควิชาบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์*.

(พิมพ์ครั้งที่ 2). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

ชาญณรงค์ สุราสา. (2550). *ประสิทธิผลการดำเนินงานโครงการหนึ่งอำเภอหนึ่งโรงเรียนในฝันของโรงเรียนต้น*

สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาขอนแก่น เขต 1. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

ติน ปรัชญพฤทธิ. (2532). *ทฤษฎีองค์การ*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ธำรง บัวศรี. (2542). *ทฤษฎีหลักสูตรและการออกแบบพัฒนา*. กรุงเทพฯ: ธนวิศการพิมพ์.

พัชรา พรหมนิล. (2555). *การประเมินประสิทธิผลโครงการฝึกอบรมประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2554*

ของกรมป่าไม้. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.

เพชรรัตน์ จันทร์ภियม. (2553). *การประเมินประสิทธิผลของผู้เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรเจ้าหน้าที่*

วิเคราะห์นโยบายและแผน รุ่นที่ 30. วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

รุจิรี ภู่อาระ. (2546). *การพัฒนาหลักสูตร: ตามแนวปฏิรูปการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ:

บุ๊คพอยท์.

ลักขिता ศาสตราณรงค์กุล. (2551). *การศึกษากระบวนการฝึกอบรมสำหรับแรงงานพม่าใน*

อุตสาหกรรมอาหารและแปรรูปอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม.

สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2533). *กระบวนการ*

ฝึกอบรม. เอกสารประกอบการบรรยาย หลักสูตรความรู้พื้นฐานด้านการฝึกอบรม.

สมิตตา คุณากร. (2520). *หลักสูตรและการสอน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

อภิสิทธิ์ คุณวรปัญญา และ คำธณ โชนะโชติ. (2557). *การประเมินผลหลักสูตรการฝึกอบรมความรู้*

เกี่ยวกับการวิจัยทางสังคมศาสตร์. วารสารการพัฒนางานประจำสู่งานวิจัย, 1(1),49-59.

การเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย
จังหวัดนครปฐม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

The promotion of tourism promotion media and tourism behavior of Don Wai Floating
Market Nakhon Pathom Of Thai tourist

นายคงทัช เตชะวิเชียร¹

Mr. Kongtat Techawichien

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องการเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำดอนหวาย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย จำนวน 400 คน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้การแจกแจงความถี่ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายการเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการศึกษาพบว่าข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รองลงมาเป็นเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุ 18-25 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีรายได้ 10,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่มีสถานะภาพสมรสโสด และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดนครปฐม

การเปิดรับข่าวส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายจากสื่อประเภทสื่อบุคคล เช่น ญาติพี่น้อง เพื่อนหรือคนรู้จัก ค้นหาแหล่งข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายจากอินเทอร์เน็ต ช่องทางในการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมา อินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ใช้งานท่านใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในรูปแบบ Facebook การเปิดรับสื่อต่างๆใน 1 สัปดาห์ 5-6 วัน/สัปดาห์ รู้จักแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย ครั้งแรกสุดจากสื่ออินเทอร์เน็ต ทราบ

¹ นักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์, หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกริก

ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายจากสื่อ อินเทอร์เน็ต และค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายก่อนมาเที่ยวครั้งนี้จากสื่ออินเทอร์เน็ต

พฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย คือมาครั้งที่ 2 หรือมากกว่า วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายครั้งนี้เพื่อพักผ่อน ในครั้งนี้มาเที่ยวกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน บุคคลที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจให้เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้คือเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้ด้วยรถยนต์ส่วนตัว ระยะเวลาในการเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายต่ำกว่า 3 ชั่วโมง ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายในวันวันหยุดสุดสัปดาห์ การเลือกซื้อสินค้าในครั้งนี้ส่วนใหญ่เลือกซื้อของกิน/อาหาร และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าในแต่ละครั้งคือ 501-1,000

คำสำคัญ: เปิดรับสื่อ,พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ABSTRACT

A study on the promotion of tourism promotion media and tourism behavior of Don Wai Floating Market of Thai tourists. The objective of this study was to study the promotion of marketing promotion of Don Wai Floating Market. To study the behavior of Don Wai Floating Market. To study the relationship between demographic characteristics and the promotion of marketing promotion materials, Don Wai Floating Market. To study the relationship between demographic characteristics and tourism behavior at Don Wai Floating Market. To study the relationship between exposure to marketing promotion media and tourism behavior in Don Wai Floating Market. The researcher used the questionnaire as a tool to collect data. The samples used in this study were 400 tourists traveling to Don Wai Floating Market. For data analysis, the researcher used frequency, percentage and mean. Standard deviation to describe media exposure for tourism promotion and tourism behavior in Don Wai Floating Market. Of Thai tourists

The results of the study revealed that the majority of the samples were female, 51.0%, 49.0%, 18.8% and 18.8%, respectively. 52.5. Most of the students had occupations of 45.2%, 10,001-30,000 baht, and 58.5%, respectively. Most of them were married, 58.0%, and 48.4% respectively.

The promotion of Don Wai Floating Market from media such as relatives, friends or acquaintances was 48.8%. 73.5 percent of media exposure in tourism over the past 3 months. Internet access 70.0% Most use you use the Internet in the form of Facebook 61.8 percent. Media exposure in one week 5-6 days / week 42.0%. For the first time, 58.6% of the

Internet users were aware of the information about the Don Wai Floating Market, 83.0% of the Internet, and 77.0% of the tourists visiting the Don Wai Market.

Traveling on Don Wai Floating Market This is the second time or more than 52.5%. The main purpose of this trip is to relax at 48.0%. People who are important to the decision to travel to this floating market. 61.7 percent came to this floating market with private cars 42.5 percent. The duration of travel to Don Wai Floating Market is less than 3 hours 54.5%. Most of the tourists came to Don Wai Floating Market on the weekend 49.0%. Most of them buy food / food 46.2%. And the average cost of each purchase is 501-1,000 baht, 58.7 percent.

Keywords: media exposure, tourist behavior

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบันมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้ให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทำให้การท่องเที่ยวมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในฐานะเป็นองค์กรของภาครัฐซึ่งมีบทบาทด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยตรงภายใต้นโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตามแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กำหนดกลยุทธ์แผนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพในการดึงดูดให้มีการท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศทำให้เกิดการจ้างงานและการกระจายรายได้ไปสู่ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้มีการนำความเจริญไปสู่ภูมิภาคในด้านต่างๆ อาทิ การปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การสร้างระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559)

ปัจจุบันกระแสความนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้คนทั่วโลกในได้เปลี่ยนไป นักท่องเที่ยวเริ่มหันมาสนใจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมากขึ้น ทั้งนี้เป็นความสนใจและพร้อมรับความรู้สึกที่จะได้สัมผัสกับธรรมชาติและได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น จากผลการวิจัยของ พัชรา ลาภลือชัย (2546) พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เริ่มหันมาหาธรรมชาติและสัมผัสกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชาวชนบทที่อยู่กับธรรมชาติมากขึ้น ทั้งนี้ในบรรดาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตชาวชนบท ประเพณี และวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน คือ ตลาดน้ำ ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ และวิถีชีวิตที่ไม่เหมือนใคร พร้อมกับเสน่ห์ของความเป็นไทย โดยเห็นภาพการใช้ชีวิตในอดีตจนกลายเป็นดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (พรนภา ธนโพธิวิรัตน์, 2551) ปัจจุบันมีตลาดน้ำหลายแห่งในเมืองไทย เช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวกจังหวัดราชบุรี (ตลาดน้ำแห่งแรกของไทย) ตลาดน้ำอัมพวาหรือตลาดน้ำยามเย็นจังหวัดสมุทรสงคราม ตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา จังหวัดชลบุรี) ตลาดน้ำหัวหิน (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์)

ตลาดน้ำอโยธยา (จังหวัดพระนครศรีอยุธยา) ตลาดน้ำคลองแห (หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา) ตลาดกลางดง (จังหวัดนครราชสีมา) ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง (พระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ) ตลาดน้ำตลิ่งชัน (กรุงเทพฯ) และตลาดน้ำอื่นๆ เป็นจำนวนมาก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรวางแผนตลอดจนกำหนดนโยบายเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งด้านการเดินทางด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ ตลอดจนถึงด้านสถานที่จัดจำหน่ายของที่ระลึก เพื่อส่งเสริมและพัฒนาภาพลักษณ์ตลาดน้ำไทย ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวไทย ซึ่งเป็นกลุ่มที่น่าสนใจ เนื่องจากกลุ่มเยาวชนจะมีอิทธิพลต่อครอบครัวอย่างมากในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (Weaver and Oppermann, 2000) รวมทั้งเยาวชนเหล่านี้จะเป็นนักท่องเที่ยวที่สำคัญในอนาคต ตลาดน้ำดอนหวาย ตั้งอยู่ที่ ต. บางระจิก อ. สามพราน จ. นครปฐม ริมแม่น้ำท่าจีน ความยาวของตลาดประมาณ 300 เมตร อยู่ติดกับวัดคงคารามดอนหวาย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว หากมาตามถนนวัดไร่ขิงด้านถนนเพชรเกษม ก็จะถึงวัดไร่ขิงก่อน แต่ถ้ามาจากถนนปิ่นเกล้า- นครชัยศรีก็จะถึงตลาดดอนหวายก่อน ปัจจุบันมีรถตู้บริการรับส่งผู้โดยสารเส้นทางพาดำ-ตลาดดอนหวายแล้ว เดิมทีตลาดแห่งนี้เป็นเพียงตลาดภายในชุมชนที่ไม่ได้ใหญ่โตหรือมีชื่อเสียงโด่งดังอะไร ในยุคที่การสัญจรและการค้าขายทางน้ำยังคับคั่ง ชาวบ้านจะพายเรือแจวมาซื้อหาข้าวปลาอาหาร ที่ตลาดดอนหวายกันทุกวัน จนมาช่วงเวลาหนึ่ง สิ้นการค้าขายของชุมชนแห่งนี้ก็จืดจางลงไป เนื่องจากมีการสร้างถนนวัดไร่ขิง ตัดผ่านหน้าชุมชนเมื่อประมาณ 30 ปีที่แล้ว เป็นเหตุให้ชาวบ้านหันไปซื้อหาของจากนอกชุมชนแทน เพราะการเดินทางสะดวกขึ้น พ่อค้าแม่ขายในตลาดดอนหวาย จึงต้องโยกย้ายแหล่งทำมาหากินไปอยู่ที่อื่น ตลาดดอนหวายเกือบจะกลายเป็นตลาดร้าง มีร้านค้าอยู่ไม่ถึง 10 ร้านที่ยังคงยืนหยัดค้าขายอยู่ จนมาวันหนึ่ง ประมาณปีครึ่งที่ผ่านมา เมื่อทีมงาน "เที่ยวไป กินไป" จากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ นำทีมโดย พลเอก โสภณ พิทธิแพทย์ ได้เดินทางไปปรับเปลี่ยนประตูปะไล้ที่ร้านนายหนับ และตีพิมพ์เรื่องราวเปิดปะไล้รสอร่อยของร้านนายหนับ และบรรยากาศตลาดดอนหวายสู่สาธารณชน ตั้งแต่นั้นนั้นก็เสมือนว่า ตลาดดอนหวายได้เกิดใหม่เป็นครั้งที่ 2 เพราะเช้าวันรุ่งขึ้น ตลาดดอนหวายก็เต็มไปด้วยผู้คนนับร้อยที่ต้องการมาพิสูจน์ความอร่อยของอาหารชนิดต่าง ๆ และชื่นชมบรรยากาศเก่า ๆ ที่นับวันจะหายากขึ้นทุกที พ่อค้าแม่ขายที่เคยย้ายไปค้าขายอยู่ที่อื่น เมื่อรู้ข่าวว่าตลาดดอนหวายกลับมาคึกคักอีกครั้ง ต่างก็พร้อมใจกันกลับมาค้าขาย ณ ตลาดเดิม พ่อค้าแม่ค้าจากที่ไกล ๆ เช่น อโยธยา ปทุมธานี ระยอง ฯลฯ ก็นำสินค้ามาจำหน่ายด้วย จำนวนร้านค้าจึงเพิ่มมากขึ้น สินค้าก็หลากหลายไปกว่าแต่ก่อน ประกอบกับรายการโทรทัศน์และสื่อชนิดต่าง ๆ ทอยกันทำข่าวเกี่ยวกับอาหารบ้าง เกี่ยวกับตลาดบ้างไม่เว้นแต่ละวัน อีกทั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ก็ช่วยประชาสัมพันธ์อีกแรงหนึ่ง ตลาดดอนหวายจึงมีชื่อเสียงโด่งดังอย่างรวดเร็ว ทุกวันนี้ นอกจากนักท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียงแล้ว นักท่องเที่ยวจากจังหวัดที่อยู่ไกลออกไป เช่น สุพรรณบุรี ระยอง ฯลฯ รวมไปถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติ ก็จะหาโอกาสแวะมาซื้อหาของกินอร่อย ๆ ที่นี้ แต่ที่มากที่สุด ก็เห็นจะเป็นนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯ นั่นเอง เหตุผลหนึ่งอาจเป็นเพราะระยะทางไม่ไกลมาก

นัก และถนนหนทางก็สะดวก มีแผ่นป้ายบอกทางเข้าตลาดดอนหวายอย่างเด่นชัด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มักมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอน คือถ้าไม่มาซื้อเปิดพละได้ ก็ต้องมาซื้อขนมไทยซึ่งมีหลากหลาย หรือไม่กี่หอมก ปลาช่อน เพราะทั้งสามอย่างนี้เป็นอาหารขึ้นชื่อ ขนาดว่าถ้าใครมาตลาดดอนหวายแล้วไม่ได้ซื้ออย่างใด อย่างหนึ่งในสามอย่างนี้ก็กลับไป ก็แสดงว่ามาไม่ถึงตลาดดอนหวาย ในตลาดยังมีของอร่อย ๆ อีกมากมาย ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ ทั้งน้ำอ้อย น้ำตาลสด น้ำมะพร้าวอ่อนที่หอมหวานน่าดื่ม บรรจุในตุ่มดินเผาใบเล็ก ๆ ทำให้เมื่อดื่มแล้วรู้สึกเย็นชื่นใจยาวนาน ช่วยบรรเทาความเหนื่อยล้าหลังการเดินซื้อของได้ดีทีเดียว นอกจากนี้ยังมีผักและผลไม้มีนานาชนิดจำหน่ายในราคาย่อมเยา โดยเฉพาะส้มโอ ผลไม้ขึ้นชื่อของนครชัยศรีที่เจ้าของสวนขนมาขายเอง จึงมั่นใจได้ในเรื่องคุณภาพ และสามารถต่อรองราคากันได้ ผู้ที่ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศการรับประทานอาหาร ที่นี่เขาก็มีบริการห้องเรือชมบรรยากาศสองฟากแม่น้ำท่าจีนไปพร้อม ๆ กับการรับประทานอาหาร เป็นระยะเวลาหนึ่งชั่วโมงครึ่งโดยประมาณ หรือถ้าไม่ต้องการรับประทานอาหาร เพราะอิมมอร์บายไปเรียบร้อยแล้ว จะนั่งเรือชมบรรยากาศอย่างเดียวก็ได้ สนนราคาค่าโดยสารแตกต่างกันไปตามความเหมาะสม และจะมีเรือออกเป็นรอบ ๆ ไป สำหรับบรรยากาศทั่ว ๆ ไปของตลาดดอนหวายนั่น ในวันธรรมดาจะเจียบเหงา แต่พอถึงวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ผู้คนจะแน่นขนัดชนิดเดินหลีกกันไม่พ้นทีเดียว แม้ตลาดแห่งนี้จะไม่ใช่ตลาดที่ก่อตั้งและพัฒนาตัวเองมาอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 100 กว่าปีที่ผ่านมา แต่การที่ตลาดแห่งนี้หวนกลับมาเฟื่องฟูอีกครั้ง ก็เพราะความร่วมมือของคนในชุมชน ที่พยายามจะดำรงรักษาให้ตลาดแห่งนี้คงอยู่คู่ชุมชนต่อไป แต่ท่ามกลางกระแสการท่องเที่ยวที่เขย่าวกาทันที ชาวชุมชนจะรักษาตลาดโบราณริมแม่น้ำท่าจีนแห่งนี้ไว้ได้นานสักแค่ไหน เป็นสิ่งที่คนในชุมชนต้องใคร่ครวญ และเตรียมรับมือด้วยเช่นกัน

ตลาดดอนหวาย ตั้งอยู่ที่ตำบลบางกระทึก หลังวัดดอนหวาย เป็นตลาดที่ยังเหลือสภาพตลาดเก่า ในอดีตสมัยรัชกาลที่ 6 ให้เห็น ลักษณะตัวอาคารเป็นอาคารไม้เก่า ๆ ที่อยู่ติดริมแม่น้ำท่าจีน มีพ่อค้า แม่ค้า พายเรือนำสินค้า และอาหารมาจำหน่ายในบริเวณวัดดอนหวาย มีตลาดนัดสินค้าทางการเกษตรที่วัดดอนหวายทุกวัน ตั้งแต่เวลา 06.00-18.00 น. และมีเรือบริการนำเที่ยวชมทิวทัศน์ของสองฝั่งแม่น้ำท่าจีน

นอกจาก นั้นที่ตลาดดอนหวาย มีบริการเรือล่องแม่น้ำท่าจีนด้วยเรือเอี่ยมจุ่น และเรือกระแซง โดยแบ่งออกเป็น 2 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางแรก จากวัดดอนหวาย ผ่านวัดท่าพูด วัดไร่ขิง และวังปลา ใช้เวลา 1 ชั่วโมง 15 นาที เส้นทางที่สอง จากวัดดอนหวาย ผ่านวัดไร่ขิง วังปลา ลอดใต้สะพานโพธิ์แก้ว ร.ร.ภปร.ราชวิทยาลัย วัดสรรเพชร วัดเศขานุสรณ์และสวนสามพราน ใช้เวลา 2 ชั่วโมง แบ่งออกเป็นรอบๆและด้วยด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทย จะช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวไปปรับปรุงกลยุทธ์หรือแผนการ สื่อสาร และทำให้ผู้ประกอบการสามารถเลือกใช้สื่อที่ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และสร้างการรับรู้ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับสื่อ

การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์นอกเหนือจากปัจจัยที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอดของมนุษย์ซึ่งได้แก่อาหารที่อยู่อาศัยเครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรคแม้ว่าการสื่อสารจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเป็นความตายของมนุษย์เหมือนกับปัจจัยสี่แต่การที่จะให้ได้ว่าซึ่งปัจจัยสี่เหล่านั้นย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างแน่นอนมนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดๆของตนและเพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่นๆในสังคม การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของกระบวนการสังคมยิ่งสังคมมีความซับซ้อนมากขึ้นประกอบด้วยความสลับซับซ้อนมากและประกอบด้วยคนจำนวนมากขึ้นเท่าใดการสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้นทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและสังคมจะนำมาซึ่งความสลับซับซ้อนหรือความสับสนต่างๆจนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกของสังคม

ดังนั้นจึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว (ยุพดี ลีติกุลเจริญ, 2537, หน้า 3) ในการรับข่าวสารต่างๆผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสาร (Selective Processes) ด้วยสาเหตุต่างๆซึ่งแต่ละบุคคลก็จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ความต้องการความเชื่อทัศนคติความรู้สึกรสนิยมที่ต่างกัน ดังนั้นบุคคลจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารด้วยสาเหตุต่างๆอันได้แก่ (พีระ จีระโสภณ, 2529, หน้า 636-640)

แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมากการท่องเที่ยวได้เจริญเติบโต และขยายตัวเป็นอุตสาหกรรม ขนาดใหญ่ โดยเฉพาะประเทศไทยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดเป็นสาขาทางเศรษฐกิจหลักที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะในด้านการนำมาซึ่งรายได้ก่อให้เกิด การหมุนเวียนเกิดการสร้างงาน และการกระจายรายได้สู่ภูมิภาครวมทั้งส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจ ที่มีเกี่ยวข้องอย่างกว้างขวาง

Lee and Back (2003) กล่าวว่าไว้ว่าการวางแผนการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ควรพิจารณาการรับรู้ของผู้ อยู่อาศัยและทัศนคติก่อนที่จะทำการลงทุน เพราะการลงทุนอาจจะไม่ ประสบความสำเร็จหากพวกเขา ไม่ได้สนับสนุนการวางแผนนี้ความสำคัญของการท่องเที่ยว ดังกล่าวทำให้การพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องมีทิศทางและแนวทางที่เหมาะสมกระบวนการจัดการอย่างต่อเนื่องที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ประสบความสำเร็จ และเป็นไปตามทิศทางที่ถูกต้อง

การส่งเสริมการท่องเที่ยว

ในการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวมีหลักการดำเนินการที่สำคัญ 5 ประการ ดังนี้ (กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย, 2550)

1) เร่งพัฒนา บุคลากร พื้นฟูมรดก และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมทั้งในเขตเมือง และนอกเมืองเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่สร้างแหล่งจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยว และวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพ เดิมอย่างต่อเนื่อง

2) เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

3) เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวรวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

4) เร่งฟื้นฟูความร่วมมือกับท้องถิ่นอื่นๆ โดยรอบทั้งด้านการตลาด การลงทุน และ การขจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว

5) บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว เชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชน ตลอดจนพัฒนาคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว รวมทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของท้องถิ่นในรูปแบบที่หลากหลาย

การพัฒนาการท่องเที่ยว

ไครยา สิ่งชูวงศ์ (2546) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การดำเนินงาน พัฒนาสภาพชุมชนด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกหรือโครงสร้างพื้นฐานโดยมี การวางแผนการจัดการจากภาครัฐ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอันจะทำให้เกิด การขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งจะควบคู่ไปกับการรักษาทรัพยากรให้คงความดึงดูดใจ ทั้งนี้จำเป็นต้องสอดคล้องกับสภาพและความต้องการของชุมชน และเกิดการกระจายผลประโยชน์ จากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม

Williams and Lawson (2001)กล่าวไว้ว่า เป้าหมายหลักของผลกระทบทางสังคม การวิเคราะห์คือการให้นักพัฒนาหน่วยงานท้องถิ่นและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง อื่น ๆ ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของชุมชนต่อ

การท่องเที่ยวเพื่อให้การรับรู้ผลกระทบในเชิงบวก อาจเสริมและการรับรู้เชิงลบผลกระทบจะลดลงมากขึ้นผ่านทางการวางแผนการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ

Brent W. Ritchie¹, and Mikko Inkari (2006)กล่าวไว้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม จะมีความแตกต่างในความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ทางเศรษฐกิจและผลประโยชน์ทาง สังคม ในระดับที่เฉพาะเจาะจงในเรื่องรายได้และการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นในการวางแผน กิจกรรมทางการท่องเที่ยว

Shao (2007) กล่าวไว้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบทได้นำ การ เปลี่ยนแปลงทางสังคมในชนบท ผ่านการท่องเที่ยวในชนบท ได้แก่ ทักษะการบริการและการ ฝึกอบรมภาษาต่างประเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทักษะความรู้และคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวในชนบท ทำให้คนในท้องถิ่นเพิ่มความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งใหม่ได้ ในการท่องเที่ยว

Shunli Gao, Songshan Huang and Yucheng Huang (2009)กล่าวไว้ว่า ความสำคัญ ของการท่องเที่ยวในท้องถิ่น จะเป็นการปรับเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจท้องถิ่นและเป็นการการพัฒนา สังคมชนบท ดังนั้น การมีส่วนร่วมของภาครัฐสำคัญที่สุดในการท่องเที่ยวในท้องถิ่น นอกจากนี้การท่องเที่ยวในท้องถิ่น จะต้องมีมาตรการในการรักษาวัฒนธรรมชาติพันธุ์ด้วยเพื่อความยั่งยืนในท้องถิ่น

วัตถุประสงค์การวิจัย

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย
3. เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย
4. เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำดอนหวาย
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายจังหวัดนครปฐม ในช่วงเดือนมกราคมเดือนพฤษภาคม ซึ่งมีจำนวน 3,679,645 คน (สถิตินักท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย ปี 2560, สำนักงานการท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในบริเวณ ตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม โดยใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973, pp. 725 - 727) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กำหนดขอบเขตความคลาดเคลื่อน .05 จึงใช้วิธีการคำนวณจากสูตรทางสถิติ จากการคำนวณขนาดตัวอย่างจากสูตร ได้จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 399.99 คน แต่เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูลและการตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้จำนวนตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการใช้แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตามวิธีการสุ่มตัวอย่าง ในการเลือกตัวอย่างเพื่อนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ในการเลือกตัวอย่างเพื่อนำมาเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งเป็น 4 ตอนดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด แบบเลือกตอบ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่ท่านเปิดรับข่าวส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลาดน้ำดอนหวายจากสื่อประเภทใด ท่านค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายจากแหล่งใดมากที่สุด ภายในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมาท่านเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในช่องทางใดบ่อยที่สุด ส่วนใหญ่ท่านใช้งานท่านใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในรูปแบบใดมากที่สุด ใน 1 สัปดาห์ ท่านเปิดรับสื่อต่างๆ (รวมทั้งสื่อมวลชน และสื่ออินเทอร์เน็ตด้วย) มากน้อยเพียงใด ท่านรู้จักแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย ครั้งแรกสุดจากสื่อใด ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายจากสื่อ ท่านค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายก่อนมาเที่ยวครั้งนี้จากสื่อใดมากที่สุด ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำดอนหวาย เป็นคำถามปลายปิด แบบเลือกตอบ ได้แก่ ท่านมาเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้แล้วกี่ครั้ง วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายครั้งนี้เพื่ออะไร ท่านมาเที่ยวกับใครในครั้ง นี้ บุคคลใดที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้ ในครั้งนี้ท่านเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้ด้วยวิธีใด ระยะเวลาในการเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย ส่วนใหญ่ท่านมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายในวันใด การเลือกซื้อสินค้าในครั้ง นี้ท่านได้ซื้อสินค้าใดกลับบ้านหรือไม่ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

การวิเคราะห์ทางสถิติ

1) วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง พร้อมการบรรยาย โดยจำแนกตามตัวแปรอิสระที่ศึกษา 2) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดโดยได้แจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง พร้อมการบรรยาย โดยจำแนกตามตัวแปรอิสระที่จะศึกษา ข้อมูลที่ได้จากแบบมาตราช่วนประมาณค่า วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วสรุปผลในรูปแบบข้อความประกอบตารางสำหรับเกณฑ์การตัดสินใจผลการวิเคราะห์ข้อมูล 3) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการมาท่องเที่ยว โดยได้แจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง พร้อมการบรรยาย โดยจำแนกตามตัวแปรอิสระที่จะศึกษา 4) ทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้สถิติ Chi-Square

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวส่งเสริมการตลาดน้ำดองหวานจากสื่อประเภทสื่อบุคคล เช่น ญาติพี่น้อง เพื่อนหรือคนรู้จัก ร้อยละ 48.8 ค้นหาแหล่งข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดน้ำดองหวานจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 73.5 ช่องทางในการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมา อินเทอร์เน็ตร้อยละ 70.0 ส่วนใหญ่ใช้งานท่านใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในรูปแบบ Facebook ร้อยละ 61.8 การเปิดรับสื่อต่างๆใน 1 สัปดาห์ 5-6 วัน/สัปดาห์ ร้อยละ 42.0 รู้จักแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำดองหวาน ครั้งแรกสุดจากสื่ออินเทอร์เน็ต ร้อยละ 58.6 ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำดองหวานจากสื่อ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 83.0 และค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำดองหวานก่อนมาเที่ยวครั้งนี้จากสื่ออินเทอร์เน็ต ร้อยละ 77.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำดองหวานของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากตาราง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำดองหวาน คือมาครั้งที่ 2 หรือมากกว่า ร้อยละ 52.5 วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวตลาดน้ำดองหวานครั้งนี้เพื่อพักผ่อน ร้อยละ 48.0 ในครั้งนี้มาเที่ยวกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 66.7 บุคคลที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจให้เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้คือเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 61.7 เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้ด้วยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 42.5 ระยะเวลาในการเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำดองหวานต่ำกว่า 3 ชั่วโมง ร้อยละ 54.5 ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำดองหวานในวันวันหยุดสุดสัปดาห์ ร้อยละ 49.0 การเลือกซื้อ

สินค้าในครั้งนี้ส่วนใหญ่เลือกซื้อของกิน/อาหารร้อยละ46.2 และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าในแต่ละครั้งคือ501-1,000 บาท ร้อยละ58.7

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องการเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ได้นำเสนอไปแล้วในข้างต้น สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รองลงมา เป็นเพศชาย โดยส่วยใหญ่มีอายุ 18-25 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีรายได้ 10,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสโสด และ ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ จังหวัดนครปฐม ซึ่งไม่สอดคล้องกับอรรถวรรณ เลิศสุรนนท์ (2553) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองบางน้อย อำเภอบางคนที่จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองบางน้อย อำเภอบางคนที่ จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า ด้านปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ประกอบอาชีพ พนักงานเอกชน มีรายได้อยู่ในช่วง 14,001-21,000 บาท กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุดคือการซื้อของกินของฝากลักษณะการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ช่วงเวลาที่เลือกมาท่องเที่ยว คือ วัน เสาร์-อาทิตย์ ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับ 1,000-5,000 บาทนักท่องเที่ยวที่รู้จักตลาดน้ำแห่งนี้โดยการบอกต่อๆ กัน ในกลุ่มเพื่อนๆ สิ่งที่น่าสนใจในการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สินค้าราคาถูกและส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำคลองบางน้อย 3 อันดับแรก คือ 1. ด้านสถานที่ 2. ด้านศิลปวัฒนธรรม 3. ด้านราคา เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำแห่งนี้

2. ผลการศึกษาข้อมูลการเปิดรับข่าวส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายจากสื่อประเภทสื่อบุคคล เช่น ญาติพี่น้อง เพื่อนหรือคนรู้จัก ค้นหาแหล่งข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ73.5ช่องทางในการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมา อินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ใช้งานท่านใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในรูปแบบ Facebook การเปิดรับสื่อต่างๆใน 1 สัปดาห์ 5-6 วัน/สัปดาห์ รู้จักแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย ครั้งแรกสุดจากสื่ออินเทอร์เน็ต ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายจากสื่อ อินเทอร์เน็ต และค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายก่อนมาเที่ยวครั้งนี้จากสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับโสภภาพร สุทธิศักดิ์ (2549) ได้ทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรีของนัก ท่องเที่ยวชาวไทยผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อบุคคลเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจตามลำดับ ในส่วนพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรีไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีและ ประโยชน์บางประการที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับระยะเวลาในการตัดสินใจ เดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนฐานทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีรวมทั้งไม่มีสื่อใดมีอิทธิพลสามารถอธิบายความสัมพันธ์กับ ระยะเวลาการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

3. ผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย คือมาครั้งที่ 2 หรือมากกว่า ร้อย ละ 52.5 วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายครั้งนี้เพื่อพักผ่อน ในครั้งนี้มาเกี่ยวกับ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน บุคคลที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจให้เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้คือเพื่อน/ เพื่อนร่วมงาน เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้ด้วยรถยนต์ส่วนตัว ระยะเวลาในการเดินทางมาเที่ยวตลาด น้ำดอนหวายต่ำกว่า 3 ชั่วโมง ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายในวันวันหยุดสุดสัปดาห์การเลือก ซื้อสินค้าในครั้งนี้ส่วนใหญ่เลือกซื้อของกิน/อาหาร และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าในแต่ละครั้งคือ 501-1,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับเปรมวดี ณ นครพนม (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วย ตนเอง: กรณีศึกษาบริเวณพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการเที่ยวชมสถานที่ ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมมากที่สุด และสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่ได้รับความนิยม จากนักท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ พระบรมมหาราชวังกับวัดพระศรีรัตนศาสดารามได้รับความนิยม รองลงมาได้แก่ วัดต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียง เช่นวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหารปรีดาพร อารักษ์ สมบูรณ์ (2546: 106) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า การ บริหารจัดการภาพพจน์และชื่อเสียงของวัดโสธรวรารามวรวิหาร บุคลากร การให้บริการ อาคารสถานที่ เส้นทางกรคมนาคม สภาพแวดล้อมในบริเวณวัด และความศรัทธา ในองค์หลวงพ่อโสธร ฯ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการอย่างมากและ กาญจนา กันภัย และคณะ (2552 : บทคัดย่อ)ศึกษาถึงพฤติกรรมนัก ท่องเที่ยวกรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพ วาผลการวิจัย พบว่า ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้น ส่วนใหญ่เลือกที่จะมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำอัมพวา เพื่อซื้อสินค้า อาหารอร่อย ตามเพื่อน ชอบมาก เป็นเมืองเล็กๆ แต่น่ารัก มีหนุ่มหน้าตาดีเป็นสถานที่ ท่องเที่ยว ใกล้ที่พัก การจัดแต่งร้านย้อนยุคและต้องการมาดูและชมลักษณะกิจกรรมในการรวมตัวมาเป็น ตลาดน้ำ ร้อยละ25.88 เคยมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำอัมพวา 1- 5 ครั้ง/ปีร้อยละ15.5 มาโดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ73.5 มาท่องเที่ยวเพื่อ ท่องเที่ยว/พักผ่อน ร้อยละ 74.21 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวในวัน

อาทิตยร้อยละ40.8 นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาจะไม่ค้างคืน ร้อยละ 72.75 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 2,500 บาทขึ้นไป ร้อยละ 25.5 กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เมื่อมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาคือรับประทานอาหาร ร้อยละ 30.64 อาหารที่นักท่องเที่ยวทานมากที่สุดคือผัดไทกุ้งสดขนมที่นักท่องเที่ยวชอบทานมากที่สุดคือ 72 ทองหยิบ/ทองหยอดนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่เคยนั่งเรือชมหิ่งห้อยสินค้าที่ซื้อไปเป็นของฝากคือเส้นที่มีโลโก้ของอัมพวา ร้อยละ 28.71 เป็นประโยคคำว่าอัมพวา ร้อยละ 26.72 สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามที่นักท่องเที่ยวเคยไป คือ ตลาดแม่กลอง ร้อยละ 25 ผลการศึกษาข้อมูลทางการตลาด พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการที่ตลาดน้ำอัมพวา ด้านผลิตภัณฑ์คือการที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศดั้งเดิมภายในร้านค้าต่างๆ ด้านราคาคือ อาหารและเครื่องดื่มมีราคาเหมาะสม ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือ ตลาดน้ำอัมพวามีชื่อเสียงและเป็นอันดับหนึ่งของตลาดน้ำ และด้านการส่งเสริมการตลาดคือการให้บริการใส่บาตรตอนเช้าจากโครงการที่ตลาดน้ำอัมพวาได้จัดทำขึ้นผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพระดับรายได้และภูมิลำเนา ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการไม่แตกต่างกันผลการทดสอบสมมติฐานด้านส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและการใช้บริการของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มาเที่ยว มีรายได้ 10,001-30,000 บาท สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวมีกำลังทรัพย์ในการใช้จ่ายที่จะใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีพ จึงยังคงมีความจำเป็นต้องทำการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงกลุ่มคนเหล่านี้เพื่อท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับอินเตอร์เน็ต/เว็บไซต์มากที่สุด ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด นครปฐมควรใช้สื่ออินเตอร์เน็ต/เว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเนื่องจากประชาชนมีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์โดยส่วนใหญ่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาสนับสนุนด้วยเพราะเป็นสื่อที่ได้รับความนิยม โดยผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อจากอินเตอร์เน็ต/เว็บไซต์และควรเพิ่มป้ายประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา กันภัย และคณะ. (2551). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา. บริหารธุรกิจ บัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- พรนภา ธนโพธิวิรัตน์. (2551). การเปรียบเทียบปัจจัยดึงดูดที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายและตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พัชรา ลาภลือชัย. (2546). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยว ตลาดน้ำดำเนินสะดวกจังหวัดราชบุรีและตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม. ปริญญาานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ยุพดี วิฑูริกุลเจริญ. (2537). ทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชวนพิมพ์
- พีระ จิระโสภณ. (2529). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ศรียา สิงขรวงศ์. (2546). วิวัฒนาการแหล่งท่องเที่ยวกรณี เกาะช้าง จังหวัดตราด. วิทยานิพนธ์ ปริญญา สังคมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อรรวรรณ เลิศสุนนท์. ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองบางน้อย อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2553.
- โสภาพร สุทธิศักดิ์. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ปรีดาพร อารักษ์สมบุญ. (2546: 106). ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจในการบริหารจัดการของวัดโส ธรรมารามวรวิหารจังหวัดฉะเชิงเทรา.
- เปรมวดีน นครพนม. 2545. การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง: กรณีศึกษา บริเวณพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์.
- Williams J, Lawson R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research* 28(2): 269–290.
- Brent W. Ritchie¹, and Mikko Inkari (2006). Host Community Attitudes toward Tourism and Cultural Tourism Development: the Case of the Lewes District, Southern England. Centre for Tourism Research, University of Canberra, Australia, and School of Service

Management, University of Brighton, England
School of Service Management, University
of Brighton, England.

Shao Q. 2007b. Develop rural tourism and facilitate new rural area construction. *Qiushi*
2007:42-44

Shunli Gao, Songshan Huang and Yucheng Huang (2009). *Rural Tourism Development in China*.
The Coordination Department, China National Tourism Administration, Beijing,
China. School of Management, University of South Australia, Adelaide, South Australia,
Australia. Tourism and Event Management School, Shanghai Institute of Foreign Trade,
Shanghai, China

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน : กรณีศึกษา บริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม
จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล¹

Work Motivation of the Employees : A Case Study of Betagro Agro Industry Co., Ltd. in
Bangkok Metropolitan Region.

จรรจิวา หลังจิ(Janjira langji)²

ดร.ธศุ์ชาพัฒน์ ยุกตานนท์³

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล และเพื่อศึกษาปัจจัยที่ความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ วิธีสุ่มตัวอย่างแบบวิธีเจาะจงเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 260 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยองค์การกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน ได้แก่ หาค่าไคสแควร์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานส่วนมากเป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่อายุ 26-30 ปี ระดับผู้ปฏิบัติการ การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนมากรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานจำนวน 1- 5 ปี และส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ปัจจัยองค์การโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยจูงใจมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดรองลงมาคือ ปัจจัยค่าจ้าง ส่วนระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด ภาพรวมมีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรกค่าเฉลี่ยมากที่สุดเสริมสร้างความก้าวหน้าให้กับองค์การ รองลงมาเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ เอาใจใส่ต่องาน และด้านไม่ขาดหรือหยุดงานโดยไม่จำเป็น

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์เรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน : กรณีศึกษา บริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล

² นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก ประจำปีการศึกษา 2560

³ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

ผลทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานพนักงานบริษัท เบตาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และผลทดสอบสมมติฐานปัจจัยปัจจัยองค์กร พบว่าด้านความสำเร็จในการทำงานและด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบตาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนปัจจัยองค์กรด้านการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง ด้านเงินเดือน ด้านนโยบายและการบริหาร และด้านสภาพการปฏิบัติงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานพนักงานบริษัท เบตาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

Abstract

The objectives of this research were to 1) analyze the level of work motivation of the employees of Betagro Agro Industry Co. Ltd. in Bangkok Metropolitan Region, and 2) analyze the factors relating to the work motivation of the employees of Betagro Agro Industry Co., Ltd. in Bangkok Metropolitan Region. This research was a quantitative research. Two hundred and sixty employees of Betagro Agro Industry in Bangkok Metropolitan Region were selected by purposive sampling method as samples of this research. The questionnaire was used as the research tool. The data received were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, Chi-Square, and Pearson's Correlation Coefficient.

The results revealed that the majority of the respondents were female, age between 26-30 years old, and single, worked as the operational employees, completed lower than Bachelor's Degrees, earned average monthly income of less than 15,000 baht, and had 1-5 years of work experience. The majority of the respondents had overall organizational factors at moderate level. The factor that received the highest mean score was the motivation factors. Next was the hygiene factors. Moreover, in terms of the overall work motivation, it was found at high level. The factor of building organizational advancement received the highest mean score. Next on down were having the public mind, empathy and unnecessary absenteeism, respectively. In terms of the results of the hypothetical testing, the respondents' personal background were related to the work motivation of the respondents at statistical significant level of 0.05. Therefore, the hypothetical was accepted. On the other hand, the

result of the hypothetical testing of the organizational factors revealed that the factors of work performance success and the factor of the interpersonal relationship were related to the work motivation of the respondents at statistical significant level of 0.05. Thus, the hypothesis was accepted. The result of the hypothetical testing on the organizational factors showed that the factor of the respondent personal background had relationship with the respondent work motivation at statistical significant level of 0.05. Thus, the hypothesis was accepted. In terms of the organizational factors of recognition, work characteristics, responsibility, advancement, salary, policy and administration, and work condition had no relationship with the work motivation of the respondents at the statistical significant level of 0.05. Thus, the hypothesis was refused.

บทนำ

ปัจจุบันโลกธุรกิจมีการแข่งขันสูงองค์กรต่าง ๆ ย่อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ต่างกันก็ตรงความต้องการหรือความจำเป็นของแต่ละองค์กรว่าต้องการเปลี่ยนแปลงแบบไหน เปลี่ยนอย่างไร เปลี่ยนมากหรือเปลี่ยนน้อย เปลี่ยนเร็วหรือเปลี่ยนช้า พนักงานในองค์กรต่างๆ ก็จะต้องมีการปรับตัว และเปลี่ยนให้ทันกับองค์กรที่เปลี่ยนไป หากองค์กรเปลี่ยนแปลงไม่มากแบบค่อยเป็นค่อยไป พนักงานก็อาจปรับเปลี่ยนโดยแทบจะไม่ต้องปรับตัวซ้ำ เพราะระบบหรือวิธีการใหม่จะหล่อหลอมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามที่ต้องการต้องการ แต่หากท่านเป็นพนักงานที่อยู่ในองค์กรที่ความต้องการการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ท่านก็ต้องบริหารจัดการปรับตัวเอง เพื่อให้ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วให้ได้

อย่างไรก็ตามการที่องค์กรดำเนินกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้คือทรัพยากรบุคคล ที่เป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจที่สำคัญที่สุดในองค์กร ในโลกของการแข่งขันทางธุรกิจนอกจากจะเกิดการแข่งขันกันหลายๆ ปัจจัย เช่น ทางด้านการตลาด ทางด้านสถานที่การจัดจำหน่าย การส่งมอบหมายงานให้ได้ตามเวลาและระบบการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพที่ทำให้บุคลากรในองค์กรนั้นมีความพึงพอใจสูง นอกจากนี้แล้วเราต้องคำนึงถึงความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในด้านการของบุคลากรในองค์กร รวมไปถึงความต้องการของบุคลากรแต่ละคนที่จะมีความแตกต่างกันตามสถานภาพของบุคคลนั้นๆ โดยองค์กรจะทำอย่างไรให้บุคลากร ในองค์กรมีความรู้สึกว่าเป็นเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของตนเองสอดคล้องกับเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งแสดงออกทั้งด้านพฤติกรรมและจิตใจ เช่น พร้อมที่จะเสียสละเวลาอุทิศกายและใจของตนเพื่องานและองค์กรของตนโดยไม่มีใครบังคับ เกิดขึ้นเองภายในจิตใจของตนนั้น นับว่าเป็นการแสดงให้เห็นถึง

ความยึดมั่นที่จะอยู่กับองค์กรเพื่อการทำงาน และความพยายามทำทุกสิ่งทุกอย่างเพื่อประโยชน์ขององค์กร

การที่องค์กรจะผลักดันและกระตุ้นให้พนักงานในองค์กรทำงานกันอย่างขยันขันแข็ง รวมถึงทุ่มเทร่างกาย แรงใจให้กับองค์กรอย่างเต็มที่เพื่อจะมีส่วนผลักดันให้องค์กรเจริญก้าวหน้า จะต้องทำให้พนักงานรู้สึกว่าเขาเป็นผู้มีคุณค่า องค์กรให้บรรลุปาหมายหรือวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้คือ ทรัพยากรบุคคล ที่เป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจที่สำคัญที่สุดในองค์กร และองค์กรจะต้องอาศัยการสร้างแรงจูงใจ (ภาคิน ศรีสังข์งาม, 2558 : 27) “ถ้ายังมีแรงจูงใจมากเพียงใดคนก็ยิ่งจะมีผลงานที่เกิดจากการกระทำที่มีแต่การสร้างสรรคสิ่งที่ดีงามให้เกิดขึ้นต่อตนเองและสังคม” ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าการสร้างแรงจูงใจในการทำงานเป็นสิ่งที่จะต้องทำให้เกิดขึ้นขององค์กรจากการดำเนินธุรกิจที่มีการแข่งขันกันมากขึ้นทำให้เกิดปัญหาด้านมนุษยธรรมเช่น ผลผลิตและคุณภาพของงานลดลง โดยไม่คำนึงถึงความรู้สึกทางด้านจิตใจตลอดจนการคิดหาวิธีการในการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงานเสียสภาพหรือความเป็นปึกแผ่นของหน่วยงานจะเกิดขึ้นไม่ได้ ฉะนั้นองค์กรจึงต้องสร้างแรงจูงใจเพื่อทำให้พนักงานมีความตั้งใจในการปฏิบัติงาน ทำงานให้สำเร็จลุล่วงโดยไม่รู้สึกว่าตนเองถูกบีบบังคับให้ทำงานและพร้อมที่จะทำงานด้วยความเต็มใจ จึงทำให้งานที่ออกมามีคุณภาพ และสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีและรวดเร็ว (ภาคิน ศรีสังข์งาม , 2558 : 32)

การสร้างแรงจูงใจในการทำงาน จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร (อุทัย หิรัญโต, 2543 : 181) ถ้าองค์กรใดบุคลากรมีแรงจูงใจอยู่ในระดับสูงเสมอ ก็จะมี ความเต็มใจในการปฏิบัติงานอย่างจริงจัง มีความอดทน มีปัญหาขัดแย้งกับเพื่อนร่วมงานน้อยมากและไม่คิดหนีงาน ดังนั้นการบริหารบุคลากรต้องพิจารณาและคำนึงถึง ความบริสุทธิ์ ยุติธรรม ความเสมอภาค เพื่อให้เกิดแรงจูงใจที่ดีในการปฏิบัติงาน จะทำให้บุคลากรในองค์กรตั้งใจทำงานด้วยความเต็มใจ

การพัฒนาคุณภาพและศักยภาพของบุคลากรในองค์กรนั้น มีสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงภาพรวมของความสำเร็จก็คือผลการปฏิบัติที่ดีมีคุณภาพ อันเป็นผลมาจากการปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลัง มีความพึงพอใจในการทำงาน กระตือรือร้น ทุ่มเทให้กับองค์กร และมีความสุขในการทำงาน สิ่งสำคัญที่มีผลต่อการทำงานและช่วยให้บุคคลเพิ่มความพยายามในการทำงาน ก็คือ แรงจูงใจในการทำงาน (Motivation at Work) บุคคลที่มีแรงจูงใจในการทำงานสูงจะมีแนวทางการทำงานที่แน่นอน ระดับการทำงานสม่ำเสมอ มีผลการปฏิบัติงานดีกว่าบุคคลที่มีแรงจูงใจในการทำงานต่ำ (สร้อยตระกูล (ตีวนานนท์) อรรถมานะ, 2554 : 85) ดังนั้นวิธีการหนึ่งที่จะเพิ่มประสิทธิผลและความเจริญก้าวหน้าให้กับองค์กร ก็คือการสร้างแรงจูงใจให้แก่บุคลากรขององค์กร

บริษัท เบทาโกร จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ โดยมีโรงงานแห่งแรกที่อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จากนั้นธุรกิจของเบทาโกรเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องเริ่มจากการสร้างรากฐานผลิตด้านปศุสัตว์แห่งแรกที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา และได้ขยายฐานการผลิตเต็มรูปแบบไปยังจังหวัดลพบุรี เพื่อรองรับขยายธุรกิจครบวงจรตั้งแต่การผลิต การเลี้ยง และการพัฒนาสายพันธุ์ ซึ่งครอบคลุมทั้ง สุกร ไก่เนื้อและไก่ไข่ การทำฟาร์มพ่อพันธุ์ แม่พันธุ์ การผลิตและจำหน่าย เวชภัณฑ์สำหรับสัตว์ตลอดจนการพัฒนาความร่วมมือกับเกษตรกรในโครงการประกันราคาไก่เนื้อ ไก่ไข่และผลิตภัณฑ์ อาหารคุณภาพเพื่อจำหน่ายในประเทศและส่งออกปัจจุบัน นอกจากจะเป็นหนึ่งในผู้นำธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารครบวงจร ของประเทศแล้วเครือเบทาโกรได้รับความเชื่อถือในมาตรฐานด้านคุณภาพและความปลอดภัย โดยได้รับรางวัลดีเด่นด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ และมาตรฐานการผลิตมากมายทั้งระดับประเทศและระดับสากล ครอบคลุมตั้งแต่ธุรกิจอาหารสัตว์ปศุสัตว์ ผลิตภัณฑ์สำหรับสุขภาพสัตว์ไปจนถึงผลิตภัณฑ์อาหารคุณภาพ เพื่อการส่งออกและจำหน่ายในประเทศ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค

บริษัท เบทาโกร จำกัด (มหาชน) ถือว่ามีการแข่งขันเพื่อจำหน่ายในประเทศและส่งออกค่อนข้างสูงไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันในเรื่องของราคาการผลิตและจำหน่ายสุกรขุน เนื้อสุกร เนื้อไก่ ไข่ไก่ และผลิตภัณฑ์อาหารคุณภาพ การให้บริการ ความสะดวกรวดเร็ว และการใช้บริการต่าง ๆ ซึ่งผลกระทบจากเกิดการแข่งขันที่สูงขึ้น ทำให้องค์กรต้องมุ่งเน้นในเรื่องของการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าบนผลตอบแทนในความคาดหวังดังกล่าว เมื่อองค์กรได้ผลกำไรจากการดำเนินงานสูงนั้น ปฏิเสธไม่ได้มีส่วนหนึ่งมาจากพนักงานทั้งฝ่ายบริหารและงานปฏิบัติการ โดยที่ค่านิยมที่ใช้ปัจจุบัน คือ “ รู้จริง ซื่อสัตย์ ใส่ใจ คิดใหม่ ใฝ่คุณภาพ ” โดยใส่ใจลูกค้าและดูแลพนักงานเป็นหลัก เมื่อความคาดหวังที่องค์กรตั้งขึ้น องค์กรจึงมุ่งเน้นด้วยการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีความสุขในการทำงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้

ผู้ศึกษาในฐานะพนักงานตำแหน่งหัวหน้างานส่วนจรรยาบรรณของร้านค้าปลีกของบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เล็งเห็นความสำคัญเป้าหมายขององค์กร จึงสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เพราะการปรับเปลี่ยนองค์กรขยับให้มีผลกำไรมากขึ้นแต่พนักงานไม่ทราบแน่ชัดว่าหากองค์กรเติบโตพนักงานได้สิ่งที่ดีที่ตนคาดหวังหรือไม่ กฎระเบียบต่าง ๆ เพิ่มขึ้น กำหนดการขาดลามาสายมากขึ้น ข้อสงสัยต่าง ๆ นี้ อาจส่งผลกระทบต่อบุคลากรในองค์กรซึ่งทำให้พนักงานขาดกำลังใจ ขาดแรงจูงใจในการทำงาน ขาดการเอาใจใส่ในงาน พฤติกรรมการทำงานที่เปลี่ยนไป พนักงานขาดความกระตือรือร้น ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง คุณภาพของงานที่ได้ก็ลดลงซึ่งผลที่ได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ การที่องค์กรจะประสบความสำเร็จและก้าว

ผ่านวิกฤติและอุปสรรคต่าง ๆ ไปได้ อีกทั้งยังดำรงรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดต่อไปได้ นั้นพนักงานหรือบุคลากรเป็นส่วนสำคัญในองค์กรสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ ดังนั้นการที่จะรักษาพนักงานที่มีความรู้ความสามารถและทุ่มเทการทำงานเพื่อองค์กร มีความจงรักภักดีต่อองค์กรไว้และมีพฤติกรรมการทำงานที่ดีนั้น สิ่งสำคัญที่องค์กรต้องคำนึงถึงคือพนักงานทุกคนต้องมีความสุขในการทำงานเพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีพฤติกรรมการทำงานที่ดีและมีผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล

ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้แบ่งขอบเขตของการศึกษาออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่

1. ด้านเนื้อหา ศึกษาครั้งนี้ศึกษาการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล
2. ด้านพื้นที่ บริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล
3. ด้านประชากร เป็นพนักงาน บริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวนทั้งสิ้น 736 คน
4. ด้านระยะเวลา ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล เดือนกุมภาพันธ์ – เดือนมีนาคม พ.ศ.2561

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาเป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาแรงจูงใจให้พนักงาน ปฏิบัติงานกับองค์กรอย่างต่อเนื่องและจัดระเบียบการบริหารจัดการเกี่ยวกับพนักงานให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความพึงพอใจของพนักงานเพื่อการดำเนินการที่ต่อเนื่องขององค์กร
2. ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กรให้ตรงกับความต้องการของพนักงาน อันนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน : กรณีศึกษา บริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา เพื่อวัดแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ผู้ศึกษายึดแนวคิดทฤษฎีของ Herzberg (1959) ซึ่งนำมาเป็นหลักในการช่วยให้พนักงานในองค์กรปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้ศึกษาจึงกำหนดตัวแปรต้น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนแรกตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และสถานภาพสมรส ปัจจัยองค์กร ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดและทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1959 อ้างอิงใน ปฐมวงศ์ สีหาเสนา , 2557) เป็นแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการวัดแรงจูงใจที่ประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน มาใช้การวัดแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยจูงใจ มีทั้งหมด 5 ด้าน ผู้ศึกษาพิจารณาเลือกใช้ในการศึกษาทุกด้าน เนื่องจากเป็นส่วนสำคัญในการวัดแรงจูงใจในการปฏิบัติและปัญหาของงานวิจัย เพื่อพัฒนาการบริหารและแนวทางการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น ได้แก่ 1.ด้านความสำเร็จในการทำงาน 2.ด้านกรยอมรับนับถือ 3.ด้านลักษณะงาน 4.ด้านความรับผิดชอบ และ5.ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง และปัจจัยค้ำจุน เป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานมีอยู่ตลอดเวลา แต่ถ้าไม่มีหรือมีในลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับพนักงานในองค์กร ก็จะส่งผลให้บุคคลในองค์กรนั้นเกิดความไม่พอใจ ซึ่งเป็นทฤษฎี Herzberg (1959 อ้างอิงใน ปฐมวงศ์ สีหาเสนา , 2557) มีทั้งหมด 9 ด้าน ผู้ศึกษาพิจารณาจากความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 9 ด้าน โดยเลือกใช้เพื่อการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 5 ด้าน ประกอบด้วย 1.ด้านเงินเดือน 2.ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 3.ด้านนโยบายและการบริหาร 4.ด้านสภาพการปฏิบัติงาน และ5.ด้านความมั่นคงในการปฏิบัติงาน

ตัวแปรตาม เป็นการวัดระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน ผู้ศึกษาจึงนำแนวคิดของฮาร์เรลล์ (Harrell, 1972 อ้างอิงใน กิติมา ปรีดีลิก 2516: 32) มาบูรณาการเพื่อวัดระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทฯ การกำหนดตัวแปรตามคำนึงถึงความสอดคล้องกับการศึกษาและปัญหางานวิจัยครั้งนี้ คือ 1. เอาใจใส่ต่องาน 2.เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ 3. ไม่ขาดหรือหยุดงาน และ4. เสริมสร้างความก้าวหน้าให้กับองค์กร

การนำแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการที่เกี่ยวข้องเหล่านี้ จึงสามารถสร้างกรอบแนวคิดเพื่อกำหนดตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจึงได้แสดงกรอบแนวคิดที่กล่าวมาได้ตามแผนภาพที่ 2.2

ตัวแปรต้น

ปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ
2. อายุ
3. ตำแหน่งงาน
4. ระดับการศึกษา
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
6. ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน
7. สถานภาพสมรส

ปัจจัยองค์กร

ปัจจัยจิตใจ

1. ด้านความสำเร็จในการทำงาน
2. ด้านการยอมรับนับถือ
3. ด้านลักษณะงาน
4. ด้านความรับผิดชอบ
5. ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง

ปัจจัยค่าจ้าง

1. ด้านเงินเดือน
2. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
3. ด้านนโยบายและการบริหาร
4. ด้านสภาพการปฏิบัติงาน
5. ด้านความมั่นคงในการปฏิบัติงาน

ตัวแปรตาม

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน
บริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม
จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล

1. มีความเอาใจใส่ต่องาน
2. เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่า
ประโยชน์ส่วนตัว
3. ไม่ขาดหรือหยุดงานโดยไม่จำเป็น
4. เสริมสร้างความก้าวหน้าให้กับ
องค์กร

แผนภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดในการศึกษา

สมมติฐานการศึกษา

ศึกษากำหนดสมมติฐานในการศึกษาดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล ประกอบด้วย

1.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด

1.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด

1.3 ตำแหน่งงาน มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด

1.4 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด

1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด

1.6 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด

1.7 สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยองค์กร มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด

2.1 ปัจจัยจูงใจ มีความสัมพันธ์กับกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัดประกอบด้วย

2.1 ด้านความสำเร็จในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด

2.2 ด้านการยอมรับนับถือ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด

2.3 ด้านลักษณะงาน มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด

2.1.4 ด้านความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด

2.1.5 ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด

2.2 ปัจจัยค้ำจุน มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด

2.2.1 ด้านเงินเดือน มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด

2.2.2 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด

2.2.3 ด้านนโยบายและการบริหาร มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด

2.2.4 ด้านสภาพการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด

2.2.5 ด้านความมั่นคงในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด

ผลการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคล จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่อายุ 26-30 ปี ส่วนใหญ่ ระดับผู้ปฏิบัติ การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนมากรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน จำนวน 1- 5 ปีและส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด

ปัจจัยองค์กร จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นโดยรวมต่อปัจจัยองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ปัจจัย พบว่า ปัจจัยจูงใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือปัจจัยค้ำจุนโดยแต่ละปัจจัยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยจูงใจ โดยรวมระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาทั้ง 5 ด้านพบว่า ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการยอมรับนับถือ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง และด้านลักษณะงาน ซึ่งทั้ง 5 ด้าน มีรายละเอียดดังนี้

1.1 ด้านความสำเร็จในการทำงาน พบว่าพนักงานปฏิบัติงานได้ดีสำเร็จบรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร รองลงมาพนักงานสามารถคิดค้นหาวิธีในการป้องกันปัญหาที่

เกิดขึ้นเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน และเมื่อปัญหาต่าง ๆ เกิดขึ้นในที่ทำงานท่านสามารถแก้ไขปัญหาเหล่านั้นได้เสมอ มีระดับแรงจูงใจเป็นลำดับสุดท้าย

1.2 ด้านการยอมรับนับถือ พบว่า อันดับแรกหน่วยงานมีการยกย่องชมเชยให้รางวัลและสิ่งจูงใจ เพื่อสนับสนุนให้มีความตั้งใจในการทำงาน รองลงมาผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานร่วมแสดงความยินดีเมื่องานที่ได้รับมอบหมายเสร็จทันกำหนด และพนักงานแสดงความคิดเห็นและได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานมีระดับแรงจูงใจเป็นลำดับสุดท้าย

1.3 ด้านลักษณะงาน พบว่า อันดับแรกคืองานที่ปฏิบัติท้าทายความรู้ ความสามารถของพนักงาน รองลงมางานที่ทำมีโอกาสได้เรียนรู้และใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และพนักงานมีอิสระในการวางแผนการทำงานได้ด้วยตนเองมีระดับแรงจูงใจเป็นลำดับสุดท้าย

1.4 ด้านความรับผิดชอบ พบว่า อันดับแรกคือพนักงานปฏิบัติงานเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ที่ดำรงตำแหน่ง รองลงมาพนักงานเข้าใจถึงขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบในงาน และพนักงานมีความตั้งใจและเอาใจต่องานที่ปฏิบัติมีระดับแรงจูงใจเป็นลำดับสุดท้าย

1.5 ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง พบว่า อันดับแรกพนักงานมีโอกาสได้รับการสนับสนุนให้เลื่อนตำแหน่งได้ตามความสามารถ รองลงมางานที่ปฏิบัติมีโอกาสพัฒนาอาชีพให้ก้าวหน้าตามที่พึงประสงค์ และพนักงานได้รับโอกาสในการพิจารณาความดีความชอบในการปฏิบัติงานอย่างเสมอภาค และพนักงานได้รับโอกาสในการพิจารณาความดีความชอบในการปฏิบัติงานอย่างเสมอภาค มีระดับแรงจูงใจเป็นลำดับสุดท้าย

2. ปัจจัยค้ำจุน โดยรวมทั้ง 5 ด้าน ระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง พบว่าอันดับแรกด้านนโยบายและการบริหาร รองลงมาคือด้านสภาพการปฏิบัติงาน ด้านเงินเดือน และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านความมั่นคงในการปฏิบัติงาน ซึ่งทั้ง 5 ด้าน มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ พบว่า อันดับแรกพนักงานได้รับอัตราเงินเดือนและสวัสดิการที่เพียงพอต่อการใช้ชีวิตประจำวัน รองลงมางานที่ปฏิบัติมีโอกาสพัฒนาอาชีพให้ก้าวหน้าตามที่พึงประสงค์ และพนักงานได้รับโอกาสในการพิจารณาความดีความชอบในการปฏิบัติงานอย่างเสมอภาคมีระดับแรงจูงใจเป็นลำดับสุดท้าย

2.2 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พบว่า อันดับแรกผู้บังคับบัญชาให้การช่วยเหลือและการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ รองลงมาพนักงานมีโอกาสได้เข้าร่วมกิจกรรมพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความสามัคคีและความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติงานร่วมกันเป็นทีม มีระดับแรงจูงใจเป็นลำดับสุดท้าย

2.3 ด้านนโยบายและการบริหาร พบว่า อันดับแรกบริษัทกำหนดนโยบายและวิธีการบริหารงานอย่างเหมาะสม รองลงมาบริษัทมีการชี้แจงการดำเนินงานและโครงสร้างการบริหารแก่พนักงานทุกคน และนโยบายบริษัทสามารถให้ความมั่นคงกับพนักงานภายในองค์กร มีระดับแรงจูงใจเป็นลำดับสุดท้าย

2.4 ด้านสภาพการปฏิบัติงาน พบว่า อันดับแรกสถานที่ปฏิบัติงานมีสภาพทางกายภาพมีแสงสว่างและอากาศถ่ายเทที่เหมาะสม รองลงมาองค์กรมีเครื่องมืออุปกรณ์เครื่องมือการทำงานที่มีสภาพดีและพร้อมใช้งาน และองค์กรมีการดูแลเรื่องความปลอดภัยในการทำงานเป็นอย่างดี มีระดับแรงจูงใจเป็นลำดับสุดท้าย

2.5 ด้านความมั่นคงในการปฏิบัติงาน พบว่า อันดับแรกผู้บังคับบัญชาเข้าใจความเป็นอยู่ส่วนตัวพนักงานก่อนมอบหมายงานตำแหน่งหน้าที่ที่เหมาะสม รองลงมาพนักงานมีความสุขและพอใจกับงานที่ปฏิบัติอยู่ในปัจจุบัน และพนักงานปฏิบัติงานด้วยความมั่นคงยั่งยืน มีระดับแรงจูงใจเป็นลำดับสุดท้าย

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑลจากการศึกษาพบว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน ภาพรวมมีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก กล่าวคือ อันดับแรกเสริมสร้างความก้าวหน้าให้กับองค์กร รองลงมาเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ เอาจใจใส่ต่องาน และด้านไม่ขาดหรือหยุดงานโดยไม่จำเป็น ซึ่งทั้ง 4 ด้าน มีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านความเอาใจใส่ต่องาน พบว่าระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือพนักงานตั้งใจทำงานที่ได้รับมอบหมายอยู่เสมอ รองลงมาพนักงานคิดวิธีปรับปรุงและพัฒนาการทำงานด้วยตนเอง เพื่อให้งานออกมาดี และพนักงานมีความตั้งใจและรับผิดชอบในการทำงานเพื่อให้ลุล่วงไปด้วยดี

2. ด้านเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว พบว่าระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือพนักงานปฏิบัติงานเต็มความสามารถ รองลงมาพนักงานมีความอดทนต่อการแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น และพนักงานยอมเสียสละเวลาส่วนตัวเพื่องานไปได้ด้วยดี

3. ด้านไม่ขาดหรือหยุดงานโดยไม่จำเป็น พบว่า ระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือพนักงานลาหยุดงานเฉพาะที่มีเหตุจำเป็นเท่านั้นและคำนึงผลกระทบต่อองค์กรทุกครั้ง รองลงมา

พนักงานมีความสบายใจที่ได้มาทำงานและอยู่ร่วมกับเพื่อนร่วมงาน และพนักงานปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กรอย่างเคร่งครัด

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยปัจจัยองค์กร พบว่าด้านความสำเร็จในการทำงานและด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนปัจจัยองค์กรด้านการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง ด้านเงินเดือน ด้านนโยบายและการบริหาร และด้านสภาพการปฏิบัติงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน : กรณีศึกษา บริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล ผู้ศึกษานำเสนอการอภิปรายผลการศึกษาโดยเรียงตามลำดับวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล

จากการศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล ประกอบด้วย ด้านเอาใจใส่ต่องาน ด้านเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ ด้านไม่ขาดหรือหยุดงาน และด้านเสริมสร้างความก้าวหน้าให้กับองค์กร ระดับแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัญญา อธิรศิลป์ ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขายบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า 1. ระดับแรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2. แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขายมีความแตกต่างกันเมื่อเปรียบเทียบตามอายุและอายุงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อเปรียบเทียบตาม เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และประสบการณ์ในการทำงาน พบว่า มีความแตกต่างกัน 3. ปัจจัยด้านงาน 5

ด้าน ได้แก่ ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในหน้าที่งาน ด้านสัมพันธภาพในการทำงาน ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านสัมพันธกับในการทำงาน ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานชาย บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ปัจจัยองค์กรที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล

จากการศึกษาพบว่า

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุเมธ ภิญาค ศึกษาเรื่องการจัดการที่มีผลต่อปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท อุซาสยามสตีลอินดัสตรี จำกัด (มหาชน) ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐาน พนักงานบริษัท อุซาสยามสตีลอินดัสตรี จำกัด (มหาชน) ที่มี อายุต่างกัน ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ภาพรวมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ พนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ภาพรวมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. ปัจจัยองค์กรด้านความสำเร็จในการทำงานและด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด เขตกรุงเทพและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของชญญา อธิรศิลป์ ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจใน การปฏิบัติงานของพนักงานชายบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ระดับแรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานชาย บริษัททีไอที จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านงาน 5 ด้าน ได้แก่ ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในหน้าที่งาน ด้านสัมพันธภาพในการทำงาน ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านสัมพันธกับในการทำงาน ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานชาย บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ส่วนปัจจัยปัจจัยองค์กรด้านการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง ด้านเงินเดือน ด้านนโยบายและการบริหาร และด้านสภาพการปฏิบัติงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุจาวรินทร์ จิตต์แก้ว ศึกษาเรื่อง อิทธิพล

ด้านวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานภาคเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสวัสดิการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานภาคเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) ลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และอายุงาน ต่อปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (2) ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กรกับปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีเพียงวัฒนธรรมเน้นทีมงานที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (3) ปัจจัยด้านสวัสดิการกับปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน มีเพียงสวัสดิการด้านสุขภาพอนามัย และด้านอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติงานพนักงานบริษัทเบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ศึกษาเสนอแนะเพื่อการนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมและเพิ่มแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ดังนี้

ปัจจัยองค์กร ด้านปัจจัยค่าจ้างด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด มีด้วยกัน 4 ด้าน คือ ด้านสภาพการปฏิบัติงาน ด้านความมั่นคงในการปฏิบัติงาน ด้านเงินเดือน และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนะในกับองค์กรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ด้านสภาพการปฏิบัติงาน ข้อเสนอแนะองค์กรควรดูแลเรื่องความปลอดภัยในการทำงาน ควรตรวจสอบเครื่องมืออุปกรณ์ เครื่องมือในการทำงานที่มีสภาพดี และพร้อมใช้งานเพื่อความปลอดภัยของพนักงานและภาพลักษณ์บริษัท

2. ด้านความมั่นคงในการปฏิบัติงาน ข้อเสนอแนะควรสร้างทัศนคติด้านความมั่นคงของบริษัท เพื่อพนักงานเกิดความสุขและพอใจกับงานที่ปฏิบัติอยู่ในปัจจุบันเพื่อเป็นการส่งเสริมแรงจูงใจในการทำงานดีขึ้น

3. ด้านเงินเดือน ข้อเสนอแนะควรบริษัทคำนึงถึงการปรับอัตราเงินเดือนและสวัสดิการให้เพียงพอต่อการใช้ชีวิตประจำวันและตามความสามารถเพื่อจะส่งผลให้แรงจูงใจในการทำงานเพิ่มขึ้น

4. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ข้อเสนอแนะหัวหน้างานหรือผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้การช่วยเหลือและการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ และจัดประชุมหรือจัดกิจกรรม พบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความสามัคคีและความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติงานร่วมกันเป็นทีม

ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด โดยเป็นกลุ่มตัวอย่างต่างจังหวัดหรือบริษัทในเครือของบริษัทเบทาโกร จำกัด

2. ควรทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์จำแนกตามกลุ่มงานที่ปฏิบัติเพื่อความชัดเจนในการศึกษามากขึ้น

บรรณานุกรม

- กิติมา ปรีดีดีดิก. (2547). การบริหารและการนิเทศการศึกษาเบื้องต้น น. กรุงเทพฯ: อักษรวิพัฒน์.
- ตุลา มหาพสุธานนท์. (2547). หลักการจัดการและการบริหาร. กรุงเทพฯ: พัฒนา จำกัด.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2554). พฤติกรรมบุคคลในองค์การ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เจริญพัฒน์.
- สมคิด บางโม. (2545). องค์การและการจัดการ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.
- เสนาะ ตีเยาว์. (2534). การบริหารงานบุคคล. พิมพ์ครั้งที่ 8 กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตร-ศาสตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครู.
- ลัดดา พัชรวิภาส. (2550). บรรยากาสองค์การที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานและประสิทธิภาพในการทำงานกรณีศึกษา : พนักงานชั่วคราว บริษัท ทูคอร์ ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์กร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ปราณีโคเมฆารัตน์. (2555). ปัจจัยการจูงใจที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท เอเอ แอล จำกัด สาขาสมุทรปราการ. การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

Books

- Berelson, Bernard and Gray A. Steiner. (1964). Human Behavior. New York : Harcourt Brace and World.
- Beach, D.S. (1970). Personal : The management of people at work(2nd ed).New York : Macmillan.
- Vroom, V. H. (1964). Management and Motivation. London: Penguin Books.

ส่วนประสมทางการตลาด และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการโรงพิมพ์บริษัท เฟิสท์ ออฟเซท (1993) จำกัด

The Marketing Mix and Integrated Marketing Communication affecting Buying Decision
Marketing for Printing Factory First offset (1993) Co., Ltd.

จักษพงศ์ รอดไทร

Jaksapong Rodsai

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการกระบวนการตัดสินใจใช้โรงพิมพ์ และ 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการโรงพิมพ์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้คือ ผู้ใช้บริการโรงพิมพ์ของบริษัท เฟิสท์ (1993) จำกัด จำนวน 340 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างแบบสะดวก (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด (7Ps) พบว่า ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้โรงพิมพ์ในระดับมาก ปัจจัยด้านการสื่อสารแบบบูรณาการ (IMC) พบว่า ด้านการโฆษณา มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้โรงพิมพ์ในระดับมาก ด้านกระบวนการตัดสินใจใช้โรงพิมพ์ พบว่า ขั้นตอนการซื้อ มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้โรงพิมพ์ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด(7Ps), สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ,โรงพิมพ์

ABSTRACT

The propose of this paper is 1) To study the marketing mix (7Ps) and integrated marketing communications (IMC) that influence decision-making of printing factory. And 2) To compare the level of feedback on the decision-making process of the printing factory. The sample was used in this study. 340 users of First Printing (1993) Co., Ltd. Using a Simple Random Sampling. The research instrument was a questionnaire. Statistics used are frequency, percentage, mean and standard deviation.

The study found that. Marketing mix factors (7Ps) were found to be personal and process aspects. Affecting the selection behaviors of printers at high level. Integrated Communication Factor (IMC) found affecting the selection behaviors of printers at high level. The decision-making process used by the printing factory found that the purchase

process. Affecting the selection behaviors of printers at high level. The statistical significance was 0.05.

Keywords: Marketing Mix(7Ps), Integrated marketing communications, Printing Factory.

บทนำ

การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยให้มีความเจริญก้าวหน้า มีความมั่นคงภายใต้สภาวะเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อให้สามารถแข่งขันและอยู่รอดได้ในสภาวะปัจจุบัน หากพิจารณาในภาพรวมพบว่าปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ มิได้แข่งขันในประเทศแต่เพียงอย่างเดียวแต่ต้องแข่งขันในระดับโลกด้วย ดังนั้นทุกองค์กรจึงต้องมีการปรับกลยุทธ์ต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่มีการพิจารณาปรับปัจจัยภายในองค์กรเนื่องจากเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิผลให้สูงขึ้น และสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน

อุตสาหกรรมการพิมพ์เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และมีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์ การสื่อสาร แต่ไม่กี่ปีที่ผ่านมาได้เกิดคำทำนาย บางอย่างสำหรับอุตสาหกรรมการพิมพ์ ถ้าเรามองเพียงด้านเดียวของกระจก เราอาจเห็นเฉพาะด้านการเติบโตเฟื่องฟูของอุตสาหกรรมพิมพ์ แต่ความจริงแล้วในด้านอื่น ๆ ของอุตสาหกรรมพิมพ์กำลังประสบกับความกดดันเนื่องจากแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงไปสู่ระบบดิจิทัลมีอัตราที่เพิ่มมากขึ้นรูปแบบธุรกิจแบบดั้งเดิมของธุรกิจการพิมพ์มีปริมาณงานที่น้อยลง ดังนั้นโรงพิมพ์ต้องคิดค้นกลยุทธ์ใหม่ ๆ เลือกลงเทคโนโลยีที่แตกต่าง และปรับโครงสร้างรูปแบบธุรกิจเพื่อมีกำไร และความอยู่รอดในอุตสาหกรรม

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาด และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการโรงพิมพ์ บริษัท เฟิสท์ ออฟเซท (1993) จำกัด ผู้วิจัยเห็นว่าเมื่อผู้มาใช้บริการโรงพิมพ์ หรือบุคคลทั่วไปมีความพึงพอใจที่ดีต่องานพิมพ์แล้วจะนำผลงานจากการพิมพ์ไปใช้ประโยชน์ในการสื่อสารได้เป็นอย่างดี ตลอดจนทำให้เพิ่มผลผลิตตามที่คาดหวังให้ดีขึ้น บริษัทเปิดให้บริการงานพิมพ์ทุกประเภททุกชนิดให้การบริการกับบุคคลทั่วไปได้รับการยอมรับจากผลงานการพิมพ์ในรูปแบบสื่อทุกชนิด สำหรับงานให้การบริการงานพิมพ์แล้วยังให้การบริการออกแบบดีไซน์ในรูปแบบต่าง ๆ ตามความต้องการของลูกค้าทุกประเภท

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

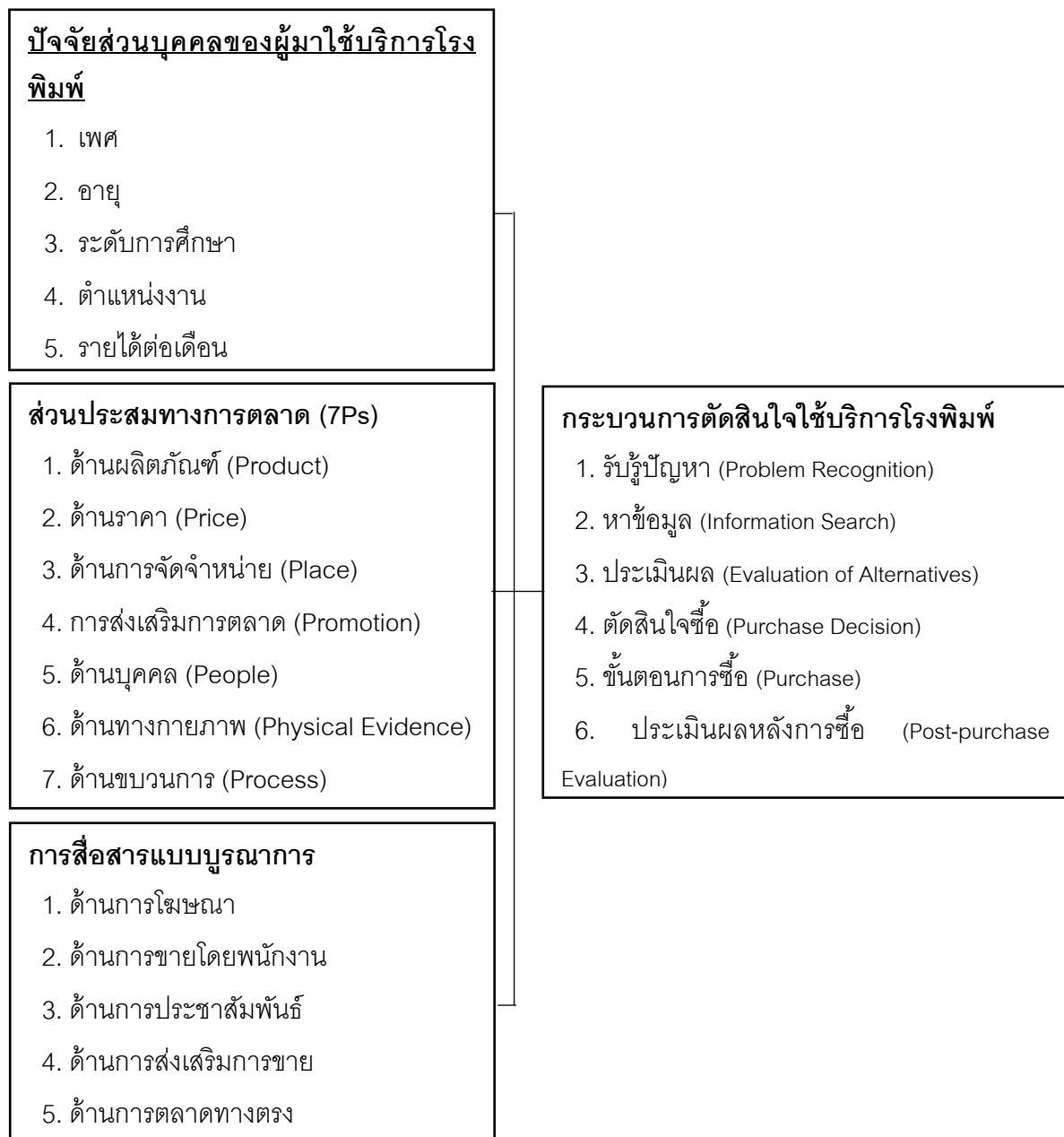
1. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้โรงพิมพ์ บริษัท เฟิสท์ ออฟเซท (1993) จำกัด

2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาล บริษัท เฟลท์ ออฟเซท (1993) จำกัด

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลแตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาล บริษัท เฟลท์ ออฟเซท (1993) จำกัด
3. การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาล บริษัท เฟลท์ ออฟเซท (1993) จำกัด

กรอบแนวคิดการวิจัย



การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

Kotler (1997) ได้กล่าวไว้ว่ากลยุทธ์ทางการตลาด หรือส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมทางการตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมา มีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางด้านการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ (7Ps) โสภิตา รัตนสมโชค (2558)

แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC)

วิกิรนต์ มงคลจันทร์ (2556) กล่าวว่า “การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ IMC คือ การวางแผนสื่อสารทางการตลาดที่เพิ่มมูลค่าของแผนโดยรวม การประเมินกลยุทธ์ การสื่อสารต่างๆ ที่ละกลยุทธ์ เช่น การโฆษณาทั่วไป การตอบสนองโดยตรง การส่งเสริมการขาย การสัมพันธ์มวลชน แล้วรวมกลยุทธ์เหล่านี้เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกัน และเกิดผลอย่างสูงสุดเพื่อให้เกิดการผสมผสานกันอย่างกลมกลืนของข้อความ การที่บริษัทที่จะก้าวไปสู่การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ IMC จะต้องพิจารณาการรับรู้อย่างสูงสุดของผู้บริโภคทั้ง 360 องศา จากช่องทางที่แตกต่าง เพื่อให้การสื่อสารส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในชีวิตประจำวัน” คือการนำเครื่องมือการสื่อสาร การตลาดหลายรูปแบบมาใช้ในการสื่อสาร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด (ในลักษณะสอดคล้องและส่งเสริมกัน ส่งผลให้เกิดความรับรู้และนำไปสู่พฤติกรรมของผู้บริโภค)

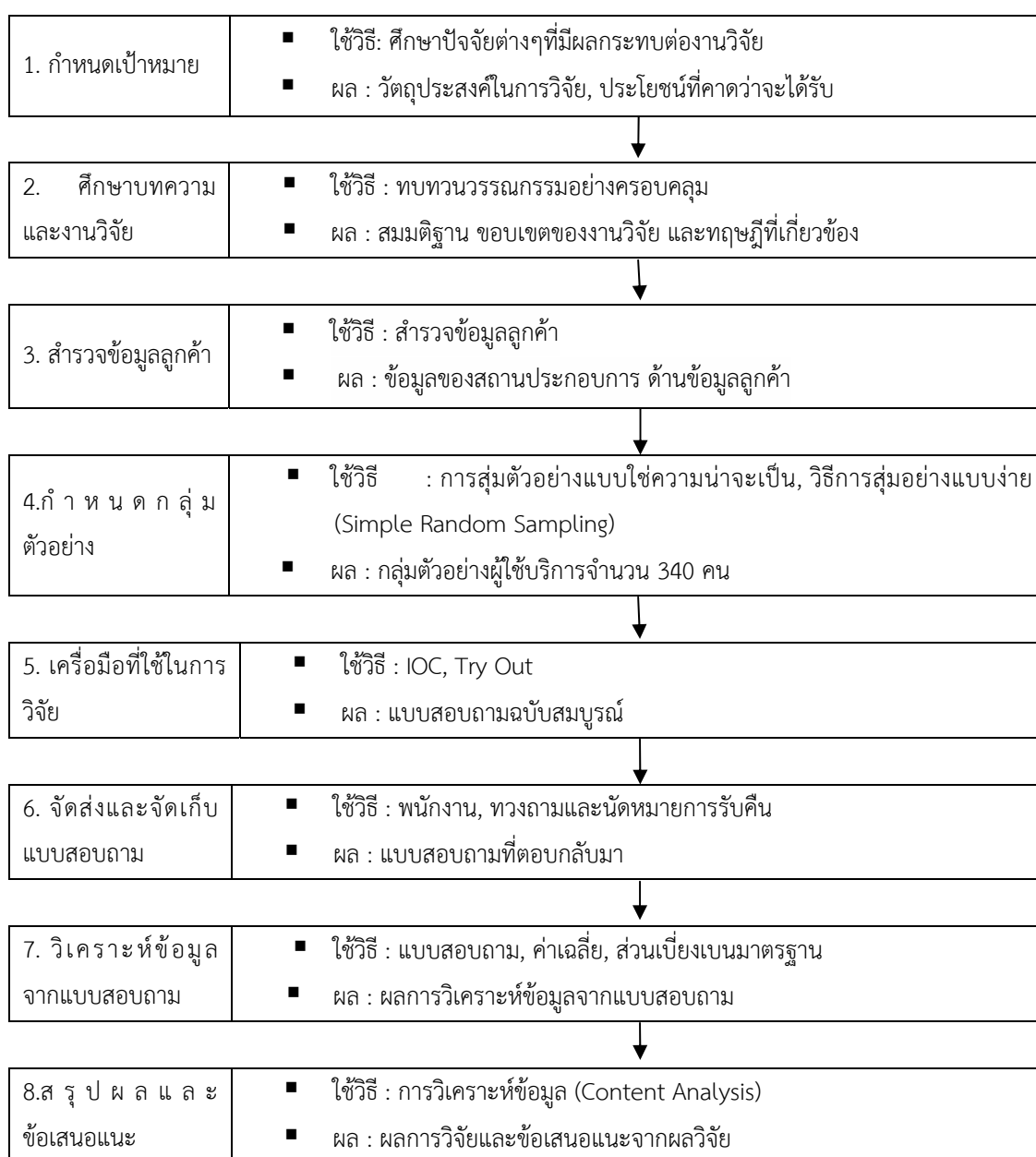
แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพิมพ์

การตัดสินใจเลือกใช้จะเกิดขึ้นเมื่อมีผู้บริโภคเกิดความต้องการที่จะทำการโฆษณาเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภครับรู้ถึงความต้องการนั้น จึงจำเป็นต้องหาข้อมูล เพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนความตัดสินใจนั้น ๆ จากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่อย่างหลากหลาย โดยผู้บริโภคจึงประเมินทางเลือกจากคุณสมบัติของสินค้า ประโยชน์ที่ได้รับตรงกับความต้องการรวมไปถึงความเชื่อ และทัศนคติของผู้ซื้อก็เป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาทางเลือก แล้วจึงตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้ามากที่สุด และขั้นสุดท้ายคือการประเมินผลผลิตภัณฑ์หลังจากส่งมอบให้กับลูกค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผลิตภัณฑ์นั้นแล้วเกิดความพึงพอใจและได้รับประโยชน์อย่างคาดหวังหรือไม่ หากเกิดความพึงพอใจ ก็จะทำให้เกิดการซื้อซ้ำและมีการสื่อสารไปยังบุคคลอื่นในทิศ

ทางบวก แต่หากไม่ก็จะส่งผลในทิศทางตรงข้ามจากการศึกษาแนวคิดกระบวนการการตัดสินใจซื้อที่กล่าวมาข้างต้นจะช่วยให้ผู้ที่ทำหน้าที่สื่อสารการตลาดเข้าใจถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และสามารถนำไปกำหนดวัตถุประสงค์การใช้สื่อได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ ปรวิษญา เวสารัชช์ (2540 : อ้างถึงใน ปานจิต. 2548)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative methodology) ครั้งนี้เป็น การวิจัยโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้



ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นเป็นผู้ที่เคยเข้ามาใช้บริการงานพิมพ์เอกสารจากโรงพิมพ์ บริษัท เฟสท์ ออฟเซท (1993) จำกัด จำนวน 1,322 คน จากการคำนวณขนาดตัวอย่างได้ 307 คน เพื่อเพิ่มอัตราการตอบกลับ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างเป็น 340 คน การสุ่มตัวอย่างครั้งนี้เลือกใช้วิธีการสุ่มอย่างแบบสะดวก (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับสลาก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแบบสอบถามลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choices)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) 7 ด้าน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการสื่อสารแบบบูรณาการ (IMC) ปัจจัยการ 5 ด้าน

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการโรงพิมพ์มี 6 ด้าน

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากผู้เข้ามาใช้บริการงานพิมพ์กับ บริษัท เฟสท์ ออฟเซท (1993) จำกัด จำนวน 340 ชุด จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ตามลำดับ ได้แก่ 1) ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด 3) ปัจจัยการสื่อสารแบบบูรณาการ และ 4) กระบวนการตัดสินใจใช้บริการ โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางและการอธิบายผลได้ตาราง โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ			
ชาย		220	64.71
หญิง		120	35.29
รวม		340	100.00
อายุ			
ต่ำกว่า 20 ปี		-	-
21-30 ปี		135	39.71
31-40 ปี		129	37.94
41 -50 ปี		68	20.00
51 ปี ขึ้น		8	02.35
รวม		340	100.00
ระดับการศึกษา			
มัธยมศึกษาตอนต้น/ต่ำกว่า		21	06.18
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.		46	13.53
ระดับ ปวส.		123	36.18
ปริญญาตรี/สูงกว่า		150	44.11
รวม		340	100.00
ตำแหน่งงาน			
พนักงานประจำ		50	14.70
พนักงานระดับหัวหน้างาน		125	36.76
พนักงานระดับบริหาร		165	48.54
รวม		340	100.00
รายได้ต่อเดือน			
5,000 – 20,000 บาท		74	21.76
20,001 – 25,000 บาท		148	43.54
25,001 –30,000 บาท		40	11.76
30,001 บาท		78	22.94
รวม		340	100.00

จากตารางที่ 1 จากผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 34 คน พบว่า เป็นเพศชายร้อยละ 64.71 ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 21- 30 ปี ร้อยละ 39.71 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 44.11 มีตำแหน่งการทำงานเป็นพนักงานระดับบริหาร ร้อยละ 48.54 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 20,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 43.54

ตารางที่ 2 สรุปภาพรวมค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยรวม

ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)		\bar{x}	S.D.	แปลผล
ลำดับ				
1	ด้านผลิตภัณฑ์	2.71	0.37	ปานกลาง
2	ด้านราคา	2.70	0.38	ปานกลาง
3	ด้านการจัดจำหน่าย	2.70	0.39	ปานกลาง
4	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.69	0.39	ปานกลาง
5	ด้านบุคคล	3.57	0.53	มาก
6	ด้านทางกายภาพ	2.73	0.39	ปานกลาง
7	ด้านกระบวนการ	3.61	0.51	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		2.96	0.22	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจด้านการโฆษณาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.96$, S.D. = 0.22) เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และปานกลาง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.61$, S.D. = 0.51) รองลงมาด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$, S.D. = 0.53) รองลำดับลงมาด้านกายภาพ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.73$, S.D. = 0.39) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 2.71$, S.D. = 0.37) ด้านการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 2.70$, S.D. = 0.39) ด้านราคา ($\bar{x} = 2.70$, S.D. = 0.38) และลำดับสุดท้ายทางด้านส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.69$, S.D. = 0.39) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 สรุปภาพรวมค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจการสื่อสารแบบบูรณาการ (IMC) โดยรวม

ลำดับ	การสื่อสารแบบบูรณาการ (IMC)	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1	ด้านการโฆษณา	3.92	0.82	มาก
2	ด้านการขายโดยพนักงาน	2.75	0.33	ปานกลาง
3	ด้านการประชาสัมพันธ์	2.74	0.32	ปานกลาง
4	ด้านการส่งเสริมการขาย	2.74	0.34	ปานกลาง
5	ด้านการตลาดทางตรง	2.78	0.31	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม		2.99	0.42	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่า ความความพึงพอใจการสื่อสารแบบบูรณาการ (IMC) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.99$, S.D. = 0.42) เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเพียง 1 ด้าน คือ ด้านการโฆษณา ($\bar{x} = 3.92$, S.D. = 0.82) และในด้านที่เหลือมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการตลาดทางตรง ($\bar{x} = 2.78$, S.D. = 0.31) ด้านการขายโดยพนักงาน ($\bar{x} = 2.75$, S.D. = 0.33) ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 2.74$, S.D. = 0.32) และด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 2.74$, S.D. = 0.34) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์เกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาล บริษัท เฟสท์ ออฟเซท (1993) จำกัด

ลำดับ	กระบวนการตัดสินใจใช้บริการ	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1	รับรู้ปัญหา	2.80	0.39	ปานกลาง
2	หาข้อมูล	2.78	0.32	ปานกลาง
3	ประเมินผล	2.80	0.29	ปานกลาง
4	การตัดสินใจซื้อ	2.78	0.31	ปานกลาง
5	ขั้นตอนการซื้อ	3.63	0.48	มาก
6	ประเมินหลังการซื้อ	2.78	0.32	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม		2.93	0.35	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 พบว่า ความความพึงพอใจการกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.93$, S.D. = 0.35) เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเพียง 1 ด้าน คือ ขั้นตอนการซื้อ ($\bar{x} = 3.63$, S.D. = 0.48) และในด้านที่

เหลือมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ รับรู้ปัญหา ($\bar{x} = 2.80$, S.D. = 0.39) ประเมินผล ($\bar{x} = 2.80$, S.D. = 0.29) หาข้อมูล ($\bar{x} = 2.78$, S.D. = 0.32) การตัดสินใจซื้อ ($\bar{x} = 2.78$, S.D. = 0.31) และประเมินหลังการซื้อ ($\bar{x} = 2.78$, S.D. = 0.32) ตามลำดับ

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด (7Ps) การเลือกใช้โรงพิมพ์สรุปผลแต่ละรูปแบบพบว่า ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้โรงพิมพ์ ปัจจัยด้านการสื่อสารแบบบูรณาการ (IMC) การเลือกใช้โรงพิมพ์สรุปผลแต่ละรูปแบบพบว่า ด้านการโฆษณา ด้านการขายโดยพนักงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการตลาดทางตรง สรุปผลภาพรวมพบว่าการสื่อสารทางการตลาด แบบบูรณาการ (IMC) มากขึ้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้โรงพิมพ์ ด้านกระบวนการตัดสินใจใช้โรงพิมพ์บริษัท เฟิสท์ ออฟเซท (1993) จำกัด สรุปผลแต่ละรูปแบบพบว่า การรับรู้ปัญหา การหาข้อมูล การประเมินผล การตัดสินใจซื้อ ขั้นตอนการซื้อ การประเมินผลหลังการสั่งซื้อ สรุปผลภาพรวมพบการตัดสินใจใช้โรงพิมพ์ เฟิสท์ ออฟเซท (1993) จำกัด สูงสุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรศึกษาพฤติกรรมผู้มาใช้บริการโรงพิมพ์ให้ครบทุกด้าน ทุกประเภท เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค จะทำให้ธุรกิจหรือองค์กรนั้น สามารถกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดจากคู่แข่ง และสามารถเติบโตในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันอย่างสูง

2. การศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาในพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อเปรียบเทียบกับผู้บริโภค ในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีสิ่งแวดล้อมและสภาพการณ์ที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของโรงพิมพ์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

สุเมธ คงเสื่อ. (2560). *ปัจจัยการฝึกอบรมกับความรู้ความเข้าใจหลังการฝึกอบรมของผู้เข้ารับการฝึกอบรมกับ บริษัท ปิ่นทองกรุ๊ป แมนเนจเม้นท์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธนบุรี.

- โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร.**บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เหมสุดา สันติมิตร. (2558). **กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ รถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ในเขตกรุงเทพมหานคร.** บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control (14 th Global ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Shane jones. (2014). *The six stages of the Consumer Buying Process and How to Market.* to Them by (internet) [updated 2014; cited 2017 Jul 9]. Available from: [https://www. business2community.com/consumer-marketing/six-stages-consumer-buying-process-market-0811565](https://www.business2community.com/consumer-marketing/six-stages-consumer-buying-process-market-0811565)

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3 อ. 2 ส. ตำบลบ้านซ่าน
อำเภอศรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย

Factors Relating Health Care Behavior of the Elderly by 3 Or's and 2 Sor's Principle in Ban San
Sub-District Si Samrong District, Sukhothai Province.

จันทร์จิรา พรหมอินทร์¹

Miss.Junjira Phromin

สุพัฒน์ วีระเวชเจริญชัย,อลิสสา นิตินธรรม²

Supat Theravecharoenchai, Alisa Nitithum

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส. ตำบลบ้านซ่าน อำเภอศรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย กลุ่มตัวอย่างคือผู้สูงอายุตอนต้นจำนวน 250 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานไคสแควร์ สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยทางชีวสังคม เพศ อาชีพ และการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (2) ปัจจัยนำ ด้านการรับรู้ประโยชน์และอุปสรรคของผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ และเจตคติที่มีต่อการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ (3) ปัจจัยเชื้อ ด้านการเข้าถึงบริการการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนนโยบายสุขภาพของผู้สูงอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ (4) ปัจจัยเสริม การได้รับข้อมูลข่าวสารทางสุขภาพจากสื่อต่างๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนการได้รับแรงสนับสนุนจากครอบครัว เพื่อน บุคลากร ทางกายภาพและสาธารณสุขไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ (5) ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพ อยู่ในระดับดี ร้อยละ 55.60

คำสำคัญ : พฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส.

¹ นักศึกษาหลักสูตรสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ที่ปรึกษา

Abstract

This research aimed mainly to study factors relating health care behavior of the elderly by 3 Or's and 2 Sor's principle in Ban San sub-district, Si Samrong district, Sukhothai province. The samples were 250 people of the young-old group. The research instrument for collecting data was questionnaire. The analytical statistics were percentage, mean, standard deviation, chi-square and Pearson's correlation coefficient. The results revealed that (1) biosocial factors; genders, occupations, and education background, were related with health care behavior of the elderly significance at the level of .05, (2) predisposing factors showed that perception of benefits and obstructions was related with health care behavior of the elderly significance at the level of .05, but health care attitude of the elderly was not related, (3) enabling factors showed that the accessibility to health care service of the elderly was related with health care behavior of the elderly significance at the level of .05, but health policy of the elderly was not related, (4) reinforcing factors showed that health care information exposure from various media was related with health care behavior of the elderly significance at the level of .05, but family, friend, medical and public health personnel support was not related and (5) the level of health care behavior of the elderly was good level at 55.60%

Keywords: Behaviors of the Elderly by 3 Or's and 2 Sor's

บทนำ

องค์การสหประชาชาติได้ประเมินสถานการณ์ว่า พ.ศ.2544–2643 จะเป็นศตวรรษแห่งผู้สูงอายุ หมายถึงการมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั่วโลกและมีแนวโน้มว่าประชากรผู้สูงอายุเหล่านี้จะมีฐานยากจนเป็นประเด็นท้าทายทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจที่แต่ละประเทศจะต้องมีแผนรองรับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางอายุของประชากรแสดงสัดส่วนของประชากรวัยต่างๆ เพื่อจำแนกประชากรออกเป็นกลุ่มอายุ 3 กลุ่มใหญ่ คือประชากรวัยเด็ก อายุน้อยกว่า 15 ปี ประชากรวัยแรงงาน อายุ 15–59 ปี และประชากรวัยสูงอายุ อายุ 60 ปี ขึ้นไป จะเห็นได้ว่าในระหว่างปี พ.ศ. 2553–2583 สัดส่วนของประชากรวัยเด็กและวัยแรงงานมีแนวโน้มลดลง ในขณะที่สัดส่วนของประชากรผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (มหาวิทยาลัยสุโขทัยวิทยา, 2557)

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557: หน้าบทสรุปสำหรับผู้บริหาร)ได้จัดทำการศึกษาสำรวจประชากรผู้สูงอายุมาแล้ว 5 ครั้ง จากการสำรวจทั้ง 5 ครั้งที่ผ่านมาพบว่า ประเทศไทยมีจำนวนและสัดส่วนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น

อย่างรวดเร็วและเห็นได้ชัดโดยในปี 2537 มีผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละ 6.8 ปี 2545 มีผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละ 9.4 ปี 2550 มีผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละ 10.7 ปี 2554 มีผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละ 12.2 และในปี 2557 มีผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละ 14.9 คิดเป็นชายร้อยละ 13.8 และหญิงร้อยละ 16.1 ของประชากรทั้งหมด จากจำนวนผู้สูงอายุทั้งสิ้น 10,014,705 คน เป็นชาย 4,514,815 คน และหญิง 5,499,890 คน หรือคิดเป็นชายร้อยละ 45.1 และหญิงร้อยละ 54.9 ของผู้สูงอายุทั้งหมดหรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศในหนึ่งอาเซียนที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) การเป็นสังคมสูงอายุคือการที่มีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น (ประชากรที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด) ในขณะที่วัยเด็กและวัยแรงงานลดน้อยลง การแบ่งช่วงของผู้สูงอายุสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ช่วงวัย คือผู้สูงอายุตอนต้น มีอายุ 60-69 ปี ผู้สูงอายุตอนกลาง มีอายุ 70-79 ปี และผู้สูงอายุตอนปลาย มีอายุ 80 ปี ขึ้นไป จากการสำรวจพบว่าโดยส่วนใหญ่แล้วผู้สูงอายุของประเทศไทยจะมีอายุอยู่ในช่วงวัยตอนต้นถึงร้อยละ 56.5 ของผู้สูงอายุทั้งหมด

ภาคเหนือมีอัตราผู้สูงอายุสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 18.4 รองลงมาคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 17.0 ภาคกลางคิดเป็นร้อยละ 13.5 และภาคใต้คิดเป็นร้อยละ 13.2

ภาวะสุขภาพโดยรวมของผู้สูงอายุ ผลจากการสำรวจที่ผู้สูงอายุประเมินภาวะสุขภาพร่างกายโดยรวมของตนเองในระหว่าง 7 วันก่อนการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ประเมินว่าตนเองมีสุขภาพดี ร้อยละ 42.4 มีสุขภาพปานกลาง ร้อยละ 38.3 มีสุขภาพดีมากร้อยละ 3.3 ผู้สูงอายุที่ประเมินตนเองว่ามีสุขภาพไม่ดี และไม่มีดีมากๆ มีเพียงร้อยละ 13.9 และ ร้อยละ 2.1 ตามลำดับสัดส่วนของผู้สูงอายุชายประเมินตนเองว่ามีภาวะสุขภาพดี ร้อยละ 46.3 และผู้สูงอายุหญิงประเมินตนเองว่ามีภาวะสุขภาพดี ร้อยละ 39.0 และพบว่าผู้สูงอายุวัยต้นประเมินว่าตนเองมีสุขภาพดี ร้อยละ 5.4 ในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้สูงอายุตอนกลาง ร้อยละ 35.6 และผู้สูงอายุตอนปลาย ร้อยละ 23.5 พฤติกรรมการดูแลสุขภาพ การออกกำลังกาย การกินผัก ผลไม้ และการดื่มน้ำสะอาดพบว่าร้อยละ 32.4 ผู้สูงอายุมีการออกกำลังกายเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ โดยผู้สูงอายุชายออกกำลังกายเป็นประจำว่าผู้สูงอายุหญิง (ร้อยละ 38.4 และร้อยละ 27.4 ตามลำดับ) ผู้สูงอายุตอนต้นออกกำลังกายเป็นประจำสูงกว่าผู้สูงอายุวัยตอนกลางและวัยตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 37.3 ร้อยละ 29.9 และร้อยละ 17.4 ตามลำดับ ผู้สูงอายุร้อยละ 64.9 กินผัก ผลไม้ เป็นประจำสัดส่วนของผู้สูงอายุชายและหญิงที่กินผักผลไม้ เป็นประจำใกล้เคียงกัน ร้อยละ 64.7 และร้อยละ 65.3 ผู้สูงอายุตอนต้นกินผักผลไม้เป็นประจำสูงกว่าผู้สูงอายุตอนกลางและตอนปลาย ร้อยละ 68.0 ร้อยละ 63.6 และร้อยละ 54.9 ตามลำดับ พฤติกรรมเสี่ยงจากการสูบบุหรี่และการดื่มสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ร้อยละ 9.5 ของผู้สูงอายุสูบบุหรี่เป็นประจำ ร้อยละ 2.8 ดื่มสุรา หรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นประจำ ร้อยละ 1.5 เป็นผู้สูงอายุที่ทั้งสูบบุหรี่และดื่มสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นประจำ และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างเพศชายกับเพศหญิง พบว่า สัดส่วนของผู้สูงอายุชายมีพฤติกรรมเสี่ยงในการสูบบุหรี่เป็นประจำ และดื่มสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นประจำ หรือทั้งสูบบุหรี่และดื่มสุราเป็นประจำ สูงกว่าผู้สูงอายุหญิง ผู้สูงอายุตอนต้นมีสัดส่วนของผู้ที่สูบบุหรี่เป็น

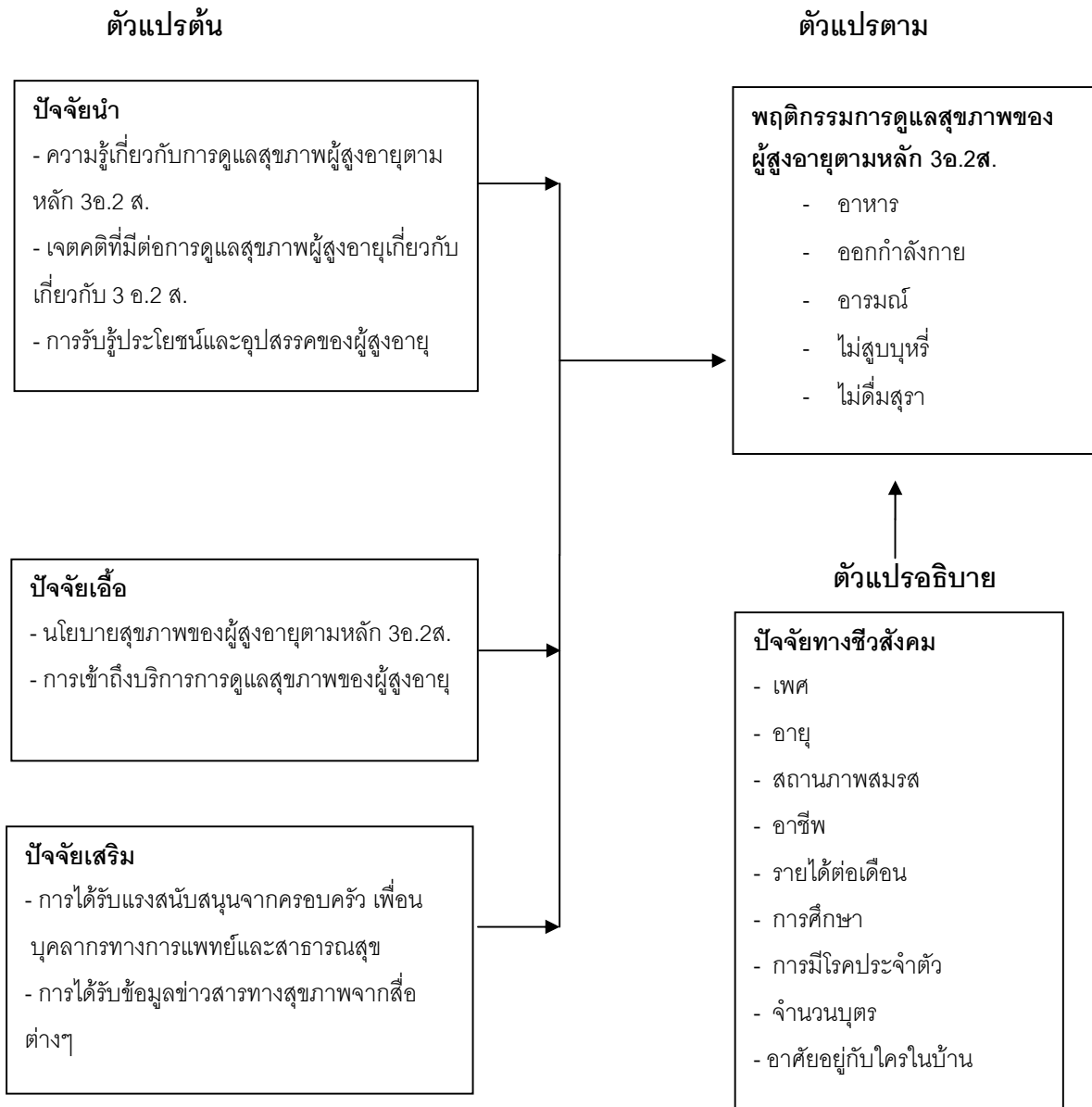
ประจำ ดื่มสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นประจำ และทั้งสูบบุหรี่และดื่มสุราเป็นประจำสูงกว่าผู้สูงอายุตอนกลางและผู้สูงอายุตอนปลาย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผู้สูงอายุที่สูบบุหรี่เป็นประจำสูงสุด ร้อยละ 12.5 ภาคใต้ร้อยละ 10.6 ส่วนภาคเหนือมีผู้สูงอายุที่ดื่มสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นประจำสูงสุด ร้อยละ 3.2 และมีผู้สูงอายุที่ทั้งสูบบุหรี่และดื่มสุราเป็นประจำสูงกว่าภาคอื่น ร้อยละ 1.8 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ปี 2557)

จังหวัดสุโขทัย เป็นจังหวัดที่อยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่างภาคกลางตอนบนของประเทศไทยที่ยังคงมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น โดยจากการสำรวจข้อมูลประชากร (30 มิถุนายน พ.ศ.2558) ประจำปี 2558 จังหวัดสุโขทัยมีประชากรทั้งสิ้น 455,363 คน มีประชากรผู้สูงอายุ จำนวน 98,496 คน อำเภอศรีสำโรง มีประชากรทั้งสิ้น 47,105 คน มีประชากรผู้สูงอายุจำนวน 7,930 คน เป็นผู้สูงอายุที่ป่วยเป็นโรคเรื้อรังจำนวน 2,498 คนและเป็นผู้สูงอายุที่ช่วยเหลือตนเองไม่ได้ จำนวน 129 คน ตำบลบ้านชาน อำเภอศรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย มีพื้นที่รับผิดชอบ 10 หมู่บ้าน 1,009 หลังคาเรือน มีจำนวนประชากรรวม 3,195 คน แบ่งเป็นชาย 1,471 คน และหญิง 1,724 คนมีผู้สูงอายุจำนวน 712 คน แบ่งเป็นชาย 310 คน แบ่งเป็นหญิง 402 คน เป็นผู้สูงอายุที่ป่วยเป็นโรคเรื้อรัง จำนวน 183 คน และเป็นผู้สูงอายุที่ช่วยเหลือตนเองไม่ได้จำนวน 12 คน ซึ่งถือว่ามีจำนวนผู้สูงอายุมากอยู่ในระดับหนึ่ง (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุโขทัย, 2558: ข้อมูลออนไลน์ ณ วันที่ 19 กันยายน 2559)

จากรายงานสรุปผลการดำเนินงานด้านสาธารณสุขของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุโขทัย พบว่าโรค 5 อันดับแรกของผู้สูงอายุ ได้แก่ เนื้องอก (รวมถึงมะเร็ง) ระบบไหลเวียนเลือด โรคติดเชื้อ โรคระบบหายใจ และระบบย่อยอาหาร (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุโขทัย, 2558) โรค 5 อันดับแรกของผู้สูงอายุอำเภอศรีสำโรง ได้แก่ โรคทางสมอง โรคเบาหวาน โรคปอดอุดกั้นเรื้อรัง โรคความดันโลหิตสูง และโรคต่อกระฉก และโรค 5 อันดับแรกของผู้สูงอายุตำบลบ้านชาน ได้แก่ โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง โรคระบบทางเดินหายใจ โรคระบบย่อยอาหาร และโรคระบบกล้ามเนื้อ (โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านชาน ณ วันที่ 19 กันยายน 2559)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ 3อ.2ส. ตำบลบ้านชาน อำเภอศรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย ว่ามีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส.อยู่ในระดับใด มีปัจจัยใดบ้างที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ และพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพตนเองของผู้สูงอายุ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนารูปแบบการดูแลและส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ จุดมุ่งหมายที่สำคัญคือเป็นการเตรียมความพร้อมรับมือการก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเหมาะสม และส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีสุขภาพดีและมีความสุขต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ บริบูรณ์ พรพิบูลย์, (2526) ได้รวบรวมทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุไว้ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีทางชีววิทยาทฤษฎีนี้ อธิบายเกี่ยวกับกระบวนการทางชีวภาพ สรีรวิทยาและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างต่างๆ ของสิ่งมีชีวิตในวัยสูงอายุ
2. ทฤษฎีทางจิตวิทยา ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่อธิบายเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพ
ทฤษฎีบุคลิกภาพ (Personality Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวว่าผู้สูงอายุจะมีความสุขหรือความทุกข์นั้นขึ้นอยู่กับภูมิหลังและพัฒนาจิตใจของผู้นั้น ถ้าผู้สูงอายุเติบโตมาด้วยความมั่นคงอบอุ่น มีความรักแบบถ้อยทีถ้อยอาศัย เห็นความสำคัญของคนอื่น รักคนอื่น และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างดี มักจะเป็นเป็นผู้สูงอายุที่ค่อนข้างจะมีความสุข สามารถอยู่ร่วมกับลูกหลานหรือผู้อื่นได้โดยไม่มี ความเคียดแค้น แต่ในทางกลับกัน ถ้าเป็นผู้สูงอายุที่เติบโตมาในลักษณะที่ร่วมมือกับใครไม่เป็น ไม่อยากช่วยเหลือผู้ใดจิตใจคับแคบ ผู้สูงอายุนั้นก็มักจะเป็นผู้ไม่ค่อยมีความสุข
3. ทฤษฎีทางสังคมวิทยา ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่พยายามวิเคราะห์เหตุที่ทำให้ผู้สูงอายุต้องมีสภาพทางสังคมเปลี่ยนไปจากครั้งที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ ทั้งเป็นทฤษฎีที่พยายามช่วยให้ผู้สูงอายุอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข แนวคิดทางสังคมวิทยา

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ PRECEDE-PROCEED Framework

แนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมสุขภาพ PRECEDE Framework ของ Green ,et al. (1980: 71) ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของบุคคล ว่ามีสาเหตุของการเกิดพฤติกรรม หรือปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมาจากสาเหตุอะไรบ้างนั้น มีแนวคิดในการวิเคราะห์อยู่ กลุ่มใหญ่ๆ คือ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มนี้มีแนวคิดว่า สาเหตุของการเกิดพฤติกรรมหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมาจากองค์ประกอบภายในตัวบุคคล (Intra individual causal assumption) ได้แก่ ความรู้ เจตคติ ความเชื่อ ค่านิยม แรงจูงใจหรือตั้งใจใฝ่พฤติกรรม เป็นต้น

กลุ่มที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับภายนอกตัวบุคคล (Extra individual causal assumption) กลุ่มนี้มีแนวคิดที่ว่า สาเหตุของการเกิดพฤติกรรมมีสาเหตุจากปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ซึ่งเป็นปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและระบบโครงสร้างของสังคม เช่น ระบบการเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา การศาสนา องค์ประกอบด้านประชากรและลักษณะภูมิศาสตร์ เป็นต้น

กลุ่มที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยหลายปัจจัย (Multiple causal Assumption) กลุ่มนี้มีแนวคิดว่า สาเหตุของการเกิดพฤติกรรมมีสาเหตุทั้งปัจจัยภายในและภายนอกตัวบุคคล ในแนวคิดกลุ่มที่ 3 นี้จะนำทฤษฎีจิตวิทยาการเรียนรู้ จิตวิทยาสังคม ประชากรศาสตร์ และสาขาอื่นๆเข้ามาประยุกต์ใช้ ในการวิเคราะห์หา

สาเหตุของพฤติกรรมและพยายามหาทางแก้ไข โดยการผสมผสานในวิชาชีพต่างๆ เข้ามาร่วมดำเนินการด้วยกัน จากการศึกษาของนักพฤติกรรมศาสตร์

กระบวนการวิเคราะห์ใน PRECEDE Framework เป็นการย้อนกลับโดยเริ่มจากสิ่งที่อยากให้เกิดขึ้นหรือเป็นผลลัพธ์ (outputs) ที่ต้องการหรือนัยหนึ่งที่เป็นเป้าหมายสูงสุด คือคุณภาพชีวิตหรือการมีสุขภาพที่ดีของบุคคลที่พึงประสงค์แล้ว พิจารณาถึงสาเหตุที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะสาเหตุ ที่เนื่องมาจากพฤติกรรมของบุคคลประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1-2 การวิเคราะห์ทางสังคมและระบาดวิทยา เป็นการวิเคราะห์ขั้นตอนแรกโดยเริ่มจากการประเมินถึงคุณภาพชีวิตของบุคคล หรือกลุ่มบุคคลหรือกลุ่มที่นับเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญถึงคุณภาพชีวิตของกลุ่มเป้าหมายและสำหรับการวิเคราะห์ เพื่อวางแผนการดำเนินงานด้านสุขศึกษานั้น จะนำปัจจัยปัญหาด้านสุขภาพอนามัยเป็นจุดตั้งต้นในการวิเคราะห์ย้อนเพื่อหาสาเหตุที่เกี่ยวข้องต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมและสิ่งแวดล้อม จากปัจจัยปัญหาด้านสุขภาพที่ได้ในขั้นตอนที่ 1-2 จะนำมาวิเคราะห์เพื่อหาสาเหตุที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็นสาเหตุอันเนื่องมาจากพฤติกรรมของบุคคลและสาเหตุที่ไม่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม เช่น สาเหตุจากพฤติกรรม หรือสภาวะเศรษฐกิจ เป็นต้น โดยกระบวนการสุขศึกษาจะให้ความสนใจในประเด็นของสาเหตุที่มาจากพฤติกรรมของบุคคลเป็นสำคัญ ส่วนองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยที่อยู่ภายนอก ตัวบุคคลซึ่งบุคคลไม่สามารถควบคุมได้ แต่เป็นสิ่งที่ช่วยในการปรับเปลี่ยนสนับสนุนพฤติกรรมสุขภาพและคุณภาพชีวิตของบุคคลหรือบุคคลอื่น อิทธิพลขององค์ประกอบเหล่านี้ต่อพฤติกรรมของบุคคลชี้ให้เห็นว่างานสุขศึกษาที่เน้นเฉพาะพฤติกรรมสุขภาพส่วนบุคคลนั้นเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง จำเป็นต้องพิจารณาสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพด้วย ซึ่งสิ่งที่ผลักดันเหล่านี้อาจจะเป็นระดับประเทศ ระดับภาค ระดับชุมชนหรือระดับองค์กรที่เล็กลงมา

ขั้นตอนที่ 4-5 การวิเคราะห์ทางด้านการศึกษา ในขั้นตอนนี้เป็นการวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมสุขภาพ ทั้งที่เป็นปัจจัยภายในตัวบุคคลและปัจจัยภายนอกบุคคล เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนสุขศึกษา โดยขั้นตอนนี้ จะแบ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. ปัจจัยนำ (Predisposing Factors) หมายถึง ปัจจัยที่เป็นพื้นฐานและก่อให้เกิดแรงจูงใจในการแสดงพฤติกรรมของบุคคล หรืออีกในด้านหนึ่ง ปัจจัยนี้จะเป็นความพึงพอใจ ของตัวบุคคล ซึ่งได้มาจากประสบการณ์ การเรียนรู้ ความพึงพอใจที่อาจมีผลทั้งในทางสนับสนุนหรือยับยั้งการแสดงพฤติกรรม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของปัจจัยนำ ได้แก่ ความรู้ ทศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม การรับรู้ นอกจากนี้ยังรวมไปถึงสถานภาพทางสังคม เศรษฐกิจ และอายุ เพศ ระดับการศึกษา ขนาดครอบครัว ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะมีผลต่อการวางแผนโครงการสุขศึกษาด้วย เปลี่ยนแปลงเสมอไป ถึงแม้ความรู้จะมีความสัมพันธ์กับการเกิดพฤติกรรมและเป็นสิ่งจำเป็นที่จะก่อให้เกิดการแสดงพฤติกรรม แต่ความรู้อย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสุขภาพได้

2. ปัจจัยเอื้อ (Enabling Factors) หมายถึง สิ่งที่เป็นทรัพยากรที่จำเป็นในการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ชุมชน รวมทั้งทักษะที่ช่วยให้บุคคลสามารถแสดงพฤติกรรมนั้นๆ ได้เลย และความสามารถที่จะใช้แหล่งทรัพยากรต่างๆ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับ ราคา ระยะเวลาและเวลา สิ่งที่สำคัญคือ การหาได้ง่าย (Avialable) และความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) สิ่งของที่จำเป็นในการแสดงพฤติกรรมหรือช่วยให้การแสดงพฤติกรรมนั้นๆ เป็นไปได้ง่ายขึ้น ปัจจัยเอื้อนี้เป็นปัจจัยที่สนับสนุนหรือยับยั้งให้เกิดหรือไม่เกิดพฤติกรรม พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้

3. ปัจจัยเสริม (Reinforcing Factors) หมายถึง แรงเสริมหรือแรงกระตุ้นให้กระทำเป็นปัจจัยภายนอกที่มาจากคน/บุคคล/กลุ่มบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อบุคคลในเรื่องการยอมรับหรือไม่ยอมรับพฤติกรรมสุขภาพนั้น เช่น จะทำอะไรต้องคิดหน้าคิดหลัง ถึงคนที่เกี่ยวข้อง เช่น พ่อ แม่ ลูก สิ่งทีบุคคลที่จะได้รับหรือคาดว่าจะได้รับจากบุคคลอื่น อันเป็นผลมาจากการกระทำของตนเอง สิ่งทีบุคคลที่จะได้รับอาจเป็นรางวัลที่เป็นสิ่งของ คำชมเชย การยอมรับ การลงโทษ การไม่ยอมรับการกระทำนั้นๆ หรืออาจเป็นกฎระเบียบที่ถูกควบคุมให้บุคคลนั้นๆ ปฏิบัติตามก็ได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้บุคคลจะได้รับจากบุคคลอื่นที่มีอิทธิพลต่อตนเอง เช่น ญาติ เพื่อน แพทย์ ผู้บังคับบัญชา เป็นต้น และอิทธิพลของบุคคลเหล่านี้ก็แตกต่างกันไปตามพฤติกรรมของบุคคล และสถานการณ์โดยอาจจะช่วยสนับสนุนหรือยับยั้งการแสดงพฤติกรรมนั้นๆ ได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

วัตถุประสงค์ทั่วไป

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ปัจจัยกับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส. ตำบลบ้านชาน อำเภอศรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย

วัตถุประสงค์เฉพาะ

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยทางชีวสังคมกับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส.
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริม กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส.

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ครั้งนี้คือ ผู้สูงอายุในตำบลบ้านชาน อำเภอศรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย 10หมู่บ้าน มีผู้สูงอายุจำนวนทั้งหมด 712 คน (โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านชาน ณ วันที่ 19 กันยายน, 2559)

2. **กลุ่มตัวอย่าง** กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การวิจัยครั้งนี้คือ ผู้สูงอายุตอนต้น จำนวน 250 คน ที่มีชื่ออยู่ในฐานข้อมูลโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านชาน อำเภอสรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยทางชีวสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส.
2. ปัจจัยนำมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส.
3. ปัจจัยเอื้อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส.
4. ปัจจัยเสริมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส.

วิธีดำเนินการวิจัย

1. **ประชากร** ครั้งนี้คือ ผู้สูงอายุตอนต้นในตำบลบ้านชาน อำเภอสรีสำโรง จังหวัดสุโขทัยจำนวน 10 หมู่บ้าน มีผู้สูงอายุจำนวน 712 คน (ข้อมูลโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านชาน อำเภอสรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย, 2559) โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกเป็นประชากรที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. เป็นผู้สูงอายุตอนต้นมีอายุตั้งแต่ 60-69 ปี
2. อาศัยอยู่ในตำบลบ้านชานมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี
3. ช่วยเหลือตนเองได้ สมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ
4. ยินดีให้ความร่วมมือและยินยอมในการให้ข้อมูลพร้อมทั้งลงชื่อไว้เป็นหลักฐาน

2. กลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา โดยถือเกณฑ์การกำหนดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จากการใช้สูตรการประมาณขนาดตัวอย่างของเครซีและมอร์แกน จำนวน 250 คน (Krejcie and Mogan, 1970 อ้างใน ธีระวุฒิ เอกะกุล, 2543)

วิธีการสุ่มเก็บตัวอย่าง

การสุ่มเก็บตัวอย่างจะเป็นการจับฉลากจากบ้านเลขที่ ที่มีผู้สูงอายุตอนต้นอาศัยอยู่

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามเป็นชนิดมีโครงสร้าง (Structured questionnaires) ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-ended question) และคำถามปลายเปิด (Open-ended question) แบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางชีวสังคม เป็นแบบสอบถามที่มุ่งอธิบายลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามแบบปลายปิดและปลายเปิด ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ยกเว้น อายุ เป็นคำถามปลายเปิด มีจำนวนทั้งสิ้น 9 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยนำ ลักษณะคำถามเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบ แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 2 ระดับ จำนวน 16 ข้อ และ 4 ระดับ จำนวน 25 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยเชื้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบ แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 4 ระดับ จำนวน 20 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยเสริม ลักษณะข้อคำถามเกี่ยวกับการได้รับแรงสนับสนุนจากครอบครัว เพื่อน บุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข และสื่อมวลชนเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบ แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 4 ระดับ จำนวน 20 ข้อ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ. 2ส. ลักษณะแบบสอบถามเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบ แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 4 ระดับ จำนวน 31 ข้อ

การตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำเครื่องมือที่สร้างและพัฒนาขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือจำนวน 3 ท่านตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้สูงอายุตอนต้นที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ ตำบลนาขุนไกร อำเภอศรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย จำนวน 30 ราย แล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของ Cronbach ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่นำไปใช้ในภาพรวม เท่ากับ .78

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลผู้สูงอายุตอนต้น ทั้งหมดจำนวน 250 คน ใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นในการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยการออกเก็บข้อมูลภาคสนามมีวิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจภาคสนาม โดยการนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปสอบถามผู้สูงอายุตอนต้น ผู้วิจัยได้แจกและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม

ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2560-เมษายน 2561 เพื่อให้การศึกษาวิจัยดำเนินการไปอย่างน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยมีลำดับขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ลงหมายเลขประจำตัวแบบสอบถาม โดยเริ่มจากฉบับแรกถึงฉบับสุดท้ายตามลำดับเพื่อความสะดวกในการดำเนินการขั้นตอนต่อไป และเพื่อความสะดวกในการตรวจสอบภายหลัง
2. นำแบบสอบถาม ทุกฉบับที่ได้กลับคืนมา ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ แล้วนำมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้
3. นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการประมวลผล และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการศึกษา ผู้ศึกษาเลือกใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยทางชีวสังคม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน การศึกษา โรคประจำตัว และการอาศัยอยู่ร่วมกับคนในบ้าน ใช้สถิติแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าต่ำสุด (Minimum) และค่าสูงสุด (Maximum)
2. การใช้สถิติวิเคราะห์ ไคสแควร์ (Chi-square) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางชีวสังคมกับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส.ตำบลบ้านชาน อำเภอสรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย
3. การใช้สถิติวิเคราะห์ค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริม กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส.

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยทางชีวสังคมผลการศึกษานักวิจัยทางชีวสังคมพบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 56.40 มีอายุระหว่าง 65-69 ปี ร้อยละ 58.80 สถานภาพคู่ ร้อยละ 54.40 ประกอบอาชีพเกษตรกร ร้อยละ 44.80 มีรายได้อยู่ระหว่าง 600-1,600 บาท ร้อยละ 22.80 จบการศึกษาในระดับประถมศึกษา ร้อยละ 78.40 มีโรคประจำตัว ร้อยละ 51.20 มีบุตรจำนวน 2 คน ร้อยละ 26.00 และผู้สูงอายุอาศัยอยู่กับสามีภรรยา ร้อยละ 48.4 โดย เพศ อาชีพ และการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3 อ.2 ส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

2. ปัจจัยนำ ด้านความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2 ส. ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส. อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 74.80 รองลงมา มีอยู่ระดับปานกลาง ร้อยละ 23.20 และไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3 อ.2ส.

ด้านเจตคติที่มีต่อการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ. 2 ส. ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีเจตคติต่อการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ. 2 ส. อยู่ระดับปานกลาง ร้อยละ 91.60 รองลงมา อยู่ในระดับไม่ดี ร้อยละ 6.00 และไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3 อ.2ส.

ด้านการรับรู้ประโยชน์และอุปสรรคของผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีการรับรู้ประโยชน์และอุปสรรคของผู้สูงอายุ อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 68.00 รองลงมา อยู่ระดับปานกลาง ร้อยละ 30.80 และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3 อ.2ส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

3. ปัจจัยเชื้อ ด้านนโยบายสุขภาพของผู้สูงอายุ 3อ.2ส. ผู้สูงอายุได้รับปัจจัยเชื้อด้านนโยบายสุขภาพของผู้สูงอายุอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 84.00 รองลงมา อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 12.80 และไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3 อ.2ส.

ด้านการเข้าถึงบริการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุได้รับปัจจัยเชื้อด้านการเข้าถึงบริการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 57.20 รองลงมา อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 35.20 และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3 อ.2ส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

4. ปัจจัยเสริม ด้านการได้รับแรงสนับสนุนจากครอบครัว เพื่อน บุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข ผู้สูงอายุได้รับปัจจัยเสริมด้านการได้รับแรงสนับสนุนจากครอบครัว เพื่อน บุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 52.40 รองลงมา อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 44.80 และไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3 อ.2ส.

ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสารทางสุขภาพจากสื่อต่างๆ ผู้สูงอายุได้รับปัจจัยเสริมด้านการได้รับข้อมูลข่าวสารทางสุขภาพจากสื่อต่างๆ อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 85.60 รองลงมา อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 14.00 และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3 อ.2ส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

5. พฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ. 2ส. ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมดูแลสุขภาพตามหลัก 3อ. 2ส. อยู่ในระดับดี ร้อยละ 55.60 รองลงมา อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 32.40

การอภิปรายผลการวิจัย

จากการสรุปและวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส. ตำบลบ้านชาน อำเภอศรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยตามรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยทางชีวสังคม ผลการวิจัยพบว่า เพศ อาชีพ และการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3 อ. 2ส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปัทมาสน์ เพชรสม (2558) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุไทย ผลการศึกษาพบว่า เพศ ระดับ การศึกษา การทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยทางชีวสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุเป็นบางส่วน ทั้งนี้เนื่องจาก เพศหญิงและเพศชายมีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพที่แตกต่างกันเนื่องจากเพศหญิงเป็นเพศที่ใส่ใจและ ละเอียดอ่อนในเรื่องของการดูแลสุขภาพมากกว่าเพศชาย และเพศชายมีความเสี่ยงทางสุขภาพมากกว่าเพศ หญิง อาทิเช่น การสูบบุหรี่ การดื่มสุรา และการเกิดอุบัติเหตุ ทั้งนี้ยังมีในเรื่องของอาชีพ การประกอบอาชีพที่ แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ เพศชายมีการประกอบอาชีพที่มีความเสี่ยงต่อสุขภาพ สูงกว่าเพศหญิง รวมทั้งความหลากหลายในการประกอบอาชีพของผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ เกษตรกรรมซึ่งมีความเสี่ยงต่อสารเคมี การยกหรือแบกของหนักและเครื่องมือทางการเกษตร และการใช้เวลา อยู่กับอาชีพจนมากเกินไปทำให้ไม่มีเวลาดูแลสุขภาพเนื่องจากต้องตื่นเช้าเพื่อลงไร่ลงสวนลงนาและกลับบ้าน ตอนเย็นๆก็มักทำให้ไม่มีเวลาดูแลสุขภาพเท่าที่ควร และการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ เนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาส่งผลให้ไม่ค่อยเข้าใจในเรื่องของการใส่ใจและ ดูแลสุขภาพของตนเองเท่าที่ควร

ปัจจัยนำ ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ประโยชน์และอุปสรรคของผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3 อ. 2ส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กัตติกา ธนะขว้าง (2552) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ : การวิเคราะห์ อภิमान ได้ผลว่า ปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การรับรู้ประโยชน์ของการกระทำพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ ($r = 0.526$) และยัง สอดคล้องกับอรรถณพ เจนเจริญ (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพ ของผู้สูงอายุ ตำบลปรางค์เมธ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มตัวอย่างคือผู้สูงอายุจำนวน 214 คน ผล การศึกษาพบว่า ปัจจัยหลักได้แก่ ค่านิยมเกี่ยวกับสุขภาพ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์ การดูแลสุขภาพตนเอง และการรับรู้อุปสรรคการดูแลสุขภาพตนเอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพ ของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั้นหมายความว่า จากปัจจัยทางชีวสังคมพบว่าถ้าผู้สูงอายุ รับรู้ประโยชน์ของการดูแลสุขภาพ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชายส่วนใหญ่มีสถานะอยู่กันเป็นคู่จึง ช่วยกันดูแล และปรึกษาปัญหาสุขภาพและฟื้นฟูสุขภาพร่วมกัน

ปัจจัยเอื้อ ผลการวิจัยพบว่า การเข้าถึงบริการการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาของ ศิริวรรณ และเพ็ญศิริ (2554) เรื่องการดำเนินการด้านผู้สูงอายุแห่งประเทศไทยภายใต้ The

Madrid International Plan of Action on Ageing (MIPAA) 2010 พบว่า การที่สุขภาพของผู้สูงอายุจะดีขึ้นได้จริงนั้นหน่วยงานทั้งภาครัฐ โรงพยาบาล ชุมชน ครอบครัว และภาคเอกชนต้องร่วมมือกันสร้างให้เกิดสุขภาพของผู้สูงอายุ จึงได้มีการจัดบริการสำหรับผู้สูงอายุเกิดขึ้น เช่น บริการสุขภาพผู้สูงอายุที่บ้าน บริการคลินิกผู้สูงอายุ บริการป้องกันและการดูแลภาวะสมองเสื่อม การส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ ทั้งนี้เนื่องจากผู้สูงอายุยังเข้าถึงบริการการดูแลสุขภาพได้อย่างไม่เต็มที่อาจเนื่องจากจำนวนบุคลากรทางการแพทย์ สาธารณสุข มีจำนวนน้อยต่ออัตราผู้สูงอายุที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งเบี้ยยังชีพไม่เพียงพอต่อการใช้สอยของผู้สูงอายุในแต่ละเดือน ส่วนนโยบายสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส.ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส.เป็นการยอมรับสมมติฐานเป็นบางส่วน

ปัจจัยเสริม ผลการวิจัยพบว่า การได้รับข้อมูลข่าวสารทางสุขภาพจากสื่อต่างๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุขเกษม ร่วมสุข(2553) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเองของผู้สูงอายุ จังหวัดอำนาจเจริญ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสนับสนุน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเองของผู้สูงอายุ จังหวัดอำนาจเจริญ ได้แก่ การสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสารจากครอบครัวและเพื่อน ทั้งนี้เนื่องจากการได้รับข้อมูลข่าวสารทางสุขภาพจากสื่อต่างๆ ยังไม่เป็นที่เพียงพอต่อผู้สูงอายุ เนื่องจากยุคปัจจุบันเป็นยุคแห่งเทคโนโลยีและโซเชียลต่างๆซึ่งยังมีผู้สูงอายุบางกลุ่มที่ไม่สามารถปรับตัวเข้ากับสื่อในยุคเทคโนโลยีได้ ทำให้การได้รับข้อมูลข่าวสารไม่ทันต่อเหตุการณ์และสถานการณ์ปัจจุบันส่วนการได้รับแรงสนับสนุนจากครอบครัว เพื่อน บุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุขไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส. เป็นการยอมรับสมมติฐานเป็นบางส่วน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จากผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จึงควรกำหนดนโยบาย ดังนี้
ปัจจัยนำ ควรกำหนดนโยบายที่มุ่งเน้นให้ผู้สูงอายุมีทัศนคติที่ดี มีการรับรู้ประโยชน์และอุปสรรคในการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ ปัจจัยเอื้อ ควรกำหนดนโยบายที่มุ่งเน้นให้ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงบริการดูแลสุขภาพให้มากขึ้นเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุในอนาคต ปัจจัยเสริม ควรกำหนดนโยบาย ที่มุ่งเน้นให้ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทางสุขภาพจากสื่อต่างๆให้มากขึ้นรวมทั้งการกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังผู้สูงอายุให้รวดเร็วและทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

2. ควรเน้นความสำคัญโดยการให้การสนับสนุนแก่ผู้สูงอายุให้มีพฤติกรรมดูแลสุขภาพที่ดีขึ้น

3. หน่วยงานที่รับผิดชอบควรกำหนดนโยบายด้านวิชาการในการให้สุขศึกษา และจะได้ทำสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้ความคิดเห็นเพื่อให้ผู้สูงอายุตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิบัติพฤติกรรมสุขภาพที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างให้ผู้สูงอายุเกิดพฤติกรรมในการดูแลสุขภาพ เน้นในด้านการรับรู้ประโยชน์และอุปสรรค การเข้าถึงบริการการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ และการได้รับข้อมูลข่าวสารทางสุขภาพจากสื่อต่างๆ เน้นให้มีการปฏิบัติตามแผนอย่างต่อเนื่องพร้อมทั้งมีการติดตาม และประเมินผล

2. หน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนงบประมาณวัสดุอุปกรณ์ต่างๆเพื่อให้ผู้สูงอายุทำกิจกรรมการส่งเสริมพฤติกรรมด้วยตนเองอย่างยั่งยืนมีการจัดกิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และรณรงค์ให้ผู้สูงอายุรับรู้ถึงประโยชน์ของการส่งเสริมสุขภาพและโทษหรือผลกระทบจากการไม่ส่งเสริมสุขภาพอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผู้สูงอายุตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างเสริมสุขภาพ

3. จัดทำแผนระยะสั้นโดยการจัดกิจกรรมหรือโครงการที่จะส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้ตระหนักและสนใจที่จะมีพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องและเหมาะสมโดยมุ่งเน้นพฤติกรรมด้านออกกำลังกายของผู้สูงอายุ พฤติกรรมด้านอาหารและโภชนาการ พฤติกรรมด้านอารมณ์และการจัดการความเครียด พฤติกรรมกรรมการลด ละ เลิก การสูบบุหรี่และดื่มสุรา

4. ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมให้สมาชิกในครอบครัว โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน มีบทบาทในการดูแลเอาใจใส่ให้คำแนะนำเรื่องการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุเป็นที่ปรึกษาและให้กำลังใจในเรื่องการดูแลสุขภาพอนามัยส่วนบุคคลการจัดสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกบ้านเพื่อป้องกันอุบัติเหตุสำหรับผู้สูงอายุ เช่น การจัดกิจกรรมวันครอบครัวสำหรับผู้สูงอายุ การจัดกิจกรรมวันผู้สูงอายุในชุมชนโดย โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล องค์การบริหารส่วนตำบลอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง (ในวันผู้สูงอายุแห่งชาติ)

5. จัดให้มีกลุ่มเพื่อนผู้สูงอายุช่วยเพื่อนสูงอายุด้วยกัน โดยการรวมกลุ่มระหว่างผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ดีเป็นแบบอย่างได้ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน และสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อออกติดตามเยี่ยมบ้านผู้สูงอายุ โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่มีปัญหาสุขภาพเพื่อเสริมสร้างกำลังใจให้ผู้สูงอายุและเป็นแบบอย่างที่ดี ในการสร้างเสริมสุขภาพให้ผู้สูงอายุสามารถแก้ไขปัญหาและปฏิบัติพฤติกรรมสร้างเสริมสุขภาพที่ถูกต้อง สามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืนและมีคุณภาพ

6. จัดให้ผู้สูงอายุได้มีโอกาสทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ตามที่ตนเองถนัด เช่น การเป็นอาสาสมัครดูแลอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ ณ สถานพยาบาล โรงเรียน ชุมชน เป็นต้นหรือเป็นผู้นำถ่ายทอดภูมิปัญญาต่างๆ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี แก่ลูกหลานและชุมชน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. รูปแบบโปรแกรมสุขศึกษาเพื่อพัฒนาพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุตามหลัก 3อ.2ส. ที่ตำบลบ้านชาน อำเภอสรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย
2. ศึกษาการพัฒนาความสามารถตนเองและการสนับสนุนทางสังคม ในการสร้างเสริมพฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุที่ตำบลบ้านชาน อำเภอสรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย

เอกสารอ้างอิง

- กัตติกา ธนะขว้าง. **ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ**. การวิเคราะห์ห่อภิมาน :
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.
- ธีระวุฒิ เอกะกุล. **ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏ
อุบลราชธานี, 2543.
- บริบูรณ์ พรพิบูลย์. **โลกยามชรา ภาคสอง ปัญหาสุขภาพกายใจและการดูแล**. พิมพ์ครั้งที่ 2
กรุงเทพมหานคร: ชั่วฟ้า, 2526.
- ปัทมาสน์ เพชรสม. **“พฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุไทย”**. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2558.มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, บทความเรื่อง **สังคมผู้สูงอายุ: นัยต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ;**
2557แหล่งที่มา<http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sec/Lom12/05-01.html>
- ศิริวรรณ อรุณทิพย์ไพโรชกุลย์ และเพ็ญศิริ แต่สุวรรณ. **การดำเนินงานด้านผู้สูงอายุแห่งประเทศไทยภายใต้ The
Madrid International Plan of Action on Ageing (MIPAA) 2010**. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท., 2554.
- สุขเกษม ร่วมสุข. **“พฤติกรรมดูแลสุขภาพของตนเองของผู้สูงอายุ จังหวัดอำนาจเจริญ”**. สำนักวิทย
บริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ” มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2553.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. **“การสำรวจประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทย พ.ศ.2557.”** กระทรวงเทคโนโลยี
สารสนเทศและการสื่อสาร, ม.ป.ป.
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุโขทัย, 2558: ข้อมูลออนไลน์:[https://www.skto.moph.go.th/dward/web/
index.php?module=skto](https://www.skto.moph.go.th/dward/web/index.php?module=skto)
- อรรณพ เจนเจริญ. **“ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุตำบลปรางค์
อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี”** บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก, 2557.
- องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านซ่าน อำเภอศรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย. 2558 ข้อมูลออนไลน์ :
<http://www.bansan.go.th/index.php/homepage>

แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน)

JOB MOTIVATION OF EMPLOYEES IN BANGKOK STEEL INDUSTRY

PUBLIC COMPANY LIMITED

จิรอร จิรพัฒนาสกุล**

ผศ.ดร.ตรีวิทย์ อัครศิริศิลป์**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเข้าใจและเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ได้แก่พนักงานทั่วไปของบริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ จำนวนทั้งหมด 92 คน การศึกษานี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่รวบรวมข้อมูลในการศึกษา และนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ หาค่าร้อยละ หาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ F-test และเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe' ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ในภาพรวมมีระดับแรงจูงใจในการทำงานไม่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความสำเร็จในการทำงาน รองลงมา คือ ด้านการเป็นที่ยอมรับนับถือ ด้านความปลอดภัยในการทำงาน ด้านลักษณะงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย ด้านค่าจ้างและผลตอบแทน และด้านความก้าวหน้าในอาชีพตามลำดับ

คำสำคัญ : แรงจูงใจในการทำงาน, ปัจจัยจูงใจ, ปัจจัยอนามัย

Abstract

This study had the objectives of understand and compare the level of job motivation of employees in Bangkok Steel Industry Public Company in Headquarters. The sample group was randomly selected 92 employees workers in headquarters office. The instrument used in this study was a questionnaire. The descriptive statistics were employed. Data analysis included Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, group comparison t-test and ANOVA F-test, and with Scheffé' test. The study found that employees motivation of Bangkok Steel Public Company Limited in Headquarters with different personal backgrounds have shown no statistical difference at 0.05 level. The highest mean has been the success for the work, followed by the

* นักศึกษาลัทธิสุตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, e-mail : Jiraorn.p@hotmail.com

** อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, e-mail: dhriwit@yahoo.com

recognition and self- respect. occupational safety safety in work creative and challenging work, pay and compensation , career advancement, respectively.

Keywords : job motivation , motivation factors, hygiene factors

บทนำ

องค์กรในปัจจุบันต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี ที่มีความซับซ้อนมากขึ้นทั้งยังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา รวมถึงความท้าทายในการดำเนินธุรกิจที่เกิดขึ้น เพื่อเปลี่ยนแปลงองค์กรต่างๆ โดยมุ่งมั่นไปสู่ความเป็นเลิศนั้น จำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง องค์กรต้องมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในตลาดอีกทั้งต้องมีการเตรียมความพร้อมด้านบุคลากร เพื่อนำองค์กรไปสู่เป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ขององค์กรดั่งนั้น องค์กรมีความจำเป็นต้องปรับตัว อีกทั้งยังต้องสร้างบุคลากรและผู้บริหารในระดับต่างๆ ให้มีภาวะผู้นำที่เก่งและดีเพื่อนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายขององค์กรเอง(อรุณรุ่ง เอื้ออารีสุขสกุล และธีระวัฒน์ จันทิก, 2559:845-860)

การบริหารองค์กรในปัจจุบันให้ประสบความสำเร็จได้นั้น นอกจากจะต้องคำนึงถึงปัจจัยภายนอก เช่น เทคโนโลยี เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ หรือสภาพแวดล้อมของบริษัทคู่ค้าเป็นต้น และปัจจัยภายในองค์กรที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ ทรัพยากรบุคคล โดยที่ทรัพยากรบุคคลถือว่าเป็นทรัพยากรทางการบริหารที่มีคุณค่ามากที่สุดขององค์กร ทุกองค์กรจึงให้ความสำคัญในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีประสิทธิภาพเข้ามาร่วมงานเพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จทางธุรกิจ (กรรณิการ์ วัฒนาวิไล.2551:1)

ในปัจจุบันการดำเนินงานในองค์กรต้องเผชิญกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงต่างๆที่ปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว และมีความสลับซับซ้อนมากขึ้นการบริหารองค์กรจะสามารถนำพาองค์กรเข้าแข่งขันกับคู่แข่ง และฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆ เพื่อนำองค์กรไปสู่ความก้าวหน้า และความสำเร็จนั้นจำเป็นต้องมีการวางเป้าหมาย การวางแผน และการวางกลยุทธ์ต่างๆ และสิ่งสำคัญที่สุด คือ การทำให้บุคลากรดำเนินงานตามแผนงานที่วางไว้ด้วยความกระตือรือร้นความร่วมมือร่วมใจ และจะเห็นได้ว่าองค์กรใดก็ตามที่ประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องประกอบด้วย ความมุ่งมั่นในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จความเจริญก้าวหน้าขององค์กร

ดังนั้น ประเด็นด้านบุคคลในองค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และพลวัตของการอยู่ร่วมกันภายใต้วัตถุประสงค์หนึ่งใดนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้วิจัยควรทำความเข้าใจต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน กล่าวได้ว่าแรงจูงใจในการทำงานถือเป็นแรงขับที่สำคัญที่จะทำให้พนักงานกระทำกรใดๆ เพื่อองค์กรถือเป็นเงื่อนไขสำคัญของการสร้างความจงรัก และความภักดี

ตลอดจนความผูกพันต่อองค์กรอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ด้วยเหตุนี้เอง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจพิเศษต่อระดับแรงจูงใจของพนักงานในการปฏิบัติงาน

บริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทชั้นนำในด้านการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทเหล็ก ดังนี้ 1)เหล็กเส้น2)เหล็กเส้นเสริมคอนกรีต3)เหล็กข้ออ้อย4)เหล็กทวอด5)เหล็กอาบสังกะสี6)แผ่นเหล็กเคลือบ7)สีสังกะสีแผ่นเรียบ8)สังกะสีแผ่นลอน 9)หลังคาสังกะสีเคลือบสี และ10)ให้บริการด้าน Steel Fabrication ซึ่งให้บริการรับจ้างทำอุปกรณ์โครงสร้างเหล็กและติดตั้งเครื่องจักร รับทำถังบรรจุน้ำมันขนาดใหญ่ รวมทั้งการทำครนรางสำหรับโรงงานอุตสาหกรรม บริษัทจดทะเบียนก่อตั้งเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2507 โดยสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร และมีโรงงานหลักตั้งอยู่ที่สมุทรปราการ และอยุธยา

จากวันที่บริษัทได้รับการจดทะเบียนธุรกิจประเภทการผลิตเหล็กตั้งแต่ปี พ.ศ.2507 ทางบริษัทได้เจริญเติบโตด้วยดีอย่างต่อเนื่องมั่นคงจนเปลี่ยนแปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในปี พ.ศ.2537 และได้ขยายบริษัทเพิ่ม คือบริษัท ราชสีมาผลิตเหล็ก จำกัด โดยเน้นผลิตเหล็กเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง

อย่างไรก็ตามในปี พ.ศ.2540 ได้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยตกต่ำเป็นอย่างมากซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการหลายรายรวมถึง บริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) ด้วยผลของสภาวะการทรุดตัวของเศรษฐกิจไทยทำให้บริษัทถูกย่ำล้มละลายในปี พ.ศ.2544 และได้มีคำสั่งฟื้นฟูกิจการของบริษัทในปีพ.ศ.2546 ในเวลาต่อมาและช่วงเวลาต่อจากนั้นได้เข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการจนได้ขอเพิกถอนหลักทรัพย์ออกจากตลาดหลักทรัพย์พร้อมทั้งรับซื้อหุ้นคืนในปีพ.ศ.2552 จะเห็นได้ว่าบริษัทฯ ได้ดำเนินกิจการต่อมายาวนาน ทั้งมีการเติบโตอย่างรวดเร็วขยายกิจการสู่อุตสาหกรรมใกล้เคียง และยังเผชิญวิกฤตปัญหาทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงจนบริษัทเองไม่สามารถต้านทานต่อผลกระทบด้านเศรษฐกิจได้ แต่สิ่งที่น่าสนใจอย่างหนึ่งสำหรับผู้ศึกษา คือ บริษัทยังคงดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบันโดยที่ยังสามารถดำเนินธุรกิจควบคู่กับดูแลพนักงานด้วยดีเสมอมา พนักงานจึงมีความผูกพันและทำงานอย่างหนักเพื่อองค์กรในช่วงระยะเวลาเปลี่ยนผ่านของบริษัทแบบหน้ามือเป็นหลังมือ คำตอบหนึ่งเกิดขึ้นจากผู้วิจัยคือ พนักงานของบริษัทดังกล่าวคงมีแรงจูงใจที่ร่วมฝันฝ่าอุปสรรคในช่วงวิกฤตจนรอดพ้นสถานการณ์เลวร้ายดังกล่าวมาได้ที่น่าภาคภูมิใจ

ด้วยสภาพปัญหาดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) ว่ามีปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยจูงใจใดบ้างที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน ทั้งที่ต้องเผชิญกับปัญหาที่เป็นอยู่และยังต้องปรับตัวกับสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบันแต่ยังสามารถรักษาพนักงานไว้ได้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนแนวคิดผลวิจัยทฤษฎีแรงจูงใจและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีสองปัจจัยของ Frederick Herzberg (อ้างอิงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.2550) นำมาเป็นต้นแบบของแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) เฉพาะสำนักงานใหญ่ ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการวางแผนบริหารงานของกลุ่มบริษัทในเครือ โดยนำทฤษฎีสองปัจจัยของ Frederick Herzberg ทั้ง 6 ด้าน มาเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) เป็นการศึกษาที่ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามตนเอง (Self-Administered Questionnaire) ประกอบการสำรวจเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

สมมติฐานการวิจัย

พนักงานบริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการทำงานแตกต่างกัน

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่าแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในภาพรวมมีระดับแรงจูงใจในการทำงาน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความสำเร็จในการทำงาน รองลงมา คือ ด้านการเป็นที่ยอมรับนับถือ ด้านความปลอดภัยในการทำงาน ด้านลักษณะงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย ด้านค่าจ้างและผลตอบแทน และด้านความก้าวหน้าในอาชีพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านความสำเร็จในการทำงาน ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความตั้งใจและทุ่มเทในงานที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้งานนั้นเกิด

ความสำเร็จ รองลงมาคือ ความพอใจกับผลสำเร็จของงานที่ปฏิบัติ ความพยายามแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดขึ้นเพื่อให้งานบรรลุวัตถุประสงค์ ความสามารถทำงานเสร็จสิ้นภายในระยะเวลาที่กำหนด และงานของท่านสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์

2. ด้านการเป็นที่ยอมรับนับถือ ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผลการปฏิบัติงานของท่านเป็นที่ยอมรับของเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา รองลงมาคือ สามารถดำเนินโครงการตามแผนที่วางไว้สำเร็จเสมอ ได้รับมอบหมายงานพิเศษ นอกเหนือจากงานในหน้าที่ปฏิบัติอยู่เสมอ เพื่อนร่วมงานยอมรับในการแสดงออกความคิดเห็น / การให้คำปรึกษาของท่าน และการมีส่วนร่วมในการวางแผนและการแก้ไขปัญหของพนักงาน

3. ด้านความปลอดภัยในการทำงาน ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านสนับสนุนการอบรมให้ความรู้แผนฉุกเฉินเป็นประจำทุกปี เช่น อพยพหนีไฟ ฯลฯ รองลงมาคือ บริษัทมีสถานะที่มั่นคง เพิ่มความมั่นใจในการทำงานให้กับท่าน การปฏิบัติงานในหน้าที่รับผิดชอบมีความปลอดภัย บริษัทและสถานที่ปฏิบัติงาน มีระบบความปลอดภัยที่ดี และผู้บังคับบัญชาให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัยอย่างมาก

4. ด้านลักษณะงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ งานที่ท่านปฏิบัติตรงกับความรู้ความสามารถของท่าน รองลงมาคือ การมีอิสระในการใช้ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่ ความพอใจในงานที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา งานที่ปฏิบัตินั้นได้ช่วยเพิ่มพูนความรู้ทักษะและประสบการณ์ของท่านให้สูงขึ้น และงานที่ปฏิบัติจูงใจท่านเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นงานที่ท้าทายและใช้ความสามารถ

5. ด้านค่าจ้างและผลตอบแทน ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สวัสดิการที่ทางบริษัทจัดให้ครอบคลุม และเพียงพอ รองลงมาคือ เงินเดือนที่ได้รับเหมาะสมกับงานที่ได้รับมอบหมาย การมีโอกาสได้รับเงินเดือนสูงกว่าเดิม ผลตอบแทนที่ท่านได้รับสามารถดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข และค่าตอบแทนที่ได้รับเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ

6. ด้านความก้าวหน้าในอาชีพ ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การได้รับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาในการปฏิบัติงาน รองลงมาคือ การได้รับโอกาสได้แสดงศักยภาพในการปฏิบัติงานเสมอๆ การได้รับโอกาสปฏิบัติงานในตำแหน่งงาน

ที่สูงกว่าเดิม การสนับสนุนให้เข้าร่วมประชุมและสัมมนาในโอกาสต่างๆ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ และการได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะตามหน้าที่งานอย่างสม่ำเสมอ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า พนักงานบริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการทำงานแตกต่างกัน จากการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านความสำเร็จในการทำงาน มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการเป็นที่ยอมรับนับถือ ด้านความปลอดภัยในการทำงาน ด้านลักษณะงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย ด้านค่าจ้างและผลตอบแทน และด้านความก้าวหน้าในอาชีพผลต่อแรงจูงใจในการทำงานน้อยที่สุด

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ สามารถสรุปผลจากการศึกษา ดังนี้

1. ความคิดเห็นในส่วนของด้านความสำเร็จในการทำงาน ของพนักงาน บริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เรณู สุขฤกษ์กิจ (2554:69) ซึ่งได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรใน บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการจูงใจสำหรับพนักงาน ที่สร้างให้เกิดแรงจูงใจ คือ การทำให้พนักงานปฏิบัติงานแล้วเกิดความพึงพอใจ โดยงานที่ทำอยู่นั้นต้องมีความท้าทายและรวมทั้งต้องแสวงหาความรู้ใหม่ๆ อยู่เสมอ พนักงานมีความภูมิใจในผลงานที่ตนเองปฏิบัติ สามารถทำงานเสร็จทันตามแผนการปฏิบัติงาน

2. ความคิดเห็นในส่วนของด้านการเป็นที่ยอมรับนับถือของพนักงาน บริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จันทรแรม พุทธนุกูล (2554: 90) ซึ่งได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร วิทยาลัยการอาชีพสระบุรี จังหวัดสระบุรี ผลการศึกษาพบว่า ในด้านองค์ประกอบส่วนบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ท่านสามารถปฏิบัติงานตามหน้าที่/ คำสั่งที่ผู้บังคับบัญชา/ หัวหน้างานให้แล้วเสร็จตามแผนที่กำหนด มีความพึงพอใจสูงสุดอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุธานันท์ นุกูลอึ้งอารี (2555: 100) ซึ่งได้ศึกษา เรื่อง การศึกษาความพึงพอใจในงานของ

พนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) กรณีพนักงาน บริษัท การบินไทยฯ สำนักงานใหญ่ ผลการศึกษาพบว่าพนักงานมีความพึงพอใจในการทำงาน ด้านการประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะพนักงานที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่นั้น มีความรู้ความสามารถ มีคุณสมบัติตามตำแหน่งหน้าที่ที่ตนปฏิบัติอยู่ ตลอดจนได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนจากเพื่อร่วมงานในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในที่ทำงานจึงทำให้มีความกระตือรือร้นพร้อมใจและเต็มใจที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร จึงทำให้ความพึงพอใจในการทำงานด้านความสำเร็จในการทำงานอยู่ในระดับมาก

3. ความคิดเห็นในส่วนของด้านความปลอดภัยในการทำงาน ของพนักงาน บริษัท กรุงเทพมหานครผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุธานิธิ นุกูลอึ้งอารี (2555: 98) ซึ่งได้ศึกษา เรื่อง การศึกษาความพึงพอใจในงานของพนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) กรณีพนักงาน บริษัท การบินไทยฯ สำนักงานใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีความพึงพอใจในการทำงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน อยู่ในระดับมาก เนื่องจากมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสมกับการทำงาน มีการดูแลเรื่องความปลอดภัยในการทำงานเป็นอย่างดี

4. ความคิดเห็นในส่วนของด้านลักษณะงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย ของพนักงาน บริษัท กรุงเทพมหานครผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปฐมวงค์ สีหาเสนา (2557 : 80) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลค่ายเนินวง ตำบลบางกะจะ อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยในด้านลักษณะงานที่มีความท้าทายให้อิสรระในการปฏิบัติงานและงานที่ทำอยู่ตรงกับความสนใจและความถนัดเหมาะสมกับความรู้ความสามารถอยู่ในระดับมากที่สุด และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ โชติกา ระไล (2555 : 67) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ใน จากผลการศึกษาพบว่า ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ บุคลากรมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะบุคลากรพึงพอใจที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานที่ทำซึ่งเป็นงานที่ท้าทายความสามารถกับตรงกับคุณวุฒิ และตรงตามตำแหน่งของตนเอง หรืออาจจะเป็นงานที่ไม่เคยปฏิบัติมาก่อน และกระตุ้นให้ต้องปฏิบัติงาน นอกจากนี้งานที่ทำอยู่ในปัจจุบันยังส่งเสริมให้มีการพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความสามารถมากขึ้น

5. ความคิดเห็นในส่วนของด้านค่าจ้างและผลตอบแทน ของพนักงาน บริษัท กรุงเทพมหานครผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชูเกียรติ ยิ้มพวง (2554 : 91) ซึ่งได้ศึกษา เรื่อง แรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา บริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด โรงงานจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่ารายได้ต่อ

เดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ค่าตอบแทนและสวัสดิการจึงเป็นแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่สำคัญข้อหนึ่ง

6. ความคิดเห็นในส่วนของด้านความก้าวหน้าในอาชีพ ของพนักงาน บริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ โชติกา ะโส (2555 : 65-66) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ผลการศึกษาพบว่า ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงานบุคลากรมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมากทั้งนี้อาจเป็นเพราะบุคลากรได้รับการ สนับสนุนจากองค์กรในการพัฒนาความรู้ความสามารถ ด้านการฝึกอบรมและศึกษาหาความรู้เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ ซึ่งบุคลากรได้รับการสนับสนุนในการปฏิบัติงานจากผู้บังคับบัญชา และมีการประเมินความสามารถของตนในการปฏิบัติงาน รวมถึงมีโอกาสในการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งตามความสามารถของตน

จากการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ผู้ศึกษาขอเสนอแนะข้อที่ควรนำไปพิจารณาเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงองค์กร ดังนี้

1. ผู้บังคับบัญชา และผู้บริหารควรมีการให้รางวัล ประกาศเกียรติคุณ หรือชมเชยให้กำลังใจแก่พนักงานที่มีความสามารถในการทำงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อส่งเสริมให้กำลังใจแก่พนักงานในการปฏิบัติงาน และสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานให้พนักงานคนอื่นๆในองค์กร

2. ผู้บังคับบัญชา และผู้บริหารควรมอบโอกาสให้พนักงานที่มีความสามารถ ได้แสดงศักยภาพในการทำงานอย่างเต็มที่ ทั้งในการปฏิบัติงานและการตัดสินใจต่างๆมากขึ้น เพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจในการปฏิบัติงาน

3. ผู้บังคับบัญชา และผู้บริหารควรมอบหมายงานให้ตรงกับความรู้ความสามารถของพนักงาน เพื่อให้พนักงานสามารถใช้ความรู้ความสามารถในการทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพทั้งในการปฏิบัติงาน

4. ทางบริษัทควรมีแผนการปรับเลื่อนขั้นที่ชัดเจน โดยเน้นการผลักดันพนักงานภายในให้ได้รับการเลื่อนขั้นก่อนตามความรู้ความสามารถ ก่อนที่จะเปิดรับบุคคลภายนอก เพื่อเป็นการจูงใจให้พนักงานมุ่งพัฒนาตนเองในการทำงานตลอดเวลา

5. ทางบริษัทควรพิจารณาปรับค่าตอบแทนในการทำงาน ให้สอดคล้องกับสภาวะทางเศรษฐกิจ หน้าที่ในการปฏิบัติงาน ความสามารถและผลงาน โดยเฉพาะฐานเงินเดือนขั้นต่ำของพนักงานใหม่เพื่อจูงใจให้พนักงานรุ่นใหม่ๆที่เข้าอยู่กับองค์กรในระยะยาว เพื่อการรับถ่ายโอนความรู้จากพนักงานเดิม และอยู่ร่วมพัฒนาองค์กรในระยะยาวต่อไป

6. ผู้บังคับบัญชา และผู้บริหารควรมีการฝึกอบรม ประชุม สัมมนา เพิ่มความรู้ในแก่งานมากขึ้น ทั้งการจัดขึ้นภายในและการส่งพนักงานออกไปฝึกอบรม ประชุม สัมมนาภายนอก เพื่อเป็นการอัปเดตข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ การเรียนรู้สิ่งต่างๆ ให้ทันสมัย เพื่อพนักงานจะมีการพัฒนาทักษะพัฒนาศักยภาพในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

การศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป ดังนี้

1. การศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาในส่วนของพนักงานระดับบริหารเพิ่มเติม และควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ หรือการเก็บข้อมูลในรูปแบบอื่นๆ เช่น การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกควบคู่กันไปด้วยเพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็น และเสนอข้อเสนอแนะต่างๆ ที่มีประโยชน์ ต่อองค์กรได้อย่างเต็มที่ ซึ่งจะได้อะไรในหลากหลายมิติและครอบคลุมมากขึ้น อันเป็นประโยชน์ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ปรับปรุงพัฒนาองค์กรต่อไป

2. การศึกษาครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังทุกโรงงานทุกสาขา เพื่อจะได้นำข้อมูลผลการศึกษาของแต่ละแห่งมาเปรียบเทียบ เพื่อเป็นข้อมูลในการนำมาวิเคราะห์หาแนวทางในการวางแผนการบริหารทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้นต่อไป

บรรณานุกรม/เอกสารอ้างอิง

กรรณิการ์ วัฒนาวีโล. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำการเปลี่ยนแปลง กับความพึงพอใจในงาน และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร : กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและ องค์กร. คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จันทร์แรม พุทธนุกูล, (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร วิทยาลัยการอาชีพสระบุรี จังหวัดสระบุรี. ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ชูเกียรติ ยิ้มพวง. (2554). แรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานบริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด โรงงาน จังหวัดปทุมธานี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิศวกรรม ธุรกิจ. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- โชติกา ระไล. (2555). *แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์*. การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการอุดมศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปฐมวงศ์ สีหาเสนา. (2557). *แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลค่ายเนินวง ตำบลบางกะจะ อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี*. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา
- เรณู สุขฤกษ์กิจ. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด(มหาชน)*.ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ สมชาย หิรัญกิตติ. (2550). *การจัดการและพฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- สุธานี นุกูลยิ่งอารี. (2555). *การศึกษาความพึงพอใจในงานของพนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) กรณีพนักงานบริษัท การบินไทยฯสำนักงานใหญ่*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- อรุณรุ่ง เอื้ออารีสุขสกุล และธีระวัฒน์ จันทิก. (2559). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เปลี่ยนความท้าทายมุ่งสู่ความสำเร็จขององค์การอย่างยั่งยืน*. Veridian E-Journal, Silpakorn University. 9(1) :845-860

พฤติกรรมและการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล¹

The Behavior and the Use of Marketing-Mix Factors Affecting the Decision-Making of the Customers in Using the Services of CJ Express in Bangkok and Its Perimeter

จิราพร สร้อยแก้ว Jiraporn Soikaew¹

วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ (Wilailak Ratanapeantamma)²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการห้างซีเจเอ็กซ์เพรสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเพื่อเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการห้างซีเจเอ็กซ์เพรสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและเพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการห้างซีเจเอ็กซ์เพรสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการหรือเคยใช้บริการห้าง CJ Express ที่พักอาศัยในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้ค่า t-test และ F-test (One-way ANOVA) ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใช้การทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ ห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือด้านราคา รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านบุคคลหรือพนักงาน และอันดับสุดท้ายคือด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส กรุงเทพและปริมณฑลแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านพฤติกรรม พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ซื้อสินค้าร้าน CJ Express คือโปรโมชั่นสินค้า โดยซื้อสินค้าเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเมื่อต้องการสินค้าหลายชนิด ชำระด้วยเงินสด มีค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการเฉลี่ยจำนวนเงิน 500-1,000 บาทต่อครั้ง โดยซื้อสินค้าประเภทของใช้ส่วนตัว และในช่วงเวลา 18.01-20.00 น.

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาด การตัดสินใจ ห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) investigate the behavior and the use of marketing-mix factors affecting the decision-making of the customers in using the services of CJ Express in Bangkok and its perimeter, and 2) compare the use of marketing-mix factors affecting the decision-making of the customers in using the services of CJ Express in Bangkok and its perimeter, classifying according to the personal background. The samples of this research were four hundred customers including those who used to use the services of CJ Express and lived in Bangkok and its perimeter. The research tool was the questionnaire. The data received were analyzed by descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation), and by inferential statistics, these were t-test, and F-test (One-way ANOVA). If the difference with pair-wise comparisons at 0.05 were found, the Least Significant Difference (LSD) was used to determine the difference.

The results showed that the majority of the respondents used the overall marketing-mix factors affecting their decision-making in using the services of CJ Express at high level. When considering at each factor, the factor of price received the highest mean. Next on down were the factors of product, marketing promotion, physical characteristics, process, personnel, and sales distribution, respectively. In terms of the results of hypothetical testing, the respondents who were from different gender, age group, marital status, educational background, and occupation used different marketing-mix factors affecting their decision-making in using the services of CJ Express at no statistical significant level of 0.05. In addition, in terms of their behavior, the majority of the respondents purchased the products at CJ Express when the program of product promotion was launched. The average times of their purchase was 1-2 times/month. Their objective of purchasing was their need to purchase variety of products. Besides, their payment was by cash. They spent about 500 – 1,000 baht/purchase. The product they bought was their personal utensils. In addition, the time they usually purchased was from 18:01 – 20:00 o'clock.

Key Words: Marketing-Mix Factors; Decision-Making; CJ Express

บทนำ

ในปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกมีการแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรงมาก ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้าง รูปแบบ และกลยุทธ์ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินกิจการที่จะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ แนวโน้มธุรกิจค้าปลีกปี 2560 คาดการณ์เติบโตร้อยละ 3.0 – 3.2 จากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่ถูกขับเคลื่อนจากภาคการท่องเที่ยว โครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ รวมถึงการขยายตัวของชุมชนเมืองส่งผลให้กำลังซื้อของประชาชนมีมากขึ้น สำหรับยอดขายของผู้ประกอบการค้าปลีกสมัยใหม่คาดว่าจะเติบโตต่อเนื่องจากปีก่อน เนื่องจากมีแผนการลงทุนขยายสาขาใหม่ และรีโนเวทสาขาเดิม ขณะที่ธุรกิจค้าปลีกประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตยังสามารถขยายตัวได้โดดเด่นกว่าค้าปลีกสมัยใหม่ คาดการณ์ขยายตัวได้ร้อยละ 8-10 โดยเฉพาะซูเปอร์มาร์เก็ตระดับ High-End เช่น Max Value และ Villa Market กลุ่มเป้าหมายอยู่ที่กลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง ทั้งนี้สำหรับปี 2559 ที่ผ่านมาระบบค้าปลีกสมัยใหม่เติบโตค่อนข้างดีขยายตัวได้ร้อยละ 2.97 จากมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายของภาครัฐ เช่น มาตรการลดหย่อนภาษีจากการท่องเที่ยวในประเทศ มาตรการ “ซื้อมช่วยชาติ” ส่งผลให้การบริโภคภาคเอกชนทยอยฟื้นตัวปรับตัวดีขึ้น ส่วนยอดขายของผู้ประกอบการค้าปลีกรายใหญ่มียังคงเติบโตอยู่ในเกณฑ์ดี

ธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อคาดว่าจะเติบโตค่อนข้างดีตามการขยายสาขาใหม่ที่ครอบคลุมพื้นที่ใกล้เคียงชุมชน อาทิ สถานศึกษา ตลาด ที่พักอาศัยตามแนวรถไฟฟ้า รวมถึงขยายขอบเขตไปยังสถานีน้ำมัน นอกจากนี้ธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อยังต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ทั้งจากการเปิดสาขาของคู่แข่งในพื้นที่เดียวกัน และคู่แข่งทางอ้อมอย่างผู้ประกอบการรายใหญ่จากธุรกิจค้าปลีกประเภทอื่นๆ เช่น Lotus Express และ Mini Big C ซึ่งทำให้รายได้ของร้านสะดวกซื้อต่อสาขาในอนาคตอาจเติบโตไม่สูงมาก (สมาคมผู้ค้าปลีกไทย ข้อมูล ณ มีนาคม 2560, ม.ป.ป. : www.thairetailer.com สืบค้นวันที่ 27/06/2561) อีกทั้งธุรกิจห้างสรรพสินค้าประเภทค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ มีบทบาทสำคัญมีแนวโน้มการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องตามอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การเลือกบริโภคของคนในสังคมจึงแตกต่างกัน อีกทั้งห้างค้าปลีกยังเป็นการให้บริการการค้าปลีกรูปแบบหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน เนื่องจากรูปแบบของร้านค้าปลีกในปัจจุบันมีลักษณะการให้บริการแบบครบวงจร คือ เป็นการรวบรวมของสินค้านานาชนิดซึ่งผู้บริโภคสามารถหาซื้อสินค้าได้ครอบคลุมทุกด้านช่วยประหยัดเวลาในการ

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทางผู้วิจัยเห็นถึงโอกาส ตลอดจนปัญหาการแข่งขันด้านการบริการของบริษัท ซีเจ เอ็กซ์เพรส ผู้วิจัย จึงมีความสนใจพฤติกรรมและการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้น ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำข้อมูลมาปรับปรุงนโยบายและวางแผนกลยุทธ์บริหารภายในนำมาซึ่งการ เพื่อนำผลงานวิจัยมาประยุกต์ใช้ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของร้าน CJ Express ให้ตอบสนองต่อความต้องการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พร้อมทั้งสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด และการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ

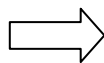
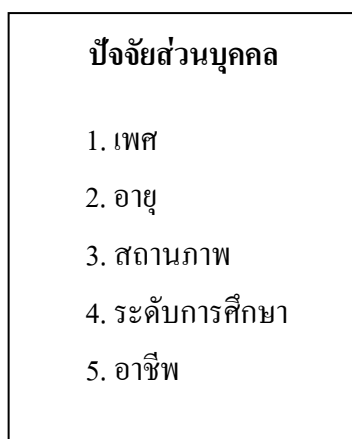
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการใช้ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ ห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ ห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

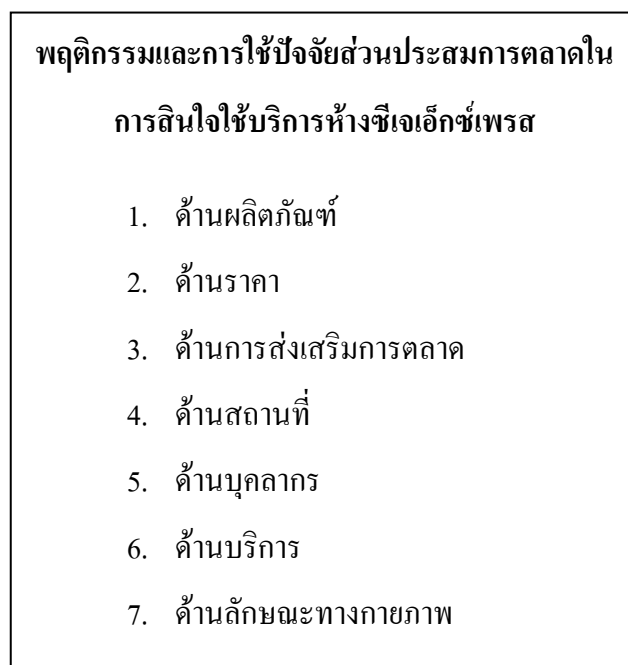
กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร ตำรา แนวคิดทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนข้อมูลพื้นฐาน เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยผู้วิจัยได้นำมาประมวลผลเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ตามทฤษฎีของ Kotler (2012) ได้เสนอแนวคิด ส่วนประกอบการตลาด ได้แก่ Product, Price, Place, People และ กำหนดเป็นกรอบของการวิจัยดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)



ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience sampling) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ คือ ผู้ที่ใช้บริการห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนหรือผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Average), ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation), สถิติค่า (t-test) และ F-test (One way ANOVA) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ ห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ ห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือด้านราคา รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านบุคคลหรือพนักงาน และอันดับสุดท้ายคือด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ โดยสรุปเป็นรายด้านได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ ห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ สินค้ามีคุณภาพและได้มาตรฐาน จำนวนสินค้ามีให้เลือกหลากหลายทั้งขนาดและประเภท สินค้าสด ใหม่ สะอาด สินค้ามีความครบถ้วนตามความต้องการ และสินค้ามีดีไซน์ที่สวยงามและมีเอกลักษณ์ ตามลำดับ

ด้านราคา พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ ห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและสินค้าและบริการมีราคาถูกเมื่อเทียบกับร้านประเภทเดียวกัน ราคาเหมาะสมกับปริมาณสินค้า มีความหลากหลายทางด้านราคา สินค้า และอัตราค่าสมาชิก/บริการมีความเหมาะสม ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ ห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ มีบริการพื้นที่สำหรับที่จอดรถเพียงพอการจัดวางสินค้าแยกประเภทเหมาะสมสะดวกต่อการเลือกซื้อจำนวน Counter Cashier มีความเพียงพอกับผู้ให้บริการสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ และมีสาขาครอบคลุมทุกพื้นที่ ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ ห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ มีการส่งเสริมการขายที่หลากหลายและมีการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ ชวนให้ซื้อ มีการส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ (เช่น ลดราคา สะสมแต้ม แลกซื้อสินค้า) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และมีการแจกของที่ระลึกหรือของแถมในช่วงเทศกาลต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ

ด้านบุคคลหรือพนักงาน พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ ห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ พนักงานของร้าน CJ Express มีการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย พนักงานของร้าน CJ Express มีกิริยามารยาทที่สุภาพเรียบร้อย พนักงานของร้าน CJ Express มีความชำนาญในการให้บริการ (เช่น ให้บริการรวดเร็ว) และพนักงานของร้าน CJ Express มีความรู้ในการให้บริการ (เช่น สามารถตอบคำถามลูกค้าเกี่ยวกับโปรโมชั่นและข้อสงสัยอื่นๆ ได้) และพนักงานของร้าน CJ Express มีการให้บริการอย่างเสมอภาคตามลำดับก่อนหลัง และไม่เลือกปฏิบัติ ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ ห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ ระบบการให้บริการมีความสะดวก มีความถูกต้องในการให้บริการ (เช่น คิดค่าบริการถูกต้อง) ระบบการให้บริการมีความรวดเร็ว มีป้ายบอกราคาสินค้าอย่างชัดเจน และสามารถแก้ปัญหาความขัดข้องของระบบได้อย่างรวดเร็ว เช่น เครื่องคิดเงินใช้งานไม่ได้ ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยผู้ให้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ ห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ ภายในร้าน CJ Express มีความสะอาด ภายในร้าน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส กรุงเทพและปริมณฑลแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ ห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย

สมมติฐานที่ 2 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส กรุงเทพและปริมณฑล โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส กรุงเทพและปริมณฑล ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนภาพรวมและด้านอื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส กรุงเทพและปริมณฑล โดยภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 5 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส กรุงเทพและปริมณฑล ด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนภาพรวมและด้านอื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัย เรื่อง พฤติกรรมและการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีผลการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ ห้างซีเจเอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภัทร ไตรเจตน์ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตรกมล สังข์เพชร (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า สาขาสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์/บริการอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2552) กล่าวถึง สินค้าและบริการที่ถูกลำเสนอสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างคุณค่า(Value) ให้เกิดขึ้น และ

1.1 1.2 สินค้ามีคุณภาพและได้มาตรฐานเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆในตลาด มีการออกแบบที่สวยงาม ในร้าน CJ Express มีความครบถ้วนตามความต้องการและจำนวนสินค้ามีให้เลือกหลากหลายทั้งขนาดและประเภท เพื่อเป็นการสร้างบริการร้าน CJ Express อาจจะต้องปรับแต่งบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเฉพาะรายหรือบางกลุ่ม รวมถึงต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้นด้วย และสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจให้เกิดขึ้นและกลับมาใช้บริการในอนาคต

ด้านราคา พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ ห้างซีเจเอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริณา ชูสอนสาย (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ ห้างซีเจเอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนากร มาอุทธรณ์ (2557) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคต่อร้าน Max Value ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เปรมินทร์ วีระจิตโต (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรม ผู้บริโภคที่ใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านช่องทางการจำหน่ายอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ Kotler (1997:42) ได้กล่าวว่า ช่องทางที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงและเลือกใช้บริการได้ ดังนั้น ร้าน CJ Express ควรมีจำนวน Counter Cashier มีความเพียงพอกับผู้ใช้บริการ มีสาขาครอบคลุมทุกพื้นที่สะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีบริการพื้นที่สำหรับที่จอดรถเพียงพอ รวมถึงการจัดวางสินค้าแยกประเภทเหมาะสมสะดวกต่อการเลือกซื้อ รวมถึงเป็นการช่องทางในการกระจายข้อมูลข่าวสาร การส่งเสริมการขาย การชำระเงิน และการจองสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อเป็นการกระตุ้นและเพิ่มยอดขายกับร้าน CJ Express

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ ห้างซีเจเอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลวรรณ บุญวิθένต์ (2556) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้าน ริว ซาบู ซาบู สาขาสยามสแควร์

ด้านบุคคลหรือพนักงาน พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ ห้างซีเจเอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอมมิกา แดงรอด (2557) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการศูนย์การค้าชุมชนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา เดอะ เซอร์เคิล ราชพฤกษ์ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตรกมล สังข์เพชร (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า สาขาสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2552) กล่าวถึง ผู้ให้บริการจำเป็นต้องคัดเลือก ให้การฝึกอบรม และมีสิ่งจูงใจ รวมถึงบุคลิกภาพ การแต่งกาย ทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงาน ย่อมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ในการบริการของลูกค้า

ดังนั้นร้าน CJ Express ควรมีการจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับมาตรฐานการให้บริการ เพิ่มความชำนาญในการให้บริการ (เช่น ให้บริการรวดเร็ว) มีการแต่งกาย กิริยามารยาทที่สุภาพเรียบร้อย มีความรู้ในการให้บริการ (เช่น สามารถตอบคำถามลูกค้าเกี่ยวกับโปรโมชั่นและข้อสงสัยอื่นๆ ได้) และ มีการให้บริการอย่างเสมอภาค ตามลำดับก่อนหลัง และไม่เลือกปฏิบัติ รวมถึงการปฏิบัติต่อลูกค้าคนอื่น

ด้านกระบวนการ พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ ห้างซีเจเอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกพร เนตรคายนว (2559) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชชาวีรยา เรืองโพธิ์ (2553) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอน ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ศูนย์การค้าสยามพารากอนด้านคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ Kotler (1997:42) ได้กล่าวว่า กระบวนการให้บริการเป็นการมอบคุณภาพให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ (Consumer Satisfaction) เนื่องจากลูกค้ามีส่วนร่วมในการผลิตบริการนั้น กระบวนการด้านการบริการจึงต้องได้รับการออกแบบเป็นอย่างดี เพื่อให้บริการที่ถูกต้องและสามารถแก้ปัญหาความขัดข้องของระบบได้อย่างรวดเร็ว เช่น เครื่องคิดเงินใช้งานไม่ได้ เป็นต้น

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ ห้างซีเจเอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภัทร ไตรเจตน์ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกพร เนตรคายนว (2559) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ Kotler (1997:42) ได้กล่าวว่า ด้านความสะอาด ความรวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่นๆ โดยลูกค้าจะสามารถประเมินการบริการได้ก็

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ รายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการตรวจสอบสินค้ามีคุณภาพและได้มาตรฐาน มีสินค้าให้เลือกหลากหลายทั้งขนาดและประเภทสินค้าและบริการมีมาตรฐานเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น สินค้ามีความครบถ้วนตามความต้องการ และสินค้ามีดีไซน์ที่สวยงาม เพื่อแข่งขันในตลาดปัจจุบันได้

ด้านราคา ควรตั้งราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและสินค้าและบริการมีราคาถูกเมื่อเทียบกับร้านประเภทเดียวกัน ราคาเหมาะสมกับปริมาณสินค้า มีความหลากหลายทางด้านราคา สินค้า และอัตราค่าสมาชิก/บริการมีความเหมาะสม

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรให้บริการพื้นที่สำหรับที่จอดรถเพียงพอ ภายในห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ควรมีการจัดวางสินค้าแยกประเภทเหมาะสมสะดวกต่อการเลือกซื้อ จำนวน Counter Cashier มีความเพียงพอกับผู้ใช้บริการ สะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ และมีสาขาครอบคลุมทุกพื้นที่ เพื่ออำนวยความสะดวกและรวดเร็วในการใช้บริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการส่งเสริมการขายที่หลากหลายและเป็นที่น่าสนใจชวนให้ซื้อ มีการส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ (เช่น ลดราคา สะสมแต้ม แลกซื้อสินค้า) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม เป็นต้น และมีการแจกของที่ระลึก หรือของแถมในช่วงเทศกาลต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นแรงกระตุ้นในการซื้อสินค้า

ด้านบุคคลหรือพนักงาน ควรการจัดฝึกอบรมพนักงานให้มีความพร้อมในการให้บริการอย่างรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ และมีความน่าเชื่อถือ การที่พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจต่อการใช้บริการ อันนำไปสู่การตัดสินใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และพนักงานของห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส ควรมีการแต่งกาย มีกิริยามารยาทที่สุภาพเรียบร้อย มีความชำนาญในการให้บริการ (เช่น ให้บริการรวดเร็ว) และมีความรู้ในการให้บริการ (เช่น สามารถตอบคำถามลูกค้าเกี่ยวกับโปรโมชั่นและข้อสงสัยอื่นๆ ได้) และมีการให้บริการอย่างเสมอภาคตามลำดับก่อนหลังและไม่เลือกปฏิบัติ

ด้านกระบวนการ ควรมีการจัดระบบการให้บริการมีความสะดวก มีความถูกต้องในการให้บริการ (เช่น คิดค่าบริการถูกต้อง) ระบบการให้บริการมีความรวดเร็ว มีป้ายบอกราคาสินค้า

ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรจัดภายในห้างซีเจ เอ็กซ์เพรสมีความสะอาด มีการตกแต่งที่ทันสมัย หน้าห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส มีความโดดเด่นน่าใช้บริการ มีความสะอาด และมีความปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการภายในห้างซีเจ เอ็กซ์เพรส

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรศึกษากลยุทธ์การตลาดจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบของห้างสรรพสินค้าในปัจจุบันประเภทอื่นๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจห้างซีเจเอ็กซ์เพรสให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่อไป
2. ควรศึกษาเกี่ยวกับ Online Marketing หรือ E-Commerce ของธุรกิจห้างซีเจเอ็กซ์เพรสเพื่อให้สอดคล้องกับการตลาดของธุรกิจและพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน
3. การศึกษาครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปในอนาคต ควรศึกษาทำการวิจัยเชิงลึก โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่มย่อย เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้างซีเจเอ็กซ์เพรสในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล รวมทั้งการศึกษาตัวแปรอื่นๆ เช่น ความภักดีต่อตราสินค้าหรือการตัดสินใจใช้บริการซ้ำ เพื่อหาความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นของตัวแปรอื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

หนังสือ/วารสาร

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ .2552.การจัดการการตลาด พิมพ์ครั้งที่ 10.กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

ศิริชัย พงษ์วิชัย.2552.การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ เน้นสำหรับงานวิจัย พิมพ์ครั้งที่ 20. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.2552. การบริหารการตลาดยุคใหม่.กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.2552.พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพฯ : บริษัท วิสสิทธ์พัฒนา จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.2550.การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ข้อมูลธุรกิจค้าปลีกสมาคมผู้ค้าปลีกไทย ข้อมูล ณ มีนาคม 2560 เข้าถึงข้อมูลได้จาก www.thairetailer.com สืบค้นวันที่ 27/06/2561.

ข้อมูลห้าง ซี.เจ.เอ็กซ์เพรส เข้าถึงข้อมูลได้จาก www.cjexpress.co.th สืบค้นวันที่ 27/06/2561.

Book

Kotler,P.1997. Marketing management: analysis, planning implementation and control. (9th ed). New Jersey: Asimmon &Schuster.

วิทยานิพนธ์/งานวิจัย

กนกพร เนตรคายนว.2559.พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่.หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่.

จิตรกมล สังข์เพชร.2559.ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการ
ศูนย์การค้า เซนทรัลพลาซ่า สาขาสุราษฎร์ธานี.หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

ธนากร มาอุทธรณ์.2557.ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคต่อ ร้าน Max Value. การศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

นภัทร ไตรเจตน์. 2559.ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบ
(ร้านโชห่วย).ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ.

เปรมินทร์ วีระจิตโต.2555. พฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า
เชียงใหม่ แอร์ พอร์ต.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วราภรณ์ เหลืองจารุ.2557.พฤติกรรมการใช้บริการซูเปอร์เซ็นเตอร์ในจังหวัดนครราชสีมา.
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

วิชชาธิยา เรืองโพธิ์.2553.ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ศูนย์การค้า สยามพารากอน.หลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิไลวรรณ บุญวิเศษ.2556.ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ
ร้าน ริว ซาบู ซาบู สาขาสยามสแควร์. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนัก
บริหาร วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ศิริณา ชุสนอนสาย.2554.ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรม
การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนคร
ขอนแก่น.หลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อาทิตย์ ดีสุด.2560.ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการใน
ห้างสรรพสินค้า โรบินสัน สาขารัตนานิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี.หลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการตลาด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

เอมมิกา แดงรอด.2557.ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการบริการศูนย์การค้าชุมชนของ
ในเขต กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา เดอะ เซอร์เคิล ราชพฤกษ์.วิทยานิพนธ์ หลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

การจัดการร้านหนังสืออิสระในกรุงเทพมหานคร

Management of Independent Bookstore in Bangkok

จุฑามาศ จำปาบุรี¹

Juthamad Jumpaburee

บทคัดย่อ

การศึกษากิจการร้านหนังสืออิสระในกรุงเทพมหานครเพื่อให้ทราบถึงรูปแบบของการบริหารจัดการภายในร้านว่าเป็นไปในทิศทางใด และมีการให้บริการรูปแบบใดที่ยังสามารถดำเนินธุรกิจไปได้ในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังเปรียบเทียบการจัดการของร้านหนังสืออิสระจากกรณีศึกษาทั้ง 4 ร้าน ได้แก่ ร้าน Book & Belonging ร้าน Dasa book&cafe ร้าน Fathom bookspace และร้าน Zombie Books วิเคราะห์การวิจัยด้วยการสัมภาษณ์ การเก็บข้อมูลจากสถานที่จริง และการสังเกตการณ์ และทำการวิเคราะห์ ประมวลผลข้อมูล เปรียบเทียบกรณีศึกษา ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ว่า การบริหารจัดการร้านหนังสืออิสระในปัจจุบัน เป็นลักษณะการดูแลจัดการด้วยตัวเจ้าของธุรกิจเอง เป็นทีมขนาดเล็ก 4-6 คน เน้นการบริการที่เป็นกันเอง ให้คำแนะนำหนังสือได้เป็นอย่างดี รวมถึงการสร้างสรรคกิจกรรมภายในร้านให้มีความหลากหลาย น่าสนใจ เพื่อดึงดูดลูกค้าหลากหลายกลุ่มมากขึ้น เช่น การจัดเสวนา สัมมนา การสร้างพื้นที่การเรียนรู้ เป็นต้น โดยพื้นที่ภายในร้านสามารถจัดการพื้นที่ได้อย่างอิสระ มีความยืดหยุ่นในการใช้พื้นที่ตามกิจกรรมและจำนวนผู้มารับบริการได้อย่างเหมาะสม ประการสุดท้าย ด้านการขายหนังสือที่ทำให้ดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในปัจจุบันคือการขายออนไลน์ควบคู่ไปกับการขายหน้าร้าน

คำสำคัญ: ร้านหนังสืออิสระ การบริหาร การจัดการ

Abstract:

Study the management of independent bookstores in Bangkok to determine the direction of management in the store in any direction. They also compared the management of independent bookshops in four case studies, including Book & Belonging, Dasa book cafe, Fathom bookspace and Zombie Books. Method By interview Collection of data from real locations. Observation Analysis and comparison of case studies. The results of the study. Independent Book Store Management It is characterized by self-management as a small team of 4-6 people, focusing on friendly service and book recommendations as well. Including the creation of activities in the store to a variety of attractive to attract more customers. Such as seminars, workshops

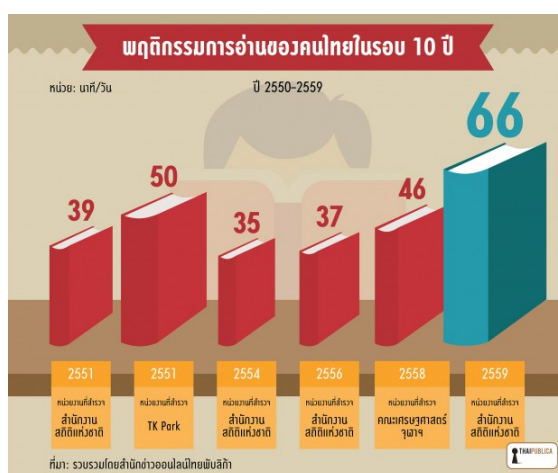
¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

and the creation of learning areas. The space in the shop can be managed independently, flexible in the use of space and can accommodate the number of service. And the sale of books that make the business continue to be available today is selling online with the sale.

Keywords: Independent Bookstore; Administration; Management

บทนำ

การอ่านเป็นรากฐานแห่งปัญญา เป็นทักษะที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อการศึกษาค้นคว้าความรู้และพัฒนาชีวิต นอกจากนี้จะทำให้เกิดความรู้แล้วยังก่อให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลิน มีความสำคัญต่อชีวิตมนุษย์ตั้งแต่เกิดจนเติบโต ซึ่งในปัจจุบันการอ่านหนังสือของคนไทยเป็นไปในทางที่ดี โดยจากสถิติพฤติกรรมการอ่านของคนไทยในรอบ 10 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2551-2559 นั้น มีสถิติการอ่านเพิ่มมากขึ้น โดยมีสถิติการอ่านที่ 66 นาทีต่อวัน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ และ TK Park, 2559) ดังแสดงในภาพที่ 1.1 ทำให้ภาครัฐบาลตระหนักและสนับสนุนการอ่านอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียน อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตและมีคุณภาพ



ภาพที่ 1.1 สถิติพฤติกรรมการอ่านของคนไทยในรอบ 10 ปี

ที่มา: <https://thaipublica.org/2016/04/print-10/>

จากสถิติการอ่านหนังสือที่เพิ่มขึ้นของคนไทยข้างต้น กลับสวนทางกับสถานการณ์ธุรกิจร้านหนังสือในประเทศไทยในปัจจุบัน ที่มียอดขายตกและลดสาขาร้านหนังสือลง (The Matter, 2559) อันเนื่องมาจากคนไทยบางส่วนหันมาอ่าน e-book มากขึ้น แต่หนังสือเล่มก็ยังเป็นช่องทาง การอ่านหลัก ร้านหนังสือยังทำหน้าที่เป็นผู้ 'แนะนำ' หนังสือออกใหม่สู่ผู้อ่านด้วย ผลการสำรวจพฤติกรรมของนักอ่านไทย โดยสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย

ระบุว่ามือนักอ่านกว่า 63% ที่ทราบข่าวหนังสือออกใหม่จากร้านหนังสือ ในขณะที่มีเพียง 24% เท่านั้นที่ระบุว่ารู้ข่าวหนังสือออกใหม่จากโซเชียลมีเดีย และอีกเพียง 12% ที่อ้างอิงจากสัปดาห์หนังสืออิสระแห่งชาติที่มีทั้งหมด 5 ครั้ง ตั้งแต่ พ.ศ. 2556 – 2560 ดังแสดงในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 แสดงสถิติจำนวนร้านหนังสืออิสระที่เข้าร่วมในงาน สัปดาห์หนังสืออิสระแห่งชาติ ตั้งแต่ พ.ศ. 2556-2560

ครั้งที่	ช่วงเวลาจัดงาน	จำนวนร้านหนังสือที่เข้าร่วมทั่วประเทศ (ร้าน)	จำนวนร้านหนังสือในกรุงเทพฯ (ร้าน)
1	22-29 มิถุนายน 2556	15	5
2	21-29 มิถุนายน 2557	41	8
3	20-28 มิถุนายน 2558	55	19
4	17-26 มิถุนายน 2559	30	10
5	24 มิถุนายน -2 กรกฎาคม 2560	37	9

ด้วยที่มาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น ร้านหนังสืออิสระที่เติบโตขึ้นในปัจจุบันจึงมีความน่าสนใจในการศึกษาถึงการบริหารและการจัดการร้านอย่างไรให้ยังสามารถยืนหยัดไปกับทิศทางการอ่านหนังสือในปัจจุบันได้ นอกจากกลยุทธ์ที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังมีแนวทางด้านใดบ้างที่สามารถสร้างให้ร้านหนังสืออิสระเป็นที่ยอมรับ ดึงดูดผู้คนให้เข้าหาได้ โดยมุ่งการศึกษาจากสถานที่จริง ซึ่งเป็นร้านหนังสืออิสระที่เป็นที่รู้จัก เป็นที่นิยม และมีการจัดการที่ยังดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในปัจจุบันเป็นกรณีศึกษาด้านการบริหารและการจัดการร้าน เพื่อเป็นแนวทางการจัดการการออกแบบร้านหนังสืออิสระกับทิศทางในอนาคต

วัตถุประสงค์ของบทความ:

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการร้านหนังสืออิสระในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบการบริหารจัดการร้านหนังสืออิสระในเขตกรุงเทพมหานคร

นิยามและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

ร้านหนังสือ หมายถึง ร้านที่จำหน่ายหนังสือประเภทต่าง ๆ ที่มีลิขสิทธิ์มาจากในประเทศและต่างประเทศ โดยร้านหนังสือนั้นอาจแบ่งเป็นในหลากหลายประเภทเช่น ร้านที่จำหน่ายหนังสือใหม่และหนังสือเก่า ร้านที่จำหน่ายหนังสือในประเทศและหนังสือต่างประเทศ ฯลฯ

ร้านหนังสืออิสระ หมายถึง ร้านหนังสือที่ไม่ได้มีการจัดการจากส่วนกลาง ร้านที่ไม่มีค่าเช่า ไม่มีสังกัด และทำด้วยความตั้งใจเพื่อส่งเสริมให้คนรักการอ่าน (สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ, 2548)

ร้านหนังสืออิสระ เป็นร้านที่มีเอกลักษณ์ มีความเป็นตัวของตัวเอง สามารถกำหนดรูปแบบของร้านให้สอดคล้องกับนักอ่านและความต้องการของท้องถิ่นนั้นๆ ได้ ทั้งนักอ่านในชุมชนเองก็มีส่วนร่วมกำหนดบทบาทหน้าที่ของร้านมากไปกว่าการเป็นสถานที่ซื้อขายหนังสือ (สิรินันท์ ห่อหุ้ม, 2556)

แนวคิดและความหมายของการบริหารและการจัดการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545: 18-19) รวบรวมความหมายของ “การบริหารจัดการ” และ “การจัดการ” ได้ดังนี้

1. การบริหาร (Administration) จะใช้ในการบริหารระดับสูง โดยเน้นที่การกำหนดนโยบายที่สำคัญและการกำหนดแผนของผู้บริหารระดับสูง เป็นคำนิยมใช้ในการบริหารรัฐกิจ (Public administration) หรือใช้ในหน่วยงานราชการ คำว่า ผู้บริหาร (Administrator) หมายถึง ผู้บริหารที่อยู่ในองค์กรของรัฐ หรือองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร การบริหาร ออกกลุ่มของกิจกรรมประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การสั่งการ (Leading/Directing) หรือการอำนวยความสะดวกและควบคุม (Controlling) ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทรัพยากรขององค์กร เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์และสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลครบถ้วน

2. การจัดการ (Management) เป็นการเน้นการปฏิบัติการให้เป็นไปตามนโยบายหรือแผนที่วางไว้ ซึ่งนิยมใช้ในการจัดการธุรกิจ (Business management) ส่วนผู้จัดการ (Manager) หมายถึงบุคคลในองค์กร ที่รับผิดชอบต่อกิจกรรมในการบริหารทรัพยากรและกิจการงานอื่นๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient) หมายถึง การใช้ทรัพยากรได้อย่างเฉลียวฉลาดและคุ้มค่า (Cost-effective) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective) หมายถึง การตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง (Right decision) และสามารถปฏิบัติการสำเร็จตามที่กำหนดไว้ ดังนั้น ผลสำเร็จของการบริหารจัดการจึงจำเป็นต้องมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลควบคู่ไป

ความสำคัญของการบริหารจัดการ (Management)

1. การบริหารจัดการสามารถประยุกต์ใช้กับองค์กรใดองค์กรหนึ่งได้
2. เป้าหมายของผู้บริหารทุกคนคือ การสร้างกำไร

3. การบริหารจัดการเกี่ยวกับการเพิ่มผลผลิต (Productivity) โดยมีมุ่งสู่ประสิทธิภาพ (Efficientcy) เป็นวิธีการใช้ทรัพยากรโดยประหยัดที่สุด และประสิทธิผล (Effectiveness) การบรรลุเป้าหมายคือประโยชน์สูงสุด

4. การบริหารจัดการสามารถนำมาใช้สำหรับผู้บริหารในทุกระดับชั้นขององค์กร
ทรัพยากรทางการบริหาร (Managemet resources) ได้แก่ 4M's ดังนี้

1. คน (Man) เป็นการวิเคราะห์เพื่อหาปริมาณคุณภาพ เกี่ยวกับความเพียงพอของบุคลากรรวมถึงพัฒนาบุคลากร ขวัญกำลังใจ ความก้าวหน้า ความรู้ความสามารถและทักษะของบุคลากร ฯลฯ

2. เงิน (Money) เป็นการวิเคราะห์เพื่อหาปริมาณต้นทุนที่ต้องใช้จ่ายในการลงทุนเพื่อใช้ในการจัดซื้อจัดจ้าง อุปกรณ์เครื่องใช้ที่จำเป็นในด้านต่างๆ ในการประกอบธุรกิจ

3. วัสดุดิบ (Material) เป็นการวิเคราะห์ในเรื่องความเพียงพอของวัสดุครุภัณฑ์คุณภาพของสื่อ การใช้และการบำรุงรักษาสื่อ ฯลฯ

4. วิธีการ/จัดการ (MehodManagement) วิเคราะห์เรื่องระบบการจัดการ การมีส่วนร่วมของบุคลากร การกระจายอำนาจ ฯลฯ

องค์ประกอบของการบริหารจัดการ

1. เป้าหมาย (Goal) หรือวัตถุประสงค์ในการบริหารองค์กร
2. ปัจจัยการบริหาร (Factor of Management) ได้แก่ คน เงิน วัสดุ เทคนิควิธีการ เครื่องจักร การตลาด และ อื่นๆ

3. ลักษณะการบริหาร (Management style) ได้แก่ ผู้นำแบบประชาธิปไตย ผู้นำแบบเผด็จการ และผู้นำปล่อยอิสระ

วิธีดำเนินการวิจัย

แบ่งวิธีวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ดังแสดงในภาพที่ 1.2 ได้แก่

ส่วนที่ 1 การสำรวจกรณีศึกษา เพื่อหาตัวแทนสำหรับการวิจัย โดยได้กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากร้านหนังสืออิสระที่มีอยู่ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling) ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) สำรวจร้านหนังสืออิสระในเขตกรุงเทพมหานครเบื้องต้น โดยศึกษาจากบทความออนไลน์และเว็บไซต์ทั้งหมด 8 เว็บไซต์² ที่มีการเขียนถึงร้านหนังสืออิสระในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการสำรวจมีทั้งหมด 17 ร้าน

2) เกณฑ์การเลือกกรณีศึกษาจาก 17 ร้าน ได้แก่ 1) เวลาในการทำกร 2) ลักษณะอาคาร 3) พื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในร้าน ที่มีความใกล้เคียงกัน

3) รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น วิเคราะห์ เปรียบเทียบข้อมูลกรณีศึกษา

4) เลือกกรณีศึกษาตามเกณฑ์ที่กำหนด ทั้งหมด 4 ร้าน ได้แก่ Book & Belonging Dasa book&cafe Fathom bookspace และ Zombie books ซึ่งมีความใกล้เคียงกันมากที่สุด

ส่วนที่ 2 การเก็บข้อมูล โดยการลงพื้นที่สำรวจสถานที่จริง ด้วยการเก็บภาพพื้นที่ต่างๆ การสัมภาษณ์ผู้จัดการร้าน ดังนี้ คุณกิตติพล สวัสดิ์คานนท์ ผู้จัดการร้าน Book & belonging คุณภัทรอนงค์ สิริพิพัฒน์ และ คุณชนิษฐา ธรรมปัญญา ผู้จัดการร้าน Fathom bookspace คุณยุพเรศ เจริญมา และ คุณพัชแพร ปันใจ ผู้จัดการร้าน Dasa book&café และ คุณรศมน รอดสุด ผู้จัดการร้าน Zombie books

ส่วนที่ 3 รวบรวมข้อมูล รวบรวมผลการศึกษาของกรณีศึกษา ทำการเปรียบเทียบในประเด็นด้านการบริหารจัดการร้านหนังสืออิสระ



ภาพที่ 1.2 แสดงขั้นตอนในการวิจัยทั้ง 3 ส่วน

ผลการวิจัย:

² ที่มา 8 บทความร้านหนังสืออิสระออนไลน์ <https://www.soimilk.com/city-living>, www.baanlaesuan.com/64164/design/living-lifestyle, <https://lifestyle.campus-star.com>, <https://spiceee.net/th/articles/>, <https://rabbitfinance.com>, <https://readthecloud.co>, <https://www.dek-d.com/writer>, <http://www.gqthailand.com>

- **ด้านการจัดการร้านหนังสืออิสระ** ดังแสดงในตาราง 1.2

จากการศึกษาการจัดการร้านหนังสืออิสระในเขตกรุงเทพมหานครทั้งหมด 4 ร้าน พบว่า **ด้านคน (Man)** ทุกร้านมีการบริหารจัดการด้วยตนเองทุกขั้นตอน และมีจำนวนพนักงานน้อยประมาณ 4-6 คน ทำให้การจัดการง่ายและเข้าถึงทุกปัญหาได้ การบริหารจัดการด้วยตนเองสามารถวางแผนการจัดการร้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective) และสามารถตัดสินใจได้ (Right decision) ซึ่งเป็นส่วนที่ทำให้ร้านหนังสืออิสระสามารถดำเนินต่อไปได้ในปัจจุบัน เพราะสามารถกำหนดทิศทาง ปรับเปลี่ยนแผน ให้สอดคล้องกับปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาได้ดี

ด้านเงิน (Money) และ **วิธีการ/จัดการ (Method Management)** เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ร้านหนังสืออิสระอยู่ได้ในปัจจุบัน โดยทั้ง 4 ร้าน จะมีการขายหนังสือออนไลน์เพิ่มเข้ามา ทำให้มียอดขายเพิ่มจากหน้าร้าน ดังตารางที่ 1.2 โดยแต่ละร้านมีกลยุทธ์การให้บริการจากการสร้างกิจกรรม การจัดสัมมนาตามหัวข้อที่ทางร้านจัดขึ้น การให้พื้นที่ในการทำกิจกรรมของลูกค้า เช่น พื้นที่บอร์ดเกม พื้นที่นั่งทานกาแฟ พื้นที่อ่านหนังสือ เป็นต้น ซึ่งเป็นจุดขายของร้านหนังสืออิสระที่น่าสนใจและดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ

ด้านวัตถุดิบ (Material) ทั้ง 4 ร้านมีการเก็บข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์เป็นหลัก และการสร้างพื้นที่กิจกรรมหรือสัมมนา ทางร้านจะเป็นผู้จัดการหาอุปกรณ์ที่เพียงพอและเหมาะสมกับกิจกรรมนั้นๆ ไว้ เป็นรูปแบบการบริการที่เอื้ออำนวยความสะดวกสบายให้กับลูกค้า

- **การเปรียบเทียบการจัดการร้านหนังสืออิสระ**

จากการรวบรวมข้อมูลมีหัวข้อที่นำมาเปรียบเทียบ ดังตารางที่ 1.2 ได้แก่ ที่ตั้ง เวลาทำการ ลักษณะอาคาร พื้นที่ใช้สอยภายในอาคาร กิจกรรมในร้าน บุคลากร/พนักงาน ประเภทลูกค้า ประเภทหนังสือ รูปแบบการขาย รูปแบบการให้บริการ และยอดขาย ดังต่อไปนี้

- **การเปรียบเทียบลักษณะอาคาร** โดยทั้ง 4 ร้าน เป็นอาคารตึกแถว 1 คูหา 3-4 ชั้น มี 3 ร้านที่เปิดทุกวัน ได้แก่ Book & Belonging Dasa book&cafe และ Zombie Books ส่วน Fathom bookspace ปิดทำการทุกวันพุธ เวลาในการให้บริการช่วง 9.00 - 20.30 น. มีเพียงร้านเดียวที่เปิด 24.00 น. คือร้าน Zombie Books

- **การเปรียบเทียบพื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในร้าน** โดยพื้นที่ที่มีเหมือนกันทั้ง 4 ร้าน ได้แก่ พื้นที่อ่านหนังสือ พื้นที่ทำเครื่องดื่ม แคชเชียร์ และพื้นที่ชั้นวางหนังสือ และในส่วนเสริมที่มีเพิ่มขึ้นมาที่จะมีร้าน Book & Belonging ร้าน Fathom bookspace และ ร้าน Zombie Books ซึ่งมีพื้นที่รองรับกิจกรรมให้ลูกค้า เช่น พื้นที่สัมมนา พื้นที่จัดกิจกรรม พื้นที่ประชุม เป็นต้น โดย

กิจกรรมร้าน Fathom bookspace จะมีความหลากหลายมากที่สุด เนื่องจากเป็นร้านที่ปรับเปลี่ยนกิจกรรมตามธีมที่ทางร้านจัดขึ้นทุกๆ 2-3 เดือน

- การเปรียบเทียบด้านบุคลากร/พนักงาน โดยรวมมีพนักงาน 3-6 คน ซึ่งผู้จัดการร้านจะดูแลร้านเองทั้งหมด มีทั้งพนักงานประจำ (Full time) และไม่ประจำ (Part time) โดยร้าน Zombie books ร้านเดียวที่ไม่มีพนักงาน Part time จะเห็นว่าแต่ละร้านใช้ทรัพยากรบุคคลให้คุ้มค่า และเลือกใช้พนักงาน Part time ในช่วงวันเสาร์ อาทิตย์ เท่านั้น ซึ่งเป็นวันหยุดที่จะมีปริมาณลูกค้าเข้ามาร้านมากกว่าวันธรรมดา

- การเปรียบเทียบรูปแบบการให้บริการ การขาย และยอดขาย โดยยอดขายทั้ง 4 ร้านเหมือนกันคือ มียอดขายออนไลน์เพิ่มมากขึ้น โดยที่ยอดขายหน้าร้านยังคงเดิม ทำให้ต้องให้ความสำคัญกับการบริการขายออนไลน์มากขึ้น ซึ่งถือเป็นรูปแบบการบริการที่ทุกร้านต้องปรับเปลี่ยนตามพฤติกรรมลูกค้า ส่วนรูปแบบการขายที่น่าสนใจอย่างหนึ่งของร้าน Dasa book&café คือ หนังสือมาขายคืนได้ (Tread back) หรือนำเล่มเก่ามาเปลี่ยนเล่มใหม่ได้ นอกจากนี้การนำกิจกรรมหรือจัดกิจกรรมภายในร้าน ก็เป็นการสร้างทั้งสีสัน สร้างการเรียนรู้รูปแบบใหม่ สร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้ารายใหม่เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้แนวทางในอนาคตจะมีการนำระบบสมาชิกมาใช้ เพื่อเพิ่มช่องทางการให้บริการมากขึ้น

ตารางที่ 1.2 รายละเอียดการเปรียบเทียบด้านการจัดการร้านหนังสืออิสระทั้ง 4 ร้าน

หัวข้อ	Book & Belonging	Dasa book&cafe	Fathom bookspace	Zombie Books
ที่ตั้ง	2281 สุขุมวิท91 แขวงบางจาก เขต พระโขนง	714/4 ถนน สุขุมวิท แขวง คลองตัน เขต คลองเตย	572/3 ซอยสวนพลู (สาทร 3) ตรงข้าม สน.ทุ่งมหาเมฆ	21/118 อาคาร D โครงการ RCA ซอย ศูนย์วิจัย ถ.พระราม เก้า แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง
เวลาทำการ	เปิดทุกวัน เวลา 09.00-19.00 น.	เปิดทุกวัน เวลา 10.00 – 20.00 น.	เปิดวันอังคาร-วัน พฤหัสฯ เวลา 10.00 – 20.30 น.	เปิดทุกวัน เวลา 08.00-24.00 น.
หัวข้อ	Book & Belonging	Dasa book&cafe	Fathom bookspace	Zombie Books
ลักษณะอาคาร	ตึกแถว 1 คูหา 3 ชั้น	ตึกแถว 1 คูหา 3 ชั้น	ตึกแถว 1 คูหา 3 ชั้นครึ่ง	ตึกแถว 1 คูหา 4 ชั้น ครึ่ง
พื้นที่ใช้สอย	-ชั้นวางหนังสือ	-พื้นที่ทำเครื่องดื่ม	-พื้นที่ทำเครื่องดื่ม	-พื้นที่ชั้นวางหนังสือ

หัวข้อ	Book & Belonging	Dasa book&cafe	Fathom bookspace	Zombie Books
ภายใน	-พื้นที่ทำเครื่องดื่ม และ Cashier -พื้นที่ทำงาน -พื้นที่นั่งอ่านหนังสือ -ห้องครัวและพื้นที่ ทานข้าว -ห้องน้ำ -สำนักงาน -Store	และ Cashier -Store -พื้นที่โต๊ะอ่าน หนังสือ -พื้นที่ชั้นวางหนังสือ -ห้องน้ำ -พื้นที่ชั้นวางหนังสือ และเก็บหนังสือ -พื้นที่ชั้นวางหนังสือ และเก็บหนังสือ	และ Cashier -Store -ที่นั่งอ่านหนังสือ และดื่มเครื่องดื่ม -พื้นที่ชั้นวาง หนังสือ -พื้นที่ครัว ชั้นลอย -พื้นที่นั่งอ่าน หนังสือและทำ กิจกรรม -ห้องกิจกรรม -ห้องน้ำ -ห้องกิจกรรม -ห้องน้ำ	-ที่นั่งอ่านหนังสือ และดื่มเครื่องดื่ม -พื้นที่ทำงาน - Cashier -Store ชั้นลอย -พื้นที่นั่งอ่าน หนังสือ นั่งดื่ม เครื่องดื่ม -พื้นที่นั่งอ่าน หนังสือและทำ กิจกรรม -ห้องประชุม -พื้นที่จัดปาร์ตี้ -พื้นที่ให้เช่าทำ กิจกรรม -พื้นที่เล่นบิงปอง -ห้องซ้อมดนตรี
กิจกรรมในร้าน	-การสัมมนา การ เสวนา -Reading group -ฉายหนัง -กิจกรรมตามคอน เสิร์ต	-การขายโปสการ์ด จากศิลปินต่างชาติ -จัดแคมเปญตาม กิจกรรมทางสังคม บ้าง	-เป็นกิจกรรม ตามธีมที่ร้านตั้งขึ้น จัดธีมทุก 2 เดือน -ศิลปะทุกแขนง ตามเหมาะสม -กิจกรรมการเรียนรู้ ตัวเองและผู้อื่น -การศึกษา เสวนา สัมมนา -กิจกรรมแม่และ เด็ก	-การจัดบอร์ดเกม -บิงปอง/ห้องซ้อม ดนตรี
บุคลากร/ พนักงาน	-ผู้จัดการร้าน 2 -พนักงาน fulltime 2 -พนักงาน part-time (เสาร์-อาทิตย์) 2 รวม 6 คน	-ผู้จัดการร้าน 1 -พนักงาน fulltime 3 -พนักงาน part-time (เสาร์-อาทิตย์) 2 รวม 6 คน	-ผู้จัดการร้าน/ เจ้าของร้าน 2 -ผู้ช่วย part-time 1 รวมทั้งหมด 3 คน	-ผู้จัดการร้าน 1 -กราฟฟิก 1 -ทำเครื่องดื่มและ สถานที่ 1 -เขียนรีวิวหนังสือ 1

หัวข้อ	Book & Belonging	Dasa book&cafe	Fathom bookspace	Zombie Books
				-จัดการทั่วไป เขียน รีวิวหนังสือ 1 รวมทั้งหมด 5 คน
ประเภทลูกค้า	-ส่วนใหญ่ ชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยว -รองลงมาคนไทย	- นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ -กลุ่มต่างชาติ ตะวันตกเกษียณอายุ -วัยรุ่นไทย	-ส่วนใหญ่คนไทย -กลุ่มวัยรุ่น วัย ทำงาน -กลุ่มนักเคลื่อนไหว ทางสังคม -กลุ่มพ่อแม่ กิจกรรมครอบครัว และเด็ก	-วัยรุ่น วัยทำงาน -นักอ่านทั่วไป
ประเภทหนังสือ	-เป็นหนังสือมือหนึ่ง และมือสอง -หนังสือหายาก -วรรณกรรมแปล -หนังสือตามเทรนด์ทั้ง ในไทยและ ต่างประเทศ ที่ได้รับ ความนิยม	-ส่วนใหญ่หนังสือ ต่างประเทศ รองลงมาหนังสือไทย -หนังสือมือสอง -ประเภทวรรณกรรม แปล ท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ อัตชีวประวัติ	-วรรณกรรม -ประวัติศาสตร์ -สังคม การเมือง -การศึกษา -ครอบครัว เด็กและ เยาวชน	-ส่วนใหญ่เป็น วรรณกรรม -สารคดี -การเมือง -ประวัติศาสตร์ -How to?
รูปแบบการ ให้บริการ	-ด้านการขายหนังสือ ให้บริการในส่วนหน้า ร้านและขายออนไลน์ พร้อมจัดส่งทาง ไปรษณีย์ -จัดกิจกรรมต่างๆ ตามหัวข้อที่น่าสนใจ	-มีพื้นที่ให้นั่งอ่าน หนังสือแต่ไม่ อนุญาตให้นั่งทำงาน -ลูกค้าสามารถนำ หนังสือมาขายคืนได้ (Tread back) หรือ นำเล่มเก่ามาเปลี่ยน	-ให้บริการพื้นที่นั่ง ทำงาน นั่งอ่าน หนังสือหรือดื่มน้ำ -ให้บริการเช่าพื้นที่ ในการจัดกิจกรรม ต่างๆ -จำหน่ายเครื่องดื่ม	-จำหน่ายหนังสือทั้ง ในส่วนหน้าร้านและ ออนไลน์
	เช่น การเสวนา Reading group -ขายหนังสือตามธีม -ขายเครื่องดื่ม และ อ่านหนังสือ	เล่มใหม่ได้ ภายใน ระยะเวลา 6 เดือน -หนังสือส่วนหน้า ร้านและออนไลน์ -ขายเครื่องดื่ม	ชา กาแฟ -จัดกิจกรรมให้ ลูกค้าร่วมตามธี มของแต่ครั้งทุกๆ 2 เดือน	
รูปแบบการขาย	-ขายหน้าร้าน -ขายออนไลน์	-ขายหน้าร้าน หนังสือมาขายคืนได้	-ขายหน้าร้าน -ขายออนไลน์	-ขายหน้าร้าน -ขายออนไลน์

หัวข้อ	Book & Belonging	Dasa book&cafe	Fathom bookspace	Zombie Books
		-ขายออนไลน์		
ยอดขาย	หน้าร้านเท่ากับออนไลน์	หน้าร้านขายได้ดีกว่าออนไลน์	หน้าร้านขายได้ดีกว่าออนไลน์	ออนไลน์ / หน้าร้าน ยอดขายในแต่ละสัปดาห์แตกต่างกัน



(ก)



(ข)



(ค)



(ง)

ภาพที่ 1.3 (ก) บรรณาคาเฟ่ร้าน Book & Belonging (20 มกราคม 2561) (ข) บรรณาคาเฟ่ร้าน Dasa book&café (ค) บรรณาคาเฟ่ร้าน Fathom bookspace (8 มิถุนายน 2561) และ (ง) บรรณาคาเฟ่ร้าน Zombie Books (9 มิถุนายน 2561)

สรุปผลการศึกษาและอภิปราย

การจัดการร้านหนังสืออิสระที่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในปัจจุบันนั้น ต้องอาศัยการดูแลจัดการด้วยเจ้าของร้านเองจึงจะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นการเข้าถึงข้อมูล ทราบปัญหาและสามารถแก้ปัญหาได้อย่างตรงประเด็น รวมถึงการปรับแผน กลยุทธ์ในการให้บริการที่ตอบสนองต่อคนยุคปัจจุบันได้อย่างทันสมัย ใช้ทรัพยากรบุคคลอย่างคุ้มค่า และเหมาะสมกับขนาดร้านและรูปแบบธุรกิจที่ต้องอาศัยการให้ข้อมูล การใส่ใจ แนะนำหนังสือหรือนำเสนอกิจกรรมต่างๆ กับลูกค้าได้ โดยทั้ง 4 ร้าน จะเห็นได้ว่า ไม่ได้ขายหนังสือเพียงอย่างเดียว

เพราะมีการผสมผสานกิจกรรมเข้ามาสร้างความน่าสนใจให้กับร้าน ตั้งแต่การมีพื้นที่อ่านหนังสือ ขายเครื่องดื่ม พื้นที่กิจกรรม นันทนาการ หรือพื้นที่เสวนา สัมมนา ให้ผู้คนได้มีกิจกรรมร่วมกัน มีปฏิสัมพันธ์จากการร่วมกิจกรรม สามารถดึงผู้คนที่มีความสนใจเรื่องเดียวกันหรือกิจกรรมที่ หลากหลายก็สามารถเชื่อมโยงคนที่หลากหลายเข้าด้วยกันได้ เพราะร้านหนังสืออิสระไม่ได้เป็น เพียงร้านขายหนังสือเพียงอย่างเดียว ดังที่ Richard Booth ได้กล่าวไว้ว่า “ร้านที่ประสบความสำเร็จที่สุดคือร้านที่ไม่ได้แค่ขายหนังสืออย่างเดียว แต่เป็นสำนักพิมพ์หรือศิลปินหรือนัก ออกแบบ ซึ่งหนังสือแค่เป็นหนึ่งในนั้น ขนาดนักอ่านคนหนึ่งซื้อหนังสือตัวงาก็คงต้องอยากทำอย่าง อื่นบ้าง และนั่นก็คือจุดที่องค์ประกอบด้านความสวยงาม (ด้านสถานที่) จะตามมา”

สิ่งสำคัญในการบริหารจัดการร้านหนังสือในปัจจุบัน คือ การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์หรือแผน ในการให้บริการที่ทันยุคทันสมัย สามารถตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตของคนปัจจุบันได้ทันเวลา มีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการเพื่อสร้างโอกาสหรือยอดการขายที่เพิ่มมากขึ้น จากการศึกษา ดังกล่าวที่มียอดขายออนไลน์เพิ่มมากขึ้น และในขณะเดียวกันยอดขายหน้าร้านก็ยังคงที่ปกติ นั่น แสดงให้เห็นถึงช่องทางการขายที่ไม่ใช่หน้าร้านเพียงอย่างเดียว การดูแลลูกค้าในสื่อสังคม ออนไลน์ เช่น Facebook Instagram Twitter ฯลฯ เป็นช่องทางติดต่อและเข้าถึงลูกค้าได้อย่าง ใกล้ชิด ซึ่งเป็นรูปแบบพฤติกรรมของคนปัจจุบันที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว

ข้อเสนอแนะ

- จากการศึกษข้างต้น ยังขาดการศึกษาอิทธิพลของ Facebook Instagram Twitter ที่เป็น ช่องทางการติดต่อระหว่างร้านและลูกค้า ว่ามีรูปแบบหรือแนวทางในการโปรโมตขายหนังสือควร เป็นไปในรูปแบบใด จึงได้ประสิทธิผลต่อยอดขายมากที่สุด
- เพิ่มเติมการศึกษารูปแบบการตกแต่งภายในร้าน ว่ามีผลต่อการดึงดูดลูกค้าได้มากน้อย เพียงใด

เอกสารอ้างอิง

กิตติพล สรัคคานนท์. ผู้จัดการร้าน Book & belonging. สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2561.

ภาษิณี ปานน้อย. (2558). ร้านหนังสืออิสระ : ความเชื่อ ความฝัน และการอ่าน. วารสารมนุษย-สังคมปริทัศน์, 17(2), 57-65.

ภัทรอนงค์ สิริพิพัฒน์ และ ชนิษฐา ธรรมปัญญา. ผู้จัดการร้าน Fathom bookspace. สัมภาษณ์, 8 มิถุนายน 2561.

ยุพเรศ เจริญมา และ พัดแพร ปิ่นใจ. ผู้จัดการร้าน Dasa book&cafe. สัมภาษณ์, 8 มิถุนายน 2561.

รศมน รอดสุด. ผู้จัดการร้าน Zombie books. สัมภาษณ์, 9 มิถุนายน 2560.

สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ. (2548). **ร้านหนังสืออิสระ ร้านหนังสือในฝัน การตลาด เพื่อสังคมและพื้นที่สาธารณะ.** ค้นข้อมูล 15 กันยายน 2560,
จาก <http://resource.thaihealth.or.th/library/11605>

สิรินันท์ ห่อหุ้ม. (2556). **สัปดาห์ร้านหนังสืออิสระ ความมุ่งมั่นของคนตัวเล็ก.** ค้นข้อมูล
15 กันยายน 2560, จาก <http://hs.pbru.ac.th/phocadownloadpap/>

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). **ทฤษฎีองค์กร.** กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

Richard Booth. กรณีศึกษา **“ร้านหนังสืออิสระ” : เปลี่ยนเมืองขนาดเล็กให้เป็น “เมืองหนังสือ” ที่สร้างมนตร์ขลังให้ชุมชน.** [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2561.
จาก <https://www.thepaperless.co>.

บรรยากาศองค์การกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน: กรณีศึกษาข้าราชการกอง 9
ที่ปฏิบัติงานในที่ตั้ง ณ ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

Organization al Climate and Organizational Effectiveness:
A Case Study of Division 9 Officials Who Working on Location
At Armed Forces Security Center Royal Thai Armed Forces

เจนจิรา อาลี (Janejira Arlee)¹

เฉลิม เกิดโมลี (Chalerm Gerdmoli)²

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา บรรยากาศองค์การกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน: กรณีศึกษาข้าราชการกอง 9 ที่ปฏิบัติงานในที่ตั้ง ณ ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย จำนวน 83 คน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหพันธ์ของเพียร์สัน พบว่าบรรยากาศองค์การมีสหสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 สามารถเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการใช้อำนาจและอิทธิพลในองค์การ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และด้านการติดต่อสื่อสารภายในองค์การ

คำสำคัญ: บรรยากาศองค์การ/ ประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

Abstract

The purposes of this article were to investigate the relationship between organization climate and organizational effectiveness of division 9 officials Who Working on Location at Armed Forces Security Center Royal Thai Armed Forces. The samples were 83 respondents. The results showed that the statistically significant association between organizational climate and organizational effectiveness of division 9 officials. These factors including: power and influence in the organization, participation in decision making and communication within the organization.

Keyword: Organization Climate/ Organizational Effectiveness

บทนำ

ทรัพยากรมนุษย์ จัดเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดและเป็นทรัพยากรหลักขององค์การ การที่องค์การจะอยู่รอดและสามารถแข่งขันในตลาดได้ ดังนั้นในการบริหารงานบุคคล ผู้บริหาร

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

²อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

จะต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมการทำงาน
ของพนักงานให้มีแรงจูงใจในการทำงาน ระบบราชการเป็นระบบที่ให้ความสำคัญกับลำดับชั้นของ
การบังคับบัญชา ต้องเคารพในระบบอาวุโสของการ นอกจากนี้การบริหารงานภาครัฐยึดโยงกับ
กฎหมายและระเบียบต่างๆ เป็นจำนวนมาก กฎระเบียบบางเรื่องเป็นอุปสรรคต่อการบริหารงาน
ภาครัฐและไม่ทันสมัย นอกจากนี้เทคโนโลยีต่างๆ ที่นำมาใช้ในระบบราชการยังขาดความ
ทันสมัย เมื่อเทียบกับการดำเนินงานของภาคเอกชน ทำให้ข้าราชการรุ่นใหม่ไม่สามารถแสดงศักยภาพ
ในการทำงานได้อย่างเต็มที่ ไม่ส่งเสริมคนเก่ง คนดี คนที่มีความรู้และความสามารถได้ใช้โอกาส
ในการแสดงศักยภาพการทำงานได้อย่างเต็มที่เท่าที่ควร ทำให้ข้าราชการไม่เกิดการพัฒนาและ
เกิดความเบื่อหน่าย

บรรยากาศองค์การ เป็นตัวแปรหนึ่งที่สำคัญต่อบุคลากร โดยบรรยากาศองค์การที่ดีจะทำให้
ผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้บุคลากรมีการทำงานที่ดีขึ้น แต่ในทางตรงกันข้าม
ถ้าบรรยากาศในองค์การไม่ดี ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการทำงานก็จะลดลง กอง 9 ๙ เป็นส่วนหนึ่ง
ในการปฏิบัติงานของศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ภารกิจหลักคือ การปฏิบัติงาน
ด้านข่าวกรองและการต่อต้านข่าวกรองทางการทหาร เกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อความมั่นคง
ของประเทศ แต่ปัจจุบันประสบปัญหาด้านบุคลากรเป็นอย่างมาก กล่าวคือ บุคลากรขององค์การ
มีอัตราการลาออกจางานเพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นเพราะอยู่วัยใกล้เกษียณและพร้อมลาออก
ตามโครงการเกษียณอายุราชการก่อนกำหนด แต่อีกส่วนหนึ่งมีการปรับย้ายไปปฏิบัติงาน
ยังองค์การอื่นจำนวนมาก

ด้วยเหตุนี้ กอง 9 ๙ เองต้องมีมาตรการในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว เพื่อดึงดูดบุคลากร
ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถที่ยังอยู่และไม่ได้ลาออกก่อนเวลา ให้ทำงานเพื่อองค์การต่อไป
ผู้ศึกษาคาดว่าองค์ประกอบของบรรยากาศองค์การจะมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน
ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเห็นความสำคัญและสนใจศึกษาเพื่อให้ทราบว่า บุคลากรของหน่วยงานกอง 9
ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย มีการรับรู้บรรยากาศองค์การมากน้อยเพียงใด
การรับรู้ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานหรือไม่ และการส่งเสริมประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน
องค์การควรให้เสริมสร้างหรือปรับปรุงบรรยากาศองค์การในเรื่องใด เพื่อเป็นแนวทางให้ กอง 9 ๙
เพิ่มการรับรู้บรรยากาศองค์การและเพื่อทำให้ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาบรรยากาศองค์การในการปฏิบัติงานของข้าราชการกอง 9 ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของข้าราชการกอง 9 ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์การกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของข้าราชการกอง 9 ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้จะใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรในการศึกษา คือ ข้าราชการกอง 9 ที่ปฏิบัติงานในที่ตั้ง ณ ศูนย์รักษาความปลอดภัยกองบัญชาการกองทัพไทย รวม 83 คน โดยใช้ประชากรทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่อบรรยายลักษณะตัวแปรต่างๆ ได้แก่ ค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และทดสอบสมมติฐาน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการบรรยากาศองค์การ จากการรวบรวมทบทวนแนวคิดวรรณกรรมต่าง ๆ สามารถสรุปได้ว่า บรรยากาศองค์การ หมายถึง การรับรู้ของบุคลากร หรือพนักงานภายในองค์การ ที่ตนปฏิบัติงานอยู่ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละองค์การ สมาชิกสามารถรับรู้ได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม และมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในองค์การของบุคลากรหรือพนักงาน ความสำคัญของบรรยากาศองค์การ องค์ประกอบของบรรยากาศองค์การ จะเป็นตัวบ่งชี้บอกลักษณะขององค์การ

ผู้ศึกษาได้ประยุกต์แนวคิดการแบ่งองค์ประกอบของบรรยากาศองค์การของ Likert and Likert (1976) โดยทำการปรับปรุงและเลือกเฉพาะองค์ประกอบที่เหมาะสมกับสภาพขององค์การที่ผู้ศึกษาปฏิบัติงานอยู่ 3 ด้าน ประกอบด้วย

1. ด้านการใช้อำนาจและอิทธิพลในองค์การ หมายถึง การที่ผู้บังคับบัญชาในองค์การ มีการบริหารงานอย่างเป็นระบบ มีความชัดเจนในสายการบังคับบัญชาและรวมถึงสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งหากผู้บริหารและพนักงานมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน พนักงานอาจคล้อยตามได้ง่ายและไม่ต่อต้านในการบริหารงาน

2. ด้านการติดต่อสื่อสารภายในองค์การ หมายถึง พนักงานรับรู้ความเป็นไปภายในหน่วยงาน เนื่องจากผู้บังคับบัญชามีการติดต่อสื่อสารอย่างเปิดเผย ให้พนักงานได้รับข่าวสารข้อมูลที่ถูกต้อง เพื่อให้มีผลการปฏิบัติงานที่ดี

3. ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ หมายถึง การที่พนักงานมีส่วนร่วมในการวางเป้าหมายในการทำงานหรือการตัดสินใจในเรื่องงาน โดยที่ผู้บังคับบัญชาเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นต่างๆ ร่วมด้วย

แนวคิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน จากการรวบรวมทบทวนแนวคิดวรรณกรรมต่างๆ สามารถสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน หมายถึง ความสามารถของพนักงานในการดำเนินการให้เกิดผลตามเป้าหมายขององค์กรและมีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าที่สุดด้วยการประเมินจากปัจจัยด้านคุณภาพผลงาน ปริมาณผลงาน และความตรงต่อเวลา

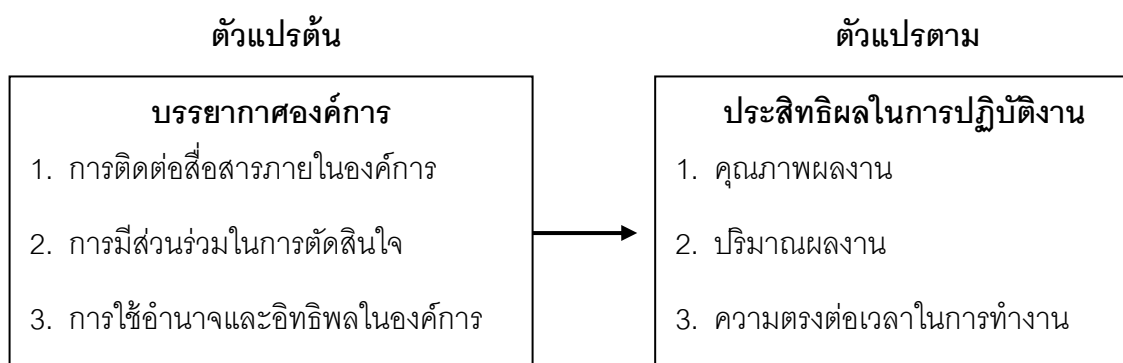
ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดในงานวิจัยของ Chemers and Ayman มาประยุกต์ใช้ โดยแบ่งองค์ประกอบของประสิทธิผลในการปฏิบัติงานเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย

1. คุณภาพผลงาน หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จ ล่วงตามระยะเวลาหรือมาตรฐานที่ตั้งไว้ คุณภาพของงานที่ทำเสร็จมีความถูกต้อง เรียบร้อย และสมบูรณ์ ครบถ้วนตามกำหนด

2. ปริมาณผลงาน หมายถึง จำนวนผลงานที่ทำสำเร็จเปรียบเทียบกับปริมาณงานที่กำหนดหรือปริมาณงานที่ควรจะทำได้ในเวลาหรือมาตรฐานที่ควรจะเป็น เช่น ผลการปฏิบัติงานที่ได้รับจากการปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งมีการกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงาน กำหนดความรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ของการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน เพื่อให้การปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

3. ความตรงต่อเวลาในการทำงาน หมายถึง ความสม่ำเสมอในการทำงานตลอดปี และการตรงต่อเวลา เช่น การมีข้อมูลพร้อมเพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจในปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ตามความต้องการ ซึ่งผู้บริหารต้องพิจารณาเปรียบเทียบประโยชน์ที่จะได้รับจากการรายงานที่ทันต่อเวลากับความเชื่อถือได้ของรายงานนั้น

กรอบแนวคิดในการศึกษา



บรรยากาศองค์การมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของข้าราชการกอง 9 ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

สมมติฐานย่อย

1. บรรยากาศองค์การด้านการติดต่อสื่อสารภายในองค์การ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของข้าราชการกอง 9 ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย
2. บรรยากาศองค์การด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของข้าราชการกอง 9 ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย
3. บรรยากาศองค์การด้านการใช้อำนาจและอิทธิพลในองค์การ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของข้าราชการกอง 9 ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า บรรยากาศองค์การของข้าราชการกอง 9 ๔ โดยรวมอยู่ระดับสูง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.81 (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของบรรยากาศองค์การ

บรรยากาศองค์การ	M	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการติดต่อสื่อสารภายในองค์การ	3.80	0.46	สูง
2. ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	3.70	0.54	สูง
3. ด้านการใช้อำนาจและอิทธิพลในองค์การ	3.93	0.60	สูง
รวม	3.81	0.48	สูง

ส่วนระดับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของข้าราชการกอง 9 ๔ โดยรวมอยู่ระดับสูง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.08 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

ประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน	M	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านคุณภาพผลงาน	4.10	0.52	สูง
2. ด้านปริมาณผลงาน	4.10	0.53	สูง
3. ด้านความตรงต่อเวลาในการทำงาน	4.06	0.58	สูง
รวม	4.08	0.50	สูง

ผู้ศึกษาได้ใช้สถิติสหสัมพันธ์ Correlation Analysis มาทดสอบเพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์การกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์การกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

ประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน	คุณภาพผลงาน	ปริมาณผลงาน	ความตรงต่อเวลาในการทำงาน	รวม
บรรยากาศองค์การ โดยรวม	.491	.597	.605	.612
1. การติดต่อสื่อสารภายในองค์การ	.380	.453	.509	.487
2. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	.395	.511	.523	.517
3. การใช้อำนาจและอิทธิพลในองค์การ	.539	.633	.598	.639

จากตารางที่ 3 สามารถสรุปได้ดังนี้

บรรยากาศองค์การ มีความสหสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = .612$)

บรรยากาศองค์การ ด้านการติดต่อสื่อสารภายในองค์การ มีความสหสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r = .487$)

บรรยากาศองค์การ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีความสหสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = .517$)

บรรยากาศองค์การ ด้านการใช้อำนาจและอิทธิพลในองค์การ มีความสหสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = .639$)

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 บรรยากาศองค์การมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของข้าราชการกอง 9๗	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2 บรรยากาศองค์การ ด้านการติดต่อสื่อสารภายในองค์การมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของข้าราชการกอง 9๗	ยอมรับ

สมมติฐานที่ 3 บรรยายภาคองค์การ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของข้าราชการกอง 9๙	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 4 บรรยายภาคองค์การ ด้านการใช้อำนาจและอิทธิพล ในองค์การมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของข้าราชการกอง 9๙	ยอมรับ

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า บรรยายภาคองค์การ มีความสหสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = .612$) สอดคล้องกับผลการศึกษาของชลชัย ศรีเมือง (2559) ชุติพร เพ็ชรศรี (2556) อิสรระ บุญญฤทธิ์ (2545) สามารถเรียงลำดับความสัมพันธ์ของบรรยายภาคแต่ละด้านกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานจากมากไปน้อยดังนี้

บรรยายภาคองค์การ ด้านการใช้อำนาจและอิทธิพลในองค์การ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีความสหสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง ($r = .639$) แสดงให้เห็นว่า กอง 9๙ มีบรรยายภาคองค์การที่ผู้บังคับบัญชามีการบริหารงานอย่างเป็นระบบ มีการกำหนดผู้ที่มีอำนาจบังคับบัญชาตัดสินใจในระดับต่างๆ ไว้อย่างชัดเจน ทั้งนี้การกำหนดดังกล่าวต้องพิจารณาจากความรู้ความสามารถในแต่ละด้านของผู้บังคับบัญชา เช่น ด้านการบริหารและด้านการข่าว ต้องแยกออกจากกัน เพื่อสะดวกแก่ผู้ปฏิบัติงานในการรับคำสั่งและตอบสนองความต้องการได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ผู้บังคับบัญชาแต่ละระดับสามารถติดตามตรวจสอบการปฏิบัติงานทุกชั้นตอนเพื่อให้งานบรรลุเป้าหมาย อีกทั้งมอบหมายงานให้ข้าราชการอย่างยุติธรรม ทำให้ผู้ปฏิบัติงานไม่รู้สึกว่าการลำเอียง สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาของกอง 9๙ มีลักษณะเป็นกันเอง ไม่บังคับใช้กฎระเบียบมากเกินไป มีการผ่อนผันตามสถานการณ์ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมเป็นหลัก นอกจากนี้กรณีมีปัญหาเกี่ยวกับงาน ข้าราชการกอง 9๙ สามารถสอบถามหรือปรึกษาผู้บังคับบัญชาได้ทั้งในและนอกเวลาทำงาน ลักษณะบรรยายภาคองค์การดังกล่าวมานั้น ล้วนแล้วแต่มีผลต่อประสิทธิผล ในการปฏิบัติงาน ด้านคุณภาพผลงาน ด้านปริมาณผลงาน ด้านความตรงต่อเวลา ทำให้ข้าราชการกอง 9๙ จึงมีผลการปฏิบัติงานที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการ และคำสั่งของผู้บังคับบัญชาได้อย่างถูกต้องสมบูรณ์ นอกจากนี้ข้าราชการฯ ยังมีความรู้สึกผ่อนคลายในการปฏิบัติงาน พร้อมเรียนรู้และพัฒนาการทำงาน กล้าที่จะเข้าหาผู้บังคับบัญชา เพื่อขอคำแนะนำและเสนอปัญหาหรือข้อขัดข้องในการทำงาน อีกทั้งเมื่อมีการทำงานที่ผิดพลาด พร้อมจะยอมรับและพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของอานนท์ ภาคมาลี (2559) กล่าวว่า ผู้บังคับบัญชามีส่วนสำคัญที่จะเลือกใช้อำนาจให้เหมาะสมกับผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์การ

พฤติกรรมของผู้บังคับบัญชาในการเลือกใช้อำนาจและอิทธิพลแบบใด ขึ้นอยู่กับอำนาจที่ผู้บังคับบัญชามี ซึ่งได้แก่ อำนาจโดยตำแหน่งส่วนตัวต่อผู้ใต้บังคับบัญชา นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของผู้บังคับบัญชา เช่น ความเชื่อมั่นในตนเอง การเลือกใช้อำนาจและอิทธิพลแบบใดจึงจะเหมาะสมนั้น ขึ้นอยู่กับตัวแปรสถานการณ์ เช่น ปฏิบัติการที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากผู้ใต้บังคับบัญชา เมื่อได้รับอิทธิพลจากอำนาจนั้น เช่น เกิดการยินยอมปฏิบัติตามหรือเกิดการต่อต้าน เป็นต้น

บรรยากาศองค์การ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r = .517$) แสดงให้เห็นว่า ข้าราชการกอง 9 ๔ มีส่วนร่วมในการวางแผนเป้าหมายในการทำงาน หรือการตัดสินใจในเรื่องงาน โดยผู้บังคับบัญชา เปิดโอกาสให้ได้แสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ทั้งในส่วนที่เป็นทางการ เช่น ในการประชุมหลังจากที่มีการชี้แจงจากผู้บังคับบัญชาในที่ประชุม ผู้บังคับบัญชายังเปิดโอกาสให้ข้าราชการที่มีข้อสงสัย สามารถสอบถามได้หรือแสดงความคิดเห็นได้ และในส่วนที่ไม่เป็นทางการ ผู้บังคับบัญชามักเข้าไป สอบถามหรือรับฟังปัญหาจากผู้ใต้บังคับบัญชาด้วยตนเอง หรือข้าราชการสามารถขออนุญาตเข้า พบเพื่อหารือเป็นการส่วนตัวเกี่ยวกับงานในหน้าที่รับผิดชอบ นอกจากนี้ในการตัดสินใจหรือสั่งการ เกี่ยวกับแนวทางการปฏิบัติงานกิจกรรม และมอบหมายภารกิจต่างๆ สามารถรับรู้ได้ว่าผู้บังคับบัญชา ใช้ข้อมูลที่ได้รับจากผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อประกอบการพิจารณา ไม่ตัดสินใจด้วยความคิดของตนเอง เป็นหลัก ส่งผลให้ทุกคำสั่งหรือทุกการตัดสินใจ ได้รับการยอมรับและข้าราชการยินดีที่จะปฏิบัติงาน ให้ดีที่สุด ซึ่งลักษณะบรรยากาศองค์การดังกล่าวมานั้น ล้วนแล้วแต่ มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ด้านคุณภาพผลงาน ด้านปริมาณผลงาน ด้านความตรงต่อเวลาในการทำงาน เนื่องจากการทำงานที่มี บรรยากาศที่ผ่อนคลายมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล การเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอระหว่าง ผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา ทำให้งานที่ออกมา มีความถูกต้อง ครบถ้วน โอกาสในการผิดพลาด เกิดขึ้นได้น้อยหรือหากเกิดขึ้นก็สามารถแก้ไขได้ทันที ทำให้ประสิทธิผลการทำงานของหน่วย โดยรวมอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับของผู้บังคับบัญชาระดับสูง สอดคล้องกับการศึกษาของอิสระ บุญญฤทธิ์ (2545) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำ สมรรถนะ บรรยากาศองค์การ และประสิทธิผลของหัวหน้างานระดับต้นในโรงงานอุตสาหกรรมแห่งหนึ่ง พบว่าบรรยากาศองค์การ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

สำหรับ บรรยากาศองค์การด้านการติดต่อสื่อสารภายในองค์การ มีความสัมพันธ์กับ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r = .487$) แสดงให้เห็นว่า ข้าราชการกอง 9 ๔ ได้รับข่าวสารข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนในระดับหนึ่ง หน่วยงานมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั้งแบบเอกสารแจ้งเวียนทราบ และการใช้เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสาร รวมทั้งมีการแจ้งเตือนจากเพื่อนร่วมงาน ทำให้สามารถทำงานเพื่อตอบสนองคำสั่งของ

ผู้บังคับบัญชาอย่างรวดเร็ว หากมีข้อสงสัยและกรณีไม่ชัดเจนในข้อมูลที่ได้รับสามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ ซึ่งลักษณะบรรยากาศองค์การที่กล่าวมานั้น ล้วนแล้วแต่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ด้านคุณภาพผลงาน ด้านปริมาณผลงาน ด้านความตรงต่อเวลา ทั้งนี้การติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญ ในการปฏิบัติงาน สำหรับหน่วยงานทหารถือเป็นความรับผิดชอบของข้าราชการและต้องปฏิบัติตามคำสั่งของผู้บังคับบัญชา ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อนำมาปฏิบัติในแนวทางเดียวกัน สอดคล้องกับแนวคิดของจิตติมา โตนาราง (2559) ได้กล่าวถึงความสำคัญของบรรยากาศองค์การด้านการสื่อสารไว้ว่า การทำงานร่วมกันในหมู่คณะ จำเป็นต้องมีการปฏิบัติสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา ทั้งผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และผู้มาติดต่อที่เกี่ยวข้องในแต่ละวัน การปฏิบัติตัวให้เข้ากับสภาวะแวดล้อม การวางตัว และกฏปฏิบัติตัวในการสื่อสารกับคนรอบข้าง จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้เราปฏิบัติงานได้ดี ราบรื่น และพอใจต่อบุคคลต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเรา ทั้งยังเป็นการสร้างความเข้าใจในหมู่คณะ การสื่อสารภายในองค์การ บุคลากรจำเป็นต้องมีความรู้ ทักษะเกี่ยวกับการสื่อสาร เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้องค์การดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์การ ช่วยให้องค์การสามารถดำเนินงานได้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาค้นคว้า พบว่า กอง 9 ๙ ควรให้ความสำคัญต่อการเสริมสร้างบรรยากาศองค์การให้มากขึ้น ทำให้บุคลากรได้รับรู้และมีความผูกพันต่อองค์การมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งจะส่งผลดีต่อขวัญและกำลังใจของบุคลากร ซึ่งการรับรู้บรรยากาศองค์การที่ดี ย่อมส่งผลต่อ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนะการเสริมสร้างบรรยากาศองค์การ ดังนี้

1. ด้านการติดต่อสื่อสารภายในองค์การ นับว่ามีความสำคัญอย่างมากในการทำงานเพื่อให้สำเร็จ หน่วยต้องมีการบริหารด้วยการเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับบุคลากร เพื่อให้สามารถรับรู้ข้อมูล คำสั่ง อย่างถูกต้องและทั่วถึง รวมทั้งกระตุ้นให้บุคลากรต้องใส่ใจในการรับรู้ เพื่อหลีกเลี่ยงการปฏิบัติที่ไม่ถูกต้อง

2. ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ควรกระตุ้นให้บุคลากรมีโอกาสในการแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับการทำงาน และเปิดโอกาสให้อิสระในการงานที่รับผิดชอบ โดยผู้บังคับบัญชาเป็นผู้ให้คำแนะนำและช่วยเหลือเมื่อผิดพลาด นอกจากนี้ควรมีการชื่นชมบุคคลที่แสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วย เพื่อเป็นแบบอย่างให้บุคคลอื่น ในการที่จะกล้าแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

3. ด้านการใช้อำนาจและอิทธิพลในองค์การ ผู้บังคับบัญชาเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในการทำงานรวมทั้งบรรยากาศในการทำงาน ซึ่งบรรยากาศการทำงานที่มีความผ่อนคลาย ไม่เครียด ย่อมส่งผลต่อ

ประสิทธิผลของงาน ดังนั้นผู้บังคับบัญชาควรให้ความสำคัญกับได้บังคับบัญชาในด้านต่างๆ มีความสัมพันธ์ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ มีการใช้อำนาจในทางที่เหมาะสม อาจมีความผ่อนคลายในเรื่องกฎระเบียบ และเอาใจใส่ดูแลความเป็นอยู่ส่วนตัวและการทำงานของบุคลากร ย่อมทำให้บุคลากรรู้สึกมีความผ่อนคลายและมีความสุขในการทำงาน

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบบรรยากาศองค์การกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ระหว่างข้าราชการกอง 9 ที่ปฏิบัติงานในที่ตั้ง ณ ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทยกับข้าราชการกอง 9 ที่ปฏิบัติงานนอกที่ตั้งว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

2. เนื่องจากครั้งนี้ทำการศึกษาเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎี หากแต่ไม่สามารถลงรายละเอียดเชิงลึกได้ การศึกษาครั้งต่อไปควรใช้การศึกษาเชิงคุณภาพ ด้วยการสังเกตพฤติกรรมและสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์มากขึ้น

3. การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้แบ่งบรรยากาศองค์การออกเป็น 3 ด้าน ซึ่งอาจจะยังไม่ครอบคลุม การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษารายละเอียดองค์การด้านอื่นๆ เพิ่มเติม

บรรณานุกรม

กิตติคุณ ชื่อสัตย์ดี. (2550). *คุณภาพชีวิตการทำงานกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของเจ้าพนักงานพลเลข สังกัดสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร*. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.

จิตติมา โตนาราง. การสื่อสารในองค์การ. (2 กุมภาพันธ์ 2560) สืบค้นจาก <http://www.nattaponchen.blogspot.com>.

จุฑารัตน์ สุคันธรัตน์. (2541). *การรับรู้บรรยากาศองค์การและความเครียดของบุคลากรในโรงพยาบาลตากสิน*. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ชลชัย ศรีเชียง. (2559). *บรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนเอกชนจังหวัดสุพรรณบุรี*. คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, นครปฐม.

ชูลีพร เพ็ชรศรี. (2556). *คุณลักษณะของผู้ตามและบรรยากาศองค์การที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร*. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.

ทินกร คลังจินดา. (2557) *บรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5*. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

- นงค์เยาว์ แก้วมรกต. (2542). ผลของการรับรู้บรรยากาศองค์การที่มีต่อความผูกพันต่อองค์การของ พนักงานบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พิเศษศักดิ์ ภิรมย์. (2560). บรรยากาศองค์การกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหาร กรมสรรพาวุธทหารบก. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.
- พันธ์พงศ์ เกียรติกุล. (2544). คู่มือการตรวจสอบและการควบคุมภายใน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- วรรณภา กลันทกานนท์. (2547) “ประสิทธิผลโครงการเคาน์เตอร์ไปรษณีย์อัตโนมัติ :ศึกษากรณีที่ทำกาไปรษณีย์ลาดพร้าว”. คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริลักษณ์ ถิตย์รัศมี. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์การกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- อิสระ บุญญฤทธิ. (2545). ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำ สมรรถนะ บรรยากาศองค์การ และประสิทธิผลของหัวหน้างานระดับต้นในโรงงานอุตสาหกรรมแห่งหนึ่ง. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.
- Chemers, M. M., & Ayman, R. (1985). Leadership orientation as a moderator of the relationship between job performance and job satisfaction of Mexican managers. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 4, 359-367
- Likert, R. (1976). *The human organization: Its management and value*. New York: McGraw - Hill.

การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน : ศึกษากรณีหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด
อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี¹

A Participatory Community Development : A Case Study of Moo Ban Nong Yao,
Tambon Mai Khet, Amphoe Mueang, Prachin Buri Province.

เจริญศรี อัจฉานวย (Charoensri Achamnuay)¹

ดร.ธีรเดช สอนองทวีพร²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ของหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับสมาชิกในชุมชนของหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 136 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และสถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าแจกแจงไคสแควร์ (Chi - Square) หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson' Product Moment Correlation Coefficient) หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกในชุมชนส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 35 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น สถานภาพโสด ประกอบอาชีพเกษตรกร มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท และระยะเวลาอาศัยในชุมชนมากกว่า 15 ปีขึ้นไป สำหรับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$, S.D. = .714) สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ การรักษาความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับชุมชน การร่วมได้รับประโยชน์ การร่วมใช้ประโยชน์ การร่วมดำเนินการ และการร่วมวางแผน ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = .708) สามารถเรียงลำดับ จาก

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์เรื่อง ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานขององค์กร : กรณีศึกษาสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี

² อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

มากไปน้อย คือ ทูทางสังคม เครือข่ายชุมชน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกชุมชนที่ดี การบริหารจัดการองค์กร และผู้นำชุมชน ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการอยู่อาศัยในชุมชน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนของหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐาน และปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ การบริหารจัดการองค์กร ผู้นำชุมชน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกชุมชนที่ดี เครือข่ายชุมชน และทูทางสังคม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนของหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยอมรับสมมติฐาน

จากผลการศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน คือ สมาชิกในชุมชนควรเข้ามามีบทบาทการทำงานร่วมกับคณะกรรมการในการบริหารการพัฒนาชุมชน และมีส่วนร่วมตัดสินใจในการแก้ไขปัญหาชุมชนด้วยตนเอง ชุมชนควรมีการจัดสรรงบประมาณการเงินให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน เช่น การปรับไหล่และซ่อมแซมพื้นผิวถนน การขุดลอกคลอง การกำจัดวัชพืช การปรับปรุงภูมิทัศน์ชุมชน เป็นต้น ผู้ใหญ่บ้านหรือผู้นำชุมชนควรส่งเสริมสนับสนุน พัฒนาความสามารถของสมาชิกในชุมชน และจัดอบรมการแก้ไขปัญหาชุมชนให้สมาชิกในชุมชนเข้าใจมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : การมีส่วนร่วม การพัฒนาชุมชน

Abstract

The objectives of this research were to 1) investigate the participatory level for the community development of the people in Moo Ban Nong Yao, Tambon Nong Khet, Amphoe Mueang, Prachin Buri Province, and 2) analyze the factors related to the participatory community development of the people in Moo Ban Nong Yao, Tambon Nong Khet, Amphoe Mueang, Prachin Buri Province. This is a quantitative research. The research instrument was the questionnaire. The samples were one hundred and thirty-six households. The data received were analyzed using the statistical package program for frequency, percentage, mean, standard deviation, Chi-Square, and Pearson Product Moment Correlation Coefficient.

The results found that the majority of the respondents were female, over 35 years old, educational attained – lower than middle school, and single. Besides, they were agriculturists, earned average monthly income of 15,000 baht and lower, and had lived in the community for more than fifteen years. In terms of the overall and each factor of participatory sustainable community development, they were found at moderate level ($\bar{X} = 3.13$, S.D. = .714). Considering each factor from the highest to the lowest mean, maintaining the relationship with the community received the highest mean. Next on down were: receiving mutual benefits, receiving mutual utilization, co-operation, and co-planning, respectively. Moreover, the overall and each factor that related to the sustainable developing community were at moderate level ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = .708). Considering each factor from the factor that received the highest to the lowest mean, the results were as follows: social capital, community network, behavior of good membership of the community; organizational administration; and community leader, respectively.

The results of the hypothetical testing revealed that the respondents who were from different gender, age, educational attainment, marital status, occupation, average monthly income, and number of years living in the community had no different in participatory community development in Moo Ban Nong Yao, Tambon Nong Khet, Amphoe Mueang, Prachin Buri Province. Therefore, the hypothesis was rejected. On the other hand, in terms of the organizational administrative factors consisted of the organizational administration; community leader; behavior of good membership of the community; community network; and social capital related to the participatory community development of Moo Ban Nong Yao, Tambon Nong Khet, Amphoe Mueang, Prachin Buri Province at statistical significance of 0.05. Thus, the hypothesis was accepted.

In conclusion, the researcher would like to make suggestion that the community members should participate in working with the community committee in the community management and in solving the community problems. Besides, the community should allocate budget in accordance with the community needs such as

road shoulder and road surface repair; dredging canal; weeding; community landscape improvement, etc. In addition, the village headman or the community leader should promote and support the capability of the community members and arrange the training programs for the community members in solving the community problems.

ในปัจจุบันสังคม เศรษฐกิจ ของประเทศไทยเจริญเติบโตก้าวหน้าเป็นอย่างมาก การเข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่าย ทำให้การติดต่อสื่อสารเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทรัพยากรบุคคลจึงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) โดย ยึดหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” “การพัฒนาที่ยั่งยืน” และ “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” มาเป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศต่อเนื่องจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 - 11 โดยยึดหลักการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ลดความเหลื่อมล้ำและขับเคลื่อนการเจริญเติบโตจากการเพิ่มผลิตภาพการผลิตบนฐานการใช้ภูมิปัญญาและนวัตกรรม รวมถึงการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน ทั้งในระดับกลุ่มอาชีพ ระดับภาค และระดับประเทศ เพื่อเสริมสร้างพัฒนาประเทศมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน โดยมุ่งเน้นกระบวนการมีส่วนร่วม จากภาครัฐ เอกชน ประชาชน และภาคการศึกษา ให้สามารถกำหนดเป้าหมาย แนวทางการพัฒนา รวมทั้งแผนงานโครงการสำคัญที่ตอบสนองของความต้องการและแก้ไขปัญหาให้กับประชาชน

ประเทศไทยยังประสบปัญหาคุณภาพในเกือบทุกด้าน ได้แก่ คุณภาพคน คุณภาพ การศึกษา คุณภาพบริการสาธารณะและบริการสาธารณสุข สังคมไทยยังมีความเหลื่อมล้ำสูง ก่อให้เกิดความแตกแยก การพัฒนาคนจึงมีความสำคัญอย่างมากในการเพิ่มผลผลิตทาง เศรษฐกิจ โดยเริ่มจากครอบครัว ชุมชน และสังคม ผู้นำที่ดีจะชักชวนประชาชนในชุมชนเข้ามามี ส่วนร่วมในการบริหารจัดการชุมชน ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมรับผิดชอบ นำไปสู่การพัฒนาที่ ตอบสนองความต้องการ เกิดผลประโยชน์แก่ประชาชน นอกจากนี้ประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วมใน กิจกรรมการพัฒนาชุมชนเกิดความสามัคคี ประองดอง ชุมชนเข้มแข็ง

การเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมการพัฒนาชุมชน โดยเริ่ม จากการรวบรวมนำศักยภาพของแต่ละคนที่มีความสามารถในด้านต่างๆ เช่น ด้านการคิดแก้ไขปัญหา ด้านการวางแผน ด้านการออกแบบ ด้านการสื่อสาร ด้านการประสานงานและด้านการเงิน ให้เข้ามามีบทบาทในชุมชนมากขึ้น ส่วนสำคัญ คือ การมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน กิจกรรมทุกอย่างจะประสบความสำเร็จได้เกิดจากการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน คือ การ ร่วมมือกันแก้ปัญหา ร่วมคิด ดำเนินการตามแผน รับผลประโยชน์ร่วมกันและติดตามประเมินผล

จากการแก้ปัญหา เพื่อนำมาปรับปรุงในการกิจกรรมครั้งถัดไป การมีส่วนร่วมในชุมชนเป็นการพึ่งพาตนเองทำให้ชุมชนนำอยู่คุณภาพชีวิตของสมาชิกในชุมชนก็ดีขึ้นด้วย

หมู่บ้านหนองยาว เป็นหมู่บ้านที่ 4 จาก 12 หมู่บ้านของตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม ดินมีลักษณะดินร่วนปนทรายเหมาะแก่การทำเกษตร มีลำคลองไหลผ่านกลางหมู่บ้าน ในอดีตคนในชุมชนย้ายมาจากถิ่นอื่นเพื่อหาแหล่งที่อยู่อาศัยประกอบอาชีพ โดยเลือกบริเวณที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูก ทำไร่ ทำนา ปัจจุบันมีจำนวนประชากร 205 ครัวเรือน ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพทางการเกษตร รับจ้างค้าขาย ข้าราชการและธุรกิจส่วนตัว เนื่องจากเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การดำรงชีวิตจึงได้เปลี่ยนไปจากอาชีพทำไร่ ทำนา มาประกอบอาชีพค้าขายกึ่งพันธุ์ไม้ผล ส่งออกทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด เป็นแหล่งชุมชนที่ทำกึ่งพันธุ์ไม้ผลมากที่สุดในจังหวัดปราจีนบุรี ช่วงที่ต้นไม้ขายได้ราคาดีคือปลายฤดูร้อนจนถึงต้นฤดูหนาวของทุกปี ในช่วงนี้กึ่งพันธุ์ไม้ได้ถูกจำหน่ายไปมากกว่า 100,000 ต้น ยิ่งเศรษฐกิจดีมากเท่าไร คนในชุมชนให้ความร่วมมือในการพัฒนาชุมชนด้านต่างๆ น้อยลง เช่น การขุดลอกคลอง การเข้าร่วมประชุมประจำเดือน การซ่อมแซมถนน การปรับทัศนียภาพในชุมชนให้นำอยู่ เป็นต้น อีกทั้งผู้นำชุมชนยังไม่เข้มแข็ง ทำให้ชุมชนขาดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน

จากการที่ผู้ศึกษาเป็นคนในพื้นที่ได้ตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ปัญหาที่พบได้บ่อย คือ การขาดความร่วมมือของสมาชิกในชุมชนประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมยังน้อย สังเกตได้จากการจัดประชุมประจำเดือน ทุกครัวเรือนจะส่งตัวแทนมาอย่างน้อย 1 คนต่อครัวเรือน เข้าร่วมประชุมเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 70 คน เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมด 205 ครัวเรือน จึงส่งผลอย่างมากในการพัฒนาชุมชน เกิดความล่าช้าในการตัดสินใจ ดำเนินงาน รวมถึงผลประโยชน์ที่สมาชิกในชุมชนควรได้รับ การพัฒนาชุมชนจะประสบผลสำเร็จได้สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของตนเอง

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงปัญหาความสำคัญจึงได้ศึกษา เรื่อง การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน : ศึกษากรณี หมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี โดยเริ่มจากศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลการมีส่วนร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมใช้ประโยชน์ ร่วมได้รับประโยชน์และรักษาความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับชุมชน การศึกษาครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็ง ยั่งยืนและคุณภาพชีวิตที่ดี

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี

แนวคิด ทฤษฎี และกรอบแนวคิด

ประเวศ วะสี (2541 : 14 - 16) ได้กล่าวถึง การพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ และมีความสุข คือ การทำให้คนในชุมชนมีจิตสำนึกร่วมกัน มารวมตัวกันในลักษณะที่เป็นหุ้นส่วนกันในการกระทำบางอย่าง ด้วยความรักและความเอื้ออาทรต่อกัน ภายใต้กระบวนการจัดการให้เกิดความรู้สึกร่วมกัน เพื่อประโยชน์สาธารณะการรวมตัวกันอาจจะเป็นกลุ่มเล็กๆ จัดกระจายกันก็ได้แต่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้จนกลายเป็นองค์กรและมีความเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายย่อยๆ ขึ้น ทำให้เกิดโครงสร้างแนวใหม่ที่มีสัมพันธ์กันในแนวราบที่เท่าเทียมกัน ซึ่งเมื่อประสานกับโครงสร้างที่มีความสัมพันธ์ในแนวตั้งด้วยสมานฉันท์กันแล้วจะทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งขึ้น ชุมชนเข้มแข็งมีลักษณะดังนี้ การมีจิตสำนึกชุมชน มีจิตวิญญาณชุมชน เป็นชุมชนเรียนรู้ มีองค์กรชุมชนเข้มแข็ง มีการจัดการชุมชนที่ดี มีเครือข่ายชุมชน มีภาวะผู้นำชุมชน เป็นชุมชนพึ่งตนเองได้ เป็นชุมชนสงบสุข และเป็นการพัฒนาแบบยั่งยืน

การมีส่วนร่วมของประชาชน

ถวิลวดี บุรีกุลและคณะ (2558 : 31) ได้ให้ความหมายการมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและร่วมดำเนินกิจกรรมสาธารณะต่างๆ รวมทั้ง การจัดสรรทรัพยากรของชุมชนและของชาติ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและความ เป็นอยู่ของประชาชน โดยการให้ข้อมูล แสดงความคิดเห็น ให้คำแนะนำปรึกษา ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ และร่วมตรวจสอบตลอดการดำเนินโครงการของภาครัฐ

การบริหารจัดการองค์กร

อรุณ จิตตะเสน และคณะ (2551 : 7) ได้กล่าวถึง การบริหาร หมายถึง กระบวนการ ในการกำหนดแนวความคิด และวางแผนอย่างเป็นระบบและครบวงจรในด้านต่างๆ เช่น ด้านนโยบาย เป้าหมายและทิศทาง ด้านหลักการ กฎเกณฑ์ กรอบ ระเบียบ วินัย ด้านโครงสร้างองค์กร ทั้งการบริหารและการจัดการ ด้านการติดตามตรวจสอบและประเมินงาน หรืออื่นๆ ตามความ จำเป็นของสถานการณ์ การจัดการ หมายถึง กระบวนการและวิธีการ ในการทำงานปฏิบัติหน้าที่ อย่างมีศิลปะ เพื่อให้งานนั้นๆ สำเร็จ ตามผู้บริหารกำหนด

ผู้นำชุมชน

โสภา ดงพลนอก (2551 : 20) ได้กล่าวถึง ผู้นำ คือ ผู้ที่มีศิลปะที่สามารถมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น นำบุคคลเหล่านั้นไปโดยได้รับความไว้วางใจและเชื่ออย่างเต็มที่อีกทั้งยังได้รับความเคารพนับถือ ความร่วมมือและความมั่นใจจากผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างจริงจัง เพื่อที่จะสามารถชักจูงหรือชี้นำบุคคลอื่นให้ปฏิบัติงานสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ

พฤติกรรมกรเป็นสมาชิกชุมชนที่ดี

ปาริชาติ ปานสำเนียง (2555 : 56) ได้กล่าวถึง พฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร หมายถึง พฤติกรรมที่นอกเหนือจากหน้าที่ความรับผิดชอบหลัก พนักงานปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ เช่น การตรงต่อเวลา การมีจิตอาสาช่วยเหลือผู้อื่น การเสนอความคิดเห็น ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นต้น ซึ่งเป็นกรกระทำที่ไม่หวังผลตอบแทนจากองค์กร เมื่อปฏิบัติไปแล้วเกิดประโยชน์ต่อองค์กร

เครือข่ายชุมชน

ประเวศ วะสี (2541 : 17) ได้กล่าวถึงสังคมในอนาคตจะประกอบด้วยกลุ่มหรือชุมชนที่เชื่อมโยงกันเป็นตาข่ายสังคม (Social Network) เช่นเดียวกับโครงสร้างของเซลล์สมอง โดยในแต่ละชุมชน นอกจากจะประกอบด้วยบุคคลที่เป็นบุคคลเรียนรู้ ชุมชนก็เป็นชุมชนเรียนรู้ และแต่ละชุมชนก็เชื่อมโยงกับชุมชนอื่น เกิดเป็นตาข่ายกรเรียนรู้ (Learning Network) ที่มีพลังทางปัญญาสูงยิ่ง เป็นสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้น คือโลกแห่งความเป็นชุมชน ที่ทุกคนมีความหมาย และรวมตัวกันเป็นกลุ่มก้อน และเชื่อมโยงเป็นตาข่าย เป็นโครงสร้างใหม่ในโลก การเชื่อมโยงถักทอกันของชุมชนเป็นเครือข่ายจะเกิดพลังทางสังคม ที่จะแก้ไขกรที่ยากๆ ทำให้เศรษฐกิจเข้มแข็ง สังคมเข้มแข็ง กรพัฒนาอย่างแท้จริงและยั่งยืน

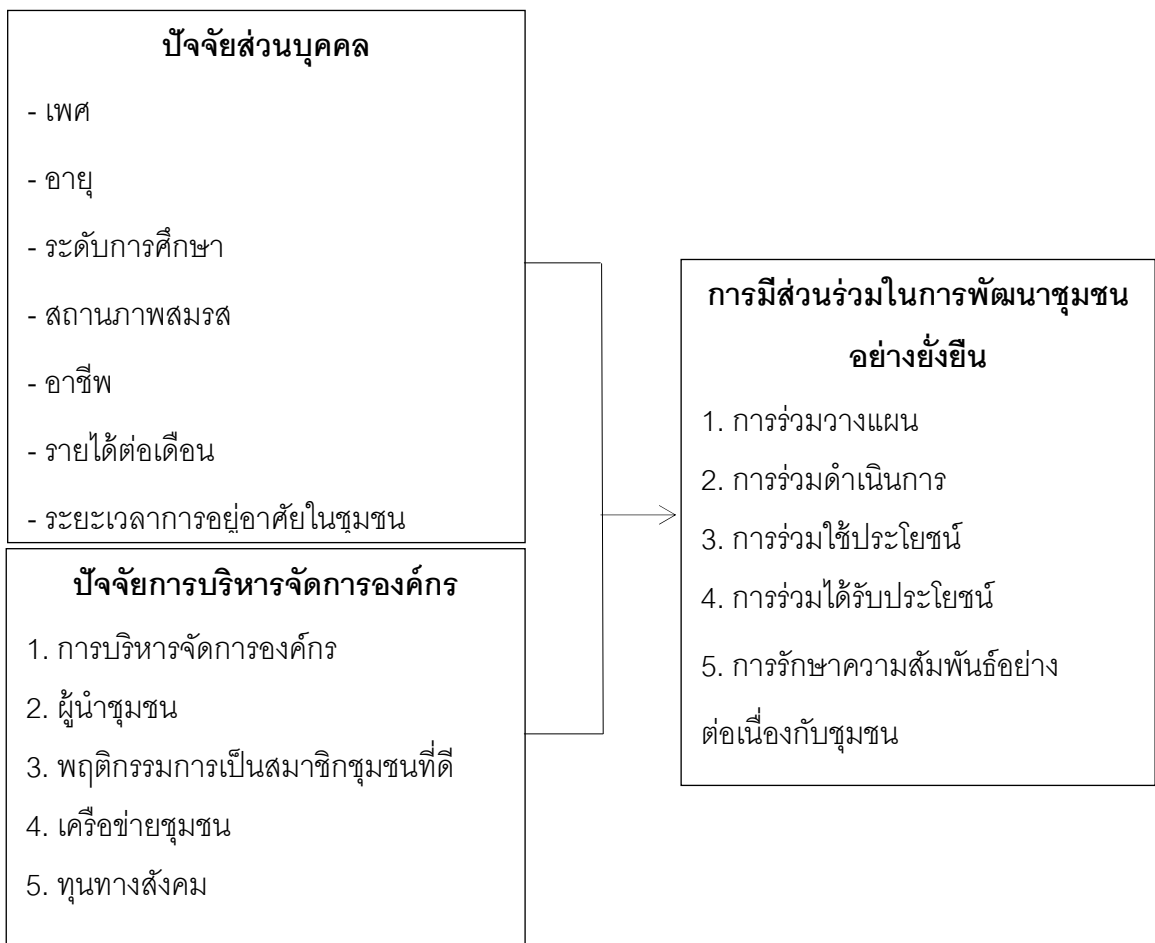
ทุนทางสังคม

ถวิลวดี บุรีกุล และคณะ (2558 : 31) ทุนทางสังคม หมายถึง ผลรวมของสิ่งดีงามต่างๆ ที่มีอยู่ในสังคม ทั้งในส่วนที่ได้จากการสั่งสมและการต่อยอด รวมถึงการรวมตัวของคนที่มีความดีเพื่อสร้างประโยชน์ต่อส่วนรวม บนพื้นฐานของความไว้วางใจ เชื่อใจ สายใยแห่งความผูกพัน และวัฒนธรรมที่ดีงาม ตลอดจนกรมีองค์ความรู้และภูมิปัญญา

กรอบแนวคิดในการศึกษา

ตัวแปรต้น (Independent Variable)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ได้ศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2560 - เดือนกุมภาพันธ์ 2561 ดังนี้

1. ประชากร คือ ครอบครัวที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี มีครัวเรือนทั้งหมด 205 ครัวเรือน

2. กลุ่มตัวอย่าง ใช้ตารางสำเร็จรูปของเครซีและมอร์แกน (Robert V. Krejcie and Earyle W. Mogan, 1970 อ้างใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ, 2552) กำหนดความคาดเคลื่อนที่ 0.05 เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร 205 ครัวเรือน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 136 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Sampling) จากจำนวนประชากรทั้งหมด 205 ครัวเรือน ต้องการสุ่ม 136 ครัวเรือน กำหนดช่วงการสุ่มที่เท่าๆ กัน โดยการสุ่มเก็บแบบสอบถาม 3 หลัง เก็บ 2 หลังและกำหนดจุดเริ่มต้น จนเก็บครบตามจำนวน

3. เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือนและระยะเวลาการอยู่อาศัยในชุมชน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร ประกอบด้วย การบริหารจัดการองค์กร ผู้นำชุมชน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกชุมชนที่ดี เครือข่ายชุมชนและทุนทางสังคม ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย การร่วมวางแผน การร่วมดำเนินการ การร่วมใช้ประโยชน์ การร่วมได้รับประโยชน์ และการรักษาความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับชุมชน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยประสานงานกับผู้ใหญ่บ้านเพื่อเก็บข้อมูลจากสมาชิกภายในหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี กำหนดเฉพาะหัวหน้าครัวเรือนหรือตัวแทนบุคคลที่บรรลุนิติภาวะเป็นประชากรที่ใช้ในการศึกษา 1 คน ต่อ 1 ครัวเรือน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้นำครัวเรือนที่เป็นตัวแทนในการศึกษา ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง และเก็บรวบรวมแบบสอบถามคืน ให้ครบตามจำนวนที่กำหนดเพื่อดำเนินการต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล นำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับและใส่หมายเลขในแบบสอบถามที่ได้รับคืน ทำรหัสและกรอกข้อมูลในแบบสอบถามแต่ละตัวลงโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดจากการกรอกข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

(1) การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) (2) การวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean : \bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) (3) การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ใช้วิธีการหาค่าแจกแจงไคสแควร์ (Chi - Square) (4) การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร กับ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson' Product Moment Correlation Coefficient) โดยผู้วิจัยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัย พบว่า สมาชิกในชุมชนส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 35 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น สถานภาพโสด ประกอบอาชีพเกษตรกร มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท และระยะเวลาอาศัยในชุมชนมากกว่า 15 ปีขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กรของหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการบริหารจัดการองค์กรของหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี ในภาพรวม

ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร	\bar{X}	S.D.	การแปลค่า
1. การบริหารจัดการองค์กร	3.18	.653	ปานกลาง
2. ผู้นำชุมชน	3.17	.723	ปานกลาง
3. พฤติกรรมการเป็นสมาชิกชุมชนที่ดี	3.26	.768	ปานกลาง
4. เครือข่ายชุมชน	3.32	.660	ปานกลาง
5. ทูทางสังคม	3.34	.737	ปานกลาง
รวม	3.25	.708	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กรของหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = .708) โดยรายด้านการบริหารจัดการองค์กร ผู้นำชุมชน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกชุมชนที่ดี เครือข่ายชุมชนและทูทางสังคม อยู่ในระดับปานกลางเหมือนกัน

ส่วนที่ 3 การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนของหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนของหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี ในภาพรวม

การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน	\bar{X}	S.D.	การแปลค่า
1. การร่วมวางแผน	3.04	.681	ปานกลาง
2. การร่วมดำเนินการ	3.04	.743	ปานกลาง
3. การร่วมใช้ประโยชน์	3.16	.715	ปานกลาง
4. การร่วมได้รับประโยชน์	3.16	.734	ปานกลาง
5. การรักษาความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับชุมชน	3.23	.696	ปานกลาง
รวม	3.13	.714	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนของหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$, S.D. = .714) โดยรายด้านการร่วมวางแผน การร่วมดำเนินการ การร่วมใช้ประโยชน์ การร่วมได้รับประโยชน์ และการรักษาความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับชุมชน อยู่ในระดับปานกลางเหมือนกัน

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการอยู่อาศัยในชุมชน แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนของหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี ไม่แตกต่างกัน ปฏิเสธสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร พบว่า การบริหารจัดการองค์กร ผู้นำชุมชน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกชุมชนที่ดี เครือข่ายชุมชน และทุนทางสังคม ต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนของหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน

สรุปและอภิปรายผล

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม คือ สมาชิกในชุมชนของหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 136 คน พบว่าสมาชิกในชุมชนส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 35 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น สถานภาพโสด ประกอบอาชีพเกษตรกร มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท และระยะเวลาอาศัยในชุมชนมากกว่า 15 ปีขึ้นไป

สำหรับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ของหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี โดยวัดจากการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน 5 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$, S.D. = .714) สามารถเรียงลำดับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน จากมากไปหาน้อย คือ การรักษาความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับชุมชน การร่วมได้รับประโยชน์ การร่วมใช้ประโยชน์ การร่วมดำเนินการ และการร่วมวางแผน

ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ของหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี โดยวัดจากปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร 5 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = .708) สามารถเรียงลำดับปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร จากมากไปน้อย คือ ทุนทางสังคม เครือข่ายชุมชน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกชุมชนที่ดี การบริหารจัดการองค์กร และผู้นำชุมชน

การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ของหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า การร่วมวางแผน อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ สุานพัฒน์ ทิพย์บรรพต (2553) ได้ศึกษาเรื่องพัฒนาการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาชุมชนของประชาชน ตำบลตะพาน อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีระดับการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาชุมชนด้านการร่วมคิดร่วมตัดสินใจในการวางแผนในระดับน้อย การร่วมดำเนินการ อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิรินาถ อังสุพานิช (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของประชาชน ตำบลบางขุนทอง อำเภอตากใบ จังหวัดนราธิวาส ในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลการดำเนินงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง การร่วมใช้ประโยชน์ อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุทธศักดิ์ บัวแก้ว (2553) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของประชาชนในเขตอำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี ระดับปัญหาการพัฒนาการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง การร่วมได้รับประโยชน์ อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐพงศ์ บุญญานันต์ (2552)

ได้ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของประชาชนเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง และด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการมีส่วนร่วมการรับผลประโยชน์ รองลงมา ได้แก่ การมีส่วนร่วมการดำเนินงาน ด้านการมีส่วนร่วมตัดสินใจ และด้านการมีส่วนร่วมการติดตามประเมินผล การรักษาความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับชุมชน อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ประเวศ วะสี (2541 : 14 - 16) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวคิด ลักษณะชุมชนเข้มแข็ง 10 ประการ ประกอบด้วย จิตสำนึกชุมชน จิตวิญญาณชุมชน ชุมชนเรียนรู้ องค์การชุมชนเข้มแข็ง การจัดการชุมชนที่ดี เครือข่ายชุมชน ภาวะผู้นำชุมชน ชุมชนพึ่งตนเอง ชุมชนสงบสุข และการพัฒนาแบบยั่งยืน เป็นต้น

การบริหารจัดการองค์การที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนของหมู่บ้านหนองยาว ตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า การบริหารจัดการองค์การ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ สมาชิกในชุมชนมีการแบ่งหน้าที่ปฏิบัติงานอย่างชัดเจน มีการตรวจสอบดูแลผลประโยชน์ในชุมชน เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ผู้นำชุมชน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้นำมีความเข้มแข็ง เสียสละเพื่อส่วนรวม กระตือรือร้นในการทำงาน มีความรับผิดชอบ เป็นที่ยอมรับจากสมาชิกในชุมชน ก็จะส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกชุมชนที่ดี มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ความรัก ความสามัคคี ความผูกพันของสมาชิกในชุมชนที่มีต่อชุมชน เคารพกฎระเบียบ ข้อบังคับ แลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น ให้ความร่วมมือในการสร้างประโยชน์กับชุมชน เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน เครือข่ายชุมชน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การติดต่อสื่อสารกันภายในชุมชน ระหว่างชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน การร่วมประชุมกับหน่วยงานภายนอก ให้เกิดเป็นตาข่ายสังคม แต่ละชุมชนเชื่อมโยงติดต่อสื่อสารร่วมกัน เป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ทูทางสังคม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การร่วมแรงร่วมใจอันเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของสมาชิกในชุมชน ซึ่งมีความสัมพันธ์แบบเครือญาติ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ซึ่งกันและกัน เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเข้มแข็ง สามัคคีนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

จากผลการศึกษาค้างนี้มีข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ ได้แก่ การร่วมดำเนินการ การร่วมวางแผน การบริหารจัดการองค์กร และผู้นำชุมชน ดังนี้

1. การร่วมดำเนินการ สมาชิกในชุมชนควรเข้ามามีบทบาทการทำงานร่วมกับคณะกรรมการในการบริหารการพัฒนาชุมชน จะได้ตอบสนองของความต้องการของสมาชิกในชุมชนในการแก้ไขปัญหาสิ่งใดควรดำเนินการแก้ไขก่อน - หลัง หรือสมาชิกในชุมชนให้ความสำคัญเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการในการบริหารการพัฒนาชุมชนของหมู่บ้านหนองยาว

2. การร่วมวางแผน สมาชิกในชุมชนควรมีส่วนร่วมตัดสินใจในการแก้ไขปัญหาชุมชนด้วยตนเอง โดยการเข้าร่วมประชุมปรึกษาหารือการแก้ไขปัญหากับผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้านและสมาชิกในชุมชน คิดหาวิธีที่ดีที่สุด แล้วจึงตัดสินใจแก้ไขปัญหา

3. การบริหารจัดการองค์กร ชุมชนควรมีการจัดสรรงบประมาณการเงินให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน เช่น การปรับไหล่และซ่อมแซมพื้นผิวถนน การขุดลอกคลอง การกำจัดวัชพืช การปรับปรุงภูมิทัศน์ชุมชน เป็นต้น

4. ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้านหรือผู้นำชุมชนควรส่งเสริมสนับสนุน พัฒนาความสามารถของสมาชิกในชุมชน และถ่ายทอดวิชาความรู้การแก้ปัญหาชุมชน โดยการเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น แนะนำแนวทางการแก้ปัญหาในที่ประชุม รวมถึงการได้รับความนับถือ และจัดอบรมการแก้ปัญหาชุมชนให้สมาชิกในชุมชนเข้าใจมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งถัดไป

1. ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนของสมาชิกในตำบลไม้เค็ด อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี

2. การศึกษาในครั้งถัดไปควรเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกแก่สมาชิกในชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีรายละเอียดมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ชลดา บุญอยู่. 2556. "ทูลทางสังคมกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา บ้าน

เกาะพิทักษ์ตำบลบางน้ำจืด อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร.” ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ฐานพัฒน์ ทิพย์บรรพต. 2553. “พัฒนาการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาชุมชนของประชาชน ตำบลตะพาน อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

ถวิลวดี บุรีกุล และคณะ. 2558. การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาคใต้ ของประเทศไทยโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วม. เอกสารประกอบการสัมมนาการเมืองการปกครองไทย 2558 พลเมืองและชุมชน พลังเพื่อการ

พัฒนาประชาธิปไตยไทย.

ทิพย์สุคนธ์ จงรักษ์. 2556. “อิทธิพลของคุณลักษณะงาน ที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ความพึงพอใจในงาน และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร.” บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2552. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร : วี.อินเตอร์ พริ้นท์.

เนาวเรศ น้อยพานิช. 2552. “รูปแบบการจัดการองค์กรเครือข่ายการจัดการศึกษานอกระบบในชุมชน.” วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.

ประเวศ วะสี. 2541. ประชาคมตำบล. กรุงเทพมหานคร: มติชน.

ประเวศ วะสี. 2542. เศรษฐกิจพอเพียงและประชาสังคมแนวทางพลิกฟื้นเศรษฐกิจสังคม. กรุงเทพมหานคร : หมอชาวบ้าน.

ปาริชาติ ปานสำเนียง. 2555. “การศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานและการรับรู้ความยุติธรรมในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรผ่านความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานมหาวิทยาลัยฝ่ายสนับสนุน กรณีศึกษา คณะแพทย์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร.” ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ยุทธศักดิ์ บัวแก้ว. 2553. “การพัฒนาการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของประชาชนในเขต
อำเภอภูดง จังหวัดอุดรธานี.” ปรินญาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชา
ยุทธศาสตร์การพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- รัฐพงศ์ บุญญานูวัตร. 2552. “การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของประชาชนเขตดุสิต
กรุงเทพมหานคร.” รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ศิรินาถ อังสุพานิช. 2555. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของ
ประชาชน ตำบลบางขุนทอง อำเภอตากใบ จังหวัดนราธิวาส.”
ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต
- สิทธิชัย ชูประดิษฐ์. 2543. “ภาวะผู้นำของสาธารณสุขอำเภอ กรณีศึกษาจังหวัดพัทลุง.”
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (พัฒนาทรัพยากรมนุษย์) สถาบันบัณฑิตพัฒน
บริหารศาสตร์. สาขาคุณธรรมศาสตร์เพื่อพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- โสภา ดงพลนอก. 2551. “คุณลักษณะความเป็นผู้นำกับการบริหารองค์การปกครองส่วน
ท้องถิ่น : กรณีศึกษาขององค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา.”
- รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น วิทยาลัยการ
ปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อรัญ จิตตะเสน และคณะ. 2555. หลักการและวิธีการบริหารจัดการชุมชน (Principle of
Community Administration and management) เอกสารประกอบการเรียนรู้ชุมชน
ในโครงการวิจัยและพัฒนาตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสู่สุขภาวะองค์กรวม ภายใต้
แผนสุขภาพจังหวัดสงขลา.

ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน :กรณีศึกษา ศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และ
ภาษา BCC กรุงเทพมหานคร¹

Factors Influencing the Organizational Commitment : A Case Study of the Employees at
BCC Computer and Language Centre in Bangkok.

ชนิตา เทียนบุชา(Chanita Tianbucha)²

ดร.ชัยอนันต์ สิทธิเบญจสานนท์³

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC และศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC เป็นวิจัยเชิงปริมาณ ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 130 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทดสอบสมมติฐานด้วยค่าไคสแควร์ (Pearson Chi-square)

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 21 - 25 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้ต่อเดือน 20,001- 25,000 บาท ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ต่ำกว่า 5 ปี ทำงานระดับผู้ปฏิบัติงาน มีสถานภาพโสด และมีสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแล 1-2 คน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC ภาพรวมพนักงานมีระดับความผูกพันต่อองค์กรปัจจัยองค์กรอยู่ในระดับสูง โดยด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาด้านลักษณะที่เกี่ยวข้องกับงานหรือบทบาท และด้านลักษณะองค์กร อยู่ในระดับสุดท้าย และพนักงานมีระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC อยู่ในระดับสูง โดยด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กรค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน :กรณีศึกษา ศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร

² นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก ประจำปีการศึกษา 2560

³ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อประโยชน์ขององค์กรและด้านความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร อยู่ในระดับสุดท้าย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาการปฏิบัติงาน ระดับตำแหน่งงาน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยองค์กรทุกด้านคือ ด้านลักษณะที่เกี่ยวข้องกับงานหรือบทบาท ด้านลักษณะองค์กร และด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Abstract

The objectives of this research were to 1) investigate the level of the organizational commitment of the employees at BCC Computer and Language Centre, Bangkok and 2) analyze the factors relating to the organizational commitment of the employees at BCC Computer and Language Centre, Bangkok. This is a quantitative research. One hundred and thirty employees of BCC Computer and Language Centre were selected by simple sampling method as samples for this research. The research tool was the questionnaire. The data received were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, and Pearson's Chi-Square.

The results showed that the majority of the respondents were female, single, age between 21 -25 years old, received Bachelor's Degrees or equivalent, earned average monthly income of 20,001 - 25,000 baht, had less than five years of work experience, worked as the operational employees, and lived with two family members. In terms of the organizational factors influencing the organizational commitment, the result was that the respondents were related to the organizational commitment at high level. When considering at each factor, the factor of work experience received the highest mean score. Next on down were work or role related characteristics, and organizational characteristics, respectively. Besides, it found that the organizational commitment of the respondents was at high level. When considering at each factor, the factor of the desire to maintain being the membership

of the organization received the highest mean score. Next on down were the willingness to devote considerable effort to the organization, and the belief strongly in the organizational goals and values, respectively. The results of the hypothetical testing showed that the respondents who were from different gender, age group, marital status, educational background, average monthly income, years of work experience, work position, and number of members in the family were related to the respondents organizational commitment at statistical significant level of 0.05. Besides, the overall organizational factors, that is the characteristics related to the organizational commitment of the respondents at statistical significant level of 0.05.

บทนำ

ปัจจุบันเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้องค์กรต่าง ๆ ต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันทางด้านธุรกิจขององค์กร และทำให้สอดรับกับการสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งเกิดมาจากระบบการตั้งเป้าหมายการทำงานในระยะสั้นขององค์กรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต่างให้ความสำคัญกับประเด็นดำเนินธุรกิจให้ถึงเป้าหมายที่กำหนด และให้ความสำคัญเรื่องการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ผู้นำองค์กรที่มีศักยภาพ ประเด็นยุทธศาสตร์องค์กร เพื่อนำไปสู่การคงอยู่ของบุคคลากรที่มีคุณภาพนำมาซึ่งผลดีขององค์กร

การบริหารองค์กรในยุคปัจจุบัน “ทรัพยากรมนุษย์” ถือว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญและมีค่ามากที่สุดขององค์กร เพราะทุกองค์กรต้องการบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงานในองค์กรให้นานที่สุด ด้วยเหตุดังกล่าว นโยบายการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลโดยทั่วไปจะเน้นให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานโดยการตอบสนองของความต้องการขั้นพื้นฐาน เช่น เงินเดือน สวัสดิการ โบนัส และการเปิดโอกาสให้พนักงานได้เข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน เป็นต้น แต่ความพึงพอใจในงานเป็นความรู้สึกไม่ถาวรและแปรปรวนได้ง่าย ทั้งนี้เป็นผลต่อเนื่องจากประสบการณ์ในการทำงานประจำวัน จึงแปรปรวนตามสภาพความต้องการและปัญหาที่บุคคลเผชิญหน้าในแต่ละวัน ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ จึงได้มีการศึกษาค้นคว้าหาตัวแปรที่จะสามารถแสดงถึงความสำเร็จขององค์กรได้อย่างมีความน่าเชื่อถือมากกว่าความพึงพอใจในการทำงาน ตัวแปรที่มีความสลับซับซ้อนและมีขอบเขตกว้างกว่าความพึงพอใจในการทำงานก็คือความผูกพันต่อองค์กรนั่นเอง

ความผูกพันต่อองค์กรเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมาในรูปของความสม่ำเสมอของพฤติกรรมที่แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพขององค์กร และเป็นสิ่งที่พึงประสงค์ขององค์กร หากสมาชิกเกิดความรู้สึกไม่ผูกพันต่อองค์กร ผลที่ตามมาคือเกิดการสูญเสียขององค์กร เช่น ขวัญกำลังใจของพนักงาน การลดลงของลูกค้ำที่มาอบรมกับองค์กร ตลอดจนการสูญเสียเวลาในการสรรหา คัดเลือก และการฝึกอบรมพนักงานใหม่ นอกจากนี้ยังพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยลดปัญหาดังกล่าวได้ หากมีความผูกพันต่อองค์กรในระดับสูงจะทำให้พนักงานต้องการอยู่กับองค์กรด้วยความเต็มใจ รวมไปถึงการปฏิบัติงานให้กับองค์กรอย่างเต็มความรู้ ความสามารถเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ แต่ถ้ามีความผูกพันต่อองค์กรลดน้อยลงก็อาจจะลาออกจากองค์กร หรือหากไม่ลาออกก็จะปฏิบัติงานไม่เต็มความสามารถ ขาดประสิทธิภาพในการทำงานซึ่งทำให้เกิดความสูญเสียทั้งสองฝ่าย ดังนั้น การศึกษาถึงความผูกพันต่อองค์กรจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เพราะเป็นตัวสำคัญที่จะส่งผลให้องค์กรดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย นอกจากนี้ยังเป็นตัวแปรที่สามารถนำไปคาดการณ์เกี่ยวกับอัตราและแนวโน้มการลาออกของพนักงานได้อีกด้วย การศึกษาความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรจะช่วยให้องค์กรสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการบริหาร การวางแผนกำลังคน การสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีความรักความผูกพันจะส่งผลดีต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กรเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งใน สถานการณ์ปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูงในการสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนของโลกธุรกิจ เพราะ ความผูกพันเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้องค์กรมีความพร้อมจากภายในนั่นคือความพร้อมด้านบุคลากร ซึ่งเป็นผู้สร้างสรรค์ผลงานให้กับองค์กร ทุ่มเทเต็มกำลังความสามารถ เพื่อนำเสนอสิ่งที่ดีที่สุดให้กับองค์กรอย่าง ต่อเนื่อง บุคลากรผู้สรรค์สร้างงานสอนที่มีคุณภาพและการบริการที่ดีเยี่ยมให้กับองค์กร อย่างเต็มศักยภาพล้วนแต่เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งกล่าวได้ว่า ทรัพยากรมนุษย์ ในกลุ่มธุรกิจบริการที่ต้องทำงานด้วยสมองและหัวใจบริการอย่างแท้จริง เพื่อส่งมอบสิ่งที่เรียกว่าเหนือกว่า มาตรฐานการให้บริการทั่วไปแก่ลูกค้ำนั้นเป็นปัจจัย สำคัญหลักของความสำเร็จขององค์กรอย่างแท้จริง หลายองค์กรต่างหยิบยกให้ "Engagement" หรือ "การสร้างความผูกพันในองค์กร" เป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในเชิงปริมาณ โดยวัดจากคะแนนผลสำรวจความพึงพอใจประจำปี หรืออีกนัยหนึ่งหากองค์กรรักษาคนได้มากเท่าไร นั่นแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จมากขึ้นเท่านั้น หากแต่องค์กรเหล่านี้บางแห่งยังไม่ได้ทบทวนว่าความผูกพันที่เกิดขึ้นในองค์กรสามารถตอบโจทย์เชิงคุณภาพได้หรือไม่ ดังนั้น เพื่อให้เห็นภาพการสร้างความผูกพันอย่างมีคุณภาพชัดเจน ทั้งนี้เพื่อส่งมอบผลลัพธ์ที่ยั่งยืน มีประสิทธิภาพสูงสุดให้กับองค์กรลูกค้ำ

ศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา (BCC) ดำเนินการก่อตั้งขึ้น เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2524 สถานที่เริ่มก่อตั้งที่แรกที่อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ โดยมีใบอนุญาต 280/2524 สังกัดกระทรวง ศึกษาธิการ วัตถุประสงค์ในการก่อตั้งเพื่อมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพของคนในประเทศ ซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศไทย โดยเริ่มแรกเปิดสอนหลักสูตรที่คือหลักสูตรคอมพิวเตอร์และหลักสูตรภาษาอังกฤษสำหรับทุกระดับ หากย้อนกลับไปที่เมื่อ 32 ปีที่แล้วเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์เพิ่งเริ่มเข้ามา มีบทบาทในบ้านเมืองของเรา ซึ่งในขณะนั้นยังดูเป็นเรื่องเข้าใจยากมีเพียงกลุ่มคนจำนวนไม่มากที่ได้มีโอกาสศึกษาและใช้งานกับคอมพิวเตอร์อย่างจริงจังและในกลุ่มนั้นก็มีผู้ที่เกิดแนวคิดร่วมกันคือหวังที่จะพัฒนาคุณภาพของพวกเราชาวไทยไม่มีความรู้ความสามารถทางคอมพิวเตอร์ไม่ด้อยกว่าชาติใดในโลก และการจะไปให้ถึงเป้าหมายที่วางไว้จึงจำเป็นต้องพัฒนาการใช้ภาษาควบคู่ไปด้วยผลจากความตั้งใจอย่างจริงจังในครั้งนั้นก่อให้เกิดสถาบันการศึกษาที่ชื่อศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC ขึ้นในประเทศไทย ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งให้ความรู้ทางเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์และภาษาอันดับต้นๆของประเทศไทย

ในช่วงเป็นสถาบันการศึกษาได้รับการยอมรับจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนทุกระดับขึ้นในประเทศไทย BCC ได้พัฒนาทั้งทางด้านหลักสูตรและแนวทางการเรียนการสอน เพื่อผลิตบุคลากรผู้เชี่ยวชาญทางด้านคอมพิวเตอร์ ภาษาต่างประเทศ และเยาวชนที่ชาญฉลาด ให้ออกไปรับใช้สังคมไทยอย่างเต็มเปี่ยมไปด้วยคุณภาพ จากทีมงานเพียง 5 คนในวันเริ่มต้น จนกระทั่งบัดนี้ BCC มีบุคลากรนับร้อยที่พร้อมจะพัฒนาเทคโนโลยีให้ทันกับยุคสมัย จากโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ขนาดเล็กๆ ที่มีเครื่องให้บริการเพียง 5 เครื่อง ได้เจริญเติบโตขึ้นมาจนมีสาขาทั้งสิ้น 10 สาขา ซึ่งปัจจุบันมีเครื่องที่พร้อมให้บริการมากกว่า 2,000 เครื่อง และเปิดอบรมหลักสูตรต่างๆมากมาย

ชาว BCC นับตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงสุดรองลงมา ล้วนแล้วแต่เป็นบุคลากรที่มาจากสายวิชาชีพครูทั้งสิ้น มีจิตวิทยา และวิญญาณของความเป็นครูอยู่อย่างเต็มเปี่ยม จึงเข้าใจและรู้ซึ่งถึงจิตใจและความต้องการของผู้เรียนทุกคนที่เข้ามาเรียนกับเรา ครูทุกคนพร้อมที่จะอุทิศตนในการพัฒนาแนวทางและหลักสูตรการเรียนการสอน ให้สอดคล้องกับความต้องการผู้เรียน เพื่อก้าวให้ทันกับการพัฒนาการของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการติดต่อสื่อสารกับนานาชาติ BCC อาศัยประสบการณ์ที่ผ่านมาเป็นบทเรียนและแนวทางการพัฒนาปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงระบบองค์กรภายในของ BCC เพื่อให้รองรับกับการขยายตัวของงานที่เพิ่มพูนขึ้นอย่างเป็นลำดับ จึงทำให้ BCC สามารถปรับตัวเองก้าวหน้าขึ้นอย่างไม่หยุดยั้งธุรกิจทางการศึกษานั้นเป็นธุรกิจที่ดำเนินการได้ตลอด ไม่ว่าเศรษฐกิจจะดีหรือไม่เพราะทุกคนต่างใฝ่หาความก้าวหน้าในชีวิต ซึ่งการศึกษาหาความรู้เป็นอีกหนทางหนึ่งที่ทำให้ตำแหน่งหน้าที่การงานสูงขึ้น และชีวิตสามารถก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งธุรกิจทางด้านคอมพิวเตอร์และภาษา สามารถทำให้เราก้าวหน้าทันโลกยุคเทคโนโลยีสื่อสารที่ไร้พรมแดนได้เป็นอย่างดี สามารถใช้ภาษาติดต่อสื่อสารกับคนทั่วโลกได้ ถึงแม้ว่าธุรกิจของโรงเรียนศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC จะเป็นธุรกิจที่ให้กำไรไม่มากแต่ก็เป็นธุรกิจที่ทำประโยชน์ด้านการศึกษาให้แก่สังคมและชุมชน ดังนั้นจึงเป็นธุรกิจที่สามารถพัฒนาและดำเนินงานได้ตลอดไป

ซึ่งปัจจุบันศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร พบปัญหาในเรื่องการลาออกคือบุคลากรที่ได้รับการอบรมทางด้านการสอนจากศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร ที่เข้ามาทำงานในช่วง ที่ผ่านมามีอัตราการจ้างงานพนักงานใหม่ และลาออกของบุคลากรระดับปฏิบัติการโดยเฉพาะตำแหน่งพนักงานขายซึ่งเป็นตำแหน่งที่สำคัญในการที่จะขับเคลื่อนการทำงานขององค์กรให้ประสบผลสำเร็จ ด้วยการประชาสัมพันธ์หลักสูตรและบริการต่างๆของ ศูนย์อบรมฯ ให้บรรลุเป้าตามที่ศูนย์อบรมฯกำหนดไว้ในแต่ละปีอัตราการลาออกที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ

ตารางที่ 1.1 จำนวนอัตราการลาออก

ปี พ.ศ.	อัตราการลาออก(ร้อยละ)
2557	16
2558	21
2559	40

ที่มาข้อมูล (แผนกทรัพยากรบุคคล ศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษาBCC กรุงเทพมหานคร ข้อมูล ณ วันที่ 30 ตุลาคม 2560)

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นได้ว่าศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานครยังไม่สามารถสร้างความผูกพันให้กับพนักงานในองค์กรได้ ทำให้เกิดการขาดแคลนบุคลากรที่เป็นพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญทำให้องค์กรต้องเสียเวลาและทรัพยากรต่างๆ ในการคัดสรรบุคลากรใหม่ๆ เข้ามาแทนที่ รวมทั้งต้องเสียเวลาในการฝึกอบรมบุคลากรใหม่ๆ ให้มีความรู้ความสามารถทัดเทียมคนเก่า การขาดกำลังคนที่มีความรู้ความสามารถเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่ทำให้ไม่สามารถพัฒนาองค์กรไปสู่เป้าหมาย ด้วยเหตุดังกล่าวผู้วิจัยเห็นความสำคัญที่จะศึกษาว่าพนักงานขายหรือตำแหน่งงานอื่นๆ ที่ยังปฏิบัติงานที่ศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร มีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับใด เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการวางแผน บริหารทรัพยากรบุคคลในองค์กร การพัฒนาศักยภาพในการทำงานและรักษาระดับคุณภาพในการทำงานของพนักงาน ตลอดจนการสร้างความสำเร็จให้กับองค์กรอย่างยั่งยืนที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการศึกษา

1. ด้านเนื้อหา ศึกษา ระดับความผูกพันของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC
2. ด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่พนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 130 คน
3. ด้านพื้นที่ ศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร
4. ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา กำหนดระหว่าง เดือนมกราคม พ.ศ. 2561

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

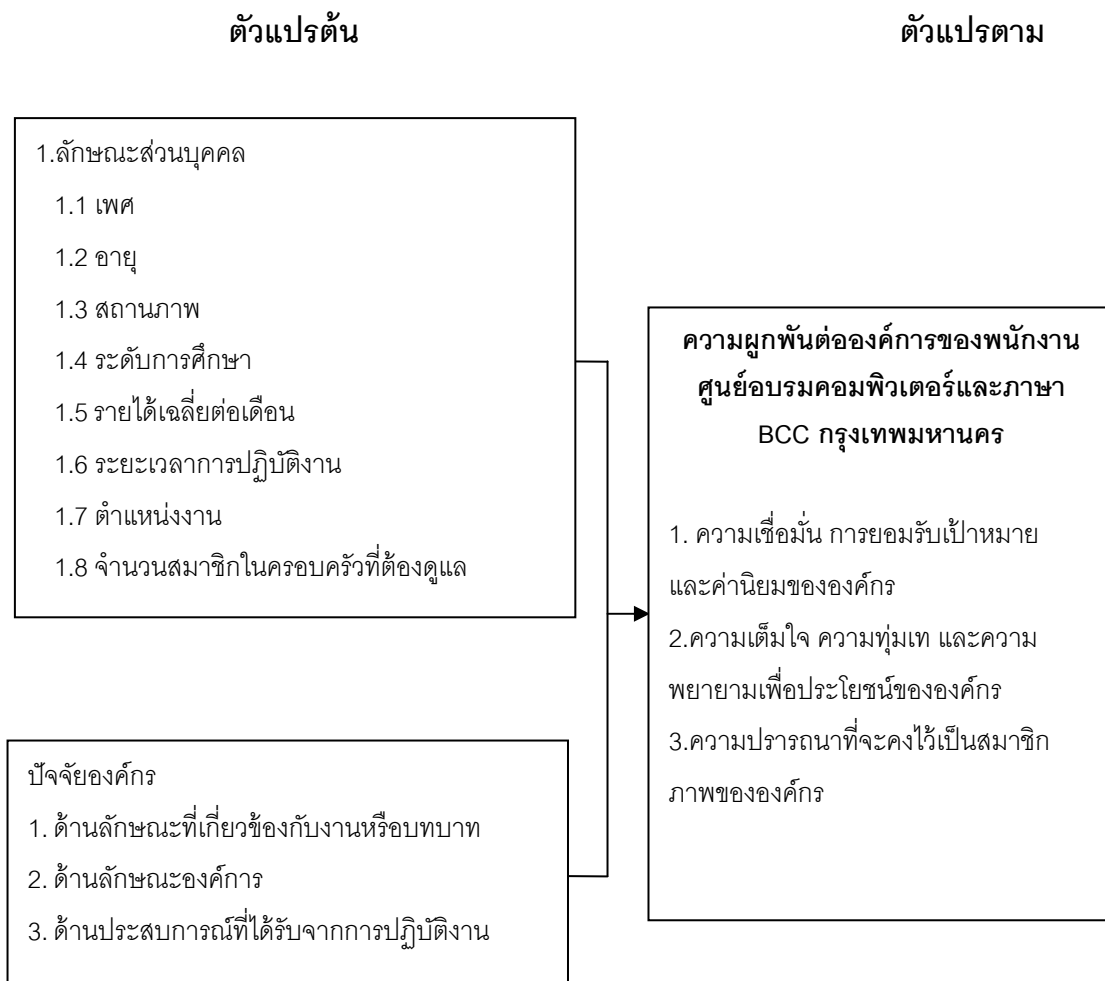
1. เพื่อนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนงานการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ตามปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กร เพื่อสร้างความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น
2. เพื่อนำข้อมูลไปใช้เป็นพื้นฐานในการปรับนโยบาย โครงสร้างองค์กร และเสริมสร้างกิจกรรม หรือนำไปกำหนดนโยบายหรือกิจกรรมใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรต่อไป
3. ผลการศึกษานำไปปรับใช้เป็นแนวทางในการสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในองค์กรอื่น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานครโดยผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าแนวคิดและทฤษฎีที่มีความเหมาะสมกับศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นศูนย์ฝึกอบรมที่มีพนักงานที่มีลักษณะเฉพาะและเชี่ยวชาญในเรื่องเฉพาะหากเราสร้างความผูกพันให้กับพนักงานเหล่านั้นให้อยู่กับองค์กร ได้นานก็จะทำให้องค์กร และพนักงานมีความมั่นคงในงาน ผู้วิจัยจึงใช้ทฤษฎีของ Steers and Porter (1991:603) (อ้างในเบญจมาภรณ์ นวลิมป์, 2550 : 21-23) ซึ่งได้กล่าวถึงความผูกพันต่อองค์กร เป็นลักษณะการแสดงออกของบุคลากรในองค์กร ที่มีความสัมพันธ์ และเกี่ยวข้องด้วยกับองค์กร มีองค์ประกอบของความผูกพันต่อองค์กร 3 ประการ ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้กำหนดในการศึกษา

เป็นตัวแปรตาม คือ 1.ด้านความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร
 2.ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อประโยชน์ขององค์กร 3.ด้านความปรารถนา
 อย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร

สำหรับปัจจัยด้านองค์กร ซึ่งใช้กำหนดในการศึกษาด้านตัวแปรต้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎี
 ของ Porter and Steers (1979 : 433-434 อ้างถึงใน สมหมาย ศรีทรัพย์, 2548:55-56) กล่าวไว้ว่า
 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร มี 4 ประการ ได้แก่ 1.ลักษณะส่วนบุคคล 2.ด้านลักษณะที่
 เกี่ยวข้องกับงานหรือบทบาทงาน 3.ด้านลักษณะขององค์กรและ 4.ด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากการ
 ปฏิบัติงาน



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดการศึกษา

สมมติฐานการศึกษา

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร

1. เพศ มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร

2. อายุ มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร

3. สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร

4. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร

6. ระยะเวลาปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร

7. ตำแหน่งงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร

8. จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC ประกอบด้วย

1. ด้านลักษณะที่เกี่ยวข้องกับงานหรือบทบาทมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร

2. ด้านลักษณะองค์กร มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร

3. ด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผลการตอบแบบสอบถาม จำนวน 130 ชุด เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล จากการศึกษาพบว่า พนักงานส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 21 - 25 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ต่ำกว่า 5 ปี ทำงานระดับผู้ปฏิบัติงาน มีสถานภาพโสด และมีสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแล 1-2 คน

ปัจจัยองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน จากการศึกษาพบว่าพนักงานมีระดับความผูกพันต่อองค์กรปัจจัยองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยด้านประสพการณ์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาด้านลักษณะที่เกี่ยวข้องกับงานหรือบทบาท และด้านลักษณะองค์กรอยู่ในลำดับสุดท้าย

ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานจากการศึกษาพบว่า พนักงานมีระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูงทุกด้าน ด้านความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กรค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือด้านความเต็มใจ ความทุ่มเท และความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กรและด้านความปรารถนาที่จะคงไว้เป็นสมาชิกภาพขององค์กร อยู่ในระดับสุดท้าย

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาการปฏิบัติงาน ระดับตำแหน่งงาน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยองค์กรทุกด้าน คือ ด้านลักษณะที่เกี่ยวข้องกับงานหรือบทบาท ด้านลักษณะองค์กร และด้านประสพการณ์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน : กรณีศึกษา ศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1. ความเชื่อมั่น การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร 2. ความเต็มใจ ความทุ่มเท และความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร และ 3. ความปรารถนาที่จะคงไว้เป็นสมาชิกภาพขององค์กร โดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.05 เมื่อพิจารณาทั้ง 3 ด้านพบว่าความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูงทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุรารักษ์ ศักดิ์ธรรมเจริญ (2549) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันขององค์กร แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ปฏิบัติงาน ลักษณะงาน และประสบการณ์ในงาน ผลการศึกษาพบว่าพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษา อายุ รายได้ต่อเดือน ตำแหน่งงาน และอายุในการทำงาน ส่วนปัจจัยที่มีความสอดคล้องกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร ปัจจัยในด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติที่มีอิทธิพลต่อระดับความผูกพันขององค์กร

เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการอภิปรายผล ผู้ศึกษาจึงได้อภิปรายผลแยกเป็นรายด้าน โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ดังนี้

1. ด้านความเชื่อมั่น การยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรพบว่าความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 4.25 แสดงให้เห็นว่าพนักงานพร้อมที่จะบอกกับบุคคลภายนอกว่าตนเองทำงานที่องค์กรนี้ได้อย่างภาคภูมิใจ และตั้งใจปฏิบัติงานด้วยความจงรักภักดีกับองค์กร มีความคิดที่จะทำงานในองค์กรนี้แม้ว่าจะมีโอกาสในการเลือกงานที่ดีกว่า มีความภาคภูมิใจที่เป็นสมาชิกขององค์กรนี้ และพนักงานตั้งใจปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายเพื่อให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดขององค์กร สอดคล้องกับแนวคิดของ พิรินทร์ วิชา สมานสินธุ์ (2554: 19-23) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความผูกพันของพนักงานศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท เบสท์ เพอฟอร์มแมนซ์ เอ็นจิเนียริง จำกัด” จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการคงอยู่ในการเป็นสมาชิกในองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน มีความสัมพันธ์กันเชิงบวกในระดับมาก คือ การที่พนักงานมีปัจจัยด้านด้านการคงอยู่ในการเป็นสมาชิกในองค์กรเพิ่มขึ้นส่งผลทำให้พนักงานมีความผูกพันเพิ่มมากขึ้นด้วย

2. ด้านความเต็มใจ ความทุ่มเท และความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร พบว่าความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 4.11 แสดงให้เห็นว่าพนักงานเต็มใจที่จะอยู่ทำงานที่ได้รับมอบหมายต่อให้เสร็จสิ้นแม้ว่าจะเลิกงานแล้ว ด้วยความเต็มใจปฏิบัติงานทุกอย่างที่ได้รับมอบหมายเพื่อตอบสนองเป้าหมายขององค์กร และทุ่มเทให้กับงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่ทุกครั้ง รวมถึงยินดีที่จะทำงานมากกว่าเดิมหากมีส่วนทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ และเต็มใจที่จะทำงานกับองค์กรแม้ว่างานนั้นจะไม่ใช่งานที่รับผิดชอบอยู่ สอดคล้องกับแนวคิดของประจวบ คงอินทร์ (2554:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท พีรพัฒน์ เทคโนโลยี จำกัด(มหาชน) มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงาน บริษัท พีรพัฒน์ เทคโนโลยี จำกัด(มหาชน) และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท พีรพัฒน์ เทคโนโลยี จำกัด(มหาชน) จำนวน 145 คน ผลการศึกษาพบว่าพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมดีมาก อันมีปัจจัยจาก 3 ด้าน ได้แก่ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขององค์กร (Identification) การมีส่วนร่วมในองค์กร (Involvement) ด้านความจงรักภักดีต่อองค์กร (Loyalty) มีความสัมพันธ์กันกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในระดับมาก

3. ด้านความปรารถนาที่จะคงไว้เป็นสมาชิกภาพขององค์กรพบว่าความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 3.79 แสดงให้เห็นว่าพนักงานคิดว่าเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรสามารถนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรในอนาคต รวมถึงค่านิยมขององค์กรทำให้พนักงานรู้สึกเชื่อมั่นระบบการทำงานและเป็นองค์กรที่ดีที่สุด และการตั้งเป้าหมายของพนักงานสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร และมีความศรัทธาและยอมรับค่านิยมขององค์กร โดยคิดว่าองค์กรที่ทำงานอยู่มีชื่อเสียงในด้านธุรกิจที่ทำอยู่ สอดคล้องกับแนวคิดของนิดาขวัญ ร่มเมือง (2554:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรณีศึกษาโรงเรียนธิดาแม่พระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร กรณีศึกษา โรงเรียนธิดาแม่พระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี และศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร กรณีศึกษา โรงเรียนธิดาแม่พระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 248 คน ผลการศึกษา พบว่าความสัมพันธ์พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะงานและปัจจัยด้านประสพการณ์ทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ด้านความเต็มใจที่จะปฏิบัติงานเพื่อองค์กร ด้านความต้องการที่จะรักษาความเป็นสมาชิกขององค์กรในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยขององค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์ และภาษา BCC

จากการศึกษาปัจจัยขององค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 3 ด้าน ผู้ศึกษานำเสนอผลวิเคราะห์ปัจจัยขององค์กรเป็นรายข้อ มีรายละเอียดดังนี้

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยขององค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC โดยรวมทั้ง 3 ด้าน คือด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน ด้านลักษณะที่เกี่ยวข้องกับงานหรือบทบาท และด้านลักษณะองค์กร โดยภาพรวมระดับความผูกพันต่อองค์กร อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.26 เมื่อพิจารณาด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน แสดงให้เห็นว่าศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร ฝึกทักษะ เพิ่มพูนความรู้ให้พนักงานมีการเรียนรู้เพื่อให้เกิดการพัฒนาตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิชนันท์ วิเศษลา (2556:33) ศึกษาเรื่องความผูกพันของพนักงานที่มีต่อบริษัทโอเวอร์ซีอูมินัม จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อบริษัทโอเวอร์ซีอูมินัม จำกัด การศึกษาครั้งนี้ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ พนักงาน บริษัทโอเวอร์ซีอูมินัม จำกัด จำนวน 130 คน ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน ปัจจัยด้านลักษณะงาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะงาน ด้านความหลากหลายของงาน โดยเฉลี่ยมีความคิดเห็นในระดับมาก คือ มีเป้าหมายใหม่ๆในการทำงาน งานที่ปฏิบัติอยู่แสดงถึงความสามารถและความเชี่ยวชาญ ด้านโอกาสในการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น

เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการอภิปรายผล ผู้ศึกษาจึงได้อภิปรายผลแยกเป็นรายด้านจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ดังนี้

1. ด้านประสบการณ์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน พบว่าความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 4.29 แสดงให้เห็นว่าพนักงานรู้สึกว่าคุณค่าตนเองเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อองค์กร และได้รับการยกย่องและชมเชยทุกครั้งจากผู้บังคับบัญชาเมื่อทำงานสำเร็จ ซึ่งองค์กรของมีหลักในการเลื่อนเงินเดือนที่ชัดเจนและเป็นธรรม ทำให้พนักงานรู้สึกว่าคุณค่าองค์กรนี้สามารถพึ่งพาได้เมื่อเกิดปัญหาในที่ทำงานหรือปัญหาส่วนตัว และพนักงานรู้สึกว่าคุณค่าองค์กรแห่งนี้เป็นอย่างดีที่สุดที่ทำงานแล้วมีความสุข ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิรินทร์ชา สมานสินธุ์ (2554:29-31) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความผูกพันของพนักงาน ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท เบสท์ เพอฟอร์แมนซ์ เอ็นจิเนียริง จำกัดจากการศึกษาพบว่าพนักงานบริษัท เบสท์ เพอฟอร์แมนซ์ เอ็นจิเนียริง จำกัด มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสบการณ์การทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าด้านความมั่นคงและน่าเชื่อถือได้ของ

องค์กร ด้านความรู้สึกว่าองค์กรเป็นที่พึงพิงได้ พนักงานมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นความรู้สึกว่ามีความสำคัญต่อองค์กร และด้านความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กรที่ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

2. ด้านลักษณะที่เกี่ยวข้องกับงานหรือบทบาท พบว่าความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 4.22 แสดงให้เห็นว่างานที่รับผิดชอบต้องใช้ความรู้ความสามารถและทักษะสูง และมีการกำหนดความรับผิดชอบที่ชัดเจน รวมถึงองค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานมีอิสระในการตัดสินใจในงานที่รับผิดชอบ เปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นในการทำงาน องค์กรเปิดโอกาสให้มีอิสระในการตัดสินใจในงานที่ท่านรับผิดชอบ และงานที่รับผิดชอบมีความท้าทายความสามารถ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิดาขวัญ ร่มเมือง ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรณีศึกษาโรงเรียนธิดาแม่พระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรณีศึกษาโรงเรียนธิดาแม่พระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี และศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรณีศึกษาโรงเรียนธิดาแม่พระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 248 คน ผลการศึกษา พบว่าระดับความเห็นของบุคลากรต่อปัจจัยด้านลักษณะงานโดยรวม บุคลากรมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ในทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับคือด้านความท้าทายของงาน ด้านความมีอิสระในงาน และด้านการมีส่วนร่วมในการบริหาร

3. ด้านลักษณะองค์กร พบว่าความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 3.87 แสดงให้เห็นว่าหน่วยงานมีการกำหนดโครงสร้างหน้าที่เอาไว้อย่างชัดเจน และองค์กรมีการมอบอำนาจในการตัดสินใจในการดำเนินงานของแต่ละหน่วยงานอย่างเหมาะสม โดยพนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในระดับการวางแผนงาน หน่วยงานมีการกำหนดนโยบายและทิศทางการทำงานเอาไว้อย่างชัดเจน มีระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรมีความเหมาะสม และหน่วยงานมีการจัดแผนงานและกระจายงานอย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อำพรพันธุ์ กังวานวัฒนศิริ (2554:32) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรกรณีศึกษาพนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ฝ่ายปฏิบัติการภาคเหนือ จังหวัดพิษณุโลก วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 154 คน ผลการศึกษาพบว่าด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ได้แก่ ความมีอิสระในการทำงาน ลักษณะงานที่ท้าทายงานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ลักษณะงานที่มีความสำคัญ การมีส่วนร่วมในงาน และความก้าวหน้าใน

การทำงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรปัจจัยด้านความสัมพันธ์ในองค์กรสามารถร่วมพยากรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน คือ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาการปฏิบัติงาน ระดับตำแหน่งงาน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาพบว่าทั้งเพศหญิงและเพศชาย อายุ 21 - 25 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ต่ำกว่า 5 ปี ทำงานระดับผู้ปฏิบัติงาน มีสถานภาพโสด และมีสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแล 1-2 คนส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อภิชาติ จิวิริยะวัฒน์ (2549:20) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน: ศึกษากรณีพนักงานสำนักงาน บริษัท อีซูซุ มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสำนักงานบริษัท อีซูซุมอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับและปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานสำนักงานบริษัท อีซูซุมอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 222 คน ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบ ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการศึกษา พบว่า พนักงานสำนักงานบริษัท อีซูซุมอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด มีความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับสูง ผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสำนักงาน บริษัท อีซูซุมอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ในเรื่องของ เพศ ระดับตำแหน่งงาน และระยะทางจากบ้านถึงที่ทำงาน ส่วนในเรื่องของอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน (อายุงาน) แตกต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กร แตกต่างกัน โดยพนักงานที่อายุมากกว่าจะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่า พนักงานที่มีอายุน้อยกว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษาต่ำจะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าพนักงานที่มีระดับการศึกษาสูง พนักงานที่เป็นโสดจะมีความผูกพันต่อองค์กรน้อยกว่าพนักงานที่สมรส หม้าย หย่า หรือแยกกันอยู่ พนักงานที่มีอายุงานมากจะมีความผูกพันต่อองค์กรมากกว่าพนักงานที่มีอายุงานน้อยกว่า แต่ปัจจัยสภาพแวดล้อมของงานและปัจจัยลักษณะงาน มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01

สำหรับปัจจัยองค์กรทั้ง 3 ด้านมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรม คอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัย องค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร อยู่ในระดับสูงโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้าน ประสิทธิภาพที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน รองลงมาด้านลักษณะที่เกี่ยวข้องกับงานหรือบทบาท และด้าน ลักษณะองค์กร ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของสุรารักษ์ ศักดิ์ธรรมเจริญ (2549) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ปฏิบัติงาน ลักษณะงาน และประสิทธิภาพในงาน ผล การศึกษาพบว่า พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพล ต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษาอายุ รายได้ต่อเดือน ตำแหน่งงาน และอายุในการทำงาน สำหรับปัจจัยในด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติที่มีอิทธิพลต่อระดับ ความผูกพันองค์กร ได้แก่ ความมีอิสระในการทำงาน ความหลากหลายของงาน ความมีเอกลักษณ์ของ งาน ผลป้อนกลับของงาน และงานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น สำหรับปัจจัยในด้าน ประสิทธิภาพในงานที่มีอิทธิพลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ความรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญต่อ องค์กร ความรู้สึกว่าคุณเป็นที่พึ่งพาได้ ความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองจากองค์กรและ ทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กร

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาปัจจัยองค์กรที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานศูนย์อบรม คอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้พบประเด็นน่าสนใจดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1.ด้านประสิทธิภาพที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง และทุกข้อมีความสำคัญต่อการประกอบอาชีพของศูนย์อบรม คอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร ดังนั้นการที่จะรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กรได้นาน องค์กรจะต้องเป็นที่พึ่งพาเมื่อเกิดปัญหาในที่ทำงานหรือปัญหาส่วนตัวด้านลักษณะที่เกี่ยวข้องกับงาน หรือบทบาท

2. ด้านลักษณะองค์กร อยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับสูง สำหรับศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร ซึ่งลักษณะองค์กรเป็นองค์กร ต้องอาศัยทักษะและความเชี่ยวชาญเฉพาะตัวบุคคล ดังนั้นการที่จะรักษาพนักงานที่มีทักษะในการ

ทำงานที่เฉพาะนี้ องค์กรควรจะต้องมีการจัดแผนงานและกระจายงานอย่างเหมาะสม รวมทั้งระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการปฏิบัติงานในองค์กรต้องมีความเหมาะสมด้วยเช่นกัน

3. ด้านลักษณะที่เกี่ยวข้องกับงานหรือบทบาท อยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่าภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง สำหรับศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์และภาษา BCC กรุงเทพมหานคร การปฏิบัติหน้าที่การทำงานพนักงานงานที่รับผิดชอบต้องใช้ความรู้ความสามารถและทักษะสูง ดังนั้นการที่จะรักษาพนักงานไว้องค์กรควรเปิดโอกาสให้มีอิสระในการตัดสินใจในงานที่รับผิดชอบ และงานที่รับผิดชอบมีความท้าทายความสามารถอยู่ตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป

1. งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ งานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรปัจจัยด้าน ปฏิบัติงานประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและความสัมพันธ์ขององค์กรโดยสัมภาษณ์เชิงลึกพร้อมด้วยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรความจงรักภักดีที่ อาจมีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานว่าแต่ละปัจจัยมีผลกระทบแตกต่างกันอย่างไร เพื่อขอบเขตของผลการศึกษาที่กว้างขึ้น

บรรณานุกรม

กมลวรรณ มั่งนุ้ย.2553. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานธนาคารกสิกรไทย. :

ศึกษาเฉพาะกรณีพนักงานปฏิบัติงานสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา.

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

กฤษวรรณ นวกุล .2549.ความผูกพันของพนักงาน: กรณีศึกษา บริษัท มิตรชุบิชิ มอเตอร์ส (ประเทศไทย)

จำกัด. ภาคนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต,สาขาวิชาการพัฒนาศาสตร์พยาบาลและ

องค์การ, โครงการบัณฑิตศึกษาการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

จิรัชย์ พุฒิจรัสพงศ์.2551.ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัทเซฟรอน

ประเทศไทยสำรวจและผลิต จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา

การจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา.

ณปภัช นาคเจือทอง. 2553. ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานในเขตอุตสาหกรรม โรงงาน

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ, บัณฑิต

วิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- นิชนันท์ วิเศษลา.2556. ได้ศึกษาเรื่องความผูกพันของพนักงานที่มีต่อบริษัทโอเวอร์ซีอูมินั่ม. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต,สาขาการบริหารการศึกษา,คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นิตาขวัญ ร่มเมือง. (2554). ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรณีศึกษาโรงเรียนธิดาแม่พระจังหวัด สุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- ปรานอม กิตติคุณธรรม.(2538).ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของลูกจ้างต่อองค์กร:ศึกษาเฉพาะ กรณีอุตสาหกรรมสิ่งทอ.วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรทิพย์ ทับทิมทองคำ. (2540). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันกับคุณภาพชีวิต. การทำงานของข้าราชการมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์. ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พัชราภรณ์ ศุภมั่งมี. (2550). ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร:กรณีศึกษาบริษัทสหพัฒน์ปิโตรเลียม จำกัด(มหาชน) ศูนย์กระจายสินค้าจังหวัดเชียงใหม่.การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร,บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิชญา ทรัพย์เกิดอนันต์.(2549).ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ที่ โอที จำกัด (มหาชน)ด้านบริการลูกค้านครหลวง.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ. (2552).ความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กร ความหมายทฤษฎี วิธีวิจัยการวัดและงานวิจัย.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เสมาธรรม.
- พรินทร์ชา สมานสินธุ์. (2554). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความผูกพันของพนักงาน : ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัทเบสท์เพอฟอร์ม แมนซ์ เอ็นจิเนียริง จำกัด. การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

Books

- Allen, N. J. & Meyer, J. P. (1993). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, pp. 1 -18.
- Angle and Perry (1981). *Existence Relatedness and Growth*. New York: Free Press.
- Hrebiniak, L. G., & Alutto, J. A. (1972). Personal and role-related factor in the

development of organization commitment. *Administrative Science Quarterly*, 17, 555-562.

Mathieu and Farr (1991). Investment and involvements as mechanisms producing commitment to the organization. *Administrative Science Quarterly*, 16, 143-150.

Porter, L. W. (1974). Organizational commitment, job satisfaction and turnover among psychiatric technicians. *Journal of Applied Psychology*, 12, 603-609.

ปัจจัยความรักต่อตราที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก
ในตราธนาคารกรุงไทยเขตภาคใต้ตอนล่าง

Factor of Brand Love towards Word of Mouth

on Krung Thai Bank Brand, Lower Southern Region

ชยรพ จันท์ชุม¹

ศศิวิมล สุขบอท²

Chayarop Junchum¹

Sasiwimon Sukkabot²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยความรักต่อตราที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากในตราธนาคารกรุงไทยของลูกค้านักธนาคารกรุงไทยเขตภาคใต้ตอนล่าง กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าปัจจุบันของ บมจ.ธนาคารกรุงไทยในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง จำนวน 385 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการหาค่าการวิเคราะห์ถดถอย ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001- 40,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารกรุงไทยในจังหวัดปัตตานี และส่วนใหญ่ใช้บริการเงินฝาก ซึ่งลูกค้ามีระดับความรักต่อตราและการสื่อสารแบบปากต่อปาก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งความรักต่อตราสามารถร่วมกันพยากรณ์การสื่อสารแบบปากต่อปากต่อตราธนาคารกรุงไทย ได้ร้อยละ 30.8 อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : ความรักต่อตรา ; การสื่อสารแบบปากต่อปาก ; ตราธนาคารกรุงไทย ; ภาคใต้ตอนล่าง

Abstract

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

² รศ.ดร.ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

¹ Graduate Student, Master of Business Administration Program (Marketing), Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University

² Lecture, Ph.D., Master of Business Administration Program (Marketing), Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University

The purposes of this research are to study the influence of brand love which affects Lower Southern region Krung Thai Bank customers' word of mouth toward the brand. Samples were 385 current customers of Krung Thai bank in the Lower Southern region. The researcher used Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, and Regression Analysis to analyze the data. Research found that the majority of the customers are female aged between 20 to 30 years old who are single or living together, graduated a bachelor degree, and working as a government officer or a state enterprise officer. Most of them earn averagely 20,001 to 30,000 baht and 30,001 to 40,000 baht per month. They usually visit Krung Thai bank in Pattani province and visit for money deposition service. Moreover, customers are highly love the brand and highly affected by word of mouth about the brand of Krung Thai bank in the Lower Southern region. In addition, research found that the love toward the brand is able to predict 30.8 % of the customers' word of mouth about the brand of Krung Thai bank in the Lower Southern region as statistical significance at .01 as the following equation.

Keywords : Brand love ; Word of Mouth ; Krung Thai Bran ; Lower Southern Region

บทนำ

ธนาคารรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่อย่าง บมจ.ธนาคารกรุงไทย เป็นธนาคารที่มีความมั่นคง โดยรัฐบาลใช้เป็นเครื่องมือในการสนองนโยบายต่างๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ 2558 – 2560 บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่างมีการเติบโตทางด้านผลผลกำไรสุทธิและมีจำนวนลูกค้าที่น้อยลง (ธนาคารกรุงไทย, 2560) ตามข้อมูลสรุปตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 – 2560 ดังนี้

ตารางที่ 1

ผลกำไรสุทธิและจำนวนลูกค้าในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง

ปี พ.ศ.	ผลกำไรสุทธิ (ล้านบาท)	จำนวนลูกค้า (คน)
---------	-----------------------	------------------

2558	7,565	1,682,477
2559	6,707	1,542,322
2560	5,965	1,344,471

ที่มา: ธนาคารกรุงไทย (2560)

การที่ผลกำไรสุทธิและจำนวนลูกค้าซึ่งมีสาเหตุมาจากลูกค้าเดิมของธนาคารกรุงไทย มีการเปลี่ยนไปใช้บริการกับธนาคารอื่น ๆ จำนวนมาก ทำให้ธนาคารต้องปรับตัวและแสวงหาการทำตลาดของตัวธนาคารเอง ธนาคารได้ออกผลิตภัณฑ์ทางการเงินมาจำนวนมาก เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ยังไม่เป็นที่เพียงพอสำหรับการแข่งขันในยุคปัจจุบัน ทำให้ข้อมูลต่างๆที่มาจากลูกค้าปัจจุบันของธนาคารแพร่กระจายไปยังบุคคลอื่นด้วยความรวดเร็ว เป็นการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการและมีความน่าเชื่อถือ จึงนับว่าการสื่อสารแบบปากต่อปาก เป็นกลยุทธ์การตลาดที่ได้รับความนิยมสำหรับธนาคาร เป็นหัวใจหลักสำคัญที่ทำให้ธนาคารมีผลกำไรสุทธิที่ดี และเป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าของธนาคารอื่น ๆ อีกด้วย (Carroll & Ahuvia, 2006)

การสื่อสารแบบปากต่อปากที่ดีนั้นเกิดมาจากแนวคิดความรักต่อตราที่เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ที่มีมาไม่นาน เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรัก ความหลงใหลในตรา โดยมุ่งเน้นการสร้างความรัก ความผูกพันฉันมิตร การที่จะทำให้ลูกค้ารู้สึกรักกับสินค้าหรือบริการของธุรกิจธนาคารนั้น สามารถทำได้ด้วยเรื่องการมีส่วนร่วม การเข้าถึงได้ง่าย สินค้านั้นต้องมีประโยชน์และสามารถประเทืองปัญญาได้ สินค้านั้นจะต้องเชื่อถือและไว้ใจได้ ลูกค้ารู้สึกว่ามีความน่าเชื่อถือต่อสินค้าและบริการ มีความประทับใจ บริการด้วยความเอาใจใส่และการให้ลูกค้าอย่างใจกว้าง ความรักในตราเกิดจากผู้บริโภคมีประสบการณ์ที่ดีในการใช้สินค้าหรือบริการ จนทำให้เป็นตราที่ผู้บริโภคนึกถึงเป็นอันดับแรก เป็นตราที่มีความต้องการใช้อย่างสม่ำเสมอ ส่งผลให้เกิดการบอกต่อจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง ซึ่งสถานการณ์ของธนาคารในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับของความรักมีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก ที่เห็นได้ชัดเจนได้แก่ สถานการณ์ที่ลูกค้าเดิมของธนาคารที่ใช้บริการกับธนาคารมานานมีการแนะนำบุคคลอื่นหรือลูกค้าของธนาคารคู่แข่งอื่นให้มาใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารที่ตนกำลังใช้บริการอยู่ โดยมีการพูดถึงเรื่องของตนเองเคยมีประสบการณ์ต่อธนาคารในทิศทางบวกจนทำให้เกิดความรักและภักดี ส่งผลให้บุคคลอื่นหรือลูกค้าของธนาคารคู่แข่งอื่นมาใช้บริการกับธนาคารที่ตนได้ใช้บริการ (ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย, 2560) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยหลายงานที่ให้บทบาทของความรักและความภักดีว่ามีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก ได้แก่ Ismail & Spinelli (2012) มีการศึกษาพบว่า บุคลิกภาพตราที่มีอิทธิพลทางบวกกับการสื่อสารแบบปากต่อปากโดยมีการใช้ความรัก

ในตรามีอิทธิพลทางบวกกับความภักดีต่อตรา และ Bergkvist (2009) มีการศึกษาพบว่า ความรักในตรามีอิทธิพลต่อตัวแปรทางการตลาดที่สำคัญเช่นกัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องของ ปัจจัยความรักต่อตราที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากในตราธนาคารกรุงไทยเขตภาคใต้ตอนล่างจะก่อประโยชน์โดยตรงกับ บมจ. ธนาคารกรุงไทยในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง โดยการใช้การสื่อสารแบบปากต่อปากจะเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ เพื่อการเพิ่มผลกำไรและเพิ่มจำนวนลูกค้าให้กับธนาคาร เป็นการประหยัดงบประมาณในการทำการตลาดของธนาคาร และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์คู่เทียบอื่นๆ ในปี 2561 ธนาคารกรุงไทยมีเป้าหมายคือการทำตลาดที่มุ่งเน้นการไปสู่การเป็นธนาคารหลัก การเป็นผู้นำทางด้านบริการธุรกรรมทางการเงิน ธนาคารกรุงไทยยังมุ่งเน้นการทำให้ลูกค้าเกิดความจดจำในตราของธนาคารเพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการนี้ถึงธนาคารกรุงไทยเป็นลำดับแรกเมื่อต้องการทำธุรกรรมทางการเงิน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดความรักต่อตรา (Brand Love)

ความหมายของความรักต่อตรา

Carroll & Ahuvia (2006) ได้กล่าวถึงความหมายของความรักต่อตรา ไว้ว่า เป็นความรู้สึกของอารมณ์ความรู้สึกที่หลงใหลของผู้บริโภคมีต่อชื่อทางการค้าที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นการผสมผสานของอารมณ์และความชอบของแต่ละบุคคลที่มีต่อตรานั้นๆ และเป็นความหลงใหลในตัวตนของตราที่เกิดจากความพึงพอใจ ซึ่งความรักต่อตราและความพึงพอใจ อาจจะมีอยู่ในบริบทของความสัมพันธ์ของตราและผู้บริโภค

Halilovic (2013) ได้กล่าวถึงความหมายของความรักต่อตรา ไว้ว่า ความรักต่อตราเป็นความสัมพันธ์ที่รุนแรงกว่าความชอบที่จะเกิดขึ้นระหว่างตรากับผู้บริโภค โดยผู้บริโภคจะอธิบายถึงความรู้สึกที่มีต่อตราโดยใช้เรื่องของความรักต่อตราสินค้านั้นๆ โดยใช้เรื่องของความสัมพันธ์ การมีอารมณ์ การมีความรู้สึกร่วม ที่ก่อให้เกิดความรักต่อตรานั้นๆ

Ismail & Spinelli (2012) ได้กล่าวถึงความหมายของความรักต่อตรา ไว้ว่า ความรักต่อตรานั้นเป็นความรักในด้านจิตวิทยาที่ได้รับรูปแบบของความรักที่แตกต่างกันออกไป ได้แก่ ความสนิทสนม ความเสนาหา พันธะผูกพัน นำมาพัฒนาเป็นมาตรวัดความรู้สึกของความรัก ยกตัวอย่าง เช่น ความไว้วางใจ ความเอาใจใส่ ความเคารพ ความเป็นห่วง การมีพันธะสัญญา และการยอมรับเป็นสิ่งที่สามารถแสดงได้ถึงความรู้สึกที่มีต่อตราของผู้บริโภค

การวัดความรักต่อตรา

Kanjaro, et al. (2006) ได้กำหนด การวัดความรักของตราไว้ว่า เป็นระดับความผูกพันทางอารมณ์ที่หลงใหลในความพอใจของผู้บริโภคมีผลต่อซื้อทางการค้า โดยเฉพาะรวมถึงความรัก ความผูกพัน การประเมินผลเชิงบวกของตรา และความเต็มใจที่จะประกาศความรักต่อตราได้พัฒนา เครื่องมือการวัดความรักต่อตรา จำนวน 7 ข้อ ดังนี้

ตารางที่ 2

การวัดความรักต่อตราของ Kanjaro, et al. (2006)

การวัดความรักต่อตราของ Kanjaro, et al. (2006)	
1. This brand makes me feel good.	ตรานี้ทำให้ฉันรู้สึกดี
2. This brand is totally awesome.	ตรานี้เป็นตราสินค้าที่ยอดเยี่ยมโดยสิ้นเชิง
3. This brand makes me very happy.	ตรานี้ทำให้ฉันมีความสุขมาก
4. I love this brand.	ฉันรักตรานี้
5. This brand is a pure delight.	ตรานี้ทำให้ฉันมีความสุขอย่างแท้จริง
6. I am passionate about this brand.	ฉันหลงใหลตรานี้
7. I'm very attached to this brand.	ฉันยึดมั่นกับตรานี้เป็นอย่างมาก

แนวคิดการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth)

ความหมายของการสื่อสารแบบปากต่อปาก

Heritage (2010) ได้กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารแบบปากต่อปากไว้ว่า การสื่อสารแบบปากต่อปาก หมายถึง การสื่อสารด้วยคำพูดระหว่างบุคคลหนึ่งบอกต่อไปยังบุคคลอีกบุคคลหนึ่งเกี่ยวกับประสบการณ์ต่อสินค้าและบริการ ความประทับใจหรือความไม่ประทับใจในตัวสินค้าหรือบริการที่บุคคลที่ทำการบอกต่อเคยมีประสบการณ์ตรงกับสินค้าหรือบริการนั้น

Rosen (2002) ได้กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารแบบปากต่อปากไว้ว่า เป็นการส่งข้อความระหว่างบุคคล จากบุคคลที่ไปบอกต่อข้อความดังกล่าวที่ตนได้รับมาให้แก่บุคคลอื่นที่ตนรู้จักต่อไปเรื่อย ๆ ทำให้ข้อความที่บุคคลที่พูดเป็นคนแรกมีการเผยแพร่ออกไปเป็นวงกว้าง ซึ่งเป็นการ

เผยแพร่ที่ควบคุมได้ยาก แต่ก็ยังเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ไม่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

Ismail & Spinelli (2012) ได้กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารแบบปากต่อปาก ไว้ว่าการสื่อสารแบบปากต่อปากเป็นหลักของข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการร้านค้าที่ บริษัทต่างๆที่สามารถแพร่กระจายจากผู้บริโภคคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่งโดยอาศัยการบอกต่อ

การวัดการสื่อสารแบบปากต่อปาก

Kanjaro, et al. (2006) ได้กำหนดการวัดการสื่อสารปากต่อปากไว้ว่า การสื่อสารแบบปากต่อปากจะมีความสัมพันธ์กับความรักต่อตรา จึงได้พัฒนาระดับการวัดการสื่อสารแบบปากต่อปากที่มีต่อตรา 4 ข้อ ดังนี้

ตารางที่ 3

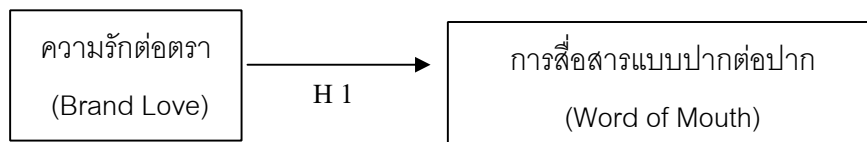
การวัดการสื่อสารแบบปากต่อปาก Kanjaro, et al. (2006)

การวัดการสื่อสารแบบปากต่อปาก Kanjaro, et al. (2006)	
1. I encourage friends and family to buy this brand.	ฉันแนะนำตรานี้ให้กับผู้คนจำนวนมาก
2. I recommend this brand whenever anyone seeks my advice.	ฉันจะแนะนำตรานี้เสมอๆ เมื่อมีคนมาขอคำแนะนำ
3. If the brand been mentioned in a conversation, I would recommend this brand.	ถ้ามีการกล่าวถึงตราในบทสนทนา ฉันจะแนะนำตรานี้ทันที
4. I have actually recommended this brand to my friends and/or family.	ฉันได้แนะนำตรานี้ให้กับเพื่อนของฉันและครอบครัวของฉันเป็นอย่างมาก

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยความรักต่อตราที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากในตราของลูกค้าธนาคารกรุงไทยเขตภาคใต้ตอนล่างที่มีต่อตราธนาคารกรุงไทย

กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดของการวิจัย

สมมุติฐานงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีสมมุติฐานที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

H 1 : ความรักต่อตราที่มีอิทธิพลกับการสื่อสารแบบปากต่อปาก

วิธีดำเนินการดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าปัจจุบันของ บมจ.ธนาคารกรุงไทยในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง ในพื้นที่สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส จำนวน 384 คน โดยใช้เกณฑ์การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970)

การสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยนี้ใช้วิธีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยแบ่งกลุ่มประชากรทั้งหมดตามพื้นที่ในแต่ละจังหวัดของธนาคารกรุงไทยในเขตภาคใต้ตอนล่าง มีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 5 จังหวัด ดังนี้ สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา นราธิวาส ขั้นตอนที่ 2 จากวิธีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างข้างต้นเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน โดยใช้เกณฑ์การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) และในขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวโดยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random

Sampling) กับลูกค้าปัจจุบันที่มาใช้บริการธนาคารกรุงไทยในพื้นที่ของธนาคารกรุงไทยเขตภาคใต้ตอนล่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง

3.1 ร่างแบบสอบถามนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ช่วยตรวจสอบเนื้อหาและความถูกต้องตามหลักวิชาการ ความครบถ้วนและความสมบูรณ์แบบของแบบสอบถามเพื่อหาค่า IOC ผลการวิเคราะห์ IOC ของงานวิจัยผ่านการทดสอบโดยรวม ได้ 0.67 และ 1.00 ซึ่งมีค่า IOC ผ่านเกณฑ์ ตามเงื่อนไขที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป (บุญชม ศรีสะอาด, 2550)

3.2 นำแบบสอบถามที่ผ่านผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแล้วไปทดสอบ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ต้องมีค่ามากกว่า .70 (บุญชม ศรีสะอาด, 2550) ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อมั่นของงานวิจัยนี้ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ความรักต่อตรา เท่ากับ .881 และการสื่อสารแบบปากต่อปาก เท่ากับ .814

ตัวแปรและมาตรวัด

โดยมีข้อคำถามตัวแปรความรักต่อตรา ปรับปรุงจาก Kanjaro, et al. (2016) มีข้อคำถาม 7 ข้อ ตัวแปรการสื่อสารแบบปากต่อปาก ปรับปรุงจาก Kanjaro, et al. (2016) มีข้อคำถาม 4 ข้อ การวัดค่าตัวแปรใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert) ระดับ 1 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ระดับ 2 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นที่ไม่เห็นด้วยระดับ 3 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นที่ไม่แน่ใจ ระดับ 4 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย ระดับ 5 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ในงานวิจัยมีการใช้สูตรการคำนวณระดับคะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยชั้นสูตรและการแปลความหมายของงานวิจัยนี้ใช้เกณฑ์ ดังนี้

$$\text{ความกว้างของชั้น} = \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

โดยมีการแปลความหมายของงานวิจัยดังนี้ คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS for Window เพื่อคำนวณหาค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการหาค่าการวิเคราะห์ถดถอย (Regression Analysis) ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2550)

$$Y' = a + b_1 X_1$$

เมื่อ	Y'	แทน	คะแนนพยากรณ์ของตัวแปรตาม (ตัวเกณฑ์)
	a	แทน	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ
	b_1	แทน	ค่าน้ำหนักคะแนนหรือสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์)
	X_1	แทน	คะแนนของตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์)

ผลการวิจัย

ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง

ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001- 40,000 บาท โดยใช้บริการธนาคารกรุงไทยในพื้นที่จังหวัดปัตตานี และส่วนใหญ่ใช้บริการเงินฝาก รองลงมาคือ บัตรเอทีเอ็ม 2. ลูกค้า มีระดับความรักต่อตราของ บมจ.ธนาคารกรุงไทยในเขตภาคใต้ตอนล่าง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการศึกษาระดับความรักต่อตราและการสื่อสารแบบปากต่อปากของลูกค้า ธนาคารกรุงไทย

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีระดับความรักต่อตรา ของ บมจ.ธนาคารกรุงไทยในเขตภาคใต้ตอนล่าง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 ($\bar{X} = 3.74, S.D. = 0.76$) และพบว่าลูกค้ามีระดับการสื่อสารแบบปากต่อปาก ของตรา บมจ.ธนาคารกรุงไทยในเขตภาคใต้ตอนล่าง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 ($\bar{X} = 3.98, S.D. = 0.77$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

เพื่อให้การทดสอบข้อตกลงที่ว่าด้วยการไม่มีความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรอิสระให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้นผู้วิจัยได้วิเคราะห์ค่าองค์ประกอบความแปรปรวนที่สูงเกินกว่าความเป็นจริง (Variance Inflation Factor : VIF) ซึ่งผลวิเคราะห์พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระทุกตัวอยู่ระหว่าง 2.105 – 3.177 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 10 อีกทั้งค่าการยอมรับ (Tolerance) ของตัวแปรอิสระทุกตัวอยู่ระหว่าง 0.298 - 0.475 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังกล่าวไม่สูงมากนัก และสามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับตัวแปรตามด้วยการวิเคราะห์สมการการหาค่าการวิเคราะห์ถดถอย (Regression Analysis) ได้ ดังการวิเคราะห์ต่อไปนี้ (Kanjanasri, 2012)

ตารางที่ 4

การวิเคราะห์อิทธิพลของความรักต่อตราที่มีผลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากในตราของลูกค้าธนาคารกรุงไทยเขตภาคใต้ตอนล่างที่มีต่อตราธนาคารกรุงไทย

ปัจจัยพยากรณ์	B	S. E.	β	t	Sig.
ค่าคงที่	1.972	.169		11.639	.000
ความรักต่อตรา	.561	.043	.555**	13.067	.000
R = .555 , R ² = .308 , R ² _{adj} = .307 , F = 170.747 , Sig = .000					

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยความรักต่อตราสามารถร่วมกันพยากรณ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากในตราของลูกค้าธนาคารกรุงไทยเขตภาคใต้ตอนล่างที่มีต่อตราธนาคารกรุงไทย ได้ร้อยละ 30.8 (R² = .308) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสามารถเขียนสมการถดถอย ได้ดังนี้

- 1) สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

การสื่อสารแบบปากต่อปากในตราของลูกค้านาคาการกรุงไทย = $1.972 + .561X_1$

2) สมการทำนายในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

การสื่อสารแบบปากต่อปากในตราของลูกค้านาคาการกรุงไทย = $.555Z X_1$

การอภิปรายผล

ความรักต่อตราเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากของลูกค้านาคาการกรุงไทยเขตภาคใต้ตอนล่างที่มีต่อตราธนาคารกรุงไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Ismail and Spinelli (2012) ที่ศึกษาเรื่องของการรักในตราสินค้า บุคลิกภาพตราสินค้า และภาพลักษณ์ที่มีต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก โดยใช้ตราสินค้าแฟชั่น เนื่องจากเป็นตราสินค้าที่อยู่ในขอบเขตของความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรักในตราสินค้า บุคลิกภาพตราสินค้า และภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก พบว่า ความรักในตราสินค้ามีความสัมพันธ์ทางบวกกับการสื่อสารแบบปากต่อปาก กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับตราสินค้าแฟชั่นควรใช้ความรู้สึกในตราสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดการสื่อสารแบบปากต่อปากในทางบวกเกี่ยวกับตราสินค้า

นอกจากนี้ยังพบว่า ความรักต่อตราที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากในตราของลูกค้านาคาการกรุงไทยเขตภาคใต้ตอนล่างที่มีต่อตราธนาคารกรุงไทย ได้ร้อยละ 30.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งจากผลการศึกษามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wallance et al. (2014) ได้ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีความผูกพันกับตราสินค้าที่แสดงถึงความเป็นตัวตน โดยการกดชื่ชอบ หรือการกด Like ตราสินค้าต่างๆ ผ่านทาง Facebook และยังคงศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการกด Like ตราสินค้าที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของผู้บริโภคกับการเกิดความรักต่อตราสินค้า การสื่อสารแบบปากต่อปาก และการยอมรับตราสินค้า ซึ่งพบว่า การกด Like ตราสินค้าที่แสดงถึงความเป็นตัวตนบน Facebook มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรักต่อตราสินค้าและการสื่อสารแบบปากต่อปาก และยังพบว่าความรักต่อตราสินค้ามีความสัมพันธ์ทางบวกกับการสื่อสารแบบปากต่อปาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

จากการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ได้ทราบถึงปัจจัยความรักที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากในตราธนาคารกรุงไทยเขตภาคใต้ตอนล่าง โดยได้ค้นพบตัวแปรที่สามารถนำมาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับธนาคาร ได้แก่ ความรักต่อตราที่ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความ

สนิทสนม ความหลงใหล การตัดสินใจในการรู้สึกรักและการบอกต่อ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้ ลูกค้าปัจจุบันของธนาคารกรุงไทยในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่างเกิดการบอกต่อ ซึ่งจะเป็นการขยายฐาน ลูกค้าให้กับธนาคารโดยที่ธนาคารไม่ต้องมีการลงทุนทางการตลาดเพิ่ม และในงานวิจัยนี้มีการใช้ตัวแปรทางการตลาดแนวใหม่ที่เหมาะสมและใช้กับธุรกิจธนาคารได้ดี คือ ความรักต่อตรา ที่พบว่าความรักต่อตรายังมีอิทธิพลกับการสื่อสารแบบปากต่อปาก และจากการศึกษาในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่ายังมี น้อยที่ศึกษาเกี่ยวกับความรักต่อตรากับตราธนาคารที่เป็นตัวแปรอิทธิพลใหม่ที่น่าสนใจในการสร้าง การสื่อสารแบบปากต่อปากให้กับธนาคาร

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. จากการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ทราบข้อมูลความรักต่อตราที่มีการพยากรณ์กับการ สื่อสารแบบปากต่อปากของลูกค้าธนาคารกรุงไทยในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง โดยใช้ความรักต่อตราที่ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ ความสนิทสนม ความหลงใหล การตัดสินใจในการรู้สึกรักและการ บอกต่อ จากผลการศึกษา พบว่า ความรักต่อตรามีอิทธิพลไปในทิศทางบวกกับการสื่อสารแบบปากต่อ ปากของลูกค้าธนาคารกรุงไทยในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง ได้ร้อยละ 30.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 โดยผลการศึกษานี้ยังมีคำแนะนำพยากรณ์ความรักต่อตราที่มีต่อการสื่อสารแบบปากต่อ ปากมีคำแนะนำการพยากรณ์ที่ไม่ค่อยสูงมากนัก ดังนั้นเพื่อให้ความรักต่อตรามีอิทธิพลที่ดีต่อการสื่อสาร แบบปากต่อปากที่ดีนั้น ธนาคารต้องมีวิธีการจัดการทาง ด้านการตลาดของตัวธนาคารเองโดยการ มุ่งเน้นให้พนักงานของธนาคารหมั่นสร้างความสัมพันธ์ที่ดี สร้างความใกล้ชิด ที่มาจากการบริการ การ เอาใจใส่ ระหว่างธนาคารกับลูกค้านำให้ลูกค้าเกิดความสนิทสนมที่มีต่อธนาคาร เพื่อให้ลูกค้าของ ธนาคารมีการพัฒนาความรู้สึกของตนเองจนทำให้เกิดความรักต่อตราธนาคารกรุงไทย โดยการทำให้ ลูกค้านึกถึงธนาคารกรุงไทยเป็นธนาคารแรกเมื่อต้องการทำธุรกรรมทางการเงินซึ่งต้องใช้เวลาสั่งสม และมีความสม่ำเสมอเป็นเวลานานจนเกิดเป็นความรักต่อตราที่มาจากประสบการณ์ที่มีต่อตรา ภาพพจน์ของธนาคาร และการรับรู้ในการบริการของพนักงานของธนาคาร โดยธนาคารกรุงไทยเอง ควรมีการนำกลยุทธ์ทางการสร้างความรักต่อตราไปประยุกต์ใช้กับทุกขั้นตอนของการบริการลูกค้าโดย ใช้วิธีการใส่ใจและการให้ความสำคัญกับทุกรายละเอียดของลูกค้า เช่น กล่าวคำทักทาย สอบถาม ความต้องการของลูกค้า แนะนำผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย และการแก้ไขข้อร้องเรียน ให้กับลูกค้า เป็นต้น ถ้าหากว่าลูกค้ามี ความรักต่อตราแล้วจะส่งผลให้มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบ ปากต่อปากที่ดีมากยิ่งขึ้นโดยมีการพูดไปในทิศทางบวก ซึ่งการสื่อสารแบบปากต่อปากเป็นสิ่งที่ ธนาคารต้องการเป็นอย่างมากในการช่วยขยายตลาดที่ได้รับความนิยมสำหรับธุรกิจธนาคารเพราะ

ความรักต่อตรามีผลกับการสื่อสารแบบปากต่อปากที่เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจธนาคารที่ยังใช้ได้อยู่ในปัจจุบัน

2. ธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ควรให้ความสำคัญและตระหนักกับการสร้างความรักต่อตราของธนาคารเอง เพราะมีผลกับการสื่อสารแบบปากต่อปากที่เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจธนาคารที่ยังใช้ได้อยู่ในปัจจุบัน

3. ธุรกิจทั่วไปและธุรกิจบริการอื่นๆ ควรให้ความสำคัญและตระหนักถึงกลยุทธ์ทางการตลาดในการสร้างความรักต่อตราของตนเอง เพื่อที่จะส่งผลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก โดยนำกลยุทธ์การสร้างความรักและความภักดีต่อตราของธนาคารกรุงไทยไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงปัจจัยทางด้านการตลาดอื่นๆ ที่มีผลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก เช่น ในเรื่องของตัวแปรด้านความพึงพอใจของลูกค้า เป็นต้น เพื่อให้ทราบถึงความรู้สึกที่ลูกค้ามีต่อธนาคาร โดยนำผลที่ได้มาปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารงาน การดำเนินงานของธนาคารให้ดียิ่งขึ้น

2. ในการวิจัยครั้งต่อไปมีการวิจัยที่มุ่งเน้นกลยุทธ์ทางการตลาดอื่นๆ ที่เป็นผลต่อเนื่องจากการสื่อสารแบบปากต่อปาก โดยมุ่งเน้นตัวแปรที่สามารถนำผลการศึกษามาเป็นตัวชี้วัดให้กับธนาคารได้ ตัวอย่าง เช่น ประสบการณ์ของตรา (Brand Experience) เป็นต้น

3. การสื่อสารแบบปากต่อปากเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของธนาคารเพียงแค่ตัวแปรเดียว จึงควรมีการต่อยอดการศึกษาว่าการสื่อสารแบบปากต่อปากนั้นมีความสำเร็จหรือไม่ โดยการนำเรื่องของ การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Purchase Decision) มาทำการศึกษา

4. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการเก็บข้อมูลจากลูกค้าธนาคารจากหลายๆธนาคาร เพื่อผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อธนาคารเพื่อจะได้ทราบถึงข้อมูลของธนาคารคู่แข่งจะได้นำมาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของธนาคารของตน

เอกสารอ้างอิง

ธนาคารกรุงไทย. ข้อมูลธนาคาร Detail Dashbord ธนาคารกรุงไทย. (30 ตุลาคม 2560) สืบค้นจาก

<https://www.retaildashboard.ktb.co.th>.

บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : บริษัท สุวีริยาสาส์น จำกัด.

- ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย. *ทิศทางและอนาคตธุรกิจธนาคาร ฉบับที่ 2460*. (20 กันยายน 2560)
สืบค้นจาก [https://www.kasikornresearch.com/th/k-econanalysis/pages/View
Summary=32215](https://www.kasikornresearch.com/th/k-econanalysis/pages/ViewSummary=32215).
- Bergkvist, L. (2009). Two studies of consequences and actionable antecedents of brand love. *Brand Management Journal*, 17(7), 504–518.
- Carroll, B. A., Ahuvia, A. C. (2006). Some Antecedents and Outcomes of Brand Love. *Journal of Marketing*, 17(2), 79-89.
- Halilovic. D. (2013). *Crazy little thing called brand love*. Master thesis in Marketing communication University of Twente, Netherlands.
- Heritage, J., and S. Clayman. (2010). *Talk in Action Interactions, Identities and Institutions*. Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Ismail, A.R., Spinelli, G. (2012). Effects of brand love, personality and image on word of mouth: The case of fashion brands among young consumers. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 16(4), 386-398.
- Karjaluoto, H., Munnukka, J., & Kiuru, K. (2016). Brand love and positive word of mouth: the moderating effects of experience and price. *Journal of Product & Brand Management*, 25(6), 527-537.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Rosen, E. (2002). *The Anatomy of Buzz: How to create Word-of-Mouth Marketing*. USA : Doubleday.
- Wallance, E., Buil, I. & Chernatony, L. (2014). Consumer engagement with self-expressive brand love and WOM outcomes. *Journal of Product and Brand Management*, 23(1), 33-42.

การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเจตคติต่อการเรียนวิชาสุขศึกษา
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โดยการจัดการเรียนรู้รูปแบบ CIPPA Model
THE ACHIEVEMENT DEVELOPMENT AND ATTITUDE HEALTH EDUCATION
OF MATTHAYOMSUKSA 1 STUDENTS BY USING CIPPA MODEL

นางสาวชยาภรณ์ คำนา¹

Miss Chayaporn Caona

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อเปรียบเทียบจำนวนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model ที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสุขศึกษา เรื่อง สารเสพติด ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 80 2) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสุขศึกษา เรื่อง สารเสพติด ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model 3) เพื่อเปรียบเทียบเจตคติต่อการเรียนวิชาสุขศึกษา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model 2) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนแบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ มีค่าความยากง่ายอยู่ระหว่าง 0.29–0.71 ค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.22 – 0.65 มีความเที่ยงเท่ากับ 0.98 3) แบบวัดเจตคติจำนวน 20 ข้อ มีความเที่ยงเท่ากับ 0.95

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสมุทรปราการที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2560 จำนวน 50 คน ซึ่งได้จากการสุ่มแบบกลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า

1. นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนดีขึ้น คิดเป็นจำนวนร้อยละ 92.00 ของจำนวนนักเรียน
2. นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. นักเรียนมีเจตคติต่อการเรียนหลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : รูปแบบชิปปา; ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสุขศึกษา; เจตคติต่อการเรียนวิชาสุขศึกษา

¹ชยาภรณ์ คำนา สาขาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

Abstract

The purposes of this research were 1) to compare the number of Mathayomsuksa 1 students who were taught by using the CIPPA model with learning achievement in health education about addictive substance 80% of the fullscores.. 2) to compare the learning achievement in health education about addictive substance of Mathayomsuksa1 students pre and post studied by using the CIPPA model. 3) to compare the attitudes to health education of Mathayomsuksa 1 students pre and post studied by using. The instruments of the research were 1) lesson Plan using CIPPA Model 2) multiple choices achievement test 30 items. Difficulties ranged from 0.29-0.71.the validity of the test was 0.22 - 0.65. the reliability was 0.98 3) attitude measurement 20 items. the reliability was 0.95.

The samples used in this study were Mathayomsuksa 1 students at Samutprakarn school. in the second semester of the academic year 2560. with 50 students.The sample were randomly selected from the group.

The results of this research were.

1. Students who were taught by using the CIPPA Model get better achievement at 92 % of all students.

2. Student achievement after learning by using CIPPA model. Higher than before learning at the .05 level of significance.

3. Students have attitudes to health education after learning by using the CIPPA model higher than before learning at the .05 level of significance.

Keywords : CIPPA MODEL; Health education Achievement; Attitude Towards Health education

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 มุ่งพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพตามมาตรฐานการเรียนรู้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนเกิดสมรรถนะสำคัญ 5 ประการ คือ ความสามารถในการสื่อสาร ความสามารถในการคิด ความสามารถในการแก้ปัญหา ความสามารถในการใช้ทักษะชีวิต และความสามารถในการใช้เทคโนโลยี ดังนั้นการจัดการเรียนรู้เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้

ความสามารถตามมาตรฐานการเรียนรู้ สมรรถนะสำคัญและคุณลักษณะอันพึงประสงค์ ตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน ควรยึดหลักว่าผู้เรียนสำคัญที่สุด เชื่อว่าทุกคนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ ยึดประโยชน์ที่เกิดกับผู้เรียน เน้นให้ความสำคัญทั้งความรู้และคุณธรรม การจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ผู้เรียนจะต้องอาศัยกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลายเป็นเครื่องมือที่จะนำพาตนเองไปสู่เป้าหมายของหลักสูตร กระบวนการเรียนรู้ที่จำเป็นสำหรับผู้เรียน อาทิ กระบวนการเรียนรู้แบบบูรณาการ กระบวนการสร้างความรู้ กระบวนการคิด กระบวนการทางสังคม กระบวนการเผชิญสถานการณ์และแก้ปัญหา กระบวนการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง กระบวนการปฏิบัติ ลงมือทำจริง กระบวนการวิจัย กระบวนการเรียนรู้ของตนเอง กระบวนการพัฒนาลักษณะนิสัย กระบวนการเหล่านี้เป็นแนวทางในการจัดการเรียนรู้ที่ผู้เรียนควรได้รับการฝึกฝนพัฒนา เพราะสามารถช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้ดีบรรลุเป้าหมายของหลักสูตร(กระทรวงศึกษาธิการ. 2551: 4-25)

กระทรวงศึกษาธิการ (2545: 1) กำหนดนโยบายเพื่อป้องกันและแก้ปัญหาสิ่งเสพติดโดยกำหนดมาตรฐานพัฒนาความรู้พื้นฐานในการป้องกันการใช้สารสิ่งเสพติดของนักเรียน เพื่อให้ นักเรียนได้ศึกษาและเกิดความคิด ความเชื่อ เจตคติ เป็นของตนเองและมีความรู้ความเข้าใจในการป้องกันสิ่งเสพติด การดำรงรักษาสุขภาพ การสร้างเสริมสุขภาพและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคคล ครอบครัว และชุมชน ให้ยั่งยืน สุขศึกษา มุ่งเน้นให้ผู้เรียนพัฒนาพฤติกรรมด้านความรู้ เจตคติ คุณธรรม ค่านิยม และการปฏิบัติเกี่ยวกับสุขภาพควบคู่ไปด้วย นักพลศึกษา มุ่งเน้นให้ผู้เรียนใช้กิจกรรมการเคลื่อนไหว การออกกำลังกาย การเล่นเกมและกีฬา เป็นเครื่องมือในการพัฒนา รวมทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม สติปัญญา (สำนักวิชาการ และมาตรฐานการศึกษา. 2551: 1)

กลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษาเป็นหนึ่งในวิชาใน 8 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน เป็นกลุ่มวิชาที่มีความหมายและมีความสำคัญยิ่งต่อการส่งเสริมและการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้เรียนโดยตรง เป็นการศึกษาด้านสุขภาพที่มีเป้าหมาย เพื่อการดำรงสุขภาพ การสร้างเสริมสุขภาพและการพัฒนาชีวิตของบุคคล ครอบครัวและชุมชนอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนพัฒนาพฤติกรรมด้านความรู้ เจตคติ คุณธรรม ค่านิยมและการปฏิบัติเกี่ยวกับสุขภาพควบคู่ไปด้วยกัน (กระทรวงศึกษาธิการ. 2551: 190)

การจัดกิจกรรมการเรียนรู้รายวิชาสุขศึกษา เรื่อง สารเสพติด ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 พบว่า กระบวนการจัดการเรียนการสอนนั้นยังขาดสื่อ นวัตกรรมที่หลากหลาย ทั้งนี้ยังรวมถึงเทคนิคการสอนและรูปแบบการเรียนรู้ที่นำมาใช้ในกระบวนการเรียนรู้ในชั้นเรียน จึงทำให้นักเรียนไม่สนใจการเรียน ขาดความกระตือรือร้น ส่งผลถึงประสิทธิภาพในการเรียนรู้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่

ต้องเร่งพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ความสามารถ โดยนำเอาสื่อ นวัตกรรม รวมถึงเทคนิคการสอน และรูปแบบการเรียนรู้มาใช้ในการดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ดังนั้นเพื่อเป็นการพัฒนาผู้เรียนทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์สังคม และสติปัญญา ครูผู้สอนต้องจัดกระบวนการเรียนรู้ เพื่อให้ นักเรียนทุกคนสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเอง โดยส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตามธรรมชาติและเต็มศักยภาพ สร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง มีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้ มีการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นสามารถร่วมกันทำงานกลุ่ม มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีการเคลื่อนไหวร่างกาย อีกทั้งแนวทางในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนยังเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งทางร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา (ทิตินา แชมมณี. 2551) ส่วนการแบ่งผู้เรียนออกเป็นกลุ่มๆ ในแต่ละกลุ่มประกอบด้วยผู้เรียนที่มีความสามารถทางการเรียนที่แตกต่างกัน ผู้เรียนจะช่วยเหลือกันเพื่อให้กลุ่มของตนเองประสบผลสำเร็จในการเรียน และยังช่วยให้ผู้เรียนมีความรับผิดชอบต่อการเรียน (Slavin. 1995: 73-80) ซึ่งจะทำให้ นักเรียนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ได้ปฏิบัติจริงด้วยตนเอง โดยได้เรียนในสิ่งที่ตนเองสนใจ และอยากรู้คำตอบโดยใช้วิธีการเรียนรู้ อย่างเป็นระบบ หลากหลายรูปแบบ ได้ใช้ความรู้ความเข้าใจจากเรื่องต่างๆ ที่เรียนมาเพื่อหาคำตอบ และสุดท้ายนักเรียนเป็นผู้สร้างองค์ความรู้ใหม่สำหรับตน (เพชร วรงค์ประไพโรจน์. 2545: 1)

นอกจากนี้ทักษะกระบวนการที่เกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญมี นักการศึกษาได้กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้ ได้แก่ ทิตินา แชมมณี (2551) กล่าวว่า เป็นทักษะที่ช่วยให้ผู้เรียน เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการทำงานกลุ่มควบคู่ไปกับการเรียน เนื้อหาสาระตามวัตถุประสงค์ รวมทั้งวิธีดำเนินการต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนบรรลุตามจุดหมายของหลักสูตรและ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบชิปปา (CIPPA MODEL) และทักษะ กระบวนการกลุ่ม อาทิเช่น งานวิจัยของธนพงศธร ดวงพระเกษ (2550) ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนา แผนการจัดการเรียนรู้แบบชิปปา เรื่องเพศศึกษากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษาชั้น ประถมศึกษาปีที่ 6 ” พบว่าแผนการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้แบบชิปปา เรื่องเพศศึกษากลุ่มสาระ การเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มีประสิทธิภาพเหมาะสมทำให้นักเรียนมี ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น งานวิจัยของเพชร พิมพ์ศรี (2551) ทำวิจัยเรื่อง “ผลการจัดการ เรียนรู้แบบชิปปา เรื่อง การเจริญเติบโตและพัฒนาการของวัยรุ่น กลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษา และพลศึกษาของผู้เรียนมัธยมศึกษาปีที่ 2” พบว่านักเรียนที่เรียนด้วยแผนการจัดการเรียนรู้แบบ ชิปปามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเพิ่มขึ้นจากก่อนเรียน และนักเรียนมีความพึงพอใจต่อการเรียนอยู่ ในระดับมาก และงานวิจัยของสุวิมล พุฒซ้อน (2553) ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนากิจกรรมการ

เรียนรู้แบบซิปปา เรื่อง อาหารและโภชนาการ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 กลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษา และพลศึกษา” พบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่เรียนด้วยแผนการจัดการเรียนรู้แบบซิปปา เรื่องอาหารและโภชนาการมีคะแนนเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน และนักเรียนมีความพึงพอใจในการเรียนรู้สูงสุดในระดับมากที่สุด

ผู้วิจัยจึงใช้การจัดการเรียนรู้แบบโมเดล ซิปปา เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนโดยมุ่งเน้น การสร้างองค์ความรู้ การทำงานเป็นกลุ่มโดยใช้ระบบความร่วมมือในการทำงาน เปิดโอกาสให้นักเรียนแสดงความคิดเห็นและถ่ายทอดความรู้ได้อย่างมีเหตุผล นอกจากนี้ยังเป็นการฝึกให้นักเรียนได้ทำงานเป็นกลุ่มมีความรับผิดชอบต่อกันเองและสังคม เมื่อมีความรับผิดชอบแล้วก็จะส่งผลทางด้านการเรียนให้มีผลการเรียนเจตคติต่อวิชาสุขศึกษาด้วย

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การจัดการเรียนรู้โดยใช้ซิปปา โมเดล เป็นการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางแบบประสาน 5 แนวคิดหลักคือ

1. แนวคิดการสรสรสร้างความรู้ (Constructivism)

แนวคิด Constructivism เป็นทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ที่เชื่อว่า กระบวนการสร้างความรู้ ความเข้าใจเกิดจากตัวผู้เรียนเอง โดยความรู้ที่เกิดขึ้นนั้น นักเรียนเป็นผู้สร้างขึ้น โดยอาศัยการ ปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม เป็นประสบการณ์ใหม่ที่เชื่อมโยงกับความรู้เดิมของนักเรียนและจะ ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่มีความหมาย

ทิสนา แชมมณี (2545: 17) ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับการเรียนรู้ตามทฤษฎีการสร้างความรู้ว่า เป็นกระบวนการในการ "acting on" ไม่ใช่ "taking in" กล่าวคือ เป็นกระบวนการที่ผู้เรียนจะต้อง จัดกระทำกับข้อมูล ไม่ใช่เพียงรับข้อมูลเข้ามา (Fosnot. 1992) และนอกจากกระบวนการเรียนรู้จะเป็นกระบวนการปฏิสัมพันธ์ภายในสมอง แล้วยังเป็นกระบวนการทางสังคมอีกด้วย การสร้าง ความรู้จึงเป็นกระบวนการทั้งทางด้านสติปัญญาและสังคมควบคู่กันไป แล้วนำความรู้ที่มีอยู่มา ตรวจสอบกับสิ่งใหม่ๆ

2. แนวคิดเรื่องกระบวนการกลุ่มและการเรียนแบบร่วมมือ (Group Process and Cooperative Learning)

กระบวนการกลุ่มเป็นวิทยาการที่ศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มคนเพื่อนำความรู้ไปใช้ในการปรับหรือ เปลี่ยนเจตคติและพฤติกรรมของคน ซึ่งจะนำไปสู่การเสริมสร้าง ความสัมพันธ์และการพัฒนาการทำงานของกลุ่มคนให้มีประสิทธิภาพ และได้มีการศึกษาตั้งแต่ ค.ศ. 1920 โดย Kurt Lewin แนวคิดเรื่องกระบวนการกลุ่มมีพื้นฐานแนวคิดที่ว่า พฤติกรรมของสมาชิกในกลุ่มที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อ

กัน ย่อมก่อให้เกิดผลในการเปลี่ยนแปลงของทั้งตัวบุคคล และกลุ่มโดยอาศัยกิจกรรมต่างๆ เป็นตัวกำหนด

ทิสนา แชมมณี (2545: 75) ได้เสนอหลักการสอนที่เน้นกระบวนการกลุ่มสัมพันธ์ ดังนี้

1. ยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง โดยให้ผู้เรียนมีโอกาสเข้าร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้อย่างทั่วถึง และมากที่สุดเท่าที่จะทำได้

2. ยึดกลุ่มเป็นแหล่งความรู้สำคัญ โดยให้ผู้เรียนมีโอกาสปฏิสัมพันธ์กันในกลุ่มได้พูดคุยปรึกษาหารือ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ที่กว้างและ หลากหลาย

3. ยึดการค้นพบด้วยตนเองเป็นวิธีการสำคัญในการเรียนรู้โดยครูต้องจัด ประสบการณ์เรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ค้นหา และค้นพบคำตอบด้วยตนเอง

4. เน้นกระบวนการควบคุมไปกับผลงานโดยการส่งเสริมให้ ผู้เรียนได้คิดวิเคราะห์ถึง กระบวนการกลุ่มและกระบวนการต่างๆ ที่ทำให้เกิดผลงาน

5. เน้นการนำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวันส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติจริง

3. แนวคิดเกี่ยวกับความพร้อมในการเรียนรู้ (Learning Readiness)

ในทฤษฎีของ ธอร์นไดค์ ได้กล่าวถึง กฎแห่งความพร้อม (Law of Readiness) ว่าการเรียนรู้จะเกิดขึ้นดีที่สุด เมื่อผู้เรียนมีความพร้อมทั้งร่างกายและจิตใจที่จะได้เรียนรู้จริงๆ

องค์ประกอบต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดความพร้อมในการเรียน ได้แก่

1. วุฒิภาวะ (Maturity) หมายถึงการเจริญเติบโต ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ เซาว์นปัญญา และอารมณ์

2. ประสบการณ์เดิมหรือความรู้เดิม (Experience) ผู้ที่มีประสบการณ์เดิมมากเท่าโดยอ้อม มีแนวโน้มที่จะเรียนรู้ได้ดีกว่าผู้ที่มีประสบการณ์น้อยเท่านั้น ดังนั้นก่อนสอนครูควรทราบว่าเด็กมีประสบการณ์เดิมมากน้อยเพียงใด

3. การจัดบทเรียนของครู ถ้าครูจัดบทเรียนโดยถือความสามารถของเด็กเป็นหลัก จะทำให้เด็กเรียนรู้ได้ดีกว่าการถือเอาเนื้อหาวิชาเป็นหลัก

4. การสอนของครูควรคำนึงถึงความพร้อมของเด็ก โดยค่อยๆสอนตามความสามารถของผู้เรียนมากกว่าการเร่งสอนเพื่อให้จบเนื้อหาของหลักสูตรโดยเร็ว จนเด็กเรียนตามไม่ทัน การเรียนรู้ก็เกิดขึ้นได้ยาก

4. แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้กระบวนการ (Process Learning)

ทิสนา แชมมณี (2542: 68 - 79) กระบวนการเรียนรู้ หมายถึง การดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอนหรือการใช้วิธีการต่างๆที่ช่วยให้บุคคลเกิดการเรียนรู้เนื่องจากกระบวนการเรียนรู้เป็นวิธีการ ดังนั้นกระบวนการเรียนรู้จึงเกิดขึ้นลอยๆ ไม่ได้จำเป็นต้องมีสาระที่เรียนรู้ ควบคุมไปด้วย

เสมอ นอกจากนี้เนื้อหาความรู้ในโลกนี้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและจะมีมากขึ้นเรื่อยๆ ผู้เรียนคงไม่สามารถเรียนรู้ได้หมด คงจำเป็นต้องเลือกสรรสิ่งที่สนใจและเป็นประโยชน์ต่อตนเองซึ่งเขาสามารถแสวงหาและศึกษาด้วยตนเอง

5. แนวคิดเกี่ยวกับการถ่ายโอนการเรียนรู้ หรือการถ่ายโยงการเรียนรู้ (Transfer of Learning)

เกสตัลท์ (Gestalt) กล่าวว่า การถ่ายโอนการเรียนรู้จะเกิดขึ้นเมื่อผู้เรียนได้มองเห็นรูปร่างทั้งหมดของปัญหา และรับรู้และรับรู้ความสัมพันธ์นั้นเข้าไป กล่าวคือ สถานการณ์ใหม่จะต้องสัมพันธ์กับสถานการณ์เดิม

หลักการ และแนวคิดที่สำคัญของการถ่ายโยงการเรียนรู้คือ

1. การถ่ายโยง ควรจะต้องปลูกฝังความรู้ ความคิด เกี่ยวกับกฎเกณฑ์ต่างๆ เป็นพื้นฐานที่สามารถนำไปใช้ในสถานการณ์ที่คล้ายคลึงกัน
2. ผู้สอนควรใช้วิธีการแก้ปัญหา หรือวิธีการเรียนรู้ เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนมีโอกาสคิดและเกิดทักษะอย่างกว้างขวางซึ่งจะเป็น วิธีการที่ช่วยให้เห็นความสัมพันธ์ของความรู้
3. การถ่ายโยงจะเกี่ยวข้องกับ ความแตกต่างระหว่างบุคคล กิจกรรมการเรียนการสอนจึงต้องคำนึงหลักการนี้ด้วย
4. การถ่ายโยงที่อาศัยสถานการณ์ที่สัมพันธ์กันระหว่างสถานการณ์เดิมและสถานการณ์ใหม่ จะช่วยให้เกิดการเรียนรู้สะดวกขึ้น

โดยพื้นฐานของแนวคิดหลักทั้ง 5 ข้างต้น คือ ทฤษฎีสำคัญ 2 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีพัฒนาการมนุษย์ (Human Development) ทฤษฎีการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning) จากแนวคิดข้างต้น สรุปเป็นหลักชิปปา (CIPPA) ได้ดังนี้

C หมายถึง Construct คือการให้ผู้เรียนสร้างความรู้ได้ด้วยตัวเองโดยกระบวนการแสวงหาข้อมูลทำความเข้าใจคิดวิเคราะห์ตีความแปลความสร้างความหมายสังเคราะห์ข้อมูลและสรุปข้อความรู้

I หมายถึง Interaction คือการให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันเรียนรู้จากกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดและประสบการณ์แก่กันและกัน

P หมายถึง Participation คือการให้ผู้เรียนมีบทบาทมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ให้มากที่สุด

P หมายถึง Process and Product คือการให้ผู้เรียนได้เรียนรู้กระบวนการควบคู่ไปกับผลงานข้อความรู้ที่สรุปได้

A หมายถึง Application คือการให้ผู้เรียนนำความรู้ที่ได้ไปใช้เป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังต่อไปนี้

1. เพื่อเปรียบเทียบจำนวนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model ที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสุขศึกษา เรื่อง สารเสพติด ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 80
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสุขศึกษา เรื่อง สารเสพติด ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model
3. เพื่อเปรียบเทียบเจตคติต่อการเรียนวิชาสุขศึกษา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงทดลองเบื้องต้น (Pre-experimental research) ใช้แผนแบบการวิจัยกลุ่มเดียวสอบก่อน-สอบหลัง (One-group Pretest-posttest Design) เพื่อผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชิปปา โมเดลที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเจตคติต่อการเรียนวิชาสุขศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ซึ่งมีรายละเอียดของการดำเนินการวิจัย ที่จะนำเสนอ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีประชากร และกลุ่มตัวอย่างของการศึกษา ดังนี้

1.1 ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 จากโรงเรียนสมุทรปราการ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 6 จำนวน 12 ห้องเรียน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 จากโรงเรียนสมุทรปราการ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 6 จำนวน 1 ห้องเรียน รวมนักเรียน 50 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบกลุ่ม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้มี 3 ฉบับ ดังนี้

1. แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model เรื่องสารเสพติด
2. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสุขศึกษา
3. แบบวัดเจตคติต่อการเรียนวิชาสุขศึกษา

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงทดลองเบื้องต้น ใช้แผนแบบการวิจัยกลุ่มเดียวสอบก่อน-สอบหลัง ดังแสดงในตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5 แสดงแผนแบบการวิจัย

สอบก่อนทดลอง	ทดลอง	สอบหลังทดลอง
X_1	T	X_2

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยดำเนินการตามลำดับดังต่อไปนี้ในการศึกษาครั้งนี้ผู้รายงานดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ทดสอบก่อนเรียน (Pre – test) จำนวน 30 ข้อ และวัดเจตคติต่อการเรียนวิชาสุขศึกษา ก่อนเรียน จำนวน 20 ข้อ
2. ดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชิปปาโมเดล เรื่อง สารเสพติด ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 กลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา จำนวน 7 แผน รวมทั้งหมด 12 ชั่วโมง (ไม่รวมทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน) พร้อมเก็บคะแนนพฤติกรรมระหว่างเรียน ผลงาน/ชิ้นงาน โดยเริ่มทดลองในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2560
3. ทดสอบหลังเรียน (Post – test) และวัดเจตคติต่อการเรียนวิชาสุขศึกษา หลังเรียน นำกระดาษคำตอบมาตรวจให้คะแนนทั้งก่อนเรียนและหลังเรียน เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อเปรียบเทียบจำนวนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model ที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสุขศึกษา เรื่อง สารเสพติด ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 80 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้
 - 1) นำแบบทดสอบกลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษาเรื่อง สารเสพติด ก่อนเรียนและหลังเรียนมาตรวจให้คะแนนบันทึกผลการสอบของนักเรียนเป็นรายบุคคล
 - 2) หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสุขศึกษา เรื่อง สารเสพติด หลังเรียน
 - 3) ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสุขศึกษา เรื่อง สารเสพติด หลังเรียนโดยใช้การทดสอบสมมติฐานของข้อมูลกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียว (Simple Classification)

2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสุขศึกษา เรื่อง สารเสพติด ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) นำแบบทดสอบกลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา เรื่อง สารเสพติด ก่อนเรียนและหลังเรียนมาตรวจให้คะแนนบันทึกผลการสอบของนักเรียนเป็นรายบุคคล

2) หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสุขศึกษา เรื่อง สารเสพติด ทั้งก่อนเรียนและหลังเรียน

3) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสุขศึกษา เรื่อง สารเสพติด ก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้การทดสอบทีกรณีกกลุ่มตัวอย่างไม่เป็นอิสระต่อกัน (t - test dependent samples) (บัญญัติ ชำนาญกิจ และนวลศรี ชำนาญกิจ. 2551 : 75)

3. เพื่อเปรียบเทียบเจตคติต่อการเรียนวิชาสุขศึกษา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) นำแบบวัดเจตคติต่อการเรียนวิชาสุขศึกษา เรื่อง สารเสพติด ก่อนเรียนและหลังเรียนมาตรวจให้คะแนนบันทึกผลการวัดเจตคติของนักเรียนเป็นรายบุคคล

2) หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคะแนนแบบวัดเจตคติต่อการเรียนวิชาสุขศึกษาทั้งก่อนเรียนและหลังเรียน

3) เปรียบเทียบเจตคติต่อการเรียนวิชาสุขศึกษาก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้การทดสอบทีกรณีกกลุ่มตัวอย่างไม่เป็นอิสระต่อกัน (t - test dependent samples) (บัญญัติ ชำนาญกิจ และนวลศรี ชำนาญกิจ. 2551: 5)

ผลการวิจัย

สรุปผล

1. ผลการเปรียบเทียบจำนวนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model ที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสุขศึกษา เรื่อง สารเสพติด ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 80

กลุ่มตัวอย่าง	คะแนนเต็ม	เกณฑ์ (80%)	\bar{X}	S.D.	ร้อยละ
50	30	24	24.74	2.275	92.00

จากตารางพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA

Model มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนดีขึ้น เป็นจำนวนร้อยละ 92.00 ของจำนวนนักเรียน

2. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสุขศึกษา เรื่อง สารเสพติด ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model

	กลุ่มตัวอย่าง	\bar{X}	S.D.	df	t	P
ก่อนเรียน	50	15.78	2.150	49	28.274*	0.002
หลังเรียน	50	24.74	2.275			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางพบว่า นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model สูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ผลการเปรียบเทียบเจตคติต่อการเรียนวิชาสุขศึกษา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model

	\bar{X}	S.D.	df	t	P
ก่อนเรียน	3.50	0.92	49	32.875*	0.000
หลังเรียน	4.67	0.53			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางพบว่า เจตคติทางการเรียนของนักเรียนหลังได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model สูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

อภิปรายผล

1. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสุขศึกษา เรื่อง สารเสพติด ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 80 เป็นจำนวนร้อยละ 92.00 ของจำนวนนักเรียน โดยในการจัดการเรียนการสอนนักเรียนจะเป็นผู้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ อย่างตื่นตัวเพราะต้องกระทำกับข้อมูลหรือประสบการณ์ต่างๆ และจะต้องสร้างความหมายให้กับ สิ่งนั้นด้วยตนเอง ซึ่งเป็นกิจกรรมเปิดโอกาสให้นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อ วัสดุอุปกรณ์ สิ่งของ หรือ ข้อมูลต่างๆ ที่เป็นของจริงและมีความสอดคล้องกับความสนใจของนักเรียนโดยนักเรียน สามารถจัด กระทำศึกษา สืบค้น วิเคราะห์ ทดลอง ลองผิดลองถูกกับสิ่งนั้นๆ จนเกิดความรู้ความ เข้าใจขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากนักเรียนพยายามเรียนรู้ในสิ่งที่ไม่เข้าใจด้วยกระบวนการที่ผู้ศึกษาได้ จัดการเรียนรู้ โดยได้คำนึงถึงผู้เรียน อายุ พื้นฐานความรู้หรือประสบการณ์เดิมมีการเรียงเนื้อหา จากง่ายไปหายาก ภาษาที่ใช้ชัดเจนเข้าใจง่ายมีคำถามและคำสั่งที่ผู้เรียนตอบสนองต่อเรื่องนั้นได้

โดยตรงตามหลักการ มาจากทฤษฎีต่างๆ รวมทั้งได้รับการตรวจสอบแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญ ผ่านการนำไปทดลองใช้ เพื่อหาประสิทธิภาพและปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสมก่อนนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง ดังคำกล่าวของ Fosnot ที่ว่า ความรู้เป็นสิ่งชั่วคราวมีการเปลี่ยนแปลงได้และมีการพัฒนาอาศัยสื่อกลางทางสังคมและวัฒนธรรม ส่วนการเรียนรู้เป็นกระบวนการที่สามารถควบคุมได้ด้วยตนเอง โดยต้องต่อสู้กับความขัดแย้งระหว่างความรู้เดิมกับความรู้ใหม่ที่แตกต่างกับความรู้เดิม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของวิภา กาฬสินธุ์ (2553) ได้ทำการวิจัย เรื่อง “การใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้สุขศึกษา และพลศึกษา โดยรูปแบบชิปปา (CIPPA Model) นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5” ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีความก้าวหน้าทางการเรียนคิดเป็นร้อยละ 59.87 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธนพงศธร ดวงพระเกษ (2550) ได้ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้แบบชิปปา (CIPPA MODEL) เรื่องเพศศึกษากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 6” ผลการวิจัยพบว่า แผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบชิปปา (CIPPA MODEL) เรื่อง เพศศึกษากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มีประสิทธิภาพ 88.33/80.86 เหมาะสมทำให้นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น

2. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสุขศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model เรื่อง สารเสพติด หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นเพราะการจัดการเรียนรู้รูปแบบชิปปาเริ่มจากการ ตรวจสอบความพร้อมในการเรียนรู้สิ่งใหม่ให้กับนักเรียนด้วยการทบทวนความรู้เดิมในเรื่องที่จะเรียน เพื่อช่วยให้นักเรียนมีความพร้อมในการเชื่อมโยงความรู้ใหม่กับความรู้เดิมของตน โดยให้นักเรียนเป็นผู้สร้างความรู้ด้วยตนเองตามแนวคิดของทฤษฎีการสร้างความรู้ (Construction of knowledge) นอกจากนี้ นักเรียนจะเรียนด้วยตนเองและพึ่งตนเองแล้ว นักเรียนยังต้องมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับเพื่อนครู และสิ่งแวดล้อมรอบตัวด้วย นอกจากนี้การจัดการเรียนรู้รูปแบบชิปปาจะช่วยพัฒนา ทักษะกระบวนการ (Process skills) ต่างๆ ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต เช่น ทักษะการแสวงหาความรู้ ทักษะการคิด และทักษะการทำงานเป็นกลุ่ม สอดคล้องกับแนวคิดของมาสโลว์ (Maslow, 1962: 45- 46, อ้างถึงใน ทิศนา ขัมมณี, 2553: 69) ที่กล่าวไว้ว่าการเข้าใจถึงความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ สามารถช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมของบุคคลได้เนื่องจากพฤติกรรมเป็นการแสดงออกของความ ต้องการ ของบุคคล การที่จะช่วยให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ได้ดีจำเป็นต้องตอบสนองความต้องการพื้นฐานของ นักเรียนเสียก่อน ในกระบวนการเรียนการสอนหากครูสามารถหาได้ว่านักเรียนแต่ละคนมีความ ต้องการอยู่ในระดับใดขั้นใด ครูสามารถใช้ความต้องการพื้นฐานของนักเรียนนั้นเป็นแรงจูงใจ ช่วยให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ได้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เพชรา พิมพ์ศรี (2551) ได้ทำวิจัยเรื่อง “ศึกษาผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบชิปปา(CIPPA MODEL)

เรื่อง การเจริญเติบโตและพัฒนาการของวัยรุ่นในกลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ผลการวิจัยพบว่านักเรียนที่เรียนด้วยแผนการจัดการเรียนรู้แบบซิปปามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเพิ่มขึ้นจากก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีเจตคติต่อการเรียนวิชาสุขศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ CIPPA Model เรื่องสารเสพติด หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่สร้างขึ้น ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ ผ่านกระบวนการทดลองใช้การนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมตรงกับความต้องการของผู้เรียน โดยมีเนื้อหาจากสิ่งที่ยากไปสู่อสิ่งที่ยาก จึงทำให้นักเรียนมีเจตคติที่ดีในการเรียนรู้ ดังคำกล่าวของธนวรรณ พรหมมา (2550: 19) ที่กล่าวว่าความรู้สึกนึกคิดของบุคคลทั้งทางบวกและทางลบ ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีผลมาจากสถานการณ์ ประสบการณ์ และความรู้อันได้สะสมมาตั้งแต่อดีต ในการแสดงออกต่อบุคคลหรือสถานการณ์ ซึ่งอาจมีความเห็นคล้อยตาม ขัดแย้งหรือไม่แสดงออกเป็นอย่างไรก็ตาม เจตคติสามารถสร้างขึ้นได้และเปลี่ยนแปลง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ควรมีการนำเอารูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้โมเดล ซิปปา ไปใช้จัดการเรียนการสอนวิชาสุขศึกษาในเรื่องอื่นๆอีก เพราะจะทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างคงทน และสามารถนำเอาความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไปได้

1.2 ครูผู้สอนควรจะแน่ใจว่านักเรียนมีความเข้าใจในกระบวนการทำงานกลุ่มมาก น้อยเพียงใด ถ้าหากพบว่าผู้เรียนยังขาดทักษะในด้านการทำงานกลุ่ม ครูผู้สอนควรมีการฝึกทักษะการทำงานกลุ่มก่อน เนื่องจากกระบวนการกลุ่มมีบทบาทและมีความสำคัญต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้โมเดล ซิปปา

1.3 ควรส่งเสริมให้นักเรียนมีความกล้าคิด กล้าแสดงออกอย่างเหมาะสมโดยคอยกระตุ้นและให้การเสริมแรง ตลอดจนให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด เพื่อกระตุ้นให้นักเรียนแสดงพฤติกรรมออกมา

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรมีเทคนิคอื่นเพิ่มขึ้นเพื่อช่วยเป็นการกระตุ้นความสนใจของนักเรียนตลอดเวลา

2.2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนสุขศึกษาตามหลักซิปปาที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในบทเรียนอื่น และระดับชั้นอื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2552). **หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551.**
กรุงเทพฯ : กระทรวงศึกษาธิการ.
- กรมวิชาการ. (2545). **การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน.**
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- ทีศนา แชมมณี. (2542). **การจัดการเรียนการสอนยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง.** กรุงเทพมหานคร
: โอเดียนสโตร์.
- ทีศนา แชมมณี. (2545). **ศาสตร์การสอน องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้
ที่มีประสิทธิภาพ.** กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทีศนา แชมมณี. (2552). **ศาสตร์การสอน องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มี
ประสิทธิภาพ.** กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทีศนา แชมมณี. (2554). **ศาสตร์การสอน.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนพงศธร ดวงพระเกษ. (2550). **การพัฒนาแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบซิปปา
(CIPPA MODEL) เรื่องเพศศึกษากลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษาชั้น
ประถมศึกษาปีที่ 6.** การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,
มหาสารคาม.
- บัญญัติ ชำนาญกิจ และนวลศรี ชำนาญกิจ. (2551). **สถิติเพื่อการวิจัย.** นครสวรรค์:
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- เพชรฯ พิมพ์ศรี. (2551). **ผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบซิปปา (CIPPA MODEL) เรื่องการ
เจริญเติบโตและการพัฒนาการของวัยรุ่นในกลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2.** การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,
มหาสารคาม.
- วรรณวิภา กาฬสินธุ์. (2553). **รายงานผลการใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้สุขศึกษาและ
พลศึกษา โดยรูปแบบซิปปา (CIPPA Model) ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5.** พัทลุง : โรงเรียน
สตรีพัทลุง อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง.
- สุวิมล พุฒซ็อน. (2553). **ผลการจัดประสบการณ์โดยใช้โมเดลซิปปา สำหรับเด็กปฐมวัยปี
ที่ 2 โรงเรียนบ้านนาง้อง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาขอนแก่น เขต 4.**
วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา. (2551). **ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้แกนกลาง กลุ่ม**

สาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน
พุทธศักราช 2551. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
ไทย.

Thorndike, Edward Lee. (1975). *Notes on Child Study: Connectionism Theory*. London:

Slavin R.E. (1995). *Cooperative Learning*. United States of America: Allyn &

Bacon. University of London.

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สองของความพึงพอใจของลูกค้า
ที่มีต่อการใช้บริการศูนย์ฝึกกีฬาและฟิตเนสการกีฬาแห่งประเทศไทย

THE SECOND ORDER CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS OF CUSTOMER
SATISFACTION ON USING THE SERVICE AT SPORTS CENTER AND FITNESS IN
SPORT AUTHORITY OF THAILAND

ชยาภรณ์ แสงเฟื่อง (CHAYAPORN SAENGFUENG)¹

อาจหาญ กันนุลา (ARTHAN KANNULA)²

พูนศักดิ์ พูลเมืองรัตน์ (POONSAK POOLMUANGRAT)³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.ศึกษาปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ฝึกกีฬาและฟิตเนสของการกีฬาแห่งประเทศไทย 2.ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ฝึกกีฬาและฟิตเนสของการกีฬาแห่งประเทศไทยจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สอง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการศูนย์ฝึกกีฬาและฟิตเนสการกีฬาแห่งประเทศไทย จำนวน 450 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ การหาค่าที และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สอง ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยประชากรศาสตร์มีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ โดยมีความพึงพอใจด้านบุคลากรมากที่สุด (M=3.89) รองลงมา คือ ด้านความคุ้มค่า (M=3.87) และน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (M=3.58) 2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สอง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด คือ ด้านกระบวนการบริการ ($\lambda=0.96$) รองลงมา คือ ด้านสถานที่ ($\lambda=0.92$) และน้อยที่สุด คือ ด้านความคุ้มค่า ($\lambda=0.84$) ส่วนด้านอื่นยังมีอิทธิพลในระดับสูงเช่นกัน แสดงให้เห็นว่า ศูนย์ฝึกกีฬาและฟิตเนสการกีฬาแห่งประเทศไทย มีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดการบริการ เพื่อการตอบสนองความคาดหวังในการได้รับการบริการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : ความพึงพอใจของลูกค้า พฤติกรรมการใช้บริการ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สอง

¹อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข

²นักวิชาการอิสระ

³อาจารย์พิเศษ ภาควิชาอุตสาหกรรมบริการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Abstract

The purpose of this research were to 1) Study the effects of demographic factors on customer satisfaction on using the service at sports center and fitness in sport authority of Thailand 2) Study on the second order confirmatory factor analysis of impact factor customer satisfaction on using the service at sports center and fitness in sport authority of Thailand. The researcher collected germane data from sample of 450 customers were selected by convenience sampling through the use of a questionnaire as a research instrument . Statistics used in data analysis include frequency, percentage and the second order confirmatory factor analysis. The results of the study revealed that: 1) Study on demographic factors of customer showed effect on customer satisfaction that the highest level of mean was staff satisfactions (M=3.89), second was value satisfactions (M=3.87), and the least was promotion satisfactions (M=3.58). 2) Study on second order confirmatory factor analysis showed fit index for confirmatory factor analysis of six indicators of customer satisfactions that the highest effect on customer satisfactions was process satisfactions ($\lambda=0.96$), second was place satisfactions ($\lambda=0.92$), the least was value satisfactions ($\lambda=0.84$), and the other satisfactions was high level effect as well. It appears that capability of sports center and fitness in sport authority of Thailand on manage service marketing mixs to fulfill customer expectations effectively.

Keywords : customer satisfaction, service using behaviors, the second order confirmatory factor analysis

บทนำ

การออกกำลังกายมีความสำคัญต่อคุณภาพชีวิตของประชากรไทย ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง ครอบครัว และชุมชน ไปสู่การมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม การเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการปรับตัวให้พร้อมกับยุคที่ประเทศไทยกำลังขับเคลื่อนประเทศ ด้วยโมเดล “Thailand 4.0” ที่แม้ว่าเป็นการมุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งปัจจุบันต้องยอมรับว่ากีฬา มีบทบาท ต่อการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับประเทศ เนื่องจากเป็นส่วนสำคัญในการเสริมสุขภาพที่ดี ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจให้กับประชาชน โดยรัฐบาลได้ให้ความสำคัญ และส่งเสริมกีฬาอย่างจริงจัง เห็นได้จากนโยบายการมุ่งยกระดับคุณภาพการบริการด้าน

สาธารณสุข และสุขภาพของประชาชน ใช้กีฬาเป็นสื่อในการพัฒนาเด็กและเยาวชนให้มีวินัยปฏิบัติตนตามกฎ กติกา มารยาท มีน้ำใจนักกีฬา และมีความสามัคคี อีกทั้งการสนับสนุนนักกีฬาไทยให้มีศักยภาพ สามารถแข่งขันในระดับนานาชาติ เพื่อสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศด้วย

ผลการสำรวจสุขภาพประชาชนไทยโดยการตรวจร่างกาย ระบุว่า ในปี 2557 มีจำนวนผู้ป่วยเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 8.9 หรือ 4.8 ล้านคน สูงกว่าปี พ.ศ. 2552 มีร้อยละ 6.9 หรือ 3.3 ล้านคน ซึ่งยังพบข้อมูลที่ควรตระหนักว่า มีคนไทยมากถึง 2 ล้านคนที่เป็นโรคเบาหวาน แต่ไม่ทราบว่าตนเองเป็นและยังไม่เข้าถึงการรักษา และอีก 7.7 ล้านคนที่อยู่ในภาวะกลุ่มเสี่ยงต่อการเป็นโรคเบาหวานในอนาคต โดยคาดการณ์ว่า ในปี พ.ศ.2583 จะมียอดผู้ป่วยโรคเบาหวานเพิ่มขึ้นถึง 642 ล้านคนทั่วโลก และประเทศไทย มีผู้เสียชีวิตด้วยโรคเบาหวานเฉลี่ยปีละกว่า 8,000 คน (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ, 2560) โดยสาเหตุหลักมาจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน ที่สะดวกสบายมากขึ้น มีอุปกรณ์เทคโนโลยีช่วยอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนไหวต่าง ๆ ทำให้ร่างกายไม่ต้องออกแรงใช้พลังงาน อีกทั้งการเลือกบริโภคอาหารการกินที่ประชาชนในยุคนี้สามารถสรรหารสชาติและปริมาณตามความพึงพอใจได้ง่าย นำไปสู่โรคต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการดำเนินชีวิตลดลงได้ ซึ่งที่ผ่านมา กระแสการรักษาสุขภาพด้วยการออกกำลังกายยังมีประชาชนส่วนน้อยมากที่ปฏิบัติอย่างจริงจัง เมื่อเทียบกับพฤติกรรมเสี่ยงของคนในยุคดิจิทัลนี้ ทั้งการใช้สมาร์ทโฟนติดตามโซเชียลมีเดีย การนั่งหน้าคอมพิวเตอร์เป็นเวลานานไม่เคลื่อนไหวร่างกาย ที่บั่นทอนสุขภาพในระยะยาวได้ โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชนที่มีพฤติกรรมดังกล่าวมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ แสดงให้เห็นว่าการมีพฤติกรรมทางกายที่เพียงพอเป็นหนึ่งในพฤติกรรมทางสุขภาพที่คนไทยจำนวนมากยังละเลย

จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้พฤติกรรมของคนไทยยุคใหม่ให้ความสนใจกิจกรรมเกี่ยวกับกีฬามากขึ้น ด้วยการสรรหาวิธีการออกกำลังกายที่หลากหลาย โดยรูปแบบการออกกำลังกายที่กำลังได้รับความนิยมอันดับต้น คือ การเข้าฟิตเนส ซึ่งที่ผ่านมาธุรกิจฟิตเนสในประเทศไทยยังเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ค่อนข้างจำกัด เนื่องจากปัจจัยด้านราคาที่สูง ประเภทของการออกกำลังกายที่ไม่ดึงดูดใจทั้งในแง่ของความหลากหลาย และระยะเวลาที่จำกัด ดังนั้น แนวโน้มกระแสการรักษาสุขภาพในปัจจุบัน จึงเป็นโอกาสให้ธุรกิจฟิตเนสมีการขยายตัวมากขึ้น ประกอบกับความพร้อมของการพัฒนาเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล ที่ช่วยให้การสื่อสารใกล้ชิดกันมากขึ้น ส่งผลให้มีธุรกิจผลิตภัณฑ์หรือฮาร์ดแวร์กีฬาเกิดขึ้นมากมาย รวมถึงมีธุรกิจรูปแบบใหม่เกิดขึ้นด้วย เช่น ธุรกิจการบริหารสิทธิประโยชน์ให้กับนักกีฬาแบบครบวงจร (วัฒนชัย วิไลลักษณ์, 2560) นอกจากนี้ การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในอนาคตอันใกล้ ยังเป็นอีกโอกาสของธุรกิจฟิตเนสจากฐานลูกค้ากลุ่มสูงอายุที่กำลังขยายตัว โดยคาดว่าจะมีจำนวนผู้สูงอายุคิด

เป็นส่วน 1 ใน 4 ของประชากรไทย และมีแนวโน้มการปรับตัวของผู้สูงอายุรุ่นใหม่ที่สนใจการออกกำลังกายมากขึ้น เพื่อเตรียมกับการเข้าสู่วัยเกษียณ (กวีพล พันธุ์เพ็ง, 2558)

การกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นองค์กรหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนากีฬาของในประเทศ ได้ปฏิบัติภารกิจตามนโยบายรัฐบาล และนโยบายกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ด้านกีฬา ในการขับเคลื่อนองค์กรด้วยแผนยุทธศาสตร์การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2560-2564 ที่ยังคงยึดมั่นวิสัยทัศน์และพันธกิจในการพัฒนากีฬาเพื่อความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อการอาชีพให้สามารถสร้างความสุขและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับสังคม โดย กกท. ได้ยกระดับการบริการส่งเสริมการกีฬาเพื่อสุขภาพและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยใช้กิจกรรมกีฬาเป็นสื่อในการออกกำลังกาย เพื่อสร้างเสริมสุขภาพที่ดีทั้งร่างกายและจิตใจ ปลูกฝังค่านิยมในการรักการออกกำลังกายให้แก่เยาวชนและประชาชนในทุกระดับสอดคล้องกับกระแสการใส่ใจดูแลสุขภาพและรูปร่างของคนไทยที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้มีจำนวนผู้ใช้บริการในสถานกีฬาของ กกท. เพิ่มมากขึ้นประมาณร้อยละ 10 ของทุกปี กกท. จึงมีการ ปรับปรุงพัฒนา และยกระดับการบริการทางการกีฬาต่างๆ เพื่อให้ผู้เข้ารับบริการทั้งบุคลากรทางการกีฬาและประชาชนได้เข้าถึงการบริการด้วยความมั่นใจในคุณภาพตามมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง และเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในทุกกลุ่ม (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2560)

การวิจัยนี้ได้เห็นความสำคัญของการกีฬาดังกล่าว จึงทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ฝึกกีฬาและฟิตเนสของการกีฬาแห่งประเทศไทย ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมออกกำลังกายและการเล่นกีฬาของผู้ใช้บริการ เพื่อสามารถวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดการบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริง ให้เกิดประสพการณ์การได้รับการบริการที่มีคุณค่าแตกต่างจากที่อื่น แสดงถึงจุดแข็งที่มีความได้เปรียบกว่า (Berthom, Ewing, & Hah, 2005) ได้ และเป็นการเตรียมพร้อมสำหรับการพัฒนาการให้บริการของการกีฬาแห่งประเทศไทยในอนาคตด้วย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ได้การศึกษาคุณลักษณะปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เป็นเกณฑ์สำคัญที่นิยมนำมาใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด โดยสถิติที่วัดได้ของประชากรจะสามารถช่วยกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมาย และสะดวกต่อการวัดมากกว่าตัวแปรทางด้านอื่น ๆ (ศิริวิวรรณ เสวีรัตน์, 2538) ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ ประเภทการใช้บริการ รูปแบบการเข้าใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ

ช่วงเวลาในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง เหตุผลในการใช้บริการ เพื่ออธิบายผลกระทบที่มีต่อความพึงพอใจ ในการใช้บริการของศูนย์ฝึกกีฬาและฟิตเนสการกีฬาแห่งประเทศไทย อย่างไร โดยการกำหนดตัวแปรชี้วัดความพึงพอใจของลูกค้า ได้ประยุกต์อยู่บนพื้นฐานแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่ได้เสนอแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของการบริการไว้ 7 องค์ประกอบ หรือ 7'Ps (Kotler, 1997, p. 42; 2012; ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ, 2547; ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) สำหรับใช้กำหนดกลยุทธ์การตลาด เพื่อตอบสนองความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) สถานที่หรือช่องทาง การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (place) การส่งเสริมการตลาด (promotion) บุคคล (people) กระบวนการ (process) และลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) สำหรับการวิจัยนี้ได้สังเคราะห์ตัวชี้วัดความพึงพอใจของลูกค้าที่สอดคล้องกับบริบทของการวิจัยได้ 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านการบริการ (service) ด้านความคุ้มค่า (value) ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) ด้านกระบวนการบริการ (process) ด้านบุคลากร (people) และด้านสถานที่ (place)

โดยที่ผ่านมามีการศึกษานิเทศของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าบนพื้นฐานแนวคิดปัจจัยการส่งเสริมการตลาดไว้ดังนี้

สิทธิชัย ชุมแวงวาปี (2551) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์ออกกำลังกาย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่า ปัจจัยด้านการให้บริการและด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และผู้ให้บริการที่มีเพศ อายุ อาชีพ ประเภทการออกกำลังกาย และต่างกัน มีความพึงพอใจต่อศูนย์ออกกำลังกายโดยรวมแตกต่างกัน

บดินทร์ เจริญประดับกุล (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาผู้ให้บริการสถานออกกำลังกาย ฟิตเนส เฟิร์สท์ พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยภายนอก ส่วนใหญ่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของลูกค้า โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการ และปัจจัยภายนอก ด้านการใช้เวลา

มุกดาวรรณ สมบูรณ์วรรณะ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (Fitness Center) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ปัจจัยทางด้านบุคลากรผู้ให้บริการ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านความสะดวกและความเหมาะสมของค่าสมาชิก ตามลำดับ ส่วนของปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า เพศและ อายุ มีผลต่อระดับการตัดสินใจใช้บริการที่แตกต่างกัน

จิรศักดิ์ ชาพรมา(2560) ได้สังเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ พบว่า ปัจจัยด้านการบริการ มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ การส่งเสริมการตลาด และการนำลักษณะทางกายภาพ รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านการกระตุ้นให้ใช้บริการ ปัจจัยด้านอุปกรณ์และความสะดวกตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ

ดิฐฐชัย จันทร์คุณา (2560) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันของฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่มีประสิทธิผล ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ตามรูปแบบการสร้างคุณค่าความสามารถในการแข่งขัน พบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาด มีค่าสัมประสิทธิ์ของ มากที่สุด รองลงมา คือ พฤติกรรมผู้บริโภค และการบริหารงานบุคคล ตามลำดับ

Omer (2016) ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการกับความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจฟิตเนสเซ็นเตอร์ในกรุงเทพฯ โดยใช้ 7'Ps ของการบริการทางการตลาดแบบผสม พบว่า 7 ตัวแปรของส่วนผสมการบริการทางการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของลูกค้า โดยตัวแปรบุคลากร กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ และราคา เป็นตัวแปรหลักที่สร้างความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ฟิตเนสและฟิตเนสของกอล์ฟแห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ฟิตเนสและฟิตเนสของกอล์ฟแห่งประเทศไทยจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สอง

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลเชิงบวกจากการได้รับการตอบสนองความคาดหวัง จากการประเมินประสบการณ์การได้รับการบริการ และปฏิภิกิริยาที่ได้รับจากการใช้บริการซึ่งมีความแตกต่างและคล้ายคลึงตามแต่ละบุคคล

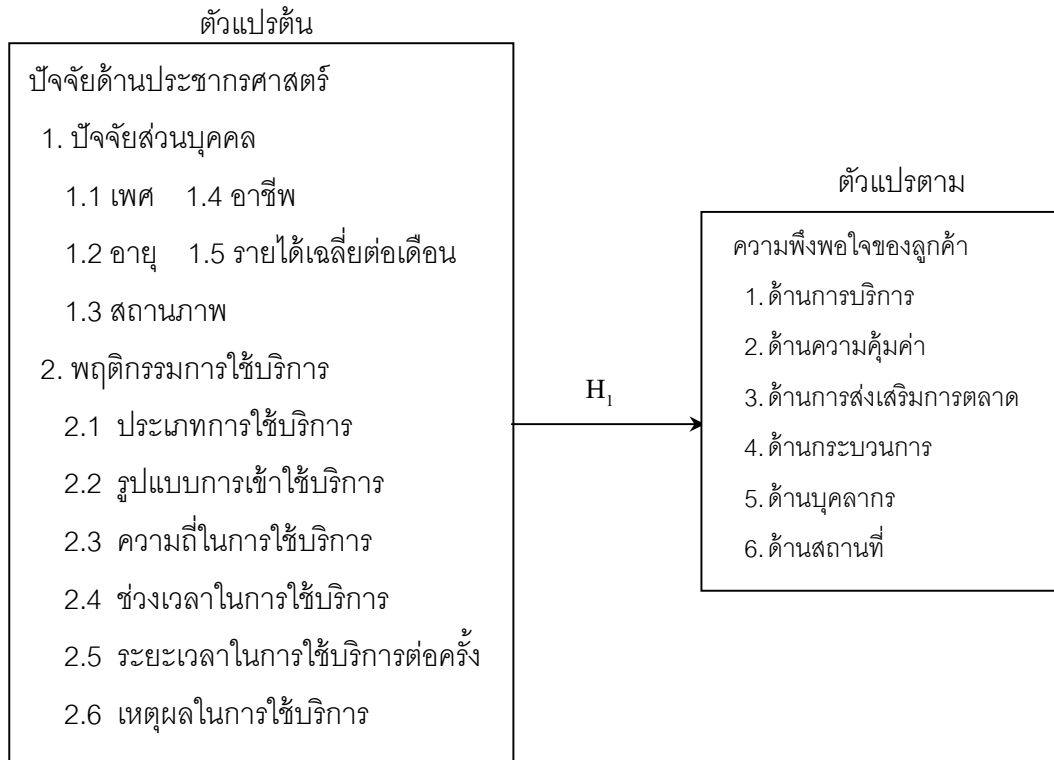
พฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง การแสดงออกของบุคคลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และปฏิภิกิริยาที่มีต่อการใช้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนทั้งทางกายภาพและทางอารมณ์

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สอง หมายถึง การวิเคราะห์องค์ประกอบจากชุดขององค์ประกอบอันดับแรกที่ได้กำหนดจำนวนองค์ประกอบ ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบกับตัว

แปรสังเกตที่ได้จากหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ไว้ก่อนการวิเคราะห์ เพื่อตรวจสอบความตรงของโมเดล (model validation) ที่สร้างขึ้นในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังแสดงในภาพ 1



สำหรับเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นความพึงพอใจของลูกค้า ที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้นมีการทดสอบค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content analysis) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน และมีการทดสอบค่าความเที่ยงจากกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย จากผู้ใช้บริการศูนย์ฝึกกีฬาและฟิตเนสการกีฬาแห่งประเทศไทย ด้วยการหาค่าอัลฟา ครอนบาค และสถิติที่ใช้ได้การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย(M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) การวิเคราะห์ค่าที่แบบอิสระ (Independent t-test) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าทางสถิติพื้นฐานข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยส่วนใหญ่มีคุณลักษณะ (1) เพศชาย เท่ากับร้อยละ 56.2 ของตัวอย่างทั้งหมด (2) อายุ 20-25 ปี เท่ากับร้อยละ 39.1 ของตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา อายุ 40 ปีขึ้นไป เท่ากับร้อยละ 18.9 (3) สถานภาพโสด เท่ากับร้อยละ 75.6 ของตัวอย่างทั้งหมด (4) อาชีพนักศึกษา เท่ากับร้อยละ 42.9 ของตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชน เท่ากับร้อยละ 26.2 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท เท่ากับร้อยละ 44.4 ของตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา 10,000-20,000 บาท เท่ากับร้อยละ 29.8

สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (1) ใช้บริการกิจกรรมการออกกำลังกายกลางแจ้งประเภทศูนย์ฝึกกีฬา เท่ากับร้อยละ 77.3 ของตัวอย่างทั้งหมด (2) รูปแบบการเข้าใช้บริการแบบการใช้บริการเป็นรายครั้ง เท่ากับร้อยละ 89.6 ของตัวอย่างทั้งหมด (3) ความถี่ในการใช้บริการ 1-2 วันต่อสัปดาห์ เท่ากับร้อยละ 59.1 ของตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา 3-4 วันต่อสัปดาห์ เท่ากับร้อยละ 27.6 ของตัวอย่างทั้งหมด (4) ช่วงเวลาในการใช้บริการ 16.00-21.00 น. เท่ากับร้อยละ 39.1 ของตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา ช่วงเวลาไม่แน่นอน เท่ากับร้อยละ 35.6 ของตัวอย่างทั้งหมด (5) ระยะเวลาในการใช้บริการต่อครั้ง 1-2 ชั่วโมง เท่ากับร้อยละ 81.6 ของตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา 3-4 ชั่วโมง เท่ากับร้อยละ 18.0 ของตัวอย่างทั้งหมด และ (6) มีเหตุผลในการใช้บริการเพื่อสุขภาพแข็งแรง เท่ากับร้อยละ 54.2 ของตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา ดูแลรูปร่าง/ลดน้ำหนัก เท่ากับร้อยละ 20 ของตัวอย่างทั้งหมด

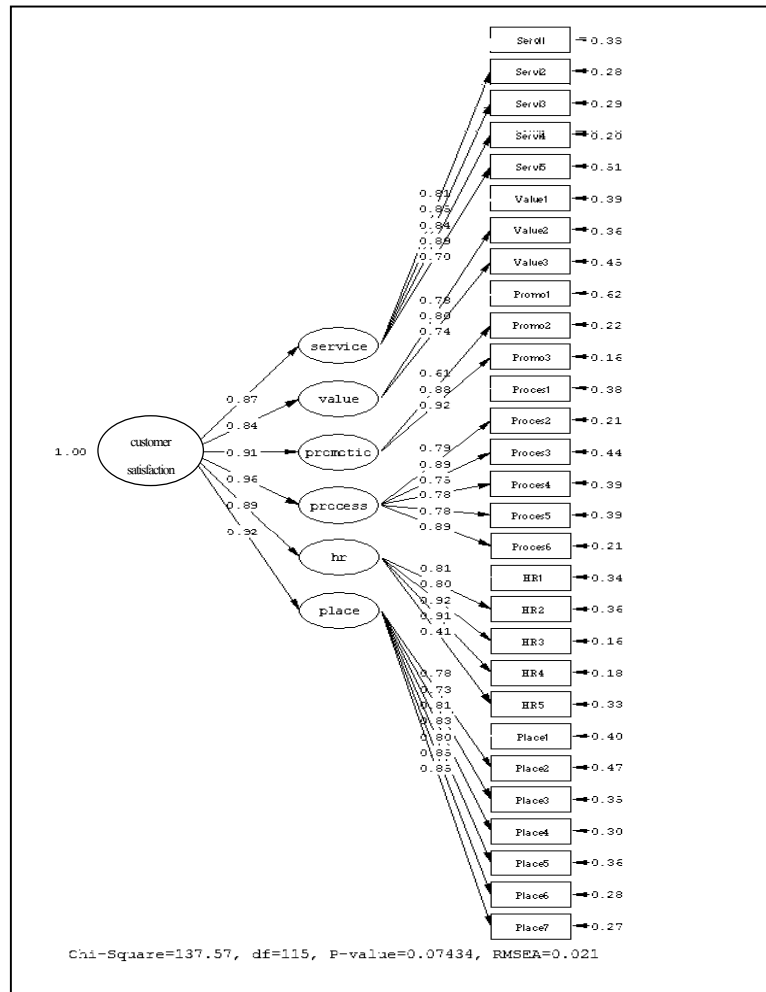
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าทางสถิติพื้นฐานของตัวแปรในการวิจัย ของตัวแปรความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยคะแนนรายด้าน และรายชื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความคิดเห็นในแต่ละด้านเรียงตามลำดับคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยรายด้านสูงสุดที่สุด คือ ด้านบุคลากร มีค่า $M=3.89$ อยู่ในระดับมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยรายชื่อสูงสุดที่สุด คือ

การให้บริการด้วยความสุภาพ อยู่ในระดับมาก มีค่า $M=3.96$ ค่า $SD=0.679$ ซึ่ครองลงมา คือ คอยดูแลผู้มาใช้บริการด้วยความเอาใจใส่ อยู่ในระดับมาก มีค่า $M=3.92$ ค่า $SD=0.692$

ด้านที่มีคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยรายด้านรองลงมา คือ ด้านความคุ้มค่า มีค่า $M=3.87$ อยู่ในระดับมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยรายข้อสูงที่สุด คือ ค่าบริการเหมาะสมกับรูปแบบการเข้าใช้บริการ มีค่า $M=3.93$ อยู่ในระดับมาก ค่า $SD=0.792$ ซึ่ครองลงมา ค่าเข้าใช้บริการเหมาะสมกับกิจกรรม มีค่า $M=3.85$ อยู่ในระดับมาก ค่า $SD=0.865$

และด้านที่มีคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยรายด้านน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า $M=3.58$ อยู่ในระดับมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยรายข้อสูงที่สุด คือ มีข้อเสนอส่วนลดที่น่าสนใจ มีค่า $M=3.66$ อยู่ในระดับมาก ค่า $SD=0.747$ ซึ่ครองลงมา คือ มีการจัดหากิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ มีค่า $M=3.62$ อยู่ในระดับมาก ค่า $SD=0.824$

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สอง เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง เพื่อทดสอบว่า ตัวชี้วัดความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้กำหนดขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เป็นการยืนยันว่า การวัดค่าของตัวแปรที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง สามารถแทนค่าข้อมูลจริงที่มีอยู่ในประชากรได้ (Hair et al., 2006) ดังแสดงในภาพ 2



ภาพ 2 การทดสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองการวัดความพึงพอใจของลูกค้า

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวชี้วัดองค์ประกอบแต่ละด้านของความพึงพอใจของลูกค้าควรมีค่า $\lambda_i > 0.5$ พบว่า มีค่าผ่านเกณฑ์ทุกค่า โดยด้านที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการบริการ มีค่า $\lambda_i = 0.96$ โดยข้อที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด คือ มีวิธีการชำระเงินค่าสมาชิก/ค่าเช่าบริการที่หลากหลาย และสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นขณะใช้บริการได้รวดเร็ว มีค่า $\lambda_i = 0.89$ ด้านรองลงมา คือ ด้านสถานที่ มีค่า $\lambda_i = 0.92$ โดยข้อที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด คือ มีความสะดวกในการจอดรถทุกประเภท และมีความสะดวกในการเดินทาง มีค่า $\lambda_i = 0.85$ และด้านที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยที่สุด คือ ด้านความคุ้มค่า มีค่า $\lambda_i = 0.84$ โดยข้อที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด คือ อัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการเมื่อเทียบกับศูนย์กีฬาหรือฟิตเนสอื่น ๆ (ดูตาราง 1)

ตาราง 1 ผลการทดสอบความตรงเชิงโครงสร้างตัวแบบจำลองการวัดความพึงพอใจของลูกค้า

องค์ประกอบ	ตัวชี้วัด	λ_i	SE	t value
1.ด้านการบริการ		0.87		
	service 1	0.81	0.667	-
	service 2	0.85	0.362	23.43
	service 3	0.84	0.452	19.27
	service 4	0.89	0.347	19.90
	service 5	0.70	0.347	15.19
2.ด้านความคุ้มค่า		0.84		
	value 1	0.78	0.461	-
	value 2	0.80	0.393	24.56
	value 3	0.74	0.353	15.76
3.ด้านการส่งเสริมการตลาด		0.91		
	promotion 1	0.61	0.499	-
	promotion 2	0.88	0.406	17.44
	promotion 3	0.92	0.379	15.18
4.ด้านกระบวนการบริการ		0.96		
	process 1	0.79	0.462	-
	process 2	0.89	0.329	27.25
	process 3	0.75	0.382	16.77
	process 4	0.78	0.373	17.76
	process 5	0.78	0.382	20.81
	process 6	0.89	0.373	21.46

ตาราง 1 (ต่อ)

องค์ประกอบ	ตัวชี้วัด	λ_i	SE	t value
5.ด้านบุคลากร		0.89		
	staff 1	0.81	0.497	-
	staff 2	0.80	0.376	21.05
	staff 3	0.92	0.314	22.78
	staff 4	0.91	0.306	16.36
	staff 5	0.41	0.306	8.51
6.ด้านสถานที่		0.92		
	place 1	0.78	0.497	-
	place 2	0.73	0.376	33.38
	place 3	0.81	0.314	27.17
	place 4	0.83	0.306	19.84
	place 5	0.80	0.314	20.36
	place 6	0.85	0.306	18.98
	place 7	0.85	0.314	20.97

และจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของแบบจำลองการวัดข้างต้น พบว่ามีค่าผ่านเกณฑ์มาตรฐานทุกค่า ดังนี้

ค่า χ^2/df เท่ากับ 1.196 ผ่านเกณฑ์ $\chi^2/df < 2.00$

ค่า p-value เท่ากับ 0.07434 ผ่านเกณฑ์ p-value > .05

ค่า CFI เท่ากับ 1.00 ผ่านเกณฑ์ CFI > .90

ค่า GFI เท่ากับ 0.979 ผ่านเกณฑ์ GFI > .90

ค่า AGFI เท่ากับ 0.956 ผ่านเกณฑ์ AGFI > .922

ค่า RMSEA เท่ากับ 0.021 ผ่านเกณฑ์ RMSEA < .05

แสดงว่า แบบจำลองการวัดองค์ประกอบของตัวแปรความพึงพอใจของลูกค้าที่พัฒนาขึ้นในการวิจัยนี้มีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ค่าทางสถิติพื้นฐานข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรในการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการและระดับความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ฝึกกีฬาและฟิตเนสการกีฬาแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน

2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สอง แสดงให้เห็นว่า คุณลักษณะส่วนประสมทางการตลาดการบริการทั้ง 6 ด้าน ใช้ชี้วัดลักษณะความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการศูนย์ฝึกกีฬาและฟิตเนสการกีฬาแห่งประเทศไทยได้ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในการชี้วัดจากมากไปน้อย คือ ด้านกระบวนการบริการ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการบริการ และความคุ้มค่า ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ฝึกกีฬาและฟิตเนส กกท. ยังคงเป็นไปตามแนวคิดของและศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ให้ผลสอดคล้องตามการศึกษาของ บดินทร์ เจริญประดับกุล (2558) และจิรศักดิ์ ชาพรอมมา(2560) ที่พบว่า สถานภาพ รายได้ การศึกษา และอาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟิตเนสของลูกค้า และผลการวิเคราะห์คุณลักษณะประชากรศาสตร์ของการวิจัยนี้ อธิบายได้ว่า พฤติกรรมการใช้บริการศูนย์ฝึกกีฬาและฟิตเนส กกท. ส่วนใหญ่ มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ภาวะการทำงาน และครอบครัว ซึ่งรายได้ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายเท่าใดนัก โดยผู้มาใช้บริการมุ่งใช้บริการและฝึกซ้อมกีฬาเฉพาะทางในศูนย์ฝึกกีฬามากกว่าการออกกำลังกาย ส่วนการวิเคราะห์ค่าคะแนนความคิดเห็นเฉลี่ยในแต่ละด้าน อธิบายได้ว่า ศูนย์ฝึกกีฬาและฟิตเนส กกท. มีมาตรฐานการให้บริการของบริการที่มีคุณภาพสามารถตอบสนองของความคาดหวังของผู้มาใช้บริการสูง เนื่องจากคะแนนความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยระดับมากทุกด้าน

2. การกำหนดองค์ประกอบของความพึงพอใจของลูกค้า ที่ประยุกต์ใช้บนพื้นฐานแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ Kotler (1997) ตามการเสนอแนวคิดของ ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2547) และศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) อธิบายได้ว่า แนวคิดนี้ยังสามารถใช้ชี้วัดระดับความพึงพอใจในการใช้บริการได้อย่างเหมาะสม ให้ผลสอดคล้องตามงานศึกษาวิจัยของ สิทธิชัย ชุ่มแวงวาปี (2551) บดินทร์ เจริญประดับกุล (2558) และมุกดาวรรณ สมบูรณ์วรรณะ (2558) จิรศักดิ์ ชาพรอมมา (2560) และ Omer (2016) ซึ่งให้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบแต่ละด้านที่ไม่แตกต่างกันเท่าใดนัก ทั้งนี้

เป็นไปตามปัจจัยประชากรศาสตร์ของแต่ละการศึกษาวิจัยด้วย และจากการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิง ยืนยันลำดับที่สอง อธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการศูนย์ฝึกกีฬาและฟิตเนส กกท. สามารถวัดได้จาก ตัวชี้วัดที่ได้พัฒนาขึ้นทั้ง 6 ด้าน ซึ่งคุณลักษณะเชิงกายภาพ ได้แก่ กระบวนการ ให้บริการ และสถานที่ที่มีผลต่อการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

1. การพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดการบริการของศูนย์ฝึกกีฬาและฟิตเนส กกท. ในอนาคต โดยมุ่งเน้นกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดมากขึ้น ได้แก่ ข้อเสนอค่าบริการที่น่าสนใจ กิจกรรมการสร้าง ความสัมพันธ์ให้สมาชิกผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างแรงดึงดูดในการออกกำลังกาย และจูงใจให้ผู้ใช้บริการ มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่หลากหลายขึ้น ก่อให้เกิดประโยชน์ในแง่ของรายได้ จาก ความถี่ในการใช้บริการ และการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการเป็นสมาชิกมากขึ้น ซึ่งเป็นการลด ค่าใช้จ่ายโดยรวมในการใช้บริการในแง่ของผู้มาใช้บริการได้

2. การทดสอบปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ และการเกิดความพึงพอใจ ของลูกค้าในการวิจัยครั้งต่อไป เช่น ปัจจัยทางการรู้คิด (cognitive) ปัจจัยทางอารมณ์ (emotional) ที่ มีความซับซ้อนมากขึ้นเกี่ยวกับกระบวนการทางจิตใจมากกว่าปัจจัยทางกายภาพ เพื่อสามารถ ตอบสนองความคาดหวังที่เหนือกว่าเหตุผลการใช้บริการเดิมของลูกค้าได้

เอกสารอ้างอิง

กวีพล พันธุ์เพ็ง. กระแสนิยมการออกกำลังกายกับโอกาสของธุรกิจฟิตเนสไทยที่ไม่ควรมองข้าม. (12

พฤษภาคม 2561) สืบค้นจาก<https://www.scbeic.com/th/detail/product/1347>.

การกีฬาแห่งประเทศไทย. รายงานประจำปี 2560. (15 เมษายน 2561) สืบค้นจาก

<http://www.sat.or.th/index.php/en/2015-06-23-04-48-23/2015-06-25-11-15-00/2015-06-25-11-22-48>.

จิรศักดิ์ ชาพรหมมา. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ที่เปิด

ให้บริการ 24 ชั่วโมง ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ ฯ

ดิฐฐชัย จันทร์คุณา (2560). การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันของฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่มีประสิทธิผล ใน

กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. บริษัท พีค พอยท์ เพอร์ฟอรั่มแมนซ์

ธนวรรณ แสงสุวรรณ, ยงยทฤ พูพงศ์ศิริพันธ์, ยุทธนาธรรมเจริญ, อุไรวรรณ แยมนิยม,

- และอดิลล่า พงศ์ยี่หล้า. (2547). *การจัดการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- บดีนทร์ เจริญประดับกุล. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย ฟิตเนส เฟิร์สท์. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด, กรุงเทพฯ ฯ*
- มุกดาวรรณ สมบูรณ์วรรณะ. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (Fitness Center) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ ฯ*
- วัฒน์ชัย วิไลลักษณ์. *Digital Sport 4.0*. (24 เมษายน 2561) สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/it/501971>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์*. กรุงเทพฯ: พัฒนาการศึกษา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. *ผลการสำรวจสุขภาพประชาชนไทยโดยการตรวจร่างกาย* (4 พฤษภาคม 2561) สืบค้นจาก <http://www.thaihealth.or.th/Content/39745-แพทย์เตือนระวังโรคแทรกซ้อนจากเบาหวาน.html>
- สิทธิชัย ชุมแวงวาปี. (2551). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์ออกกำลังกาย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ ฯ*
- Berthon, P., Ewing, M., & Hah, L. L. (2005). *Captivating company: Dimensions of attractiveness in employer branding*. *International Journal of Advertising*, 24(2), 151-172.
- Cochran, W.G. (1977) . *Sampling Techniques*. (3d ed.) New York : John Wiley and Sons Inc.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control* (9th ed.). New Jersey: A Simon & Schuster Company
- Kotler Phillip & Keller Lane. (2012). *Marketing Management*. (14th. Ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Omer Celik. (2016). *Relationship between Service Marketing Mix and Customer Satisfaction in Commercial Fitness Centers in Bangkok Metropolis*. Bangkok : Master Thesis of Science in Sports Science, Faculty of Sports Science, Chulalongkorn University.

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสุขภาพ
และสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร

Factors Associated with Exercise Behaviors of Elderly in The Health and
Environment Promotion Club, Sai Mai District, Bangkok Metropolitan

ชลลดา บุตรวิศา¹

Mrs.Chollada Bootwicha.

สุพัฒน์ วีระเวชเจริญชัย,อลิสา นิติธรรม²

Supat Teravecharoenchai, Alisa Nititham

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ ในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคือผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง จำนวน 240 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยค่าไคสแควร์และสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 54.20 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส รายได้ต่อเดือนและแหล่งที่มาของรายได้ ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 41.30 การรับรู้โอกาสเสี่ยงของการไม่ออกกำลังกายอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 54.10 การรับรู้ความรุนแรงของการไม่ออกกำลังกายอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 40.40 การรับรู้ประโยชน์และอุปสรรคของการออกกำลังกายอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 50.00 ทศนคติเกี่ยวกับการออกกำลังกายในระดับดี ร้อยละ 62.50 ความสามารถของตนเองในการออกกำลังกายอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 42.90 การได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกในครอบครัว,เพื่อน บุคลากรทางการแพทย์และสื่อมวลชนอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 58.80 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: พฤติกรรมการออกกำลังกายผู้สูงอายุ

¹ นักศึกษาลัทธิสุตราธรรมศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ที่ปรึกษา

ABSTRACT

The objective of this descriptive research was to study factors relating exercise behaviors of a group of elderly in the Health and Environment Promotion club Sai Mai district, Bangkok Metropolitan. Two hundred forty elders aged over 60 years old were selected as a sample group. The research tool was a questionnaire created by the researcher. Data were analyzed as percentage, mean, and standard deviation. In addition, the correlation statistics were measured by chi-square and Pearson's correlation coefficient.

The results show that the exercise behaviors of elderly were high level (54.20 per cent). The individual factors including their age, education, marital status, income, source of income and congenital disease significantly related Knowledge about exercise was high at 41.30 per cent and it has a statistically significant relationship Awareness of the health risk when do not exercise was at a high level of 54.10 per cent. Concern associated with the serious consequences on health issues when do not exercise was at high level of 40.40 per cent. High awareness about advantages and obstacles of exercise was reported (50.00 per cent). Exercise attitude was good with 62.50 per cent and it showed a statistically significant relationship The ability to do exercise was moderate with 42.90 per cent and it has a statistically significant relationship High level at 58.80 per cent was observed for social supports to exercises such as support from family members, friends, medical personnel, and media. There was a statistically significant relationship with the exercise behavior of the elderly at .05 level.

KEYWORD: Associated with Exercise Behaviors of Elderly

บทนำ

การพัฒนาระบบบริการด้านสาธารณสุขความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทางการแพทย์ เป็นผลให้ประชาชนมีสุขภาพอนามัยดีขึ้นมีอายุยืนยาวมากยิ่งขึ้นและมีอัตราการตายลดลงส่งผลให้จำนวนประชากรผู้สูงอายุมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปีจะเห็นได้จากสถิติผู้สูงอายุทั่วโลกในปี พ.ศ.2543 มีผู้สูงอายุจำนวน 580 ล้านคนและเพิ่มขึ้นเป็น 628 ล้านคนในปี พ.ศ.2545 คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.27 ซึ่งจากการคาดคะเนขององค์การสหประชาชาติรายงานว่าเมื่อถึงปี 2593 จะมีประชากรผู้สูงอายุทั่วโลกถึง 1,963 ล้านคน (United Nation 1992 อ้างใน สุริย์ และคณะ 2539)

ในปี พ.ศ.2557 ประเทศไทยมีคนวัยแรงงาน (อายุ 15-59 ปี) 4.3 คนต่อผู้สูงอายุ (60 ปีขึ้นไป) หนึ่งคน ในอนาคต อีก 20 ปีข้างหน้า ประเทศไทยจะมีคนในวัยแรงงานเพียง 2 คนต่อผู้สูงอายุหนึ่งคนเท่านั้นทุกวันนี้คนทั่วไปได้รับรู้และตระหนักแล้วว่าประเทศไทยได้กลายเป็นสังคมสูงวัย ประชากรไทยกำลังสูงวัยขึ้นอย่างรวดเร็วมาก ประเทศไทยได้เข้าสู่ “สังคมสูงวัย” มาตั้งแต่ปี 2548 แล้ว เมื่อสัดส่วนประชากรสูงอายุ (60 ปีขึ้นไป) สูงถึงร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด ประเทศไทยกำลังจะกลายเป็น “สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์” เมื่อประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมีมากถึงร้อยละ 20 ในปี 2564 หรือในอีกเพียง 7 ปีข้างหน้า และคาดว่าจะเป็สังคมสูงวัยระดับสุดยอดในอีกไม่ถึง 20 ปีข้างหน้าเมื่อประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนถึงร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมด(มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2557)

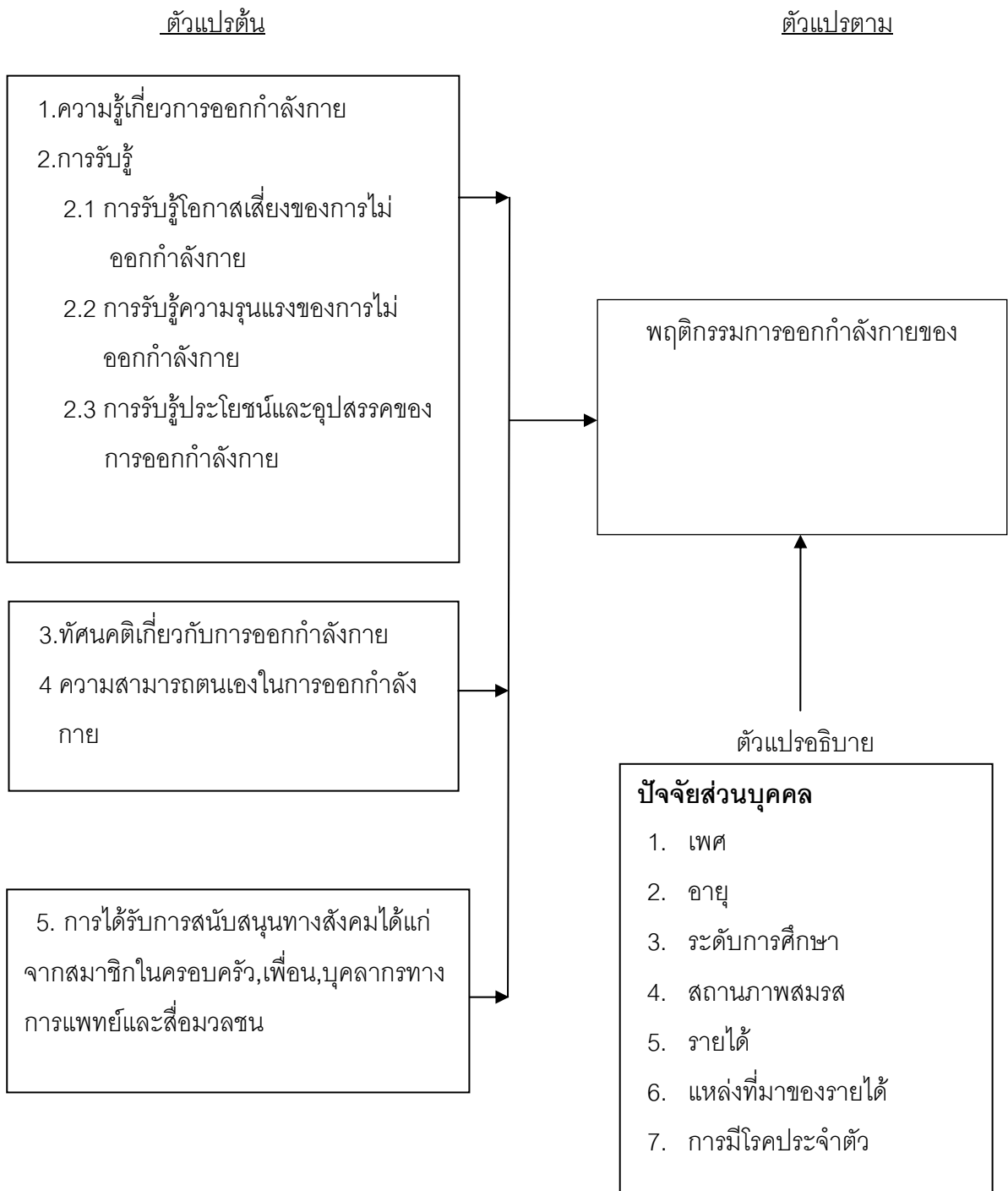
จำนวนประชากรทั้งหมดในเขตพื้นที่สายไหม จำนวน 199,349 คน ปี พ.ศ.2559 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ: 2559) ประชากรผู้สูงอายุ จำนวน 36,980 คน เพศชาย จำนวน 16,500 คน เพศหญิง จำนวน 20,480 คน ปัญหาที่เกิดขึ้นผู้สูงอายุมีโรคประจำตัวและร่างกายของผู้สูงอายุจะมีสภาพความเสื่อมถอยเกิดขึ้นการทำงานของอวัยวะต่างๆของร่างกายลดลงความคล่องแคล่วกระฉับกระเฉงก็ลดลงตามไปด้วยทำให้ผู้สูงอายุต้องเผชิญกับปัญหาในการดำเนินชีวิตหลายด้านได้แก่ ปัญหาทางด้านสังคม ปัญหาทางสภาพจิตใจ ดังนั้นผู้สูงอายุควรมีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพที่เหมาะสมส่งผลต่อสุขภาพที่ดี รวมทั้งถ้าได้มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับสุขภาพก่อนที่จะเข้าสู่วัยสูงอายุย่อมทำให้โอกาสของการเจ็บป่วยหรือทุพพลภาพลดลงตามไปด้วยเช่นกัน (บทความจาก นิตยสารใกล้หมอ ปีที่ 20 ฉบับที่ 11 โดย ดร.วิจิต คะเนิงเกษม)

สำหรับการพัฒนาด้านสาธารณสุขในช่วงแผนพัฒนาการสาธารณสุข ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) มีจุดเน้นที่การส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคเพิ่มขึ้นมุ่งเน้นด้านพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพและการพึ่งตนเองโดยเฉพาะต้องส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความสามารถ ในการดูแลสุขภาพตนเองในระดับ บุคคล ครอบครัว และชุมชน ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญในการลดอัตราป่วยพิการและอัตราตาย เจ้าหน้าที่สาธารณสุขมีหน้าที่โดยตรงที่ส่งเสริมสนับสนุนอย่างมีระบบ ต่อมาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ฉบับที่ 11 พ.ศ.2555 – 2559)

ดังนั้นชมรมส่งเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานครจึงได้มีการส่งเสริมสุขภาพโดยการออกกำลังกายและให้ความรู้ถึงประโยชน์ของการออกกำลังกาย เพื่อส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุเป็นกระบวนการปฏิบัติเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการคงไว้และการป้องกันการเสื่อมถอยของสถานะทางสุขภาพการคงไว้ของสุขภาพหมายถึงการจัดการรักษาเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการเสื่อมถอยของสถานะทางสุขภาพซึ่งผู้สูงอายุถือเป็นประชากรกลุ่มเสี่ยงหรือปัญหาทางสุขภาพเกิดโรคแทรกซ้อนได้ง่าย (เพ็ญประภา กาญจนในภาส 2541)

จากสถานการณ์ข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การออกกำลังกายของผู้สูงอายุตามแนวคิดและองค์ประกอบของแบบแผนความเชื่อด้านสุขภาพซึ่งประกอบด้วย การรับรู้โอกาสเสี่ยงของการไม่ออกกำลังกาย รับรู้ความรุนแรงของการไม่ออกกำลังกาย และการรับรู้ประโยชน์และอุปสรรคของการออกกำลังกาย การรับรู้ความสามารถตนเองและการได้รับการสนับสนุนทางสังคม ได้แก่การได้รับการสนับสนุนทางสังคมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนและดำเนินการส่งเสริมพฤติกรรมออกกำลังกายของผู้สูงอายุและให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ยืนยาวและทำประโยชน์ให้สังคมต่อไป

กรอบแนวคิด



แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการสนับสนุนทางสังคม (Social Support)

ความหมายของการสนับสนุนทางสังคม

แนวคิดการสนับสนุนทางสังคมจะสัมพันธ์กับเครือข่ายทางสังคมซึ่งนักวิชาการสังคมศาสตร์ได้ให้ความสำคัญและทำการศึกษาวิเคราะห์อย่างจริงจังตั้งแต่FritzHeiderนักมนุษยวิทยาเผยแพร่บทความเรื่อง “Attitudes and Cognitive Organization”เมื่อปีค.ศ.1946 และอธิบายว่าปกติมนุษย์มีความสัมพันธ์ต่อกันทำให้มนุษย์โยงใยเข้าด้วยกันเป็นเครือข่ายสังคม ต่อมาก็มีทั้งนักจิตวิทยานักสังคมวิทยานักมนุษยวิทยาและนักสังคมสงเคราะห์หันมาศึกษาอย่างจริงจังเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของบุคคลที่โยงใยกันเป็นเครือข่าย

Caplan(1976)อธิบายว่าการสนับสนุนทางสังคมหมายถึงวัตถุประสงค์ที่ผู้ให้อาจจะเป็นบุคคลหรือกลุ่มคนมอบให้กับผู้รับโดยตรงวัตถุประสงค์นี้อาจจะเป็นวัตถุประสงค์หรือไม่ใช่วัตถุทั้งนี้เพื่อสนองความต้องการของผู้รับซึ่งทำให้ผู้รับเกิดความสบายและใจ

หลักการของการสนับสนุนทางสังคม

Pilisuk(1982)กล่าวถึงหลักของการได้รับการสนับสนุนทางสังคมประกอบด้วย

1. มีการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ให้และผู้รับการสนับสนุน
2. ลักษณะการติดต่อสัมพันธ์จะต้องประกอบด้วย
 - 2.1 ข้อมูลข่าวสารที่มีลักษณะทำให้ผู้รับเชื่อว่ามีคนเอาใจใส่ มีความรักความหวังดี

ในตนอย่างจริงจัง

2.2 ข้อมูลข่าวสารนั้นเป็นข่าวสารที่มีลักษณะทำให้ผู้รับรู้สึกว่าคุณค่าและเป็นที่ยอมรับในสังคม

3. ปัจจัยนำมาของการสนับสนุนทางสังคมอาจอยู่ในรูปของข้อมูลข่าวสาร วัสดุสิ่งของหรือทางด้านจิตใจ

4. การช่วยให้ผู้รับได้บรรลุถึงจุดมุ่งหมายที่ต้องการ

5.ทฤษฎีความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy Theory)

ในระยะแรกBandura(1994)ได้เสนอแนวคิดของความคาดหวังความสามารถตนเอง (EfficacyExpectation)โดยให้ความหมายว่าเป็นความคาดหวังที่เกี่ยวข้องกับความสามารถตนเองในลักษณะที่เฉพาะเจาะจงและความคาดหวังนี้เป็นตัวกำหนดการแสดงออกของพฤติกรรม ต่อมา Bandura(สมโภชน์,2539)ใช้คำว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง(Perceived Self-

Efficacy) โดยให้คำจำกัดความใหม่ว่าเป็นการที่บุคคลตัดสินใจเกี่ยวกับความสามารถตนเองที่จะจัดการและดำเนินการกระทำพฤติกรรมให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ Bandura มีความเชื่อว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองนั้นมีผลต่อการกระทำของบุคคล 2 คนอาจมีความสามารถไม่แตกต่างกัน แต่อาจมีพฤติกรรมที่มีคุณภาพที่แตกต่างกัน แม้แต่ในตัวบุคคลเดียวกันหากรับรู้ความสามารถของตนเองในสภาพการณ์ที่แตกต่างกัน อาจแสดงพฤติกรรมออกมาแตกต่างกันได้เช่นกัน Bandura (1994) เห็นว่าความสามารถของคนเป็นเรื่องไม่ตายตัวแต่จะยืดหยุ่นตามสภาพการณ์ ดังนั้นสิ่งที่กำหนดประสิทธิภาพของการแสดงออกจึงขึ้นอยู่กับ การรับรู้ความสามารถของตนเอง นั่นคือถ้าบุคคลเชื่อว่าตนมีความสามารถของตนเองในสภาวะการณั้ๆ ก็ จะแสดงออกถึงความสามารถนั้น คนที่มีความเชื่อว่าตนมีความสามารถจะมีความอดทนอดสูสาหะไม่ทอดถอย และจะประสบความสำเร็จ (สมโภชน์, 2539)

1. การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Perceived Self-Efficacy) Bandura (1994) ให้ความหมายว่าเป็นการตัดสินใจความสามารถของตนเองว่าสามารถทำงานได้ในระดับใดหรือเป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับความสามารถในการกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดซึ่งมีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิต ความเชื่อในความสามารถตนเองพิจารณาจากความรู้สึกรู้สึกคิดการจูงใจและพฤติกรรม

2. ความคาดหวังผลที่จะเกิด (Outcome Expectation) หมายถึงความเชื่อที่บุคคลประเมินค่าพฤติกรรมเฉพาะอย่าง ที่ปฏิบัติอันจะนำไปสู่ผลลัพธ์ตามที่คาดหวังไว้เป็นการคาดหวังในสิ่งที่จะเกิดขึ้น สืบเนื่องจากพฤติกรรมที่ได้กระทำ

วัตถุประสงค์การวิจัย

วัตถุประสงค์ทั่วไป

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์เฉพาะ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีขอบเขต เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย การรับรู้ได้แก่ การรับรู้โอกาสเสี่ยงของการไม่ออกกำลังกาย การรับรู้ความรุนแรงของการไม่ออกกำลังกาย การรับรู้ประโยชน์และอุปสรรคของการออกกำลังกาย ทักษะการออกกำลังกายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ความสามารถตนเองในการออกกำลังกาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ ในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 การสนับสนุนทางสังคมที่มีต่อการออกกำลังกาย ได้แก่ การได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกในครอบครัว, เพื่อน, บุคลากรทางการแพทย์และสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง จำนวน 600 คน ซึ่งเป็นผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2560 คำนวณหาด้วยสูตรTaro Yamane ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ได้ขนาดตัวอย่าง 240 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป อ่านออกเขียนได้ มีสุขภาพแข็งแรง สามารถออกกำลังกายได้และยินดีให้ความร่วมมือในการทำวิจัยการออกกำลังกาย โดยเริ่มดำเนินการตั้งแต่ 1 สิงหาคม-1 ธันวาคม 2560

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยรวบรวม ผ่านการตรวจสอบความตรงของเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านและทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยนำไปใช้กับกลุ่มชมรมผู้สูงอายุ ศูนย์บริการสาธารณสุข 61 เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คนโดยรวมทั้งฉบับของแบบสอบถามได้ = 0.900

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

1.1 ติดต่อประสานงานกับกลุ่มผู้นำชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ กระบวนการ และนัดหมายวันเวลาที่ทางกลุ่มผู้สูงอายุของชมรมสะดวก

2.2 ไปพบกลุ่มตัวอย่างของผู้สูงอายุที่อยู่ในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ชี้แจงวัตถุประสงค์ อธิบายการพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่างโดยจะเก็บรักษาข้อมูลรายบุคคลไว้เป็นความลับ และขอความยินยอมในการตอบแบบสอบถาม เมื่อกลุ่มตัวอย่างเข้าใจดีและให้ความยินยอมแล้ว จึงดำเนินการเก็บข้อมูลตามแบบสอบถาม

วิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ แหล่งที่มาของรายได้และการมีโรคประจำตัว นำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์ การรับรู้ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย การรับรู้โอกาสเสี่ยงของการไม่ออกกำลังกาย การรับรู้ความรุนแรงของการไม่ออกกำลังกาย การรับรู้ประโยชน์และอุปสรรคของการออกกำลังกาย ทักษะคติการออกกำลังกาย

3. การวิเคราะห์ การรับรู้ความสามารถของตนเองในการออกกำลังกาย

4. การวิเคราะห์ การได้รับการสนับสนุนทางสังคมที่มีต่อการออกกำลังกาย ได้แก่ การได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกในครอบครัว, เพื่อน, บุคลากรทางการแพทย์และสื่อมวลชน

5. หาค่าความสัมพันธ์โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) และสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สถานที่ดำเนินการวิจัย

ดำเนินการศึกษาผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อมเขตสายไหม กรุงเทพมหานครจำนวน 240 คน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 76.20 มีอายุระหว่าง 60 – 65 ปี ร้อยละ 87.50 มีระดับการศึกษา ประถมศึกษา ร้อยละ 67.10 มีสถานภาพสมรสแล้วอยู่ด้วยกัน ร้อยละ 53.80 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 67.10 แหล่งที่มาของรายได้จากเบี้ยยังชีพ 56.70 และมีโรคประจำตัว ร้อยละ 72.90

ปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 41.30 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 30.40 การรับรู้โอกาสเสี่ยงของการไม่ออกกำลังกายอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 54.10 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 28.40 การรับรู้ความรุนแรงของการไม่ออกกำลังกายอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 40.40 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 32.90 การรับรู้ประโยชน์และอุปสรรคของการออกกำลังกายอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 50.00 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 32.90 ทักษะคติเกี่ยวกับการออกกำลังกายอยู่ในระดับดี ร้อยละ 62.50 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 20.00 ความสามารถของตนเองในการออกกำลังกายอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 42.90 รองลงมาอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 33.80 การได้รับการสนับสนุนทางสังคม ได้แก่ การได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกในครอบครัว, เพื่อน, บุคลากรทางการแพทย์และสื่อมวลชนอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 58.80 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 22.90 พฤติกรรมการออกกำลังกายอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 54.20 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง ร้อย

ละ 25.40 เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสนับสนุนกับพฤติกรรมออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร พบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำประเด็นที่ค้นพบมาวิจารณ์ได้ ดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัย ด้านส่วนบุคคล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 76.20 มีอายุระหว่าง 60 – 65 ปี ร้อยละ 87.50 มีระดับการศึกษา ประถมศึกษา ร้อยละ 67.10 มีสถานภาพสมรสแล้วอยู่ด้วยกัน ร้อยละ 53.80 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 67.10 แหล่งที่มาของรายได้จากเบี้ยยังชีพ 56.70 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนโรคประจำตัว ร้อยละ 72.90 ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมออกกำลังกาย จากผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ บรรลุ ศิริพานิช และคณะ (2531) ที่พบว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุยืนยาวและแข็งแรงจะมีการกระทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพมากกว่าผู้สูงอายุที่มีสุขภาพไม่แข็งแรง

จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัย ด้านความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 41.30 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 30.40 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจกล่าวได้ว่าผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานครมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องของการออกกำลังกายเป็นอย่างดี

จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัย ด้านการรับรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ได้แก่

-การรับรู้โอกาสเสี่ยงของการไม่ออกกำลังกาย อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 54.10 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 28.40 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ กชกร สมมัง(2542) กล่าวไว้ว่า การรับรู้โอกาส

เสียงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

- การรับรู้ความรุนแรงของการไม่ออกกำลังกาย อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 40.40 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 32.90 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ นพวรรณ ภัทรวงศา (2542) กล่าวไว้ว่า การรับรู้ความรุนแรงของการเกิดโรคหรือภาวะแทรกซ้อน มีความสัมพันธ์กับการไม่ออกกำลังกายของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

-การรับรู้ประโยชน์และอุปสรรคของการออกกำลังกายอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 50.00 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 32.90 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นการยอมรับสมมติฐาน กล่าวคือ ถ้าผู้สูงอายุมีการรับรู้ประโยชน์และอุปสรรคของการออกกำลังกายสูงขึ้นจะมีผลทำให้มีพฤติกรรมการออกกำลังกายมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย สอดคล้องงานวิจัยของ ดวงเดือน พันธิโยธี (2539) กล่าวว่า การที่บุคคลรับรู้ผลด้านบวกว่าพฤติกรรมการออกกำลังกายที่ตนทำนั้นมีประโยชน์ต่อตน บุคคลที่มีการรับรู้มีแนวโน้มว่าจะออกกำลังกาย เพื่อให้เกิดผลดีต่อตนเองอย่างต่อเนื่อง

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับการออกกำลังกายในระดับดี ร้อยละ 62.50 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 20.00 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจกล่าวได้ว่าผู้สูงอายุที่มีทัศนคติเกี่ยวกับการออกกำลังกายดี จะส่งผลทำให้ผู้สูงอายุมีความตื่นตัวและอยากออกกำลังกายมากยิ่งขึ้น

จากผลวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความสามารถของตนเองในการออกกำลังกายอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 42.90 รองลงมาอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 33.80 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ สมโภชน์ เอี่ยมสุภาวิต (2539) ที่สรุปไว้ว่า บุคคลจะกระทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งหรือไม่ขึ้นอยู่กับการรับรู้ความสามารถของตนเองว่าจะกระทำพฤติกรรมนั้นได้หรือไม่

จากผลวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการได้รับการสนับสนุนทางสังคมที่มีต่อการออกกำลังกาย ได้แก่ การได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกในครอบครัว, เพื่อน, บุคลากรทางการแพทย์และสื่อมวลชนอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 58.80 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 22.90 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาริสา ประทุมมา (2550) ศึกษาพฤติกรรมการดูแลตนเองของผู้สูงอายุในเขตรับผิดชอบของโรงพยาบาลหลวงพ่อเป็นบนพื้นฐานของปัจจัยส่วนบุคคลและการสนับสนุนทางสังคมจากบุคคลในครอบครัว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้พบว่าผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมการออกกำลังกายเป็นส่วนใหญ่ แต่ยังไม่ถูกต้องตามหลังเกณฑ์การประเมินการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพในผู้สูงอายุ ดังนั้นจึงควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีการปฏิบัติตามวิธีการและขั้นตอนในการออกกำลังกายที่ถูกต้องและเหมาะสม
2. จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลมีผลกับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ดังนั้นการจัดหรือสนับสนุนให้มีกิจกรรมการออกกำลังกายในผู้สูงอายุ ควรคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุเพศหญิง ผู้สูงอายุที่อยู่โดยลำพัง ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาและมีรายได้น้อย รวมทั้งมีภาวะสุขภาพที่ไม่แข็งแรง ให้มากขึ้น
3. จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การรู้ความสามารถของตนเอง และการรับรู้ประโยชน์และอุปสรรคของการออกกำลังกาย เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากกับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ดังนั้น ในการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีการออกกำลังกาย จำเป็นต้องสร้างและพัฒนาให้ผู้สูงอายุรับรู้ความสามารถของตนเอง รับรู้ประโยชน์ของการออกกำลังกาย และขจัดปัจจัยที่เป็นอุปสรรคของ

การออกกำลังกาย เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถปฏิบัติพฤติกรรมออกกำลังกายได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

4. จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การได้รับการสนับสนุนทางสังคม ได้แก่ การได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกในครอบครัว, เพื่อน, บุคลากรทางการแพทย์ และสื่อมวลชน เป็นกลุ่มบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการช่วยให้ผู้สูงอายุมีการออกกำลังกาย โดยเฉพาะการสนับสนุนด้านวัสดุสิ่งของ สถานที่ รวมทั้งช่วงเวลาที่เหมาะสมในการออกกำลังกาย ดังนั้นควรจัดโครงการหรือกิจกรรมที่สร้างความตระหนักและความสำคัญของการออกกำลังกายในผู้สูงอายุให้แก่กลุ่มบุคคลดังกล่าว เพื่อที่จะทำให้ผู้สูงอายุได้รับการสนับสนุนให้เกิดการออกกำลังกายมากขึ้น

5. จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า มีผู้สูงอายุส่วนหนึ่งที่มีภาวะสุขภาพไม่แข็งแรง มีโรคหรืออาการประจำตัวที่เป็นอุปสรรคในการออกกำลังกาย ซึ่งในวัยสูงอายุความจำเป็นที่จะต้องมีการเคลื่อนไหวของร่างกายมีมากขึ้น ดังนั้นการสนับสนุนให้ผู้สูงอายุมีการออกกำลังกาย ควรเลือกวิธีการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับอายุและสภาพร่างกาย และส่งเสริมให้การออกกำลังกายเป็นกิจกรรมหนึ่งที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตประจำวัน

6. ควรส่งเสริมให้กิจกรรมการออกกำลังกายในผู้สูงอายุ เป็นนโยบายหนึ่งที่มุ่งเน้นการสร้างเสริมสุขภาพในแผนพัฒนาสุขภาพทั้งในระดับพื้นที่และระดับชาติ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาวิจัยเชิงพัฒนาความสามารถของตนเองในการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ ร่วมกับการสนับสนุนทางสังคม เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมออกกำลังกายในผู้สูงอายุให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

2. การวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มแนวความคิดการส่งเสริมสุขภาพ ที่มีผลต่อเนื่องในทางที่เสริมผลที่จะเกิดขึ้นกับสุขภาพของผู้สูงอายุร่วมกับพฤติกรรมออกกำลังกาย เช่น การส่งเสริมการออกกำลังกายควบคู่ไปกับการปฏิบัติทางจิตใจและ/หรือการบริโภคอาหาร

3. ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรฐานของการออกกำลังกายประเภทต่างๆในผู้สูงอายุ เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการสนับสนุนการออกกำลังกายในผู้สูงอายุให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

อ้างอิง

- กรมอนามัยครอบครัว กระทรวงสาธารณสุข (2540) งานวิจัยการศึกษาพฤติกรรมกรรมการออกกำลังกายของบุคลากรในโรงพยาบาลสามชุกอำเภอสามชুক จังหวัดสุพรรณบุรี วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี สาขาวิทยาศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
- ดวงจิตต์ นະนั้ก (2550) **ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการดูแลตนเองของผู้สูงอายุ** กรณีศึกษาตำบลม่วงคำ อำเภอกพาน จังหวัดเชียงราย
- บรรลู่ ศิริพานิช (2551) **สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2550.** กรุงเทพมหานคร มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย
- ประภัสสร กิมสุวรรณวงศ์ (2546) **จิตลักษณะและการสนับสนุนทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมสุขภาพกายและพฤติกรรมสุขภาพจิตของข้าราชการสูงอายุใน** สาขาสังคมศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น

การเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช) ของ
นักท่องเที่ยวชาวไทย กรุงเทพมหานคร

Media exposure for tourism promotion and Chinatown tourist behavior (Yaowarat) of Thai
tourists. Bangkok

นายชายชาญ เชี่ยวชาญพานิช¹

Mr. Chaychan chiewchanpanich

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องการเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) เพื่อศึกษาพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช) จำนวน 400 คน ทำการวิจัยได้สุ่มตัวอย่าง โดยการแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช) จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Chi-Square

ผลการศึกษาพบว่าข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวท่องเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช) พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย รองลงมาเป็นเพศหญิง โดยส่วนใหญ่มี อายุ 26-35 ปี และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพอื่นๆ และส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-30,000 บาท

การเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวท่องเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช) พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ ช่องทางหลักที่เปิดรับสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมาคือ อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ สถานีโทรทัศน์ที่รับชมบ่อยที่สุด คือช่อง 7 ช่วงเวลาที่รับชมชมรายการทางโทรทัศน์มากที่สุดคือช่วงหัวค่ำ (18.00 น. - 24.00 น.) รูปแบบการใช้งานสื่ออินเทอร์เน็ตคือ Facebook การเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชนใน 1 สัปดาห์คือทุกวัน สื่อที่

¹ นักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์, หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก

ทำให้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช)เป็นครั้งแรกคือญาติหรือเพื่อน การค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช)จากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ และการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช)ก่อนมาเที่ยวจากเพจแหล่งท่องเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ในการมาท่องเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช)คือมาเป็นครั้งแรก วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการมาเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) คือมารับประทานอาหาร พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) คือรถยนต์ส่วนตัว ลักษณะการมาเที่ยวในครั้งนี้ มากับครอบครัว ส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช)จากสื่ออินเทอร์เน็ต (Website/ Social Media มักเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงเวลา 20.00 น. เป็นต้นไป บุคคลที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจให้ท่านเดินทางมาไชน่าทาวน์ (เยาวราช)คือญาติ/คนในครอบครัว ระยะเวลาในการเดินทางมาเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช) ต่ำกว่า 3 ชั่วโมง ส่วนใหญ่มาเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช)ในวันวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) การเลือกซื้อสินค้าในครั้งนี้ได้ซื้อสินค้ากลับบ้านคือเกาลัดแปะก๊วย ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้า 1,000-1,500 บาท และกิจกรรมที่ทำในการมาเที่ยวที่แห่งนี้คือเลือกซื้อของฝาก

คำสำคัญ: เปิดรับสื่อ,พฤติกรรมกรรของนักท่องเที่ยว

ABSTRACT

A study on the promotion of tourism promotion media and the behavior of Chinatown tourists (Yaowarat) of Thai tourists. Bangkok purpose To study the promotion of tourism marketing promotion at Chinatown (Yaowarat). To study the behavior of tourism in Chinatown (Yaowarat) to study the relationship between demographic data and exposure to tourism marketing materials at Chinatown (Yaowarat) to study the relationship between demographic data and tourist behavior. At Chinatown (Yaowarat) to study the relationship between media exposure. Using quantitative methods. One-Shot Case Study This study used a questionnaire as a tool to collect data. The sample used in this study was a traveler traveling to Chinatown (Yaowarat). 400 people were sampled. By giving the questionnaire to Visitors to China Town (Yaowarat) were 400 persons. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation and chi-square.

The study found that the majority of tourists visiting Chinatown (Yaowarat) found that most of the samples were male, followed by female had bachelor degree, had bachelor had other occupations, and were 10,001-30,000 baht.

Master Thesis (from: the Graduate School of KU and KU library) Over the past 3 months, TV stations, The most watched television shows were the. The media exposure was one in every week. of the media made known about Chinatown. (Yaowarat) is the first relative or friend. Finding Chinatown Tourist Information (Yaowarat) from the Internet / website and the search for information on Chinatown tourism. (Chinatown) before coming to Chinatown (Chinatown)

The tourist behavior of tourists visiting Chinatown (Yaowarat) found that the sample has experience in traveling to Chinatown. (Yaowarat) is the first time. The most important purpose of visiting Chinatown (Yaowarat) is to eat. Vehicles used to travel to Chinatown (Yaowarat) are private cars of the households had access to tourism promotion materials at Chinatown. By internet media (Website / Social Media) often travel during the time of 20.00 to Shepherd who contributed to the decision to travel to China Town. (Yaowarat) was relative / family members. Time to travel to Chinatown (Yaowarat) less than 3 hours, (Yaowarat) on weekdays Mon-Fri,. The purchase price of this product was .The average purchase price was 1,000-1,500 baht,In this trip is to buy a deposit

บทนำ

การท่องเที่ยวในปัจจุบันมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยในปี 2559 แม้นักท่องเที่ยวไทยเดินทาง เที่ยวในประเทศชะลอตัวต่ำกว่าเป้าหมายที่วางไว้เล็กน้อย จากเป้าหมาย 139.4 ล้านคน-ครั้ง เหลือ 138.8 ล้าน คน-ครั้ง สร้างรายได้ 7.9 แสนล้านบาท ไม่ถึง 8 แสนล้านบาท ที่ตั้งเป้าไว้แต่ก็พบว่าคนไทยมีการกระจายจังหวัด ในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยวันละ 5 พันบาท เพิ่มขึ้น 6 % ส่งผล ให้ภาพรวมในแง่ของรายได้จากการท่องเที่ยวจึงสูงกว่าเป้าหมายที่วางไว้ และการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว กว่า 20% สืบเนื่องจากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเกือบทุกภูมิภาค โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียตะวันออก เช่น จีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ ไต้หวัน และอาเซียน ซึ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยว แม้ว่าจะมีวันพักสั้นกว่า นักท่องเที่ยวจากยุโรป แต่มีการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ทำให้รายได้ขยายตัวเพิ่มขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) การแข่งขันทางการท่องเที่ยวก็มีแนวโน้มทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขันจึงเป็น เรื่องที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องและต้องปรับเปลี่ยนให้มีความทันสมัย โดยการนำเสนอจุดขายที่แตกต่างกับคู่แข่งและ แปรลกใหม่อยู่เสมอ จากข้อมูลทีกล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าไม่ว่าสภาวะของโลกจะเป็นอย่างไรแต่ธุรกิจการ ท่องเที่ยว ยังคงมีบทบาทสำคัญ และสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศที่ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวนี้อย่าง พหุติกรรมของมนุษย์โลกมีความต้องการในการท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับชีวิต จากแนวโน้มที่

เติบโตของการท่องเที่ยวและการผลักดันที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวในทุกระดับของประเทศ นวัตกรรมทางการท่องเที่ยวจึงเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา

กรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่เมืองหลวงของประเทศไทย ที่เป็นเมืองศูนย์รวมการปกครอง ธุรกิจ และการค้าต่าง ๆ ไว้อย่างครบครัน อีกทั้งยังเป็นศูนย์รวมความเจริญของประเทศ โดย กรุงเทพมหานครมีอายุมากกว่า 235 ปี “กรุงเทพมหานคร” (ม.ป.ป.) ด้วยระยะเวลาของการเป็น เมืองที่ยาวนานจึงเป็นพื้นที่มีคนย้ายเข้ามาอย่างหลากหลาย กลุ่มชนชาติ ที่มีความหลากหลายทาง วัฒนธรรม หนึ่งในชาติที่ย้ายเข้ามาปักหลัก คือ ชาวจีนที่ปักหลักกันอย่างเหนียวแน่นทั้ง ด้าน ศิลปะ วัฒนธรรมต่าง ๆ ซึ่งรวมกันอยู่ในพื้นที่ที่เรียกว่า เยาวราช (ทิภาภรณ์ ผลพล, 2555) เยาวราช หรือที่เรียกกันว่า “ไชน่าทาวน์”ของกรุงเทพฯ เป็นเสมือนเมืองเล็กๆ ของชาวไทย เชื้อสายจีน ที่มีความเก่าแก่ ที่เต็มไปด้วยมรดกจากประวัติศาสตร์ที่ยาวนานกว่า 200 ปี ปัจจุบันพื้นที่ ราว 1.5 ตารางกิโลเมตรของย่านนี้ ยังสามารถคงเอกลักษณ์วัฒนธรรมความเป็นจีนให้เห็นในทุก ซอกทุกมุม มีให้สัมผัสได้ทั้งในวิถีชีวิตของผู้คน สถาปัตยกรรม งานเทศกาลประเพณี และยังคงเป็น ย่านการค้าที่คึกคัก เยาวราชในวันนี้จึงเป็นย่านธุรกิจใหญ่และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญที่สุด แห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร (พิพิธภัณฑวัดไตรมิตร, 2558) ด้วยความมีเอกลักษณ์และวัฒนธรรม จีนอยู่อย่างครบถ้วนจึงทำให้ในแต่ละวันมีผู้คนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเวียนเข้ามาใน ย่านนี้จนติดสถิติ 1 จาก 10 สถานที่ที่มีคนเช็คอินมากที่สุดในประเทศไทย โดยมียอดเช็คอินมากถึง 49,214 ครั้ง ซึ่งเป็นสถิติที่สูง กว่าอันดับที่ตามมากว่าเท่าตัว (สมิทธิ์ ลีลาอมร, ม.ป.ป.) ย่านเยาวราช หรือที่เรียกว่า ไชน่าทาวน์ (Chinatown) เป็นพื้นที่ที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเป็นชุมชนในเมืองที่มีการเจริญเติบโตมาเป็น เวลานาน จนอาจกล่าวได้ว่าย่านเยาวราชมีคุณค่าทาง ประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม ทั้งคุณค่าทางวัตถุที่ แฝงไปด้วยสัญลักษณ์และความหมายมากมายผ่านทาง วัตถุต่างๆ คุณค่าทางประวัติศาสตร์ที่เห็นได้จาก หลักฐานจากบ้านเรือนและวิถีชีวิตตั้งแต่ครั้งชาวจีน อพยพเข้ามาซึ่งมีระยะเวลายาวนานนับร้อยปี คุณค่า ทางจิตใจและความรู้สึกซึ่งปรากฏในคำสั่งสอนและการ ปฏิบัติที่มีสืบทอดกันมายาวนาน คุณค่าทางศิลปะ ผ่าน งานศิลปะต่างๆที่อยู่บนพื้นฐานของความเชื่อและ ตำนานทางประวัติศาสตร์ และคุณค่าทางวัฒนธรรมที่ ได้สั่งสมและถ่ายทอดออกมาผ่านธรรมเนียม ประเพณี รวมถึงคตินิยมคำสั่งสอน การใช้ชีวิตประจำวันที่ยึดถือ กันมาจวบจนทุกวันนี้(กุมารีลาภภรณ์, 2556) การค้นหาและรวบรวมความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวใน ย่านเยาวราช ซึ่งค้นพบได้ภายในตัวบุคคลหรือความรู้โดยนัย (Tacit knowledge) และความรู้ที่เป็นลาย ลักษณะ อักษร หรือความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) จึงต้องอาศัยการบริหารจัดการความรู้ เป็นตัวขับเคลื่อน เพื่อสร้างเป็นองค์ความรู้ หรือนำความรู้ที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน ท้องถิ่น สังคมและประเทศชาติความรู้จึงได้กลายเป็นตัวขับเคลื่อนซึ่งทำให้การจัดการความรู้(Knowledge management) มีความสำคัญ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการค้นพบความรู้ความชำนาญที่ซ่อนเร้นอยู่ในตัวคนที่ต้องมียุทธวิธีนำออกมาเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ รวบรวม จัดเก็บ และเข้าถึงความรู้ โดยใช้ เทคโนโลยีด้านข้อมูลและคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือ ช่วย

เพิ่มพลังในการจัดการความรู้ (วิจารณ์ พานิช, 2549) การสื่อสารข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวใน ปัจจุบัน นิยมทำในรูปแบบของสื่อเครือข่ายสังคม ออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ต่างๆ เช่น Facebook, Blog, Twitter, Youtube และ Instagram เป็นต้น

ถนนเยาวราช หรือที่รู้จักกันดีในชื่อของ “ไชน่าทาวน์” แม้ถนนเส้นนี้จะมีขนาดไม่ใหญ่นักแต่ก็มีรถราแล่น ไปมาวันละหลายหมื่นคันมีผู้คนแวะเวียนไม่ต่ำกว่าแสนคนต่อวัน นับเป็นแหล่งอาหารการกินอันโอชะและเป็น แหล่งจับจ่ายสินค้าครบครันของบรรดาพ่อบ้านแม่บ้านที่ต้องการของสดของแห้งเปี่ยมคุณภาพที่สำคัญย่านหนึ่งของเมืองไทยซึ่งมีชื่อเสียงโด่งดังเป็นที่ยอมรับทั้งในหมู่ชาวไทยและชาวต่างชาติมายาวนานชุมชนต่างๆในพื้นที่ แห่งนี้ก็ล้วนมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ อีกทั้งยังมี ศาสนสถานอันเก่าแก่หลายแห่งซึ่งเป็นที่เคารพสักการะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่ของชาวไทยเชื้อสายจีน เนื่องจากถนนที่เต็มไปด้วยร้านค้าทองคำซึ่งมีจำนวนถึง 130 ร้านแห่งนี้เป็นชุมชนของคนไทยเชื้อสายจีน ดังนั้น งานประเพณีวัฒนธรรมสำคัญที่เกี่ยวข้องของเชื้อสายจีนจึงมีการจัดขึ้นอยู่อย่างสม่ำเสมอตั้งแตงานเล็กๆ ไป จนถึงงานระดับชาติ และการถูกยกย่องให้เป็นไชน่าทาวน์เมืองไทย จึงเป็นการชักชวนให้นักท่องเที่ยวจากทุกมุมของประเทศไทยและต่างประเทศแวะมาเยี่ยมเที่ยวชมเป็นการประชาสัมพันธ์ประเทศในอีกทางหนึ่งด้วย หนึ่งใน กิจกรรมนั้นคือ งานเทศกาลตรุษจีนเยาวราชเทศกาลตรุษจีนเป็นเทศกาลสำคัญของชาวจีนทั่วโลก รวมทั้งชาวไทย เชื้อสายจีนทั่วโลก (มักจะตรงกับช่วงปลายมกราคม หรือ ต้นกุมภาพันธ์) เปรียบเสมือนงานปีใหม่ของไทย หรือปี ใหม่สากล เป็นการเริ่มต้นสิ่งใหม่ๆ ในชีวิตวันนี้จึงไม่มีการทำงาน มีแต่การหยุดพักผ่อนไปท่องเที่ยว พบปะญาติ พี่น้องเท่านั้น ในยามราตรีถนนเยาวราชยังกลายเป็นแหล่งรวมอาหารจีนเลิศรสตลอดเส้นทางกว่า 1 กิโลเมตร มีร้านอาหารกว่า 2,000 ร้านทั้งภัตตาคารหรู ร้านห้องแถว ร้านข้างถนน หาบเร่แผงลอยบางร้านอยู่ติดกับถนน ใหญ่จ่ายต่อการเสาะหา และบางร้านตั้งอยู่ในชอกหลืบยากที่คนนอกพื้นที่จะพบเจอมีให้เลือกชิมในหลากหลาย ราคาและหลากหลายประเภทอาหารก็มีตั้งแต่เมนูธรรมดาอย่างก๋วยเตี๋ยวคั่ว ก๋วยจั๊บน้ำใส บะหมี่จับกั๋ง ตี๋ฮ้วน หอยทอด ข้าวมันไก่ ข้าวหมูแดง ข้าวหน้าเป็ด ฯลฯ และเมนูเจ้าสัวอย่างอาหารทะเล กระเพาะปลา หูฉลามน้ำแดง ปลิงทะเล และพะเย็น เป็นต้น ทั้งยังมีขนมและผลไม้ให้ตบท้าย อาทิ เต้าหู้ ลอดช่องสิงคโปร์ ต้มช้ำ จู๊ยก้วย แป๊ะก้วย เม็ดบัว เกาลัด รั้งนก ฯลฯ มีขายกันทั้งกลางวันไปจนถึงกลางคืน สอดคล้องกับนิสัยช่างกินของคนไทย ที่ส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับการกิน โดยใช้เวลาในแต่ละวันกับการกินอาหารทั้งมือหลักและของกินเล่นระหว่าง มือจนแทบจะเรียกว่าตลอดทั้งวันและความหลากหลายของอาหารและช่วงเวลาในการเปิดขายอาหารที่มีแทบจะ ทั้งวันของย่านถนนเยาวราชนี้ ก็ตอบโจทย์ความต้องการตามรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคแต่ละคนได้ อีกด้วย ดังคำที่เคยได้ยินกันเป็นประจำอย่าง “You are what you eat” ซึ่งสะท้อนความเป็นตัวตนของแต่ละบุคคล ผ่านทางการรับประทานอาหารในประเภท และสถานที่ต่างๆ จึงทำให้ถนนย่านเยาวราชสายนี้เปรียบเสมือน สวรรค์ของนักชิม และเป็นกระจกสะท้อนถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ได้เป็นอย่างดี ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรุงเทพมหานครจะช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวไปปรับปรุงกลยุทธ์หรือแผนการ สื่อสาร และทำให้ผู้ประกอบการสามารถเลือกใช้สื่อที่ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และสร้างการรับรู้ ได้อย่าง มีประสิทธิภาพ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

Riley and Flowerman(1951) มีความเห็นว่าแรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคม จะเป็นสิ่งที่กำหนดความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆก็เพื่อสนองความต้องการของตน Merton,wright และ Waples มีความเห็นตรงกันว่าผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้น ย่อมเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพในสังคมของผู้รับสารและเหตุผลในการรับข่าวสาร ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆในชีวิตมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการ แลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการ ตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจ ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น (วุฒิชัย จานง , 2553 หน้า 3 : อ้างถึงใน พัทธนันท์ เด็ดแก้ว, พ.ศ. 2552)

Colin Cherry (1978 : 17) กล่าวว่า การสื่อสารของมนุษย์กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวกันนั่นเอง และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจและกระทำกิจกรรมที่ ประสานสอดคล้องกัน

Charles K.Atkin(1973 : 208) กล่าวว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกลมีความรู้ ความ เข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย สำหรับ ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับข่าวสารที่น่าสนใจ คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับสาร (Selectivity Process) (Klapper,1960:5) ซึ่งประกอบไปด้วย

1.การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) กล่าวคือบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งสาร ต่างๆ ตามความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

2.การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้วบุคคลยังเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมและหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจ กับข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตน

3.การเลือกรับรู้ (Selective Perceptive) บุคคลจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความข่าวสารที่ได้รับไป ในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อน ในกรณีที่ข่าวสารที่ได้รับมาใหม่มีความขัดแย้ง

กับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิม บุคคลมักจะบิดเบือนข่าวสารนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตน

4.การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกรับ เลือกให้ความสนใจและเลือกตีความข่าวสารไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของ สารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไปเก็บไว้เป็นประสบการณ์ เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไปและจะพยายามลืมในส่วนที่ต้องการจะลืมอีกด้วย เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองของสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนี้มีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรม จะต้องมีความหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการ เที่ยวยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมโต้เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่งๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำกิจกรรม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมือง มุมไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) จึงเป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

วัตถุประสงค์

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช)
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช)
3. เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช)
4. เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช)
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช)

ระเบียบวิธีวิจัย

กลุ่มประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาที่มาท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) กรุงเทพมหานคร เดือนมกราคม 2561 ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ W.G.cochran จากการคำนวณขนาดตัวอย่างจากสูตร ได้จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 397 คน แต่เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูลและการตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้จำนวนตัวอย่างในการเก็บ รวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นข้อมูลที่เกิดรวบรวมจากการใช้แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตามวิธีการสุ่มตัวอย่าง ในการเลือกตัวอย่างเพื่อนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ในการเลือกตัวอย่างเพื่อนำมาเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งเป็น 4 ตอนดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด แบบเลือกตอบ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) กรุงเทพมหานคร ได้แก่ การเปิดรับทางอินเทอร์เน็ต (Website/ Social Media) ครอบครั้ว/ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก งานนิทรรศการการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โทรทัศน์/วิทยุ และ สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์/ นิตยสาร) ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) กรุงเทพมหานคร เป็นคำถามปลายปิด แบบเลือกตอบ ได้แก่ ประกอบด้วยการมาท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการมาเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) ลักษณะการมาเที่ยวในครั้งนี้ การเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยวบุคคลที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจให้ท่านเดินทางมาไชน่าทาวน์ (เยาวราช) ระยะเวลาในการเดินทางมาเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) วันที่มาเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) การเลือกซื้อสินค้ากลับบ้าน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าในแต่ละครั้งและกิจกรรมที่ทำในการมาเที่ยวที่แห่งนี้และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

การวิเคราะห์ทางสถิติ

1. วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง พร้อมการบรรยาย โดยจำแนกตามตัวแปรอิสระที่ศึกษา 2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ โดยได้แจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง พร้อมการบรรยาย โดยจำแนกตามตัวแปรอิสระที่จะศึกษา 2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยได้แจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง พร้อมการบรรยาย โดยจำแนกตามตัวแปรอิสระที่จะศึกษา 3. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมมาราท่องเที่ยว โดยได้แจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง พร้อมการบรรยาย โดยจำแนกตามตัวแปรอิสระที่จะศึกษา 4.ทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้สถิติ Chi-Square

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมมาราท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช)

พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ในการมาท่องเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช)คือมาเป็นครั้งแรก ร้อยละ 55.5 วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการมาเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) คือมารับประทานอาหาร ร้อยละ 41.8 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) คือรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 50.0 ลักษณะการมาเที่ยวในครั้งนี้ มากับครอบครัว ร้อยละ 47.2 ส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช)จากสื่ออินเทอร์เน็ต (Website/ Social Media) ร้อยละ 59.0 มักเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงเวลา 20.00 น. เป็นต้นไปร้อยละ 71.2 บุคคลที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจให้ท่านเดินทางมาไชน่าทาวน์ (เยาวราช)คือญาติ/คนในครอบครัว ร้อยละ 47.4 ระยะเวลาในการเดินทางมาเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช) ต่ำกว่า 3 ชั่วโมงร้อยละ 55.5 ส่วนใหญ่มาเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช)ในวันวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ร้อยละ 50.5 การเลือกซื้อสินค้าในครั้งนี้ได้ซื้อสินค้าใดกลับบ้านคือเกาลัดแปะก๊วย ร้อยละ 30.3 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้า 1,000-1,500 บาท ร้อยละ 54.8 และกิจกรรมที่ทำในการมาเที่ยวที่แห่งนี้คือเลือกซื้อของฝาก ร้อยละ 35.2

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องการเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมมาราท่องเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรุงเทพมหานคร ที่ได้นำเสนอไปแล้วในข้างต้น สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวท่องเที่ยวชานาทาวน์ (เยาวราช) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 50.5 รองลงมาเป็นเพศหญิงร้อยละ 49.5 โดยส่วนใหญ่มี อายุ 26-35 ปี ร้อยละ 41.2 และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 66.0 ส่วนใหญ่มีอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 47.8 และส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-30,000 บาท ร้อยละ 88.0 ซึ่งไม่สอดคล้องกับอรรถวรรณ เลิศสุนนท์ (2553 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองบางน้อย อำเภอบางคนทีจังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองบางน้อย อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า ด้านปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้อยู่ในช่วง 14,001-21,000 บาท กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุดคือการซื้อของกินของฝากลักษณะการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ช่วงเวลาที่เลือกมาท่องเที่ยว คือ วัน เสาร์-อาทิตย์ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับ 1,000-5,000 บาท นักท่องเที่ยวที่รู้จักตลาดน้ำแห่งนี้โดยการบอกต่อๆ กัน ในกลุ่มเพื่อนๆ สิ่งที่น่าสนใจในการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สินค้าราคาถูกและส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำคลองบางน้อย 3 อันดับแรก คือ 1. ด้านสถานที่ 2. ด้านศิลปวัฒนธรรม 3. ด้านราคา เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำแห่งนี้

2. ผลการศึกษาข้อมูลการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวท่องเที่ยวชานาทาวน์ (เยาวราช) พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ ร้อยละ 56.5 ช่องทางหลักที่เปิดรับสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมาคือ อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ ร้อยละ 53.4 สถานีโทรทัศน์ที่รับชมบ่อยที่สุด คือช่อง 7 ร้อยละ 40.8 ช่วงเวลาที่รับชมรายการทางโทรทัศน์มากที่สุดคือช่วงหัวค่ำ (18.00 น. - 24.00 น.) ร้อยละ 99.0 รูปแบบการใช้งานสื่ออินเทอร์เน็ตคือ Facebook ร้อยละ 78.4 การเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชนใน 1 สัปดาห์คือทุกวัน ร้อยละ 95.2 สื่อที่ทำให้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวชานาทาวน์ (เยาวราช) เป็นครั้งแรกคือญาติหรือเพื่อน ร้อยละ 69.2 การค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชานาทาวน์ (เยาวราช) จากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ ร้อยละ 33.5 และการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชานาทาวน์ (เยาวราช) ก่อนมาเที่ยวจากเพจแหล่งท่องเที่ยวชานาทาวน์ (เยาวราช) ร้อยละ 37.4 ซึ่งสอดคล้องกับโสภภาพร สุทธิศักดิ์ (2549 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับ ระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อบุคคลเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจตามลำดับ ในส่วนพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีและประโยชน์บางประการที่

นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนฐานทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีรวมทั้งไม่มีสื่อใดมีอิทธิพลสามารถอธิบายความสัมพันธ์กับระยะเวลาการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

3. ผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ในการมาท่องเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช)คือมาเป็นครั้งแรก ร้อยละ 55.5 วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการมาเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) คือมารับประทานอาหาร ร้อยละ 41.8 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช) คือรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 50.0 ลักษณะการมาเที่ยวในครั้งนี้ มากับครอบครัว ร้อยละ 47.2 ส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไชน่าทาวน์ (เยาวราช)จากสื่ออินเทอร์เน็ต (Website/ Social Media) ร้อยละ 59.0 มักเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงเวลา 20.00 น. เป็นต้นไปร้อยละ 71.2 บุคคลที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจให้ท่านเดินทางมาไชน่าทาวน์ (เยาวราช)คือญาติ/คนในครอบครัว ร้อยละ 47.4 ระยะเวลาในการเดินทางมาเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช) ต่ำกว่า 3 ชั่วโมงร้อยละ 55.5 ส่วนใหญ่มาเที่ยวไชน่าทาวน์ (เยาวราช)ในวันวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ร้อยละ 50.5 การเลือกซื้อสินค้าในครั้งนี้ได้ซื้อสินค้าใดกลับบ้านคือเกาลัดแปะก๊วย ร้อยละ 30.3 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้า 1,000-1,500 บาท ร้อยละ 54.8 และกิจกรรมที่ทำในการมาเที่ยวที่แห่งนี้คือเลือกซื้อของฝาก ร้อยละ 35.2 ซึ่งไม่สอดคล้องกับเปรมวดี ณ นครพนม (2555: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง: กรณีศึกษาบริเวณพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมมากที่สุด และสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ พระบรมมหาราชวังกับวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ได้รับความนิยมรองลงมาได้แก่ วัดต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียง เช่นวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหารปรีดาพร อารักษ์สมบุญณ์ (2546: 106) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า การบริหารจัดการภาพพจน์และชื่อเสียงของวัดโสธรวรารามวรวิหาร บุคลากร การให้บริการ อาคารสถานที่ เส้นทางคมนาคม สภาพแวดล้อมในบริเวณวัด และความศรัทธาในองค์หลวงพ่อโสธร ฯ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการอย่างมากและกาญจนา กันภัย และคณะ (2552 : บทคัดย่อ)ศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวาผลการวิจัย พบว่า ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อีกที่จะมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำอัมพวา เพื่อซื้อสินค้า อาหารอร่อย ตามเพื่อน ชอบมาก เป็นเมืองเล็กๆ แต่น่ารัก มีหนุ่มหน้าตาดีเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ใกล้ที่พัก การจัดแต่งร้านย้อนยุค และต้องการมาดูและชมลักษณะกิจกรรมในการรวมตัวมาเป็นตลาดน้ำ ร้อยละ25.88 เคยมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำอัมพวา 1- 5 ครั้ง/ปีร้อยละ15.5 มาโดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ73.5 มาท่องเที่ยวเพื่อ ท่องเที่ยว/

พักผ่อน ร้อยละ 74.21 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวในวันอาทิตย์ร้อยละ 40.8 นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาจะไม่ค้างคืน ร้อยละ 72.75 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 2,500 บาทขึ้นไป ร้อยละ 25.5 กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทำเมื่อมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาคือรับประทานอาหาร ร้อยละ 30.64 อาหารที่นักท่องเที่ยวทานมากที่สุดคือผัดไทกุ้งสดขนมที่นักท่องเที่ยวชอบทานมากที่สุดคือ 72 ทองหยิบ/ทองหยอดนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่เคยนั่ง เรือชมหิ่งห้อย สินค้าที่ซื้อไปเป็นของฝากคือเส้นที่มีโลโก้ของอัมพวา ร้อยละ 28.71 เป็นประโยคคำว่าอัมพวา ร้อยละ 26.72 สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามที่นักท่องเที่ยวเคยไป คือ ตลาดแม่กลอง ร้อยละ 25 ผลการศึกษาข้อมูลทางการตลาด พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการที่ตลาดน้ำอัมพวา ด้านผลิตภัณฑ์คือการที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศดั้งเดิมภายในร้านค้าต่างๆ ด้านราคาคือ อาหารและเครื่องดื่มมีราคาเหมาะสม ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือ ตลาดน้ำอัมพวามีชื่อเสียงและเป็นอันดับ หนึ่งของตลาดน้ำ และด้านการส่งเสริมการตลาดคือการให้บริการใส่บาตรตอนเช้าจากโครงการที่ตลาดน้ำอัมพวาได้จัดทำขึ้นผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพระดับรายได้และภูมิลำเนา ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการไม่แตกต่างกันผลการทดสอบสมมติฐานด้านส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและการใช้บริการของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

1 ผู้บริโภคมีกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารริมทางในย่านถนน เยาวราชเพียงบางครั้ง และมักใช้เวลาในวันหยุดกับการลองชิมอาหารริมทางใหม่ๆที่ไม่เคยลองในย่านถนน เยาวราชนานๆครั้งเท่านั้น ในด้านความสนใจ ผู้บริโภคก็มีความสนใจเกี่ยวกับอาหารริมทางในย่านถนนเยาวราชในระดับปานกลาง เนื่องจากปัจจุบัน ผู้บริโภคมีทางเลือกในด้านสถานที่ที่รับประทานอาหารมากขึ้น ผู้บริโภคนิยมใน ห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้าประเภทต่างๆ มากขึ้น เพราะเดินทางสะดวก อากาศเย็นสบาย และอาหารมีความใกล้เคียงกับอาหารที่เยาวราช ดังนั้น หน่วยงานของเขต และหน่วยงานของรัฐ ควรมีการประชาสัมพันธ์ หรือจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ นอกเหนือจากงานตรุษจีน มีระบบการจัดการจราจรให้คล่องตัว มีรถสาธารณะบริการช่วยให้การเดินทาง มาเยาวราชสะดวกมากขึ้น และอำนวยความสะดวกหรือจัดระเบียบในเรื่องของที่จอดรถ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ ผู้บริโภคเกิดความสนใจและเกิดพฤติกรรมการรับประทานอาหารริมทางในย่านถนนเยาวราช มากขึ้น

2. ผู้บริโภคได้ให้ความเห็นว่า อาหารริมทางในย่าน ถนนเยาวราชไม่ได้ช่วยให้ผู้บริโภคประหยัดค่าใช้จ่ายมากขึ้น สอดคล้องกับข้อเสนอแนะที่ได้จากผู้ตอบ แบบสอบถาม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าราคาอาหารในย่านถนนเยาวราชมีราคาสูงเกินไป เมื่อเทียบกับรสชาติและคุณภาพของอาหารที่ผู้บริโภคได้รับจริง ทางภาครัฐจึงควรมีนโยบาย หรือมาตรการในการ ควบคุมดูแลเรื่องราคาของอาหารที่จำหน่ายในย่านถนนเยาวราชให้มีความเหมาะสม

3. จากปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่ผู้บริโภคให้ความสนใจกับเรื่องรายได้และค่าครองชีพที่สูงขึ้น ผู้ประกอบการควรมีนโยบายช่วยเหลือผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการคงเดิมของราคา ปริมาณ และคุณภาพของอาหาร โดยไม่เอาเปรียบผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา กันภัย และคณะ. (2551). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา. บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

อรวรรณ เลิศสุนนท์. ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองบางน้อย อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2553

โสภาพร สุทธิศักดิ์. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

เปรมวดี ณ นครพนม. 2545. การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาว ญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง: กรณีศึกษา บริเวณพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์.

ปรีดาพร อารักษ์สมบุญ. (2546: 106). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของวัดโสธรวรารามวรวิหารจังหวัดฉะเชิงเทรา.

สมิทธิ์ ลีลาอมร. (2557). การรับรู้คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อร้านอาหารริมทางเข้านานเยาวราช กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิจารณ์ พานิช (2549) การจัดการความรู้กับการบริหารราชการแนวใหม่ ใน การบริหารราชการแนวใหม่ :
บริบทและเทคนิควิธี พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ ฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ

วุฒิชัย จ้างงค์. (2534).กลยุทธ์การตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Charles K. Atkin. 1973. New Model For Mass Communication Research. New York : The Free
Press

Colin Cherry. 1978. On Human Communication: A Review, A Survey and a Criticism. New York :
Holt Rinechart and Winston

Friedson, Riley,& Flowerman.(1951). "Media exposure". [online] Retrieved: August 2014. From
<http://thailand.com/html/show.phs?sid=136>

การสื่อสารรูปแบบการสอนเพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบ สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี

Communication for Development of Instructional Model to Enhance Systematic Thinking Process
for Undergraduate Students

ชิตพงษ์ อัยसानนท์

Chitpong Ayasanond

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการสื่อสารรูปแบบการสอนเพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ประเมินประสิทธิภาพของรูปแบบการสอน และเปรียบเทียบกระบวนการคิดเชิงระบบก่อนและหลังใช้รูปแบบการสอน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการซัพพลายเชนธุรกิจ (แขนงวิชาการจัดการการขนส่งสินค้าทางอากาศ) วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จำนวน 79 คน ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 ซึ่งได้จากการสุ่มแบบกลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) รูปแบบการสอนเพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี 2) แผนการจัดการเรียนรู้ 3) แบบประเมินพฤติกรรมกระบวนการคิดเชิงระบบ 4) แบบวัดกระบวนการคิดเชิงระบบ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกณฑ์ประสิทธิภาพ และการทดสอบค่าที (t-test) ผลการวิจัยพบว่า (1) ได้รูปแบบการสอนเพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่มี 4 องค์ประกอบ คือ 1. ขั้นตอนการจัดกิจกรรม ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน การนำเสนอสถานการณ์ การพัฒนาแนวทางการคิด การพิจารณาปัญหา การสนทนาแลกเปลี่ยน การเรียนรู้ผลงานกลุ่ม และการสรุปร่วมกัน 2. ระบบทางสังคม 3. หลักการตอบสนอง และ 4. ระบบที่นำมาสนับสนุน (2) รูปแบบการสอนที่พัฒนาขึ้น มีประสิทธิภาพ 81.15/85.95 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ 80/80 (3) กระบวนการคิดเชิงระบบของนักศึกษาหลังใช้รูปแบบการสอนมีคะแนนสูงกว่าก่อนใช้รูปแบบการสอนเพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : การสื่อสาร, รูปแบบการสอน, การพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบ, นักศึกษาระดับปริญญาตรี

Abstract

The purposes of this research were: to communication for Development of instructional model to enhance systematic thinking process for undergraduate students, to evaluate the efficiency of instructional model and to compare the system thinking process of the students before and after participated the activities instructional model. The subjects of this experimental research were 79 third year Bachelor of Business Administration (Business Supply Chain Management) (Air Cargo Logistics Management) college of logistics and supply chain Suansunandha Rajabhat University students in the first semester of the academic year 2018. Cluster was used for sampling design. The research instruments consisted of 1) The teaching model to enhance system thinking process in undergraduate students 2) Lesson plans 3) The behavior system thinking process measure 4) The system thinking process measure. The statistics used for data analyses were means, standard deviation, criterion of efficiency and t-test. The findings of this research were as follows (1) The instructional model consisted of four components: 1) Syntax which includes six phases: Presentation of problems, Development of thinking, Select strategies for problem, Exchange of thought, Group to learning and Summary. 2) Social System 3) Principles of Reaction and 4) Support System. (2) The teaching model being developed had efficiency of 81.15/ 85.95 which was higher than 80/ 80 criterion. (3) The testing scores after using the model was statistically higher than before using at the .05 level

Keywords: communication, instructional model, enhance systematic thinking process, undergraduate students

บทนำ

การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต มนุษย์จำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา การสื่อสารมีประโยชน์ทั้งในแง่บุคคลและสังคม การสื่อสารทำให้คนมีความรู้และโลกทัศน์ที่กว้างขวางขึ้น การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ทำให้สังคมเจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้มนุษย์สามารถสืบทอดพัฒนาเรียนรู้ และรับรู้วัฒนธรรมของตนเองและสังคมได้ การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศ สร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าแก่ชุมชน และสังคมในทุกด้าน

การเรียนการสอน เป็นการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่ง มีทั้งผู้ส่งสาร อันได้แก่ครูผู้สอน มีสาร คือความรู้หรือประสบการณ์ที่จัดขึ้น ผู้รับสารคือ ผู้เรียน มีกระบวนการเรียนการสอนประกอบด้วยเครื่องมือ สื่อการเรียนการสอนต่างๆ ภายใต้สถานการณ์ที่จัดขึ้นในห้องเรียน หรือสถานการณ์ที่จัดขึ้นในสถานที่อื่น และมีจุดหมายของหลักสูตรเป็นเครื่องนำทาง

จุดมุ่งหมายของการสื่อสารในการเรียนการสอน คือการพยายามสร้างความเข้าใจ ทักษะ ความรู้ ความคิดต่างๆ ร่วมกัน ระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน ความสำเร็จของการเรียนการสอน พิจารณาได้จากพฤติกรรมของผู้เรียนที่เปลี่ยนแปลงไปตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้แต่ต้น ตามลักษณะการเรียนรู้ต่างๆ ปัญหาสำคัญของการสื่อสารในการเรียนการสอนคือ ทำอย่างไรจึงจะสามารถสร้างความเข้าใจระหว่างครูกับนักเรียนได้อย่างถูกต้อง ครูผู้สอนจะต้องมีความรู้ความสามารถ มีทักษะในการสื่อสาร และที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งสำหรับครู คือการใช้สื่อการเรียนการสอนต่างๆ อย่างเหมาะสม นอกเหนือการใช้คำพูดของครูแต่เพียงอย่างเดียว ทั้งนี้เพราะสื่อหรือสื่อทัศนูปกรณ์ มีคุณลักษณะพิเศษบางประการที่ไม่มีในตัวบุคคล

การเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (Information and Technology Society) กระแสโลกาภิวัตน์ หรือกระแสการทำประเทศให้เป็นสากล ทำให้คนต้องรู้จักคิด เพื่อให้สามารถเลือกรับข่าวสารข้อมูลและเลือกใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม ต้องแข่งขันกับคนในสังคมโลกและพึ่งตนเองมากขึ้น ซึ่งต้องเป็นคน que คิดเป็น ทำเป็น แก้ปัญหาเป็น ความสามารถในการคิดช่วยทำให้มนุษย์สามารถสร้างองค์ความรู้หรือสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจเกี่ยวกับตนเองและสังคมได้อย่างเหมาะสม การจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางหรือการเรียนรูที่เน้นผู้เรียนสำคัญที่สุด ทำให้นักเรียนต้องใช้ความสามารถในการคิด การวิเคราะห์ การคิดเป็น และการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง แต่ในสภาพปัจจุบันยังขาดทักษะในการคิด ซึ่งสาเหตุที่สำคัญ คือ ขาดการพัฒนากระบวนการคิดเนื่องมาจากสภาพทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้จึงเป็นหน้าที่สำคัญของผู้สอนที่จะต้องพัฒนาผู้เรียนให้มีกระบวนการคิดในการเรียนรู้ โดยการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้มีคุณภาพตามความมุ่งหมายของหลักสูตรและพัฒนากระบวนการคิดให้ผู้เรียน ซึ่งการศึกษาเป็นพื้นฐานเหมาะสมที่จะพัฒนากระบวนการคิดมากที่สุด จัดกระบวนการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการฝึกทักษะกระบวนการคิด การจัดการการเผชิญสถานการณ์ และการประยุกต์ความรู้มาใช้ป้องกันและแก้ไขปัญหา จัดกิจกรรมให้ผู้เรียน

ได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง ฝึกปฏิบัติให้ คิดเป็น ทำเป็น รู้จักคิดอย่างมีเหตุผล มีระบบ และเกิดการใฝ่รู้ อย่างต่อเนื่อง ผสมผสานสาระความรู้ด้านต่าง ๆ ปลุกฝังคุณธรรมค่านิยมที่ดีงามและคุณลักษณะอันพึง ประสงค์ไว้ในทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ และมีความรอบรู้ ดังนั้นผู้เรียนจึงควรมี ความสามารถในการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร เพื่อเป็นเครื่องมือยังชีพเพื่อความอยู่รอดในสังคมยุคข้อมูลข่าวสาร โดยต้องมีทักษะในการคิด จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการสอนทักษะการคิดซึ่งเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งในการจัด การศึกษาที่ต้องพัฒนา การคิดอย่างมีจุดมุ่งหมาย มีทิศทาง มีกระบวนการคิดที่ดี รอบคอบ

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ถือว่าเป็นองค์การให้บริการที่ ผูกพันกับการสอนและการเรียนรู้เป็นหลัก เป้าหมายสุดท้าย (Ultimate Goal) คือ การเรียนรู้ของผู้เรียน (Student Learning) กระบวนการคิดเชิงระบบมีความเกี่ยวข้องของสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน การพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบจะช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนให้สูงขึ้น และเป็นผลดีอย่างยิ่งในการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมและค่านิยมที่พึงประสงค์ในด้านพฤติกรรมของนักเรียน โดยตรง ทั้งนี้เพราะการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาการคิดของนักเรียนยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร การ พัฒนาการคิดโดยตรงหรือการสอนทักษะการคิดควบคู่ไปกับการสอนเนื้อหาสาระวิชาในโรงเรียน ความเชื่อ พื้นฐานที่สอดคล้องกันในทุกรูปแบบการสอน มุ่งพัฒนาคุณภาพการคิด โดยการสร้างทักษะของวิธีการคิดชนิด ต่าง ๆ และในปัจจุบันมีการใช้รูปแบบต่าง ๆ มากมายที่จะช่วยให้เกิดการเรียนรู้เพื่อมุ่งไปสู่การกระทำที่ เหมาะสม รูปแบบการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบเป็น กระบวนการเรียนรู้ที่สามารถ พัฒนาการคิดของผู้เรียนให้มองอย่างองค์รวม มุ่งให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การสื่อสาร (Communication) คือ กระบวนการสำหรับแลกเปลี่ยนสาร รูปแบบอย่างง่ายของสาร คือ จะต้องส่งจากผู้ส่งสารหรืออุปกรณ์เข้ารหัส ไปยังผู้รับสารหรืออุปกรณ์ถอดรหัส อีกความหมายหนึ่ง การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการส่งข่าวสารข้อมูลจากผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงให้ผู้รับ ข่าวสารมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับมาก กระบวนการสื่อสาร เป็นกระบวนการที่เป็นพลวัต (Dynamic) ที่เริ่มจากผู้ ส่งไปยังผู้รับ ซึ่งผู้ส่งก็จะเป็นผู้รับได้ด้วย และผู้รับก็จะเป็นผู้ส่งได้ด้วย (สุพานี สถุขภูวานิช, 2552, หน้า 271-272) องค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสาร คือ

1. ผู้ส่ง (Source หรือ Sender) การสื่อสารจะเริ่มจากผู้ที่จะต้องมีความรู้หรือความคิด บางสิ่งบางอย่าง ที่ต้องการจะสื่อให้กับอีกฝ่ายหนึ่งได้รับทราบ

2. ข่าวสาร (Message) คือ สิ่งที่ต้องการส่ง โดยปกติผู้ส่งจะต้องแปลงสิ่งที่ต้องการส่งนี้ ออกไปให้อยู่ในรูปแบบที่อีกฝ่ายจะเข้าใจได้ ซึ่งจะเรียกว่าการใส่รหัส (Encoding) ซึ่งเป็นการนำความคิดเรียบเรียงออกมาเป็นเนื้อหา (Content) และอาจมีอารมณ์ (Emotion) ประกอบด้วย

3. การใส่รหัส (Encoding) คือ การเลือกวิธีการที่จะแปลงความคิดออกมาให้อีกฝ่ายหนึ่งเข้าใจ เช่น จากความคิดก็จะแปลงเป็นภาษาเขียน ภาษาพูด หรือภาษาสัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่งจะนำไปสู่การพิจารณาเลือกช่องทางในการส่งข่าวสารให้สอดคล้องเหมาะสมต่อไป

4. การเลือกช่องทางในการสื่อสาร (Channel) ช่องทางจะเป็นตัวกลางในการสื่อสาร ในการเลือกช่องทางที่จะสื่อสารนั้น อาจทำได้หลายวิธี เช่น ใช้การพูดแบบเผชิญหน้า การใช้โทรศัพท์ การส่งบันทึกข้อความ การส่งจดหมาย การรายงาน การส่ง E-mail การติดประกาศทั่วไป และการส่งเสียงตามสาย เป็นต้น

5. การถอดรหัส (Decoding) เป็นการที่ผู้รับจะทำการตีความ แปลความ และทำความเข้าใจในข่าวสารข้อมูลที่ได้รับจากผู้ส่ง

6. ผู้รับ (Receiver) คือ บุคคลหรือกลุ่มคนที่เป็นเป้าหมายที่ผู้ส่งต้องการส่งข้อมูลไปให้

7. ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ผู้รับจะแสดงให้ผู้ส่งเห็นว่า การสื่อสารนี้ประสบผลสำเร็จหรือไม่ โดยการส่งผ่านข้อมูลย้อนกลับให้ผู้ส่ง ถ้าปราศจากการส่งข้อมูลย้อนกลับ จะเป็นการสื่อสารแบบทางเดียวซึ่งผู้ส่งจะไม่ทราบว่าผู้รับได้ข่าวสารหรือไม่ มีความเข้าใจในข่าวสารที่ส่งไปเพียงใด

Tubbs & Moss (2008, pp. 9-18) อธิบาย แบบจำลองของกระบวนการสื่อสารว่า มีองค์ประกอบ ดังนี้

1. ผู้สื่อสารคนที่หนึ่ง (Communicator 1) จะเป็นทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ในขณะเดียวกัน การสื่อสารที่เกิดขึ้นจะถูกกรองจากความรู้ ทัศนคติ และความรู้สึกของผู้สื่อสารคนที่หนึ่ง

2. สาร ที่ถูกถ่ายทอดออกมาจะอยู่ในลักษณะของคำพูดหรือไม่ใช่คำพูด เกิดจากความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ

3. ช่องทางในการสื่อสาร ประกอบด้วย ประสาทสัมผัสทั้งห้า อันได้แก่ การได้ยิน การเห็น การสัมผัส การได้กลิ่น และการลิ้มรส

4. สิ่งรบกวน เป็นสิ่งที่แทรกแซงกระบวนการสื่อสาร สิ่งรบกวนสามารถเกิดขึ้นได้ในจุดใดจุดหนึ่งของกระบวนการสื่อสาร เช่น ความไม่ตั้งใจฟัง สื่อที่ขาดประสิทธิภาพ เสียงไม่ชัดเจน เป็นต้น

5. ผู้สื่อสารคนที่สอง (Communicator 2) จะเป็นทั้งผู้รับสาร และผู้ส่งสาร ในขณะเดียวกัน การสื่อสารที่เกิดขึ้นจากการรับฟังจะถูกกรองจากความรู้ ทัศนคติ และความรู้สึกของผู้สื่อสารคนที่สอง

6. ข้อมูลย้อนกลับ เป็นพฤติกรรม การตอบสนองกลับของกระบวนการสื่อสาร ถึงด้านความรู้สึกของผู้รับสารจะกลายเป็นผู้ส่งสาร

7. ช่วงเวลา ปฏิกริยาตอบกลับจากผู้สื่อสารคนที่สองต่อผู้สื่อสารคนที่หนึ่ง เป็นปัจจัยที่ทำให้การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ครบวงจร และเกิดขึ้นอยู่ตลอดในช่วงเวลาของการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสาร มีผลต่อการรับรู้ ความคิด ความรู้สึก และค่านิยมร่วม โดยมีเป้าหมายให้ผู้รับสารมีการพัฒนาความคิด (Develop Idea) ในช่วงเวลาที่ได้ออกไป การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะเกิดจากส่งผ่านข้อมูล ข่าวสาร ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ว่ามีการรับรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกที่ตรงกัน จากการถอดรหัส ซึ่งเป็นการแปลความหมายข้อมูลข่าวสารของผู้รับสาร เส้นทางการส่งผ่านข้อมูล ข่าวสาร ไปยังผู้รับสาร เปรียบเสมือนสะพานเชื่อมความหมาย (Bridge of Meaning) การรับรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกที่ตรงกัน ของผู้ส่งสารและผู้รับสาร การส่งผ่านข้อความอาจถูกปิดกั้นด้วยสิ่งกีดขวาง (Barriers) ซึ่งเป็นสิ่งรบกวน ที่แทรกแซงกระบวนการสื่อสาร สิ่งกีดขวางที่อยู่ในตัวผู้รับสาร (Personal Barriers) ทางกายภาพ (Physical) และการศึกษา (Semantic) กระบวนการสื่อสาร จะสมบูรณ์เมื่อมีการส่งข้อมูลย้อนกลับจากตัวผู้รับสาร ซึ่งเป็นการย้อนกลับของการสื่อสารแบบสองทาง (Feedback for Two-Way Communication) (Newstrom (2011, pp. 50-53)

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สามารถเขียนออกมาได้ในรูปของสมการที่มีค่าผลลัพธ์ เท่ากับ “หนึ่ง” คือ $R/S = 1$ โดยที่ R (Receiver Meaning) คือ ผู้รับสาร และ S (Sender Meaning) คือ ผู้ส่งสาร ผลลัพธ์ที่ได้มานั้น จะต้องพิจารณาถึงลักษณะที่สำคัญอีก 5 ประการ คือ (1) เป็นความเข้าใจที่ตรงกัน (2) สร้างให้เกิดความรู้สึกชื่นชอบและยินดีร่วมกัน (3) มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (4) เป็นการสร้างให้เกิดสัมพันธภาพที่ดี (5) มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Tubbs & Moss, 2008, pp. 26-31)

ความหมายของการสอน คือ การถ่ายทอดความรู้ ความคิดและประสบการณ์จากผู้หนึ่งไปยังอีกผู้หนึ่ง ซึ่งถือว่าเป็นพฤติกรรมที่สำคัญยิ่งของมนุษย์ ทั้งนี้โดยอาศัยพื้นฐานความเชื่อและทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้เป็นแนวทาง

สุนทร บำเรอราช (2545, หน้า 79-80) ได้ศึกษาเอกสารและตำราเกี่ยวกับการเรียนการสอนต่าง ๆ แล้วสรุปว่า การสอนเป็นภาระงานที่ต้องมีหลักการ มีทฤษฎี ซึ่งได้แก่ หลักการสอนและวิธีการสอน

การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ครูมักจะมีจุดมุ่งหมายที่ Bloom กำหนดไว้ใน Taxonomy of Education Objective ซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ พุทธิพิสัย (Cognitive) จิตพิสัย (Affective) และทักษะพิสัย (Psychomotor) เรียกรวม ๆ ว่า CAP. โดยที่ Cognitive หมายถึง กลุ่มที่ เน้นความรู้ในเนื้อหาของเรื่องราวที่ทำการสอน Affective หมายถึง กลุ่มที่ เน้นถึงความคิดและทัศนคติที่จะเกิดขึ้นจากการสอนในแต่ละครั้ง ส่วน Psychomotor หมายถึง กลุ่มที่ เน้นทักษะ ได้แก่ การสอนให้สามารถปฏิบัติได้อย่างคล่องแคล่ว จุดมุ่งหมายแต่ละจุดย่อมต้องการวิธีสอนที่แตกต่าง ออกไป ทั้งนี้เพราะการสอนประกอบด้วยปัจจัยหลายอย่างประกอบกัน ซึ่งปัจจัยเหล่านั้น ได้แก่

1. จุดประสงค์ของการสอน เป็นปัจจัยแรกและปัจจัยสำคัญที่สุดที่ครูต้องมีความชัดเจนเกี่ยวกับจุดประสงค์ และควรมีความเข้าใจด้วยว่าจุดประสงค์ใดก็ตาม อาจใช้วิธีสอน กลยุทธ์ กลวิธีตลอดจนเทคนิควิธีสอนที่แตกต่างกันได้ เช่น ถ้าครูตั้งจุดประสงค์ของการสอนให้ผู้เรียนมีความสามารถในการรับฟังข่าวสารข้อมูล ครูอาจใช้วิธีสอนให้เกิดความคิดรวบยอด หรืออาจให้ฝึกทักษะการรับฟังข่าวสาร โดยการปฏิบัติจริงแล้วนำมาเสนอต่อครู

2. ผู้เรียน ครูจะต้องพิจารณาปัจจัยที่สองนี้ว่า นักเรียนเป็นสิ่งมีชีวิต ความรู้สึกนึกคิดที่ครูไม่สามารถล่วงรู้ได้ทั้งหมด ผู้เรียน จะทำให้วิธีสอนของครูมีความหลากหลาย เพราะผู้เรียนมีความแตกต่างกัน

3. ธรรมชาติของเนื้อหาวิชา เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ครูต้องมีความรู้ความเข้าใจธรรมชาติของเนื้อหาวิชาอย่างลึกซึ้ง มิฉะนั้นครูจะไม่สามารถสอนเนื้อหาวิชาได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสอนวรรณคดีต้องใช้กลยุทธ์ในการสอนที่แตกต่างไปจากกลยุทธ์ที่ใช้สอนวิทยาศาสตร์

4. เทคโนโลยีและวัสดุอุปกรณ์ที่สามารถนำมาใช้ได้ ครูจะต้องเลือกใช้เทคโนโลยีและวัสดุอุปกรณ์การสอนให้เหมาะสมกับจุดประสงค์ เหมาะกับผู้เรียน เหมาะกับธรรมชาติของเนื้อหาวิชา เหมาะกับงบประมาณและประโยชน์หรือคุณค่าที่จะเกิดขึ้น

5. ลักษณะเฉพาะของครู วิชาที่ครูเหมือนกับวิชาที่อื่น คือ ผู้ดำรงวิชาชีพต้องมีลักษณะเฉพาะ เช่น ถ้าครูไม่มีนิสัยที่จะอดทนอยู่กับเด็กที่มีความแตกต่างกันย่อมแสดงให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะที่ไม่ดี ครูต้องมีลักษณะเฉพาะที่จูงใจให้ผู้เรียน อยากพบ อยากพูด

รูปแบบการสอน (Model of Teaching) หมายถึง แผนแสดงการจัดโครงสร้างและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะใช้ในการพัฒนาผู้เรียนเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้ ในการพัฒนารูปแบบการสอนควรมีหลักเกณฑ์ในการเลือก เพื่อให้บรรลุผลที่ต้องการ โดยมีแนวคิดที่สำคัญสำหรับให้ผู้พัฒนาคำนี้ถึง ดังนี้

1. เป้าหมายและวัตถุประสงค์ ผู้พัฒนารูปแบบการสอนควรได้คำนึงถึงวัตถุประสงค์ในการสอน การกำหนดจุดประสงค์ของกิจกรรมที่มอบหมายให้ผู้เรียนทำ จะช่วยให้บรรลุเป้าหมายโดยทั่วไปของการสอนให้มากที่สุด ดังนั้นรูปแบบที่จะพัฒนาขึ้นจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายโดยทั่วไป

2. ความมีโอกาสสูงในการบรรลุเป้าหมาย ผู้พัฒนารูปแบบการสอนจะต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ในการที่จะบรรลุเป้าหมาย ระดับความเป็นไปได้ขึ้นอยู่กับความสอดคล้องระหว่างกิจกรรมการฝึกในการเรียน

3. แรงจูงใจของผู้เรียน ความมีประสิทธิภาพของรูปแบบการสอนขึ้นอยู่กับระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนของผู้เรียน ผู้พัฒนารูปแบบจึงควรจัดให้มีกิจกรรมที่จะสร้างแรงจูงใจในการเรียนให้กับผู้เรียน อาจจะทำ ได้โดยการจัดให้มีสื่อใหม่ ๆ ที่ท้าทายผู้เรียนเพื่อไม่ให้ผู้เรียนเกิดความเบื่อหน่ายในการเรียน

4. หลักการเรียนรู้ การพัฒนารูปแบบการสอนไม่ควรยึดมั่นกับทฤษฎีหรือหลักการเรียนรู้เพียงอย่างเดียวแต่ควรนำหลักการเรียนรู้หลาย ๆ อย่างมาปรับใช้ในทางปฏิบัติด้วย เช่น พัฒนาการทางด้านสติปัญญา แรงจูงใจ การเสริมแรง พัฒนาการด้านเจตคติและค่านิยมความต้องการพื้นฐานของมนุษย์

5. สิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือและทรัพยากร ผู้พัฒนารูปแบบการสอนจะต้องคำนึงถึงความพร้อมในด้านเครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวก และทรัพยากรที่จำเป็นต่อการนำเสนอสาระสำคัญบางประการที่เป็นข้อสังเกตเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการสอน (Joyce & Weil, 1996)

ทฤษฎีการเรียนรู้และทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของมนุษย์

ทิตนา แชมมณี (2555, หน้า 66-68) ได้สรุปสาระสำคัญของทฤษฎีการเรียนรู้ และทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของมนุษย์ ไว้ดังนี้ คือ

1. การจัดโครงสร้างของความรู้ให้มีความสัมพันธ์และสอดคล้องกับพัฒนาการทางสติปัญญาของเด็ก มีผลต่อการเรียนรู้ของเด็ก

2. การจัดหลักสูตรและการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับระดับความพร้อมของผู้เรียนและสอดคล้องกับพัฒนาการทางสติปัญญาของผู้เรียนจะช่วยให้การเรียนรู้เกิดประสิทธิภาพ

3. การคิดแบบหยั่งรู้ (Intuition) เป็นการคิดหาเหตุผลอย่างอิสระที่สามารถช่วยพัฒนาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ได้

4. แรงจูงใจภายในเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ผู้เรียนประสบผลสำเร็จในการเรียนรู้

5. ทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของมนุษย์ (Piaget, J. & Inhelder, B. 1967) แบ่งได้เป็น 3 ชั้นใหญ่ ๆ คือ

5.1 ชั้นการเรียนรู้จากการกระทำ (Enactive Stage) คือ ชั้นของการเรียนรู้จากการใช้ประสาทสัมผัสรับรู้สิ่งต่าง ๆ การลงมือกระทำช่วยให้เด็กเกิดการเรียนรู้ได้ดี การเรียนรู้เกิดจากการกระทำ

5.2 ชั้นการเรียนรู้จากความคิด (Iconic Stage) เป็นชั้นที่เด็กสามารถสร้างมโนภาพในใจได้ และสามารถเรียนรู้จากภาพแทนของจริงได้

5.3 ชั้นการเรียนรู้สัญลักษณ์และนามธรรม (Symbolic Stage) เป็นชั้นการเรียนรู้สิ่งของที่ซับซ้อนและเป็นนามธรรมได้

6. การเรียนรู้เกิดขึ้นได้จากการที่คนเราสามารถสร้างความคิดรวบยอด หรือสามารถจัดประเภทของสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

7. การเรียนรู้ที่ได้ผลที่สุด คือ การให้ผู้เรียนค้นพบการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Discovery Learning)

หลักการจัดการศึกษา การสอน มีหลักการ ดังนี้

1. กระบวนการค้นพบการเรียนรู้ด้วยตนเอง เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่มีความหมายสำหรับผู้เรียน
2. การวิเคราะห์และจัดโครงสร้างเนื้อหาสาระการเรียนรู้ให้เหมาะสมเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องทำ ก่อนการ
สอน
3. การจัดหลักสูตรแบบเกลียว (Spiral Curriculum) เป็นการจัดวิชาให้มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันตาม
ประสบการณ์ของผู้เรียน ช่วยให้สามารถสอนเนื้อหาหรือความคิดรวบยอดเดียวกันแก่ผู้เรียนทุกวัยได้ โดยต้อง
จัดเนื้อหาความคิดรวบยอดและวิธีสอนให้เหมาะสมกับขั้นพัฒนาการของผู้เรียน
4. ในการเรียนการสอนควรส่งเสริมให้ผู้เรียนได้คิดอย่างอิสระให้มากเพื่อช่วยส่งเสริมความคิด
สร้างสรรค์ของผู้เรียน
5. การสร้างแรงจูงใจภายในให้เกิดขึ้นกับผู้เรียน เป็นสิ่งจำเป็นในการจัดประสบการณ์การเรียนรู้แก่
ผู้เรียน
6. การจัดกระบวนการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับขั้นพัฒนาการทางสติปัญญาของผู้เรียน จะช่วยให้ผู้เรียน
เกิดการเรียนรู้ได้ดี
7. การสอนความคิดรวบยอดให้แก่ผู้เรียนเป็นสิ่งจำเป็น
8. การจัดประสบการณ์ให้ผู้เรียนได้ค้นพบการเรียนรู้ด้วยตนเองสามารถช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้
ดี

ทฤษฎีการเรียนรู้แบบร่วมมือ

การเรียนรู้แบบร่วมมือ (Co-operative or Collaborative Learning) คือ การเรียนรู้เป็นกลุ่มย่อยโดยมีสมาชิกที่มีความสามารถแตกต่างกันประมาณ 3-6 คน ช่วยกันเรียนรู้เพื่อไปสู่เป้าหมายของกลุ่ม David Johnson และ Roger Johnson กล่าวว่า ในการจัดการเรียนการสอนโดยทั่วไป เรามักจะไม่ให้ความสนใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์และปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียน ส่วนใหญ่เรามักจะมุ่งไปที่ปฏิสัมพันธ์ระหว่างครูกับผู้เรียน หรือระหว่างผู้เรียนกับบทเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนเป็นมิติที่มีถูกละเลยหรือมองข้ามไปทั้งที่มีผลการวิจัยชี้ชัดว่า ความรู้สึกของผู้เรียนต่อตนเอง ต่อโรงเรียน ครูและเพื่อนร่วมชั้นมีผลต่อการเรียนรู้มาก (Johnson & Johnson, 1994, pp. 31-32) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนมี 3 ลักษณะ คือ

1. ลักษณะแข่งขันกัน ในการศึกษาเรียนรู้ ผู้เรียนแต่ละคนจะพยายามเรียนให้ได้ดีกว่าคนอื่น เพื่อให้ได้คะแนนดี ได้รับการยกย่อง หรือได้รับการตอบแทนในลักษณะต่าง ๆ
2. ลักษณะต่างคนต่างเรียน คือ แต่ละคนก็รับผิดชอบดูแลตนเองให้เกิดการเรียนรู้ไม่ยุ่งเกี่ยวกับผู้อื่น
3. ลักษณะร่วมมือกันหรือช่วยกันในการเรียนรู้ คือ แต่ละคนต่างก็รับผิดชอบในการเรียนรู้ของตน และในขณะเดียวกันก็ต้องช่วยให้สมาชิกคนอื่นเรียนรู้ด้วย

Johnson & Johnson ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การจัดการศึกษาปัจจุบันมักส่งเสริมการเรียนรู้แบบแข่งขัน ซึ่งอาจมีผลทำให้ผู้เรียนเคยชินต่อการแข่งขันเพื่อแย่งชิงผลประโยชน์มากกว่าการร่วมมือกันแก้ปัญหาอย่างไรก็ตามเขาแสดงความเห็นว่า เราควรรีให้โอกาสผู้เรียนได้เรียนรู้ ทั้ง 3 ลักษณะ โดยรู้จักใช้ลักษณะการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับสภาพการณ์ ทั้งนี้เพราะในชีวิตประจำวัน ผู้เรียนจะต้องเผชิญสถานการณ์ที่มีทั้ง 3 ลักษณะ แต่เนื่องจากการศึกษาปัจจุบันมีการส่งเสริมการเรียนรู้แบบแข่งขันและแบบรายบุคคลอยู่แล้ว เราจึงจำเป็นต้องหันมาส่งเสริมการเรียนรู้แบบร่วมมือ ซึ่งสามารถช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้ดี รวมทั้งได้เรียนรู้ทักษะทางสังคมและการทำงานร่วมกันกับผู้อื่นซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นอย่างยิ่งในการดำรงชีวิต

การเรียนรู้แบบร่วมมือไม่ได้มีความหมายเพียงว่า มีการจัดให้ผู้เรียนเข้ากลุ่มแล้วให้งาน และบอกผู้เรียนให้ช่วยกันทำงานเท่านั้น การเรียนรู้จะเป็นแบบร่วมมือ ตามแนวคิดของ Johnson and Johnson ต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการ ดังนี้

1. การพึ่งพาและเกื้อกูลกัน กลุ่มการเรียนรู้แบบร่วมมือจะต้องมีความตระหนักว่า สมาชิกกลุ่มทุกคนมีความสำคัญ และความสำเร็จของกลุ่มขึ้นกับสมาชิกทุกคนในกลุ่ม ในขณะที่เดียวกันสมาชิกแต่ละคนจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อกลุ่มประสบความสำเร็จ ความสำเร็จของบุคคลแต่ละกลุ่มขึ้นอยู่กับซึ่งกันและกัน ดังนั้นแต่ละคนต้องรับผิดชอบในบทบาทหน้าที่ของตนและในขณะที่เดียวกันก็ช่วยเหลือสมาชิกคนอื่น ๆ ด้วย เพื่อประโยชน์ร่วมกันการจัดกลุ่มเพื่อช่วยให้ผู้เรียนมีการพึ่งพาช่วยเหลือเกื้อกูลกันนี้ทำ ได้หลายทาง

2. การปรึกษาหารือกันอย่างใกล้ชิด การที่สมาชิกในกลุ่มมีการพึ่งพาช่วยเหลือเกื้อกูลกัน เป็นปัจจัยที่จะส่งเสริมให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกันในทางที่จะช่วยให้กลุ่มบรรลุเป้าหมาย สมาชิกกลุ่มจะห่วงใยไว้วางใจ ส่งเสริม และช่วยเหลือกันและกันในการทำงานต่าง ๆ ร่วมกัน ส่งผลให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน

3. ความรับผิดชอบที่ตรวจสอบได้ของสมาชิกแต่ละคน สมาชิกในกลุ่มการเรียนรู้ทุกคนจะต้องมีหน้าที่รับผิดชอบ และพยายามทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ ไม่มีใครจะได้รับประโยชน์โดยไม่ทำหน้าที่ของตน ดังนั้นกลุ่มจึงจำเป็นต้องมีระบบการตรวจสอบผลงาน ทั้งที่เป็นรายบุคคลและเป็นกลุ่ม วิธีการที่สามารถส่งเสริมให้ทุกคนได้ทำหน้าที่ของตนอย่างเต็มที่ที่มีหลายวิธี เช่น การจัดกลุ่มให้เล็ก เพื่อจะได้มีการเอาใจใส่กันและกันได้อย่างทั่วถึง การทดสอบเป็นรายบุคคล การสุ่มเรียกชื่อให้รายงาน ครูสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียนในกลุ่ม การจัดให้กลุ่มมีผู้สังเกตการณ์ การให้ผู้เรียนสอนกันและกัน เป็นต้น

4. การใช้ทักษะการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและทักษะการทำงานกลุ่มย่อย การเรียนรู้แบบร่วมมือจะประสบความสำเร็จได้ ต้องอาศัยทักษะที่สำคัญ ๆ หลายประการ เช่น ทักษะทางสังคม ทักษะการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ทักษะการทำงานกลุ่ม ทักษะการสื่อสาร และทักษะการแก้ปัญหาขัดแย้ง รวมทั้งการเคารพ ยอมรับและไว้วางใจกันและกัน ซึ่งครูควรสอนและฝึกให้แก่ผู้เรียนเพื่อช่วยให้ดำเนินงานไปได้

5. กระบวนการกลุ่ม กลุ่มการเรียนรู้แบบร่วมมือจะต้องมีการวิเคราะห์ กระบวนการทำงานของกลุ่ม เพื่อช่วยให้กลุ่มเกิดการเรียนรู้และปรับปรุงการทำงานได้ดีขึ้น การวิเคราะห์กระบวนการกลุ่มครอบคลุมการวิเคราะห์เกี่ยวกับวิธีการทำงานของกลุ่มพฤติกรรม ของสมาชิกกลุ่มและผลงานของกลุ่ม การวิเคราะห์การเรียนรู้นี้อาจทำโดยครู หรือผู้เรียนหรือทั้งสองฝ่าย การวิเคราะห์กระบวนการกลุ่มนี้เป็นยุทธวิธีหนึ่งที่ส่งเสริมให้กลุ่มตั้งใจทำงานเพราะว่าจะได้รับข้อมูลป้อนกลับ และช่วยฝึกทักษะการรู้คิด (Meta Cognition) คือ สามารถที่จะประเมินการคิดและพฤติกรรมของตนที่ได้ทำไป

แนวคิดเกี่ยวกับการคิดเชิงระบบ

การคิดเชิงระบบ เป็นการมุ่งมองสิ่งต่างๆ แบบองค์รวม เป็นกรอบการทำงานที่มองแบบแผนและความเกี่ยวพันกัน สิ่งที่เป็นลักษณะพิเศษ คือ การมองโลกแบบองค์รวมที่มีความซับซ้อนมากขึ้น การคิดเป็นระบบทำให้ความซับซ้อนเป็นสิ่งที่สามารถจัดการได้ (Senge, 1993, p.6)

การคิดเชิงระบบ เป็นมุมมองที่ทำให้สามารถมองเห็นสถานการณ์ แบบแผนเกี่ยวกับแนวทางการปฏิบัติที่เป็นแนวทางใหม่ และตอบสนองต่อสถานการณ์และแบบแผนด้วยวิถีทางที่มีระดับดีขึ้น ทำให้มีการปรับปรุงกระบวนการที่มีคุณภาพมากขึ้นเรื่อยๆ การคิดเชิงระบบเปรียบเสมือนเป็นภาษาพิเศษที่ช่วยทำให้เกิดการสื่อสารกับระบบรอบๆ ตัวที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ การคิดเชิงระบบเปรียบเสมือนเป็นชุดของเครื่องมือที่ทรงประสิทธิภาพในการช่วยทำให้มองเห็นภาพและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับระบบขององค์ประกอบและพฤติกรรมที่จะสามารถทำให้สื่อสารกับบุคคลอื่นได้อย่างเข้าใจและยังช่วยออกแบบระบบเพื่อการจัดการสำหรับการแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การคิดเชิงระบบ เป็นแขนงวิชาที่มองปัญหาแบบองค์รวม และยอมรับการมีพลวัต ความสลับซับซ้อนและความเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงขององค์ประกอบย่อยๆ เพื่อค้นหาและสร้างแบบแผนที่จะนำสู่การเปลี่ยนแปลงพัฒนาการแก้ปัญหาหรือภารกิจให้มีความสมบูรณ์มากที่สุด การคิดเชิงระบบสามารถช่วยให้การออกแบบการแก้ปัญหาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (มนตรี แยมกลีกร, 2546)

การคิดเชิงระบบ เป็นวิธีที่ต้องทำความเข้าใจโลกและระบบที่ซับซ้อน หากต้องการเข้าใจเรื่องราวในโลกยุคโลกาภิวัตน์จะต้องเข้าใจระบบของสังคม ระบบเศรษฐกิจระบบวัฒนธรรมหรือระบบอื่นๆ ซึ่งต้องเรียนรู้และฝึกฝนวิธีการคิด วิธีการเชื่อมโยงและทำความเข้าใจกับความเป็นเหตุเป็นผลของกันและกัน วิธีคิดนี้จึงเป็นวิธีการคิด วิธีการมองและการวิเคราะห์ไปที่ระบบต่างๆ ซึ่งระบบนั้นเป็นสิ่งที่มิได้อยู่แล้วและทุกคนก็ดำรงอยู่ในระบบทั้งที่เป็นระบบธรรมชาติและระบบที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งมีระบบที่เป็นกลไกและระบบซับซ้อนซึ่งยากต่อการทำความเข้าใจ ระบบเหล่านี้ประกอบด้วยระบบย่อยๆ มากมาย ฉะนั้นการทำความเข้าใจกับระบบและการคิดอย่างเป็นระบบจึงเป็นหลักการเบื้องต้นในการทำความเข้าใจ ต่อเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ระบบจึงไม่อาจ

แยกจากการมีชีวิตของมนุษย์ การทำความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ ความเชื่อมโยงที่มองเห็นสัมพันธ์ภาพและความเชื่อมโยงของชีวิตทำให้มองเห็นคุณค่าในตัวของมนุษย์ได้ และมีกระบวนการวิวัฒนาการที่ไม่หยุดนิ่ง

การคิดอย่างเป็นระบบ คือ การปรับวิธีคิดหรือเพิ่มวิธีคิด ใช้วิธีคิดหลายๆ แบบในเวลาเดียวกัน แต่ต้องมีวิธีเลือกวิธีคิดหลัก ในแต่ละสถานการณ์มีหลักเกณฑ์และเหตุผลโดยใช้ข้อมูลหลากหลายให้สัมพันธ์กันเป็นองค์รวม โดยตระหนักถึงองค์ประกอบย่อยที่มีความสัมพันธ์และมีหน้าที่ต่อเชื่อมกันอยู่เป็นปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

การคิดเชิงระบบ (ทิตานา แชมมณี, 2544) มีลักษณะที่สื่อสารกันอยู่ 2 แนว คือ

1. การคิดเป็นระบบ (Systematic Thinking) หมายถึง การกำหนดองค์ประกอบและการจัดองค์ประกอบของระบบให้มีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นลำดับขั้นตอนเพื่อนำไปสู่จุดมุ่งหมาย ที่กำหนด ระบบในลักษณะนี้จะมีลักษณะเป็นผังการดำเนินงาน หรือการทำงานใดงานหนึ่งอย่างเป็นลำดับขั้นตอน

2. การคิดเชิงระบบ (System Approach) หมายถึง การจัดระบบด้วยวิธีการเชิงระบบ ได้แก่ การจัดองค์ประกอบของระบบในกรอบความคิดของตัวเอง กระบวนการกลไกควบคุม ผลผลิต และข้อมูลป้อนกลับ และนำเสนอผังของระบบนั้นในรูปแบบของระบบที่สมบูรณ์

การคิดเชิงระบบ เป็นกรอบแนวคิดพื้นฐาน องค์ความรู้และเครื่องมือซึ่งได้ถูกพัฒนาขึ้นภายใต้ช่วงเวลาหนึ่ง เพื่อที่จะทำให้วัตถุประสงค์และวิธีการแก้ปัญหาหรือสร้างสรรค์งานมีความชัดเจนและช่วยทำให้เรามองเห็นการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ การคิดเชิงระบบมิได้ละเลยต่อปัญหาความซับซ้อน แต่จะเข้าไปจัดการความสลับซับซ้อนในลักษณะที่ใกล้ชิดและสะท้อนให้เห็นถึงสาเหตุแห่งปัญหาและวิธีการ

การคิดเชิงระบบตามแนวคิดของ Anderson & Johnsons (1997) มีหลักการที่สำคัญ ดังนี้

1. เป็นการคิดที่มอง “องค์รวม” การคิดแบบมององค์รวม เปรียบเทียบได้ว่า เมื่อเวลาที่เกิดปัญหาขึ้นคนทั่วไปมักมุ่งความสนใจไปที่เหตุการณ์เฉพาะหน้าที่เกิดขึ้น ณ เวลานั้น การมองในลักษณะดังกล่าวเป็นมุมมองที่แคบ ทำให้รับรู้ได้แต่ผลของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากส่วนไหนที่เป็นผลโดยตรงเท่านั้น แต่หลักการคิดเชิงระบบจะสอนให้มีการมองย้อนหลังไปจาก ณ จุดที่เกิดปัญหาและมองเป็นภาพใหญ่หรือมองภาพแบบองค์รวม ทั้งนี้เพราะปัญหาที่เกิดขึ้นอาจเกี่ยวข้องกับส่วนอื่นๆ ในระบบ การพยายามค้นหาแหล่งของปัญหาที่อาจจะเกี่ยวโยงมาจากส่วนอื่นจะเป็นการมองที่ครอบคลุมรอบคอบรอบด้าน

2. เป็นการสร้างความสมดุลระหว่างมุมมองระยะสั้นและระยะยาว ความคาดหวังในความสำเร็จของการแก้ปัญหาหรือสร้างสรรค์งาน บางครั้งอาจมีมุมมองว่าควรคาดหวังให้กิจกรรมนั้นสำเร็จในระยะอันสั้นหรือสำเร็จในระยะอันยาวการคิดเชิงระบบมีแนวคิดว่าการพัฒนาว่าพฤติกรรมที่จะนำไปสู่ความสำเร็จระยะสั้นหรือความสำเร็จระยะสั้นที่เกิดขึ้นในทันทีทันใดนั้น บางครั้งอาจเป็นสิ่งที่กลับไปทำลายความสำเร็จในระยะยาวก็ได้แต่ในที่นี้มิได้หมายความว่าความสำเร็จหรือการแก้ปัญหาจะเพ็งเล็งมุ่งหวังเฉพาะความสำเร็จ

ระยะยาวมากกว่า หากแต่ว่าการพยายามพิจารณาสร้างสมดุลระหว่างการยอมรับที่จะมีผลของความล้มเหลวที่น้อยกว่าในระยะสั้น เพื่อหวังผลความสำเร็จในระยะยาว อาจเป็นสิ่งที่ต้องพยายามสร้างสมดุลให้ได้

3. ยอมรับในความมีพลวัต ความสลับซับซ้อนและความเกี่ยวพันกันของธรรมชาติระบบ สรรพสิ่งในโลกล้วนมีระบบ มีความซับซ้อน มีพลวัตและมีความเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงกัน หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า สิ่งต่างๆ มีความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ชีวิตมีความยุ่งเหยิงและทุกสิ่งมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน การแก้ปัญหาหรือการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ผู้ปฏิบัติย่อมมีความตั้งใจที่จะทำให้ง่ายๆ ไม่ซับซ้อน จัดลำดับหรือทำงานกับปัญหาที่ละปัญหาการคิดเชิงระบบจะพยายามจัดลำดับสร้างความสัมพันธ์ในลักษณะที่พิจารณาถึงความเชื่อมโยงอย่างสมเหตุสมผลซึ่งจะเป็นการใช้ความคิดในเชิงสังเคราะห์อย่างมีเหตุมีผล และยอมรับในความสัมพันธ์ของระบบต่างๆ

4. ยอมรับและใช้ข้อมูลทั้งจากปัจจัยที่วัดได้จากเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพการคิดเชิงระบบยอมรับและใช้ข้อมูลเพื่อการปรับปรุงระบบทั้งที่เป็นข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลที่เป็นคุณภาพ

5. ทุกส่วนมีส่วนสนับสนุนระบบในภาพรวม การคิดเชิงระบบจะถือว่าทุกส่วนของระบบล้วนแต่มีความสำคัญต่อภาพรวมทั้งหมดของระบบ แต่ละส่วนย่อยจะต้องปฏิบัติภารกิจของส่วนตนอย่างเต็มกำลังความสามารถระลึกละเอียดว่า ทุกส่วนที่เป็นองค์ประกอบย่อยของระบบมีความสำคัญและการกระทำหน้าที่ของแต่ละส่วนย่อยจะมีผลต่อส่วนรวม แม้ว่าส่วนรวมจะส่งผลกลับมายังแต่ละส่วนย่อยด้วยก็ตาม

มนตรี แยมกสิกร (2546) ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการสอนเพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบของนิสิตระดับปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีทางการศึกษา รูปแบบการสอนเพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบประกอบด้วย 6 ขั้นตอน คือ (1) ชัดแย้งกังขา (2) ค้นคว้าข้อมูล (3) เพิ่มพูนปัญญา (4) เสวนามวลมิตร (5) เสนอความคิดกลุ่มใหญ่ และ (6) สร้างความมั่นใจร่วมกัน พบว่า ระดับความรู้ด้านกระบวนการคิดเชิงระบบที่เกิดขึ้นจากกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนด้วยรูปแบบการสอนที่พัฒนาขึ้นนั้น ระดับความรู้ของเนื้อหาที่เรียนเป็นหน่วยสุดท้ายมีระดับความรู้ที่สูงกว่าหน่วยที่เรียนเป็นหน่วยแรกและหน่วยต่อ ๆ มา รวมถึงผลการจัดสนทนากลุ่มนิสิตที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้เรียนจากรูปแบบการสอนเพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบที่พัฒนาขึ้น พบว่า นิสิตสะท้อนความรู้สึกและความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงรูปแบบการสอนเป็นอย่างดีและหากได้รับการฝึกฝนต่อเนื่องจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของนิสิตได้

บุญเลี้ยง ทุมทอง (2553) ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบคณิตศาสตร์ ระดับช่วงชั้นที่ 4 การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบคณิตศาสตร์ระดับช่วงชั้นที่ 4 และศึกษาผลของการใช้รูปแบบการจัดการ

เรียนรู้เพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบคณิตศาสตร์ ระดับช่วงชั้นที่ 4 การวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันและร่างต้นแบบการจัดการเรียนรู้ เพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบคณิตศาสตร์ ระดับช่วงชั้นที่ 4 ระยะที่ 2 พัฒนาประสิทธิภาพรูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยการวิจัยปฏิบัติการ ระยะที่ 3 ศึกษาและขยายผลของรูปแบบการจัดการเรียนรู้ ใช้รูปแบบการวิจัยกึ่งทดลอง ผลการวิจัย 1. รูปแบบการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบคณิตศาสตร์ ระดับช่วงชั้นที่ 4 พบว่า มีองค์ประกอบ 6 ด้าน ได้แก่ จุดประสงค์การเรียนรู้ ผู้เรียนและผู้สอน สภาพแวดล้อมในการเรียนการเตรียมการเรียนรู้ การดำเนินการจัดการเรียนรู้ และการประเมินผลการเรียนรู้ และมี 8 ขั้นตอนได้แก่ 1) ขั้นตอนให้กำเนิดปัญหา/ ให้สถานการณ์ (ขัดแย้งปัญหา) 2) ขั้นตอนทำความเข้าใจกับปัญหาและแสวงหาข้อมูลหรือขั้นจัดระเบียบปัญหา (แสวงหาข้อมูล) 3) ขั้นตอนพัฒนาความคิด (เพิ่มพูนวงจร) 4) ขั้นตอนสื่อสารและปรับปรุงการคิด (สรุปความคิด) 5) ขั้นตอนวางแผนการนำเสนอผลการคิดของกลุ่ม (เสนอความคิดกลุ่มใหญ่) 6) ขั้นตอนนำเสนอผลการคิด (เปิดใจร่วมกัน) 7) ขั้นตอนอภิปรายผลการคิด (สร้างสรรค์วิสัยทัศน์) และ 8) ขั้นตอนประเมินกระบวนการคิด (สะท้อนกลับกระบวนการ) 2. ผลการใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบวิชาคณิตศาสตร์ช่วงชั้นที่ 4 พบว่า รูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด และคะแนนเฉลี่ยกระบวนการคิดเชิงระบบในการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมกระบวนการคิดเชิงระบบหลังเรียนในแต่ละโรงเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.01$)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของรูปแบบการสอนด้วยกระบวนการคิดเชิงระบบ
2. เพื่อเปรียบเทียบกระบวนการคิดเชิงระบบ ก่อนและหลังใช้รูปแบบการสอนเพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบ
3. เพื่อพัฒนารูปแบบการสอนเพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารรูปแบบการสอนเพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบ สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี นั้น ผู้วิจัยแบ่งขั้นตอนการดำเนินงานเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การสร้างรูปแบบการสอน ดำเนินการ ดังนี้ ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน สร้างรูปแบบการสอน โดยมีขั้นตอน คือ (1) กำหนดกรอบแนวคิดและสร้างรูปแบบการสอน (2) สร้างแผนการจัดการเรียนรู้ (3) สร้างคู่มือการใช้รูปแบบการสอน (4) สร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะที่ 2 การตรวจสอบคุณภาพของรูปแบบการสอน ดำเนินการ ดังนี้ ขั้นที่ 1 ตรวจสอบความสอดคล้องและความเหมาะสมของรูปแบบการสอน ขั้นที่ 2 ปรับปรุงแก้ไข ครั้งที่ 1 ขั้นที่ 3 ตรวจสอบคุณภาพของรูปแบบการสอน ขั้นที่ 4 ปรับปรุงแก้ไข ครั้งที่ 2

ระยะที่ 3 การทดลองใช้รูปแบบการสอน ดำเนินการ ดังนี้ ขั้นที่ 1 การจัดกลุ่มทดลอง ขั้นที่ 2 การเตรียมเครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง ขั้นที่ 3 การดำเนินการทดลองใช้รูปแบบการสอน ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล ขั้นที่ 5 สรุปผลการทดลองใช้

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ คือ

1. ได้รูปแบบการสอนเพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่มีองค์ประกอบที่มี 4 องค์ประกอบ คือ

1.1 ขั้นตอนการจัดกิจกรรม ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน การนำเสนอสถานการณ์ การพัฒนาแนวทางการคิด การพิจารณาปัญหา การสนทนาแลกเปลี่ยน การเรียนรู้ผลงานกลุ่ม และการสรุปร่วมกัน

1.2. ระบบทางสังคม

1.3. หลักการตอบสนอง

1.4. ระบบที่นำมาสนับสนุน

2. การประเมินประสิทธิผลของรูปแบบการสอนที่พัฒนาขึ้น มีประสิทธิภาพ 81.15/85.95 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ 80/80

3. การเปรียบเทียบกระบวนการคิดเชิงระบบของนักศึกษาหลังใช้รูปแบบการสอนมีคะแนนสูงกว่าก่อนใช้รูปแบบการสอนเพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การสื่อสารรูปแบบการสอนเพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่มีองค์ประกอบสอดคล้องและเหมาะสม อยู่ในระดับมากทั้งนี้อาจเนื่องมาจากทฤษฎีการพัฒนารูปแบบการสอนมีระบบที่ชัดเจน (Joyce & Weil, 2004) คือ ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน สร้างรูปแบบการสอน หากคุณภาพ แล้วนำไปทดลองใช้ (แมน เชื้อบางแก้ว, 2556, หน้า 102-112)

บทบาทของอาจารย์ผู้สอนในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน คือ มีหน้าที่อำนวยความสะดวกสนับสนุนกระตุ้นให้นักศึกษา ได้กล้าคิด กล้าแสดงออก โดยใช้คำถามกระตุ้นเป็นระยะๆ ทำให้นักศึกษามีแรงจูงใจตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา (Joyce et al., 2004) อาจารย์ผู้สอนจะต้องจัดบรรยากาศในชั้นเรียนไม่ให้นักศึกษาเครียด รู้สึกหวาดกลัว หากแต่ต้องเป็นบรรยากาศที่สนับสนุน ส่งเสริมให้นักศึกษาได้พูดอธิบาย และแสดงเหตุผลของแนวคิด (Rogers, 1969) การเรียนรู้ควรให้นักศึกษามีอิสระในการทำงาน ศึกษาค้นคว้าด้วย

ตนเอง โดยอาจารย์เป็นผู้แนะนำ ให้คำปรึกษา ในสภาพแวดล้อมที่มีความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน (ทีศนา เขมมณี, 2555, หน้า 70)

การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยกำหนดให้ระบบทางสังคม เป็นการเรียนรู้แบบร่วมมือ เป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลให้นักศึกษามีทักษะการคิดเชิงระบบเพิ่มขึ้นได้ (Yang Lizhou, 2555, p. 103) ช่วยให้นักศึกษามีน้ำใจนักกีฬามากขึ้น ใส่ใจในผู้อื่นมากขึ้น เห็นคุณค่าของความแตกต่าง ความหลากหลาย การประสานสัมพันธ์ การรวมกลุ่ม และมีสุขภาพจิตดีขึ้น (ทีศนา เขมมณี, 2555, หน้า 101) การจัดกลุ่มการเรียนรู้ที่มีประมาณ 4-5 คน โดยกำหนดบทบาทหน้าที่กันอย่างชัดเจน ร่วมเรียน ร่วมรู้ ร่วมมือกัน อย่างเต็มกำลัง สามารถทำให้ผลการเรียนรู้สูงขึ้น (Ajose & Joyner, 1990, p. 198)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยการสื่อสารรูปแบบการสอนเพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบ สำหรับนักศึกษา ระดับปริญญาตรี สามารถพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบได้ และพบว่ากระบวนการคิดเชิงระบบของนักศึกษา หลังใช้รูปแบบการสอนสูงกว่าก่อนใช้รูปแบบการสอน ดังนั้น มหาวิทยาลัยควรใช้รูปแบบการสอนดังกล่าว พัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบให้กับนักศึกษาต่อไป

2. ผลการประเมินรูปแบบการสอนเพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มีความสอดคล้องและเหมาะสมอยู่ในระดับมาก การนำรูปแบบการสอนไปใช้ควรนำไปใช้ให้ครบทุกองค์ประกอบ จะทำให้การพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบมีประสิทธิภาพบรรลุตามเป้าหมาย

3. ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า อาจารย์ผู้สอนควรตระหนักและให้ความสำคัญต่อการพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบของนักศึกษา โดยสื่อสารและพัฒนา รูปแบบการสอนอย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมให้นักศึกษานำกระบวนการคิดเชิงระบบไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการทำวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของกระบวนการคิดเชิงระบบ กับตัวแปรด้านอื่นๆ เช่น พื้นฐานทางครอบครัว ประสบการณ์ชีวิต สภาพแวดล้อม ศักยภาพในการเรียนรู้ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นต้น

2. ควรมีการทำวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการคิดเชิงระบบกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

3. ควรมีการทำวิจัยเพื่อศึกษาการสื่อสารรูปแบบการสอนเพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบ สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในต่างสาขา ชั้นปี หรือวิชาอื่น เพื่อเป็นการเปรียบเทียบ

เอกสารอ้างอิง

- ทีศนา แชมมณี. (2544). *วิทยาการด้านการคิด*. กรุงเทพฯ: เดอะมาสเตอร์กรุ๊ปแมนเนจเม้นท์.
- ทีศนา แชมมณี. (2555). *ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลี้ยง ทุมทอง. (2553). *การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบ วิชาคณิตศาสตร์ ระดับช่วงชั้นที่ 4*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์ดุสิต, สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- แมน เชื้อบางแก้ว. (2556). *การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการคิดและวิเคราะห์ ทักษะกระบวนการคิดทางวิทยาศาสตร์ชั้นสูง และเจตคติทางวิทยาศาสตร์*. ดุษฎีนิพนธ์การศึกษาดุสิต, สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- มนตรี แยมกสิกร. (2546). *การพัฒนาแบบการสอนเพื่อพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบของนิสิตระดับปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีทางการศึกษา*. การศึกษาดุสิต, สาขาการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- สุนทร บำเรอราช. (2545). *การพัฒนาและการใช้หลักสูตร*. ชลบุรี: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุพานี สุษฎ์วานิช. (2552). *พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่: แนวคิด และทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Yang Lizhou. (2555). *การพัฒนาแบบการสอนอ่านภาษาไทยเพื่อความเข้าใจ สำหรับนักศึกษา มหาวิทยาลัยชนชาติยูนิอัน ตามแนวการสอนแบบ Active Reading และหลักการเรียนรู้แบบร่วมมือ*. ดุษฎีนิพนธ์การศึกษาดุสิต, สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Ajose, S. A., & Joyner, V. G. (1990). *Cooperative learning: The rebirth of an effective teaching strategy*. *Educational Horizons*, 6(12), 197-201.
- Johnson, D. W., & Johnson, R. T. (1994). *Instructional goal structure: Cooperative, competitive, or individualistic*. *Review of Educational Research*, 44, 213-240.
- Joyce, B., & Weil, M. (1996). *Models of teaching (5 th ed.)*. London: Allyn and Bacon.
- Joyce, B., & Weil, M., & Calhoun, E. (2004). *Models of teaching (7 th ed.)*. Boston: Pearson Education
- Newstrom John W. (2011). *Organizational Behavior: Human Behavior at Work*. 13th edition. Singapore

: McGraw-Hill.

Piaget, J. & Inhelder, B. (1967). *The psychology of the child*. Translated by Helen Weaver.

New York: Basic Book.

Rogers, C. R. (1969). *Freedom to learn*. Columbus, Ohio: Charles E. Merrill Publishing

Company.

Schunk, D. H. (1996). *Learning theories (2 th ed.)*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Senge, P. (1993). *The fifth discipline: The art & practice of the learning organization*. London:

Century

Business.

Tubbs and Moss. (2008). *Human Communication*. New York : McGraw-Hill.

มาตรการแก้ปัญหากิจการมวย

Measures to solve the problem Boxing Business

ด.ต.โชคดี วิจิตรโสภา¹

Pol.Sen. Sgt.Maj. Chokdee Vijitsopa

ดร.สมบุญ เสี่ยงมบุตร²

Dr. Somboon Sangiambut

บทคัดย่อ

กฎหมายเกี่ยวกับมาตรการแก้ปัญหากิจการมวย ได้แก่ พระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ.2528 พระราชบัญญัติส่งเสริมกีฬาอาชีพ พ.ศ. 2556 คำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 63/2558 เรื่อง การส่งเสริม สนับสนุน และปฏิรูปการกีฬาของประเทศ ระเบียบคณะกรรมการกีฬามวยที่เกี่ยวข้องอีกหลายฉบับ ยังไม่สามารถควบคุมการประกอบกิจการมวยให้เป็นไปอย่างเหมาะสมต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน รวมทั้งไม่สามารถที่จะให้ความคุ้มครองแก่นักกีฬาจากการถูกเอารัดเอาเปรียบจากเจ้าของค่ายมวยควรแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายเพื่อให้สามารถบังคับใช้กฎหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: กิจการมวย ; ค่ายมวย ; กีฬามวย

Abstract

The law on measures to solve the problem of boxing operations, including the Sports Act of Thailand, BE 2528, the Professional Sports Promotion Act BE 2556, the order of the Head of the National Peace Board No. 63/2558 on the promotion, support and reform of sports. Country Many other relevant boxing regimes. It cannot control the operation of boxing to be appropriate for the public order or good morals of the people. It also cannot provide protection for athletes from being exploited by the owners of boxing camps appropriately. Therefore, the relevant laws should be amended so that the law can be effective enforced.

Keywords : Boxing Business ; The owners of boxing camps ; Boxing

¹นักศึกษาลัทธิสุตตรนิตินิตยศาสตร์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

²อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

บทนำ

ในปัจจุบันการแข่งขันกีฬาชกมวยไม่ว่าจะเป็นมวยสากลหรือมวยไทยมิใช่เป็นการแข่งขันที่เป็นการละเล่นตามประเพณี แต่เป็นการแข่งขันที่มีเงินรางวัลหรือผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยค่ายมวยต่างๆ นำเด็กยากจนมาซบเลี้ยงดูแลฝึกหัดชกเป็นนักกีฬาชกมวย มิใช่เป็นการเลี้ยงดูแลผู้ยากไร้เพื่อเอาบุญเอากุศล³ แต่เป็นการเลี้ยงดูเพื่อแสวงหาเอาผลประโยชน์กับนักมวย มิใช่ค่ายมวยเป็นผู้ให้เปล่า ความสัมพันธ์ระหว่างค่ายมวยกับนักมวยจึงเป็นการต่างตอบแทน จึงไม่มีผู้ใดที่เป็นบุญคุณระหว่างกันทั้งค่ายมวยและนักมวย ทำให้เกิดปัญหาการแบ่งปันเงินรางวัลที่ได้จากการชกมวยระหว่างเจ้าของค่ายมวยกับนักมวยอยู่ในลักษณะของการชกมวยที่มีได้เป็นการละเล่นตามประเพณีอีกต่อไป แต่การชกมวยของนักมวยเป็นการประกอบอาชีพ อย่างหนึ่ง เมื่อ วันที่ 4 ธันวาคม 2542 จึงมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติมวย พ.ศ. 2542 เป็นกฎหมายแม่บทสำคัญ โดยมีเจตนารมณ์ที่จะควบคุมดูแลการแข่งขันมวย และส่งเสริมสนับสนุนกีฬาชกมวยให้มีมาตรฐานอย่างไรก็ตาม จากข้อเท็จจริงที่ปรากฏในปัจจุบัน ลำพังแต่กฎหมายฉบับนี้ไม่สามารถที่จะแก้ไข ปัญหาต่างที่เกิดขึ้นกับกิจการมวยได้ กฎหมายฉบับนี้ได้กำหนดให้มีคณะกรรมการมวย มีการกำหนดสิทธิหน้าที่บางประการ ระหว่างนักมวยและเจ้าของค่ายมวย เป็นสำคัญ และกำหนดให้ต้องจัดตั้งกองทุนมวยซึ่งมีรัฐเป็นผู้จ่ายเงินอุดหนุน โดยวัตถุประสงค์ให้ให้นักมวยได้รับสวัสดิการที่ดีมี ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งต่อมาได้มีคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 63/2558 เรื่อง การส่งเสริม สนับสนุน และปฏิรูปการกีฬาของประเทศ ระเบียบคณะกรรมการกีฬา ให้โอนเงินของกองทุนมวยกลับไปสู่ส่วนกลางเป็นผู้บริหารจัดการ ซึ่งอาจไม่เป็นผลดีต่อนักมวย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยเอกสาร(Documentary Research) ซึ่งใช้วิธีการ (Method) แยกแยะ แยกแวง จัดหมวดหมู่องค์ความรู้จากเอกสารในชั้นปฐมภูมิ (Primary Document) อันได้แก่ ตั๋วบทกวีหมายในรูปแบบของประมวล พระราชบัญญัติ และเอกสารในชั้นทุติยภูมิ

³ กำเนิดมวยไทย จากสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่มที่ 35 เรื่องที่ 3 มวยไทย /ประวัติความเป็นมาของมวยไทย เข้าถึงจาก

<http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=35&chap=3&page=t35-3-infodetail01.html>, เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2558 .

(Secondary Document) ได้แก่ ผลงานวิจัย หนังสือ ตำรา บทความ รายงานการศึกษา ข้อมูลสถิติ วิทยานิพนธ์ และเอกสารต่างๆในรูปแบบอื่นๆ รวมทั้งอินเทอร์เน็ต แหล่งข้อมูลของเอกสารจากแหล่งต่างๆ ได้แก่ ห้องสมุดตามมหาวิทยาลัยต่างๆ ศาลแขวง ศาลจังหวัด ศาลแพ่ง จากนั้นได้นำข้อมูลทั้งหลายมาทำการวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามของการวิจัย (Research Question) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ให้สอดคล้องกับประเด็นที่ได้ตั้งสมมุติฐานไว้ภายใต้หลักการ ทฤษฎี และหลักกฎหมาย

ผลการวิจัย

การชกมวยในปัจจุบันมีลักษณะเป็นการประกอบธุรกิจชนิดหนึ่งมิใช่เป็นการกีฬาตามประเพณีเหมือนอย่างแต่ก่อนๆ ธุรกิจมวยไทยสร้างรายได้ให้แก่นักกีฬาและเจ้าของค่ายเป็นอย่างมาก รวมทั้งยังเป็นสาเหตุที่ทำให้ประชาชนเล่นการพนัน จากการศึกษาพบว่ากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรการแก้ปัญหากิจการมวยของประเทศไทย ยังไม่ได้ให้ความคุ้มครองสัญญาระหว่างเจ้าของค่ายมวยในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจกับนักมวย โดยมีลักษณะผูกขาดและกำหนดส่วนแบ่งเงินรางวัลอย่างไม่เป็นธรรม⁴ การควบคุมการตัดสินที่ไม่มี การคัดเลือกกรรมการที่มีความเป็นกลางและเป็นธรรม การให้คะแนนที่ขึ้นอยู่กับดุลพินิจของบุคคลไม่มีการนำเครื่องมือที่ทันสมัยมาใช้ ประกอบกับมีการปล่อยให้ประชาชนเล่นการพนันนอกสถานที่จัดการแข่งขันซึ่งเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย เมื่อมีการล้มมวยเกิดขึ้นนักกีฬามวยจะต้องตกเป็นแพะรับบาป แต่มาตรการทางอาญาตามที่กำหนดไว้ใน พระราชบัญญัติมวย พ.ศ. 2542 ไม่สามารถที่จะเอาผิดกับเจ้าของค่ายมวยหรือผู้ประกอบการรายอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันมวยได้เลย

เมื่อพิจารณาถึงมาตรการของภาครัฐในการเข้ามาดูแลนักกีฬามวยผ่านทางกองทุนมวย การให้จัดสร้างรายได้กองทุนมวยให้การกีฬาแห่งประเทศไทยทำให้เพิ่มขึ้นตอนในการเบิกจ่ายและไม่สะดวกกับนักกีฬา

สรุปผลการวิจัย

กฎหมายเกี่ยวกับมาตรการแก้ปัญหากิจการมวย ได้แก่ พระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ.2528 พระราชบัญญัติส่งเสริมกีฬาอาชีพ พ.ศ. 2556 คำสั่งหัวหน้าคณะรักษา

⁴ ดาราพร เตชะกำฟู. "ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมในสัญญา," วารสารนิติศาสตร์ 16, 3 (กันยายน 2529) หน้า 137.

ความสงบแห่งชาติ ที่ 63/2558 เรื่อง การส่งเสริม สนับสนุน และปฏิรูปการกีฬาของประเทศ ระเบียบคณะกรรมการกีฬามวยที่เกี่ยวข้องอีกหลายฉบับ มีความมุ่งหมายที่จะให้ความคุ้มครอง นักมวยและมุ่งหมายที่จะให้การประกอบธุรกิจมวยเป็นไปอย่างเป็นธรรม แต่จากการศึกษา พบว่า ยังคงมีปัญหาในประเด็นต่างๆ กล่าวคือ พระราชบัญญัติมวย พ.ศ. 2542 มาตรา 30 ซึ่งกำหนดให้ นักมวยจะต้องสังกัดค่ายมวยค่ายหนึ่งเพียงค่ายเดียวแต่ต้องปฏิบัติตามระเบียบของค่ายมวย ซึ่งมี ลักษณะเป็นการจำกัดสิทธิของนักมวยในการประกอบอาชีพและทำให้เกิดข้อพิพาทกับนักมวยใน เรื่องการหักค่าใช้จ่ายและการแบ่งเงินรางวัล นอกจากนี้ มาตรการของรัฐที่มุ่งคุ้มครองนักมวย โดยจัดตั้งกองทุนมวยขึ้นแต่มีการเปลี่ยนแปลงโดยคำสั่งคณะปฏิวัติให้การกีฬาแห่งประเทศไทย เป็นผู้บริหารจัดการทำให้ผิดไปจากวัตถุประสงค์ของกองทุนและขาดความคล่องตัว

นอกจากนั้น ยังพบว่าการคัดเลือกกรรมการที่มีความเป็นกลาง และการตัดสินก็ใช้เพียงดุลพินิจของกรรมการไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ และนำไปสู่ปัญหาการล้มมวยได้โดยง่าย ปัญหา การล้มมวยนั้น แม้ว่าพระราชบัญญัติมวย พ.ศ. 2542 จะได้กำหนดโทษไว้แล้วแต่ในความเป็นจริง แล้วกลับไม่ได้ทำให้ปัญหาการกระทำความผิดลดลงเลย เนื่องจากปัญหาการล้มมวยเกี่ยวข้องกับ โดยตรงกับการเล่นพนันมวย ซึ่งในปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ทำให้มีการเล่นการพนันนอก สถานที่จัดการแข่งขันซึ่งฝ่าฝืน พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 ทำให้ประชาชนต้องมีหนี้สิน และส่งผลกระทบต่อการจัดแข่งขันกีฬามวย

อภิปรายผล

การกำหนดให้นักมวยต้องสังกัดค่ายมวย ตามพระราชบัญญัติมวย พ.ศ. 2542 เป็นการ จำกัดสิทธิในการประกอบอาชีพซึ่งเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชน⁵ ทำให้เจ้าของค่ายมวย ได้เปรียบนักมวยด้วยการหักค่าใช้จ่ายและส่วนแบ่งเงินรางวัล นอกจากนี้การไม่กำหนดวิธีการ สรรหากรรมการตัดสินและให้ดุลพินิจแก่กรรมการอาจนำมาสู่การตัดสินที่ไม่เป็นธรรมหรือการล้ม มวยได้ เนื่องจากสภาพบังคับตามกฎหมายที่ยังไม่สามารถใช้บังคับได้จริงค่าปรับที่น้อยเกินไปก็ยัง คุ้มครองแก่การกระทำความผิด เพราะผลประโยชน์ที่ได้จากการรับพนันมวยนั้นมากกว่าเงินที่ต้อง จ่ายค่าปรับมาก นอกจากนี้ การปล่อยให้มีการเล่นการพนันจนควบคุมไม่ได้ย่อมขัดต่อความ สงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน ในส่วนของบทบาทของภาครัฐในการคุ้มครอง นักกีฬาผ่านกองทุนมวย ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยเฉพาะเพื่อประโยชน์ของนักกีฬา การนำเงินของ

⁵ บวรเจตน์ สังคะเนติ,(2544) **สารานุกรมรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย(พ.ศ.2540) หลัก พื้นฐานของสิทธิ เสรีภาพและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์**, (สำนักพิมพ์องค์การการค้าของคุรุสภา , กรุงเทพฯ), หน้า 67.

กองทุนมวยไปให้การกีฬาแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นหน่วยงานกลางทำหน้าที่ดูแล ย่อมขัดต่อเจตนารมณ์ที่แท้จริงและทำให้นักมวยไม่ได้รับความคุ้มครองเท่าที่ควร

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษามาตรการกฎหมายเกี่ยวกับกิจการมวย สามารถที่จะเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาดังต่อไปนี้

1) ควรแก้ไขปัญหากับการสังกัดค่ายมวยของนักกีฬา ควรมีการแก้ไข มาตรา 30 ของพระราชบัญญัติมวย พ.ศ. 2542 โดยกำหนดให้นักมวยสามารถที่จะชกค่ายมวยอื่นนอกสังกัดของตนได้ โดยทั้งนี้ให้เจ้าของค่ายมีสิทธิหักค่าใช้จ่ายไม่เกิน ร้อยละ 20 ของเงินรางวัลและมีสิทธิได้รับส่วนแบ่งกำไรอีกไม่เกิน ร้อยละ 10 ของเงินรางวัล

2) ควรแก้ไขปัญหากับการควบคุมการตัดสินของกรรมการ โดยการกำหนดขั้นตอนสหกรรมการและให้นักมวยมีสิทธิที่จะคัดค้านความเป็นอิสระและความเป็นกลางของกรรมการผู้ทำหน้าที่ตัดสินได้ นอกจากนั้นยังควรนำเทคโนโลยีและเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์มาตีตบปลายนิ้วหรือตรวจจับความเคลื่อนไหวเพื่อความถูกต้องแม่นยำในการนับคะแนน

3) ควรแก้ไขปัญหากับการเล่นพนันมวยของประชาชน โดยมีการแก้ไขกฎหมายกำหนดให้สามารถเล่นการพนันมวยนอกสถานที่จัดการแข่งขันได้ โดยให้รัฐเป็นผู้รับแทงและทำหน้าที่จ่ายเงิน และจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเข้ารัฐบางส่วน

4) ควรแก้ไขปัญหากับกองทุนมวย โดยมีการแก้ไขกฎหมายให้คณะกรรมการมวยมีอำนาจจัดการทรัพย์สินของกองทุนมวยดั้งเดิมไม่ควรให้เป็นอำนาจของกีฬาแห่งประเทศไทย

5) ควรแก้ไขปัญหากับมาตรการกำหนดโทษทางอาญาดังด้วยการเพิ่มรูปแบบโทษปรับขั้นต่ำให้มากขึ้น เช่น ต้องระวางโทษปรับหนึ่งแสนถึงหนึ่งล้านบาท เป็นต้น เพื่อให้ผู้ที่กระทำความผิดรู้สึกได้รับผลร้ายมากกว่าผลกำไรที่ตนจะได้รับจากการกระทำความผิด

นอกจากนั้น ยังควรกำหนดให้มีอัตราโทษจำคุกขั้นต่ำ เช่น ควรกำหนดให้มีโทษจำคุกตั้งแต่หนึ่งปีถึงสิบปีซึ่งจะทำให้ผู้กระทำความผิดต้องรับโทษ

เอกสารอ้างอิง

บรรเจิด สิงคะเนติ,(2544) สารานุกรมรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย(พ.ศ.2540) หลัก
พื้นฐาน

ของสิทธิ เสรีภาพและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์. สำนักพิมพ์องค์การค้ำของ
คุรุสภา ,กรุงเทพฯ.

ดาราพร เตชะกำฟู, “ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมในสัญญา,” วารสารนิติศาสตร์ 16, 3 (กันยายน
2529).

กำเนิดมวยไทย จากสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่มที่ 35 เรื่องที่ 3 มวยไทย /ประวัติความเป็น
มาของมวยไทย เข้าถึงจาก

<http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=35&chap=3&page=t3>

5-3- infodetail01.html, เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2558.

การรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งของผู้บริโภคในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ

1

(The Perception of Brand Equity via Shopping Bags of Consumers in Bang Bo District, Samutprakarn Province)

ญาณี เกิดแก้ว (Yanee Kerdkaew)²

วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ (Wilailak Ratanapeantamma)³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งของผู้บริโภคในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการและเพื่อเปรียบเทียบคุณประโยชน์ของตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งของผู้บริโภคในเขตอำเภอ บางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 18 ปี ในอำเภอ บางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีทางสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test , f-test และ one way ANOVA ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใช้การทดสอบรายคู่โดยวิธี LSD ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้การรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ คุณประโยชน์ด้านหน้าที่ รองลงมาคือคุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์ คุณค่าประโยชน์ใช้สอย คุณค่าด้านอารมณ์ คุณประโยชน์ด้านประสบการณ์ในการใช้สินค้า และอันดับสุดท้ายคือคุณค่าในการแสดงออกถึงตัวตน ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศกับรายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุ ระดับการศึกษาและอาชีพต่างกันมีการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : การรับรู้คุณค่า ตราสินค้า ถุงช้อปปิ้ง

¹ จากสารนิพนธ์เรื่อง การรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งของผู้บริโภคในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ

² นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก

³ อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) investigate the perception of brand equity via shopping bag of consumers in Bang Bo District, Samutprakarn Province, and 2) compare the perception brand equity via shopping bags of consumers in Bang Bo District, Samutprakarn Province, classifying according to the personal factors. The perception used for this research were four hundred customers aged over eighteen years old who used shopping bags in their daily lives, and lived in Bang Bo District, Samutprakarn Province. The research tool was the questionnaire. The data received were analyzed by descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation), and by inferential statistics, these were t-test, and F-test (One-way ANOVA). If the difference with pair-wise comparisons at 0.05 were found, the Least Significant Difference (LSD) was used to determine the difference.

The results revealed that the majority of the respondents had overall perception of brand equity via shopping bags at high level. When considering at each factor, the factor of functional benefit received the highest mean. Next on down were symbolic benefit, functional benefit, emotional values, experiential benefit, and self-expressive values, respectively. In addition, the results of the hypothetical testing showed that the respondents who were from different gender, and average monthly income had different perception of brand equity via shopping bags at no statistical significant level of 0.05. On the other hand, the respondents who were from different age group, educational background and occupation had different perception of brand equity via shopping bags at statistical significant level of 0.05.

Key Words: Perception of Brand Equity; Shopping Bags

บทนำ

ในปัจจุบันคนในสังคมเมืองและคนในสังคมชนเมืองได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมทางสังคมและสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจมาจากต่างชาติ จึงมีผลทำให้ผู้คนมีรสนิยมมุ่งเน้นเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่นำสมัยที่มีตราสินค้าหรือตราสัญลักษณ์ที่ปรากฏบนถุงซ้อบปิ้งให้ความรู้สึกว่าเป็นตราสินค้าที่มีระดับ หากเมื่อถือถุงซ้อบปิ้งภายใต้ตราสินค้าที่มีรสนิยม จะทำให้ผู้ถือหรือผู้ใช้ถุง ซ้อบปิ้งนั้นรู้สึกทันสมัย มีรสนิยม สามารถช่วยถอดบุคลิกภาพ ส่งผลให้เสริมภาพลักษณ์ให้ดูโดดเด่นมีลักษณะเฉพาะตัวบุคคล จึงเป็นที่สนใจแก่ผู้ที่พบเห็น และสะท้อนตัวตนบ่งบอกถึงสถานภาพทางสังคมอย่างชัดเจน มีผลทำให้เกิดทัศนคติในเชิงบวกต่อตราสินค้า ส่งผลให้เกิดการซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง หรือสิ่งที่สามารถสะท้อนได้จากพฤติกรรมที่เคยปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ ในการสั่งซื้อสินค้าตราสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งซ้ำๆกันอยู่เป็นประจำ ซึ่งการที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าหนึ่งไม่ว่าจะเกิดจากความเชื่อมั่น การนึกถึง และ การทำให้ตรงใจผู้บริโภค ทำให้เกิดการซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง มีคำกล่าวที่ว่า การสร้างลูกค้าใหม่ 1 คน จะมีต้นทุนสูงกว่าการรักษาลูกค้าเก่า 1 คน ถึง 5-10 เท่า และ ในปัจจุบันเกิดความหลากหลายในตราสินค้า ประกอบกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดมากมายเพื่อดึงดูดใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้า หรือ เปลี่ยนไปซื้อสินค้าตราใหม่ๆอยู่เสมอ ดังนั้น กลยุทธ์ที่สำคัญทางการตลาด คือ การสร้างความจงรักภักดีในตราสินค้า (Brand loyalty) การสร้างความภักดีในตราสินค้าจึงมีความจำเป็นมาก ทำให้สร้างปริมาณการขายให้สูงขึ้น เพิ่มราคาสินค้าให้สูงขึ้น ส่งผลให้รักษาลูกค้าให้คงอยู่ไม่เปลี่ยนไปใช้หรือซื้อสินค้าแบรนด์อื่น Lassar Mital & Sharm , 2010 p.28 (อ้างใน กมลทิพย์ พลพันธ์)

ตราสินค้าไม่ได้เป็นเพียงแค่ตราสินค้า (Logo) หรือ ชื่อตราสินค้า (Brand Name) เท่านั้นแต่ตราสินค้า คือความรู้สึก หรือ ความประทับใจโดยรวมที่ถูกสร้างขึ้นในใจของผู้บริโภค (วิทวัช ชัยปาณี , 2548 , 39) ตราสินค้า ที่ประสบความสำเร็จต้องเป็นตราสินค้าที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์ (Brand Identity) ของตราสินค้านั้น เพื่อสร้างความหมายเฉพาะสำหรับตราสินค้านั้นๆ ให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีจุดยืน และมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคุณคู่แข่งอย่างไรซึ่งการสร้าง ความแตกต่างให้ตราสินค้าเท่ากับเป็นการสร้างคุณค่าตราสินค้าอีกด้วย (เบญจวรรณ ทองสิงค์ ,2554)

ในความคิดของผู้บริโภค คุณค่าตราสินค้ามีความหมายเดียวกับความภักดีในตราสินค้า แต่ในทางตรงกันข้ามคุณค่าตราสินค้ามีสิ่งสำคัญในเชิงพฤติกรรมกรซื้อ Ellior &Petcy ,2007, p

92 (อ๋างในกมลทิพย์ พลจันทร์)สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ สามารถวัดความสำเร็จในการสร้างตราสินค้า ได้จากมูลค่าของตราสินค้า ถูกจัดให้เป็นสินทรัพย์ของธุรกิจ ประเมินมูลค่าเป็นจำนวนเงินได้ และในด้านของผู้ผลิต สินค้าที่ต้องการสร้างความภักดีให้แก่สินค้าของตนด้วยกันทั้งสิ้น ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องใช้เงินทุนและเวลาแต่ถ้าทำได้สำเร็จแล้ว มีผลทำให้เสมือนหลักประกันความมั่นคงในการขายสินค้าในอนาคตต่อไป ธุรกิจก็ตามที่สามารถสร้างความภักดีในตราสินค้าให้เกิดขึ้นในการรับรู้คุณค่าตราสินค้าของผู้บริโภคได้แล้ว จะทำให้ต้นทุนการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดลดลง เนื่องจากผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อตราสินค้า จะช่วยลดระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการได้ทันที และยังทำให้เกิดการโฆษณาแบบ ปากต่อปาก (Word of Mouth Marketing) ผู้บริโภคจะบอกต่อกันไปอีกด้วย ทำให้ตราสินค้านั้นมีความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งธุรกิจยังสามารถใช้ความภักดีในตราสินค้า เพิ่มสินค้าหรือบริการมากขึ้น (วุฒิ สุขเจริญ ,2555, หน้า 346)

ในอดีตถุงช้อปปิ้ง (Shopping Bag) เป็นเพียงบรรจุภัณฑ์อย่างหนึ่งที่มีหน้าที่ในการปกป้องสินค้าเท่านั้น แต่ในปัจจุบันถุงช้อปปิ้งจัดว่าเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication Tool) และกลยุทธ์การโฆษณาโดยเปรียบเสมือนป้ายโฆษณาโดยเปรียบเทียบเสมือนป้ายโฆษณาเคลื่อนที่ขนาดเล็ก (Walking Billboard) ในที่นี้ หมายถึง ข้อมูลภาพหรือกราฟิก , ตัวหนังสือ และ ข้อมูลตราสินค้าที่พิมพ์อยู่บนถุงช้อปปิ้งถูกกลุ่มผู้บริโภคสินค้านั้นถือไปตามสถานที่ต่างๆ โดยทำหน้าที่แทนสื่อโฆษณาทั่วๆไป ซึ่งนักการตลาดเรียกการโฆษณาในลักษณะนี้ว่า “ Bag-Vertising” การถือถุงช้อปปิ้งของผู้บริโภคเพื่อใช้ในชีวิตประจำวันถือเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับสินค้านั้นๆได้เป็นอย่างดี ยิ่งถุงที่มีดีไซน์สวย เด่นสะดุดตา ยิ่งส่งผลทำให้ได้รับความสนใจจากคนรอบข้างมากขึ้น นอกจากนี้ผู้บริโภคบางคนใช้ถุงช้อปปิ้งเสมือนเป็นกระเป๋าใส่ของ เช่น ใส่หนังสือ , ใส่ใส่ของขวัญให้คนที่รัก เป็นต้น เมื่อถุงช้อปปิ้งถูกนำกลับมาใช้หลายครั้งจนทำให้เกิดการคุ้นเคยของผู้บริโภคกลุ่มใหม่ๆ ที่พบเห็นและอาจนำไปสู่การสื่อสารเพื่อชักจูงใจ (Persuasive Communication) ที่จะมีต่อสินค้านั้นๆได้ (ภัทริน ลิ้มปรั่งพัฒนกิจ , 2551 ออนไลน์)

ปัจจุบัน จังหวัด สมุทรปราการ เป็นจังหวัดที่อยู่ในเขตปริมณฑล ซึ่งเริ่มมีศูนย์การค้าขึ้นหลากหลายแห่งในส่วนของเขต บางบ่อ บางพลี บางแก้ว เช่น เมกาบางนา มาร์เก็ตวินเลจ สุวรรณภูมิ โรบินสัน เป็นต้น ซึ่งศูนย์การค้าต่างๆ เหล่านี้ มี Shop หรือ มีร้านค้าที่ผู้บริโภคสนใจ

อยู่เป็นจำนวนมาก ที่มีการใช้ถุงช้อปปิ้งหรือบรรจุภัณฑ์ ที่มีตราสินค้าปรากฏอยู่ในการซื้อสินค้า หรือ ให้บริการต่างๆ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจทำการศึกษา เรื่อง การรับรู้คุณค่าตราสินค้าของผู้บริโภค ผ่านตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้ง ในเขตอำเภอ บางบ่อ จังหวัด สมุทรปราการ ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจแพชั่น ที่ต้องใช้ถุงช้อปปิ้ง หรือ บรรจุภัณฑ์ ในการให้บริการ รวมถึงการสร้างตราสินค้าให้คุณค่าตราสินค้าสูงขึ้น การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม ตรงกับกลุ่มเป้าหมายและตรงกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งของผู้บริโภคในเขตอำเภอ บางบ่อ จังหวัด สมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าของผู้บริโภคในเขตอำเภอ บางบ่อ จังหวัด สมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลขั้นพื้นฐานสามารถกำหนดกรอบแนวคิดของการทำวิจัยประยุกต์กับแนวคิดการรับรู้คุณค่าตราสินค้าของผู้บริโภค ผ่านตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งโดยใช้ ทฤษฎี Keven Lane Keller (1998) ได้ให้นิยามภาพลักษณ์ตราสินค้าว่าเป็นผลจากการเชื่อมโยงกับความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค โดยหลักการเชื่อมโยงภาพลักษณ์ตราสินค้าเกิดจากการเชื่อมโยงด้านการใช้งาน ได้จากการเชื่อมโยงสัมผัสกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ การเชื่อมโยงด้านสัญลักษณ์ ที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นตัวตนของตนเอง รวมถึงการยอมรับทางสังคม และการเชื่อมโยงด้านประสบการณ์ ที่เป็นความรู้สึกต่างๆภายหลังจากใช้สินค้าหรือบริการนั้นแล้ว โดยให้ความสำคัญ คุณประโยชน์ตราสินค้าแบ่ง ได้ 3 ประการ คือ

-คุณประโยชน์ด้านหน้าที่ (Functional Benefit)

-คุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์ (Symbolic Benefit)

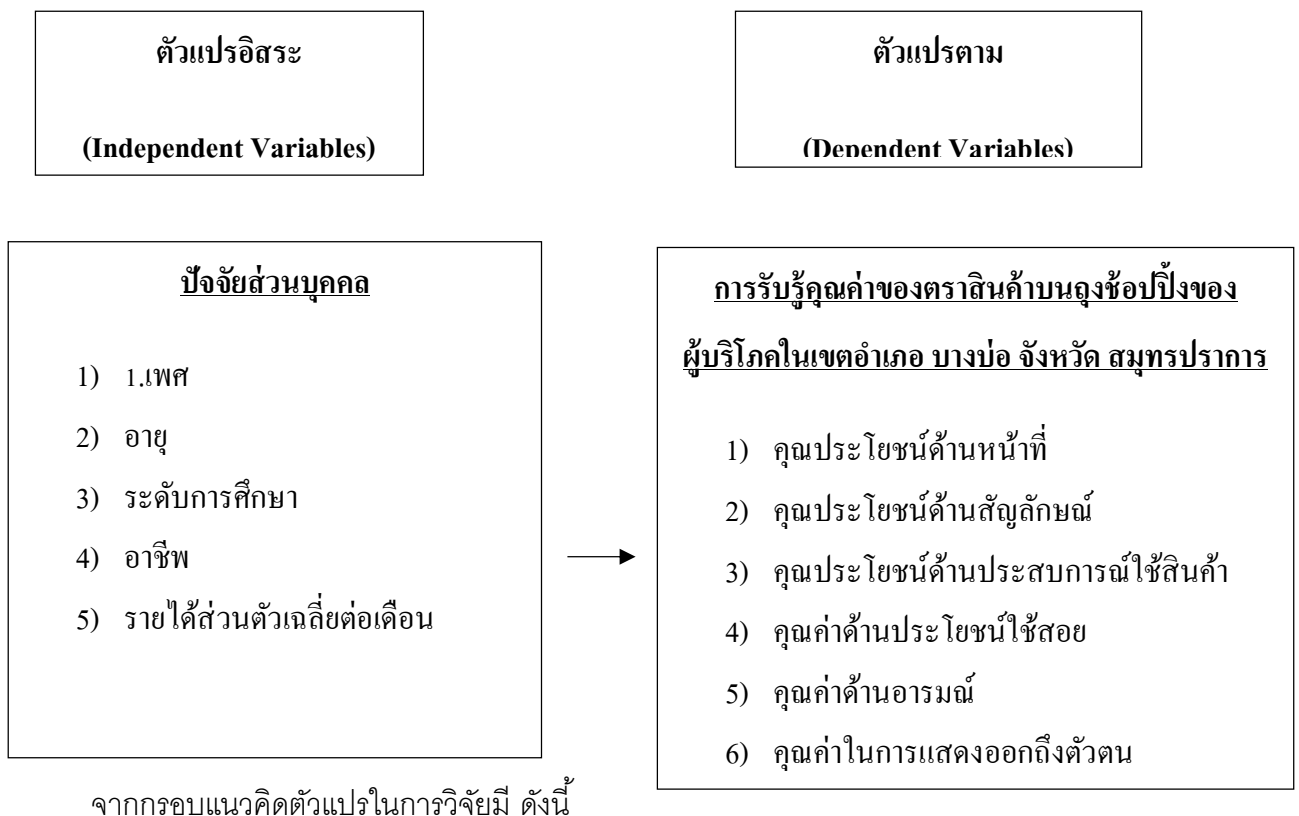
-คุณประโยชน์ด้านประสบการณ์ในการใช้สินค้า (Experiential Benefit)

และใช้ทฤษฎี คุณค่าตราสินค้า ของ Aaker (1996 อ้างใน กมลทิพย์ พลจันทร์ , 2557) แบ่งคุณค่าของตราสินค้าหนึ่งๆที่มีต่อผู้บริโภคนั้นออกเป็นลักษณะสำคัญ 3 ลักษณะ ดังนี้

-คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย (Functional Values)

-คุณค่าทางด้านอารมณ์ (Emotional Values)

-คุณค่าในการแสดงออกถึงตัวตน (Self-Expressive Values)



ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ การรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งของผู้บริโภคในเขตอำเภอ บางบ่อ จังหวัด สมุทรปราการ อันประกอบด้วย 1)คุณประโยชน์ด้านหน้าที่ 2)คุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์ 3)คุณประโยชน์ด้านประสบการณ์ใช้สินค้า 4)คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย 5) คุณค่าด้านอารมณ์ และ 6) คุณค่าในการแสดงออกถึงตัวตน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 18-35 ปี ในอำเภอ บางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ เหตุผลที่เลือกผู้บริโภคในช่วงอายุนี้ เพราะเป็นกลุ่มที่มีอำนาจซื้อสูง ตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายหากเกิดความพึงพอใจ (เฉลิมพล ไชยรัตน์ชัชวาลย์, 2551: ออนไลน์) รวมทั้งมีแนวโน้มว่าเป็นผู้บริโภคสินค้าแฟชั่น โดยส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าแฟชั่นเพื่อเสริมสถานภาพทางสังคม (Social Status) และสะท้อนบุคลิกภาพของตน (สุกรี แมนชัยนิมิต, 2552: ออนไลน์) ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยกำหนดขนาดตัวอย่างที่ความเชื่อมั่น 95% และให้มีความผิดพลาดได้ไม่เกิน 5% เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Average), ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation), สถิติค่า (t-test) และ (F-test) (One way ANOVA) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัย

ผู้บริโภคมีการรับรู้การรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้ง ในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ คุณประโยชน์ด้านหน้าที่ รองลงมาคือคุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์ คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย คุณค่าด้านอารมณ์ คุณประโยชน์ด้านประสบการณ์ในการใช้ และอันดับสุดท้ายคือคุณค่าในการแสดงออกถึงตัวตน ตามลำดับสรุปได้ดังนี้

คุณประโยชน์ด้านหน้าที่ พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือถุงช้อปปิ้งมีความสะดวกในการถือหรือการใช้งาน รองลงมาคือถุงช้อปปิ้ง ผลิตจากวัสดุคุณภาพดี และสุดท้ายคือ ถุงช้อปปิ้งมีการออกแบบสวยงาม น่าดึงดูดใจอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

คุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์ พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือรูปภาพหรือลายการพิมพ์ที่ปรากฏบนถุงช้อปปิ้ง สามารถสื่อความหมายและถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่ดีต่อตราสินค้า รองลงมาคือตรา

สัญลักษณ์ ที่ปรากฏบนถุงช้อปปิ้งดูสวยงาม ทันสมัย มีรสนิยมและสีของถุงช้อปปิ้งสามารถถ่ายทอดบุคลิกภาพของตราสินค้าได้อย่างชัดเจน และสุดท้ายคือเมื่อใช้แล้วรู้สึกภูมิใจ หรือ รู้สึกมีระดับ เมื่อใช้ถุงช้อปปิ้ง อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

คุณประโยชน์ด้านประสบการณ์ในการใช้สินค้า พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือถุงช้อปปิ้ง ทำให้รู้สึกพอใจ ประทับใจเมื่อได้ใช้ รองลงมาคือรู้สึกชอบตราสินค้าหรือสัญลักษณ์บนถุงช้อปปิ้ง, ถุงช้อปปิ้งทำให้รู้กลายเป็นจุดสนใจจากคนรอบข้างและถุงช้อปปิ้งทำให้รู้สึกมีความมั่นใจขึ้นเป็นของตัวเอง และสุดท้ายคือมีประสบการณ์ที่ดีกับการถือถุงช้อปปิ้ง ตามลำดับ

คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับแรกคือตราสินค้ามีคุณภาพ รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า มีการออกแบบสวยงาม น่าดึงดูดใจ และสุดท้ายคือผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตามลำดับ

คุณค่าด้านอารมณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอันดับแรกคือรู้สึกมีความเป็นตัวเองมากขึ้นเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า รองลงมาคือรู้สึกถึงความเป็นสากล เมื่อได้ใช้ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า และสุดท้ายคือรู้สึกสนุกสนาน มีชีวิตชีวา เมื่อได้ใช้ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า ตามลำดับ

คุณค่าในการแสดงออกถึงตัวตน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอันดับแรกคือเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าเพื่อบ่งบอกรสนิยมของตนเอง รองลงมาคือเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าเพื่อบ่งบอกถึงสถานภาพทางสังคมของตนเอง และสุดท้ายคือตราสินค้าที่เลือกใช้ช่วยบ่งบอกตัวตนได้อย่างชัดเจน ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการโดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ คุณประโยชน์ด้านหน้าที่ (Functional Benefit)

คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Values) และภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3 พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 4 พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 5 พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผล

จากผลวิจัยเรื่องการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งของผู้บริโภคในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัด สมุทรปราการ มีผลการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้การรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ คุณประโยชน์ด้านหน้าที่ รองลงมาคือคุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์ คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย คุณค่าด้านอารมณ์ คุณประโยชน์ด้านประสบการณ์ในการใช้สินค้า และอันดับสุดท้ายคือคุณค่าในการแสดงออกถึงตัวตน ตามลำดับ

คุณประโยชน์ด้านหน้าที่ พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย กมลทิพย์ พลขันธ(2556) พบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์อัตลักษณ์ตราสินค้าเชิงผลประโยชน์ที่ปรากฏบนถุงช้อปปิ้งพบว่าการรับรู้ภาพลักษณ์อัตลักษณ์ตราสินค้าเชิงผลประโยชน์ด้านหน้าที่ที่ปรากฏบนถุงช้อปปิ้ง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับทฤษฎี Keven Lane Keller

(1998) ที่กล่าวถึงคุณประโยชน์ด้านหน้าที่ (Functional Benefit) เป็นคุณประโยชน์โดยตรงของตราสินค้า เช่น โทรศัพท์มือถือสามารถใช้ติดต่อพูดคุยได้ติดต่อธุรกิจหรือเรื่องส่วนตัวได้สะดวกสบาย ดังนั้นร้านค้าหรือผู้ที่ประกอบธุรกิจประเภทที่ต้องใช้ถุงช้อปปิ้งในการสื่อสารคุณค่าตราสินค้า ต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า หรือ บริการ โดยการมุ่งเน้น พัฒนาปรับปรุงถุงช้อปปิ้ง มีการออกแบบที่ใช้งานได้หลายครั้ง ทนทาน มีความสะดวกสบายในการใช้งาน ทำให้แตกต่างจากคู่แข่งและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

คุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์ พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการโดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันโดยเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชายซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย นัทธ์หทัย เกาตระกูล (2552) คุณลักษณะทางประชากรในเรื่องเพศ มีผลต่อความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันโดยเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นสูงกว่าเพศชาย และสอดคล้องกับทฤษฎี Keven Lane Keller (1998) คุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์ (Symbolic Benefit) โดยส่วนใหญ่มักจะสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของผู้บริโภค ซึ่งเป็นประโยชน์ที่ได้รับจากส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณสมบัติด้านภาพลักษณ์ของผู้ใช้สินค้า ในเรื่องของกรยอมรับในสังคมทำให้เกิดหารยกย่อง มีหน้ามีหน้าในสังคม เช่น ผู้ใช้รถ Benz ใช้กระเป๋า Louis Vuitton เป็นต้น ถือว่าเป็นการบ่งบอกถึงภาพลักษณ์ของผู้ใช้ไปสู่สายตาผู้อื่น ดังนั้นร้านค้าหรือผู้ที่ประกอบธุรกิจประเภทที่ต้องใช้ถุงช้อปปิ้งในการสื่อสารคุณค่าตราสินค้า ควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายด้วย ว่าผู้ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้น เป็นเพศหญิงหรือชาย ต้องคำนึงถึงการออกแบบให้ตรงกับบุคลิกภาพของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ใช้ถุงช้อปปิ้งในชีวิตประจำวัน ทำให้มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสังคม หรูหรา มีระดับ เรียบหรู หากตรงกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ ถุงช้อปปิ้งมีส่วนในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆด้วย

คุณประโยชน์ด้านประสบการณ์ในการใช้สินค้า พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ คุณประโยชน์ด้านประสบการณ์ในการใช้สินค้า (Experiential Benefit) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย กมลทิพย์ พลพันธ์ (2556) พบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์อัตลักษณ์ตราสินค้าเชิงผลประโยชน์ด้านประสบการณ์ในการใช้สินค้า ที่ปรากฏบนถุงช้อปปิ้งโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับทฤษฎี Keven Lane Keller (1998) คุณประโยชน์ด้านประสบการณ์ในการใช้สินค้า เป็นคุณประโยชน์ที่ผู้บริโภครู้สึกภายหลังได้ใช้หรือทดลองใช้สินค้า บริการนั้นแล้ว ซึ่งเกิดได้จากคุณสมบัติโดยตรงและไม่เกี่ยวกับคุณสมบัติโดยตรง เช่น โทรศัพท์มือถือ ไอโฟน มีการใช้งานที่

ไม่ซับซ้อน เข้าใจง่าย ออกแบบรูปทรงถนัดมือในการใช้ น้ำหนักเบา เป็นต้น ดังนั้นร้านค้าหรือผู้ที่ประกอบธุรกิจประเภทที่ต้องใช้ถุงช้อปปิ้งในการสื่อสารหรือเป็นแรงจูงใจให้รับรู้คุณค่าตราสินค้ามากขึ้น ควรพิจารณา ในส่วนของการใช้ถุงช้อปปิ้งครั้งแรก ว่า มีการใช้งานง่าย สะดวกสบาย ถือแล้วถนัดมือ ไม่เล็ก หรือ ใหญ่เกินไป สามารถนำไปใช้ได้หลายครั้ง ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้ จะเป็นลูกค้าประจำของเจ้าของธุรกิจต่อไปได้

คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย (Functional Values) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย เบญจวรรณ ทองสิงค์ (2554) ผู้บริโภคมีระดับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าด้านประโยชน์ใช้สอยอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับทฤษฎี Aaker (1996 อ้างใน กมลทิพย์ พลพันธ์ , 2557) คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยของถุงช้อปปิ้ง เป็น การปกป้องผลิตภัณฑ์ และความสะดวกในการถือหรือในการใช้ เป็นต้น คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยจึงเป็นตัวเชื่อมต่อความสัมพันธ์ระหว่างสินค้าและผู้บริโภคโดยตรง หากตราสินค้าใดสามารถครอบครอง คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยหลักที่สำคัญของสินค้าประเภทหนึ่งแล้ว ตราสินค้านั้นเป็นผู้นำตลาด ข้อจำกัดของคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย คือโอกาสที่คู่แข่งจะลอกเลียนแบบและมีสินค้าเหมือนกันเป็นไปได้สูง ดังนั้นวิธีเดียวที่จะทำให้ตราสินค้ามีความแตกต่างที่โดดเด่นเหนือคู่แข่ง คือ การสร้างตราสินค้าให้มีคุณค่าอื่นๆ นอกเหนือจากการมีคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยเพียงอย่างเดียว ซึ่งอาจจะหมายถึงการมอบคุณค่าทางด้านอารมณ์ และคุณค่าในการแสดงออกถึงตัวตนให้แก่ผู้บริโภค

คุณค่าด้านอารมณ์ พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย กมลทิพย์ พลพันธ์ (2556) ทศนคติในการรับรู้คุณค่าตราสินค้าคุณค่าทางด้านอารมณ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับทฤษฎี Aaker (1996 อ้างใน กมลทิพย์ พลพันธ์ , 2557) ความรู้สึกในทางบวกของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นเมื่อได้ซื้อหรือใช้ตราสินค้านั้นๆ โดยในการที่ค้นพบ คุณค่าด้านอารมณ์ของตราสินค้านั้น ซึ่งการรับรู้คุณค่าตราสินค้าด้านอารมณ์จะมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถของตราสินค้าในการสร้างประสบการณ์ในขณะที่ผู้บริโภคเป็นเจ้าของและใช้สินค้าให้เต็มไปด้วยอารมณ์และความรู้สึกที่ดีๆ ดังนั้น การทำให้ผู้บริโภคประทับใจครั้งแรกเมื่อได้ใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ ทำให้ผู้บริโภคใช้อารมณ์ในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ เช่น ชอบ ใช้แล้วสะดวกสบาย และจะส่งผลให้เป็นผู้บริโภคที่จงรักภักดีต่อตราสินค้านั้นตลอดเมื่อนึกถึงสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง

คุณค่าในการแสดงออกถึงตัวตน พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนฉลากข้อปิ้งในเขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ คุณค่าในการแสดงออกถึงตัวตน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยกมลทิพย์ พลพันธ์ (2556) ทศนคติในการรับรู้คุณค่าตราสินค้าคุณค่าทางการแสดงออกถึงตัวตน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับทฤษฎี Aaker (1996 อ้างใน กมลทิพย์ พลพันธ์ , 2557) คุณค่าในการแสดงออกถึงตัวตนถือเป็นจุดสูงสุดแห่งการสร้างตราสินค้า โดยการสร้างคุณค่าในการแสดงออกถึงตัวตนนั้นต้องเริ่มจากการสร้างคุณค่าดังกล่าวให้แก่ตราสินค้าก่อน เมื่อถึงเวลาผู้บริโภคก็จะรับรู้ในคุณค่าต่างๆ เหล่านี้ผ่านการเป็นเจ้าของหรือได้ใช้ตราสินค้า ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดของตราสินค้าที่สร้างคุณค่าและถ่ายทอดคุณค่าต่างๆ เหล่านี้มายังผู้บริโภคในขณะที่ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกว่า ได้สะท้อนตัวตนออกมา คือ สินค้าแบรนด์เนม (Brand Name) ต่างๆ เน้นการสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นสินค้าระดับพรีเมียม ราคาแพง ผู้บริโภคที่มีฐานะทางการเงินดีก็เลือกใช้ ความหมายว่า เป็นการย้่าฐานะทางการเงินและความสำเร็จในชีวิตและหน้าที่การงาน สามารถสะท้อนตัวตนในปัจจุบัน ในขณะที่ผู้บริโภคที่ไม่มีฐานะทางการเงินดีพอที่จะเป็นเจ้าของสินค้าแบรนด์เนมเหล่านั้นจะพยายามดิ้นรน เพื่อเป็นเจ้าของสินค้าแบรนด์เนมสักชิ้น หรือ เลือกใช้สินค้าแบรนด์เนมที่ทำให้เลียนแบบสินค้าจริงเพื่อสะท้อนตัวตนที่ตนเองต้องการจะเป็นให้ผู้อื่นได้รับทราบ (ศรีกัญญา มงคลศิริ ,2547 , หน้า 81-84) ดังนั้น ผู้ประกอบการ ควรมีการคำนึงในส่วนของคุณภาพสินค้าในส่วนของคุณภาพเป้าหมาย ซึ่งมีทั้งจ่ายสูง มีความต้องการสูง เพราะฉะนั้น ต้องมีการทำตราสินค้าที่ปรากฏบนฉลากข้อปิ้ง ให้โดดเด่น สวยงาม ทนทาน และแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน เพื่อป้องกันการสับสนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัย เรื่อง การรับรู้คุณค่าของตราสินค้าบนฉลากข้อปิ้งของผู้บริโภคในเขตอำเภอ บางบ่อ จังหวัด สมุทรปราการผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะรายละเอียดดังนี้

1. คุณประโยชน์ด้านหน้าที่ โดยการมุ่งเน้น พัฒนา ปรับปรุงฉลากข้อปิ้ง มีการออกแบบที่ใช้งานได้ง่ายหลายครั้ง ทนทาน มีความสะดวกสบายในการใช้งาน ทำให้แตกต่างจากคู่แข่งและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อจะได้ขยายกลุ่มลูกค้าได้หลากหลายกลุ่ม รวมถึงขยายตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ

2. คุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์ ต้องคำนึงถึงตราสินค้าเป็นอย่างดี เนื่องจาก ตราสินค้ามีชื่อเสียง มีระดับ มีความเป็นหนึ่งในตลาดนั้นๆ จะส่งผลให้ผู้ใช้สินค้า หรือ บริการนั้นๆ เกิดภาพลักษณ์ที่ดี มีระดับ เป็นผู้นำ มีฐานะที่ดี ต้องมีการรักษาตราสินค้าให้อยู่ในระดับนี้ตลอดไป ไม่ควรทำความเสียหายให้กับตราสินค้า เพราะจะส่งผลยอดขาย หรือ กลุ่มเป้าหมาย น้อยลง ดังนั้น ผู้ประกอบการไม่ควรละเลยในการรักษาภาพลักษณ์ของตราสินค้า นี้ๆ และควรรักษากลุ่มลูกค้าให้อยู่กับตราสินค้าตลอดไป

3. คุณประโยชน์ด้านประสบการณ์ในการใช้สินค้า มุ่งเน้นการใช้สินค้า หรือ บริการครั้งแรกกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ถ้าครั้งแรกมีความประทับใจในการใช้ ส่งผลให้ ลูกค้ากลุ่มนี้กลับมาซื้อซ้ำอย่างแน่นอน และผู้บริโภคกลุ่มนี้จะเป็นคนสื่อสารให้มียุทธศาสตร์เพิ่มมากขึ้น จากการบอกปากต่อปาก ซึ่งควรรักษาลูกค้ากลุ่มนี้ไว้ และต้องมีการพัฒนาจุดข้อบ่งชี้ ให้ดูทันสมัย ทนทาน สะดวกสบาย ในการใช้ สามารถใช้ได้หลายครั้ง

4. คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย ควรมีการเพิ่มประโยชน์ของจุดข้อบ่งชี้ ทั่วไป ให้มีการใช้งานได้หลากหลาย ใช้ได้หลายครั้ง ใช้มอบในโอกาสสำคัญ หรือ ใช้เป็น เครื่องประดับ โดยมีการออกแบบให้ทันสมัย มีรูปแบบตราสินค้าที่โดดเด่น เมื่อใช้หรือมอบให้ บุคคลอื่นแล้ว เกิดความประทับใจในการให้และรับ อีกทั้งยังสามารถเอาไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ อีก

5. คุณค่าด้านอารมณ์ จะต้องคำนึงถึงตราสินค้า ควรมีการพัฒนาตรา สินค้า หรือพัฒนาจุดข้อบ่งชี้ตลอดเวลา ให้ต้องกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งทุกการตัดสินใจ ของผู้บริโภคจะมีการใช้อารมณ์ในการตัดสินใจซื้อ ถ้าองค์ประกอบ ด้านร้านค้า ด้านพนักงานขาย ด้านสินค้า ด้านตราสินค้า โดยรวมมีภาพลักษณ์ หรือ มีการบริการที่ดี จะส่งผลให้มีการตัดสินใจได้ เร็วมากขึ้น

6. คุณค่าในการแสดงออกถึงตัวตน มุ่งเน้นภาพลักษณ์หรือบุคลิกของ ผู้บริโภคเป็นหลัก ให้ความสำคัญกับผู้บริโภคสูง ต้องทำให้ตราสินค้ามีความโดดเด่น เป็นที่รู้จัก และเมื่อใช้สินค้าหรือบริการนั้นแล้ว สามารถบ่งบอกบุคลิกภาพของผู้ใช้ได้โดยไม่ต้องอธิบาย

เอกสารอ้างอิง

หนังสือ/วารสาร

วุฒิ สุขเจริญ.(2555).**พฤติกรรมผู้บริโภค** พิมพ์ครั้งที่ 2

ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2547). **Brand management** . กรุงเทพฯ: นิตยสาร Brand Age.

สุภาภักดิ์ดิกลงไชยชาญวุฒิ.(2547). “ผลของการวางผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค”:Journal of Communication Arts

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

งานวิจัย เข้าถึงข้อมูลได้จาก //tdc.thailis.or.th/ สืบค้นวันที่ 28/7/2561

ดลชัย บุญยะรัตเวช.2552. **คิดไกลให้แบรนด์เก่งเข้าถึงข้อมูลได้จาก** www.dapper.com

สืบค้นวันที่ 29/7/2561

ทฤษฎีการรับรู้ เข้าถึงข้อมูลได้จาก_https://www.novabizz.com/ สืบค้นวันที่ 27/7/2561

นภัสกร ศักดานุวงศ์.2545. **การวัดคุณค่าตราสินค้าในตลาดที่มุ่งสู่องค์กร** ธุรกิจวิทยานิพนธ์

(นศ.ม.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บุริม โอทกานนท์. 2552. **4C's การตลาดปฎิวัติ** เข้าถึงข้อมูลได้จาก

<http://gotoknow.org/blog/jazz-zie/245074Lauterborn.1990> สืบค้นเมื่อ 29/7/2561

ภัทริน ลิ้มปรุ่งพัฒนกิจ. 2551. **การออกแบบถุงช้อปปิ้ง** เข้าถึงข้อมูลได้จาก

<http://www.finearts.cmu.ac.th/>สืบค้นวันที่ 28/7/2561

อนุชิต ศิริกิจ. 2550. **อิทธิพลของคุณลักษณะและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อมูลค่าทุน**

ตราสินค้าผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วารสาร

พาณิชยศาสตร์บริหารพา ปริทัศน์ 3,1(ตุลาคม) 92-112.

วิทยานิพนธ์/งานวิจัย

- กมลทิพย์ พลจันทร์ .2556. **ทัศนคติ การรับรู้คุณค่าตราสินค้า กลุ่มอ้างอิง และความไว้วางใจของผู้บริโภค ผ่านอัตลักษณ์ (ลักษณะเฉพาะ) ของตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งมีผล การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ**
- ชัยนันท์ เพ็ชร์อำไพ.2552. **องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคใน ธุรกิจ E-Marketplace ของประเทศไทย วิทยาศาสตร์บัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**
- จิตติมา ศรีเจริญ .2558. **ความต้องการความเป็นเอกลักษณ์ การรับรู้คุณค่าตราสินค้า และตระหนักรู้ในแฟชั่นที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์เนมของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร คณะ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ**
- ธาริรัตน์ คล่องคดีรัฐ .2559. **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าของร้านเซสเตอร์กริลล์ สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต ธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี**
- เบญจวรรณ ทองสิงค์ .2554. **การรับรู้คุณค่าตราสินค้าของผู้บริโภคผ่านอัตลักษณ์ตราสินค้าบนถุงช้อปปิ้งบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**
- ภัทรภรณ์ สุขใสภี .2557. **การรับรู้คุณค่าตราสินค้าของผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาด โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมธิราช**
- ภาวดี ผิวขาว .2559. **คุณค่าตราสินค้าทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าและความเกี่ยวพัน ในเรื่องแฟชั่นที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าแฟชั่นตราสินค้าเกรสาวด์ของผู้บริโภค ภายในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต**

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เมธกา เพชรพนาเวช .2557. การวิเคราะห์องค์ประกอบการรับรู้คุณค่าตราสินค้าธนาคาร

ออมสินของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย

วรพล ช้วยสมบัติ .2553. **สื่อที่ใช้ในการโฆษณาที่ส่งผลการรับรู้คุณค่าตราสินค้า**(Brand

Equity) ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีเครื่องดื่ม Big Cola บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัย กรุงเทพ

สินีนุช สมคิด. 2557 .**การรับรู้คุณค่าตราสินค้าและพฤติกรรมการซื้อสินค้าH&M ของ**

ผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานคร หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสาร

การตลาด มหาวิทยาลัย บูรพา

สิริมา เดชภิญญา .2560. **การรับรู้การจัดการด้านความปลอดภัยของพนักงานบริษัท ABC**

บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

สุจิตกานต์ พันจิต.2558. **การรับรู้คุณค่าตราสินค้า พญาวิลล์ ในเขตกรุงเทพมหานครและ**

ปริมณฑล บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมวิราช

สุศิษฏา อินทรา. 2551 **การสื่อสารตราสินค้ากับความแข็งแกร่งของตราสินค้า “ดอยคำ” .**

กรุงเทพฯ บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า

อรรจน์ วิสุทธิถาวรวงศ์ .2548. **การวัดคุณค่าตราสินค้าโดยตัว** วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การวิจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ

ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

The Use of Marketing-Mix Factors Affecting the Behavior in Using the Services of TOPS Supermarket in Bangkhen District, Bangkok

ฐานิดา อิศมัญ Thanida Ismun¹

วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ Wilailak Ratanapenatamma²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการวิจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และเพื่อศึกษาพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการของ

ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้ค่า t-test และ F-test (One-way ANOVA) ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใช้การทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และอันดับสุดท้ายคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้บริโภครายที่มีอายุและสถานภาพต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านพฤติกรรม พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการในร้านสะดวกซื้อท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในแต่ละครั้งมากที่สุด คือ ตัวเอง โดยเลือกซื้อสินค้าในช่วงเวลา 12.01 - 15.00 น. เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้จำนวน 31-40 นาที มีความถี่น้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยจำนวนเงิน 200 - 300 บาท ซื้อสินค้าประเภทเครื่องดื่ม และมีแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการเป็นการซื้อซ้ำ และมีเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการเพราะผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ประจำ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

ABSTRACT

The objectives of this research were to analyze the use of the marketing-mix factors affecting the decision-making in using the services of TOPS Supermarket in Bangkhen District, Bangkok, 2) compare the use of marketing-mix factors affecting the decision-making in using the services of TOPS Supermarket in Bangkhen District, Bangkok, classifying according to the personal factors, and 3) analyze the behavior affecting the decision-making in using the services of TOPS Supermarket in Bangkhen District, Bangkok. The population used in this research were four hundred service users of three branches of TOPS Supermarket located in Bangkhen District, Bangkok. These three branches were: TOPS Market at Central Plaza, Ramintra; TOPS Daily Mini Supermarket, Ramintra; and TOPS Market Robinson, Fashion Island. The research tool was the questionnaire. The data received were analyzed by descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation), and by inferential statistics, these were t-test, and F-test (One-way ANOVA). If the difference with pair-wise comparisons at 0.05 were found, the Least Significant Difference (LSD) was used to determine the difference.

The results revealed that the majority of the respondents used the overall marketing-mix factors affecting their decision-making in using services of TOPS Supermarket in Bangkhen District, Bangkok at high level. When considering at each factor, the factor of product received the highest mean score. Next on down were price, marketing promotion, and channel of distribution, respectively. The results of the hypothetical testing showed that the respondents who were from different gender, educational background, and average monthly income used different marketing-mix factors affecting their decision-making in using services of TOPS Supermarket in Bangkhen District, Bangkok at statistical significant level of 0.05. On the other hand, the respondents who were from different age group and marital status used different marketing-mix factors affecting their decision-making in using the services of TOPS Supermarket in Bangkhen District, Bangkok at no statistical significant level of 0.05. In terms of the behavior, the results found that the persons who mostly influenced their decision-making in purchasing products and using services of TOPS Supermarket in Bangkhen District, Bangkok were the respondents themselves. They usually purchased the products and used the services at TOPS Supermarket in Bangkhen District from 12:01-15:00 hrs. They usually spent 31-40 minutes per visit and used the services less than four times/month. The majority of them spent about 200-300 baht/purchase. The product they mostly purchased was beverages. They also had tendency to repurchase and came back for using the services again. Their main reason for their decision-making in purchasing and using services at TOPS Supermarket in Bangkhen District was because of the good quality of products.

Key Words: Marketing-Mix Factors; TOPS Supermarket; Bangkhen District

บทนำ

ในปัจจุบันธุรกิจห้างสรรพสินค้าประเภทค้าปลีกขนาดใหญ่เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อ เศรษฐกิจของประเทศ นอกจากจะเป็นธุรกิจที่ทำรายได้สูงเป็นอันดับสองรองจากอุตสาหกรรมและมีอัตรา การจ้างงานมากเป็นอันดับสามรองจากภาคเกษตรและภาคบริการแล้วธุรกิจการค้าปลีกยังส่งผล กระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนโดยตรง ธุรกิจการค้าปลีกจึงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่งในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศโดยรวม และยังเป็นกลไก ในการขับเคลื่อนการพัฒนามาตรฐานการครองชีพและคุณภาพชีวิตของคนในสังคม โดยจะทำหน้าที่ เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงและกระจายสินค้าจากผู้ผลิตและนำสู่ผู้บริโภค ธุรกิจห้างสรรพสินค้าเป็นหนึ่งในประเภทของการค้าปลีกขนาดใหญ่ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญ และมีแนวโน้มการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องตามอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรและพฤติกรรมของ ผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งยังส่งผลโดยรวมต่อเศรษฐกิจของประเทศและสังคม และพฤติกรรม การเลือกบริโภคของคนในสังคมเพื่อสนองความต้องการและสนองความพึงพอใจ (นิษฐนิกา ธนพิริยพงศ์ : 2556)

ห้างสรรพสินค้าเป็นการให้บริการของการค้าปลีกรูปแบบหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้บริโภคเนื่องจากรูปแบบของห้างสรรพสินค้าในปัจจุบันจะมีลักษณะการให้บริการแบบครบวงจรกล่าวคือเป็นการรวบรวมของสินค้านานาชนิด ซึ่งผู้บริโภคสามารถหาซื้อสินค้า และเข้ารับบริการต่าง ได้ครอบคลุมทุกด้าน ประหยัดเวลาในการจับจ่ายใช้สอย นอกจากนี้ยังมีธุรกิจอื่นๆ เช่น ธนาคาร ร้านอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างครบครัน นอกจากนี้ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ยังตั้งอยู่ในทำเลที่มีการเดินทางไปมาสะดวก และที่สำคัญคือ มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้บริหารพื้นที่ขายและสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเรียกความสนใจจากลูกค้าให้มาจับจ่ายซื้อสินค้าแทนการซื้อสินค้าจากตลาดสด และร้านค้าปลีกขนาดเล็กทั่วไป การขยายตัวของห้างสรรพสินค้าในปัจจุบันมีการแข่งขันอย่างรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผู้บริหารห้างสรรพสินค้าแต่ละแห่งพยายามหาแนวทาง และดึงเอาลัทธิต่าง ๆ มาใช้ในการบริหารและจัดการทั้งทางด้านการบริหารการตลาด ประกอบกับการวางแผนด้านอื่น ๆ ควบคู่กันไป เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด เนื่องจากการบริหารการตลาดนั้น เป็นกระบวนการในการวางแผนและการบริหารจัดการจำหน่าย การสร้างความคิดด้านสินค้าและบริการ เพื่อสร้างให้เกิดการแลกเปลี่ยนโดยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรหรือธุรกิจ และเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีลักษณะแตกต่างหลากหลายอย่างที่สุด จากสภาวะการแข่งขันระหว่างธุรกิจค้าปลีกและการให้ความสำคัญของการให้บริการจึงทำให้การบริการลูกค้าเป็นงานที่สำคัญและเป็นหัวใจหลักของธุรกิจที่จะสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าและนำธุรกิจไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ดำเนินธุรกิจในรูปแบบของ “ไฮเปอร์มาร์เก็ต” หรือ “ซูเปอร์เซ็นเตอร์” ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ บริษัท ท็อป ซูเปอร์มาร์เก็ต ผู้นำในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ของไทย มีจุดเด่นในการจำหน่ายสินค้าคุณภาพ ราคาประหยัด ที่หลากหลาย บริการที่ดีเยี่ยม เป็นศูนย์กลางการ

จับจ่ายแบบครบวงจรที่สะดวกครบครัน และมีร้านค้าหลากหลายรูปแบบที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทุกกลุ่ม ท็อป ซูเปอร์มาร์เก็ต มีสาขากระจายอยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ ทั้งราชอาณาจักร

อาหารสด อาหารแห้ง เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องใช้ไฟฟ้าอุปกรณ์ และเครื่องใช้ภายในบ้าน

เขตบางเขนเป็นเขตที่มีความเจริญและถือเป็นย่านธุรกิจที่สำคัญแห่งหนึ่งในภาคกลาง เช่น การค้าขาย การคมนาคมขนส่ง ดังจะเห็นได้จากจำนวนประชากรในจังหวัดนนทบุรีมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี ที่แสดงให้เห็นการขยายตัวทางเศรษฐกิจได้รวดเร็ว ความต้องการทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภค และสินค้าอุปโภค บริโภค ย่อมมีสูงตามขึ้นไปด้วย จึงส่งผลให้ธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับความ เป็นอยู่ในชีวิตประจำวัน คือ ธุรกิจค้าปลีกเจริญเติบโตไปด้วย ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านธุรกิจ ห้างสรรพสินค้าเพิ่มมากขึ้น นอกจากทำเลที่ตั้ง ขนาด และความหลากหลายที่แต่ละห้างจะนำมาเสนอต่อ ผู้บริโภคแล้ว ปัจจัยอีกอย่างที่จะมองข้ามไม่ได้ คือ การบริการเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้มาใช้ บริการหรือลูกค้าให้เกิดความประทับใจมากที่สุด

ด้วยเหตุนี้ปัญหาการแข่งขันด้านการให้บริการของท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตดังที่กล่าวมาข้างต้นจึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่ศึกษา “การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ในเขตบางเขน” อันจะส่งผลดีต่อการบริหารงานของห้างท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ดังนั้น ผลการวิจัยในครั้งนี้จะสามารถนำข้อมูลส่วนหนึ่งมาใช้ในการปรับปรุงการบริหารจัดการภายในท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต รูปแบบวิธีการ และพัฒนาการให้บริการให้ได้มาตรฐาน และตระหนักถึงความสำคัญในการ ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดให้เกิดกับลูกค้าที่มาใช้บริการให้มากที่สุด เพราะมีผลต่อการกลับมาใช้บริการ ซ้ำ ทั้งการต้อนรับของพนักงาน การบริการก่อนการขาย การบริการหลังการขายตลอดจนสภาพแวดล้อมของ สถานที่ที่ให้บริการสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นการจูงใจให้ลูกค้าเกิดความต้องการที่จะกลับมาใช้บริการของท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต อีกทั้งยังทำให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าผู้มาใช้บริการท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต เพื่อสามารถปรับกลยุทธ์ แนวทางการดำเนินงานต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ในเขตบางเขน
2. เพื่อเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ในเขตบางเขน

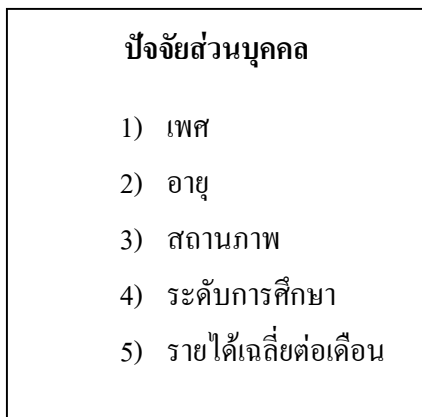
3

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ในเขตบางเขน

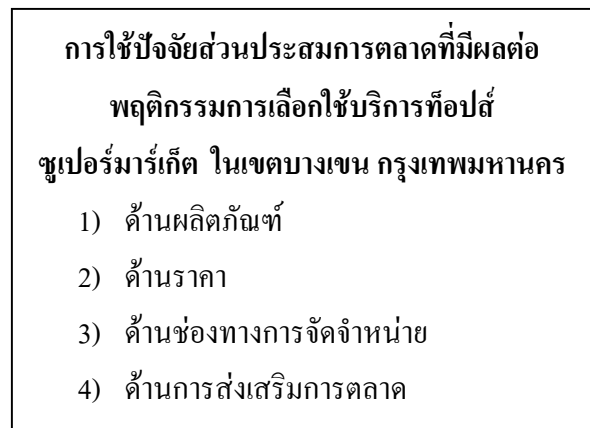
กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา ผลงานวิจัยแนวคิดของนักวิชาการหลายท่านนำมาบูรณาการ ซึ่งจะศึกษาเฉพาะการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการท้อปส์ ชูเปอร์มาร์เก็ต ในเขตบางเขน กรุงเทพมหานครโดยนำแนวคิดทฤษฎีของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2552) ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรที่ใช้ประกอบในการวิจัยดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)



ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการของท้อปส์ ชูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้ค่า t-test และ F-test (One-way ANOVA) ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใช้การทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัย

ผู้ให้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการท้อปส์ ชูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการท้อปส์ ชูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และอันดับสุดท้ายคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ สินค้าได้รับมาตรฐานจาก ออย. ภาพยนตร์ระบุการรับรองมาตรฐาน และรางวัลต่างๆ สินค้ามีเครื่องมือ, กระบวนการผลิต และการวิเคราะห์คุณภาพเชื่อถือได้ สินค้ามีให้เลือกซื้อหลากหลายและสินค้ามีคุณภาพสูงเทียบเท่าร้านค้านอื่น ๆ และสินค้าใช้วัตถุดิบ สารเคมีที่มีประสิทธิภาพตามลำดับ

ด้านราคา พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ สินค้ามีหลากหลายราคาให้เลือกซื้อ มีราคาที่มาตรฐาน แน่นนอน/ชัดเจน ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ และการบริการ การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต มีระยะเวลาในการชำระเงินที่เหมาะสมและการให้ส่วนลดเงินสด ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ สามารถซื้อสินค้าในรูปแบบ online การบริการด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย ได้มาตรฐาน พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการในการใช้บริการ ความรวดเร็วในการให้บริการ ความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท และมี call center เพื่อสั่งสินค้าและตอบปัญหาต่างๆ ให้กับลูกค้า ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ สะสมแต้ม the one card การสะสมและแลกใช้ สปอต มั่นนี้ แคมเปญโฆษณาผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ตต่างๆ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (line) เว็บไซต์ ป้ายโฆษณาที่เห็นได้ง่าย เป็นต้น มีโปรโมชั่นต่างๆ เช่น Red hot ลดสุดขีด 1 แกรม 1 คุปองส่วนลด เป็นต้น มีการจัดกิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลวิชาการ และการตลาดของสินค้าและการโฆษณาผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ตต่างๆ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (line) เว็บไซต์ ป้ายโฆษณาที่เห็นได้ง่าย เป็นต้น ตามลำดับ

ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย

สมมติฐานที่ 2 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่ออปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่ออปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่ออปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 5 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่ออปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องการให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่ออปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่ออปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 4 ด้าน โดยภาพรวม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	\bar{X}	SD.	ระดับการให้ปัจจัย	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.04	0.617	มาก	1
ด้านราคา	3.91	0.597	มาก	2
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.79	0.633	มาก	4
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.89	0.653	มาก	3
รวม	3.91	0.547	มาก	

ผู้ให้บริการให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่ออปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ให้บริการให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่ออปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือด้านผลิตภัณฑ์

รองลงมาคือด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และอันดับสุดท้ายคือด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการทีโอพีส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑาทิธน์ ปิจิตร์ (2559) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาราชบุรี ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์/บริการอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรี สกลรัตน์ศักดิ์ (2554) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าในตลาดสด พระราม 5 จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่าซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์บริการอยู่ระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (Services Marketing Mix -7Ps) ของอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2552) กล่าวถึง ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่เสนอขายโดยผู้ประกอบการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและทำให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าโดยการพิจารณาเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรเลือกสินค้ามีคุณภาพสูงเทียบเท่าห้างสรรพสินค้าอื่นๆ ควรได้รับมาตรฐานจาก ออย. ภาชนะบรรจุระบุการรับรองมาตรฐาน และรางวัลต่างๆ และสินค้ามีให้เลือกซื้อหลากหลาย เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการรู้จักและเกิดแรงจูงใจที่จะซื้อสินค้า ซึ่งพนักงานขายสินค้ามีส่วนในการกระตุ้นค่อนข้างได้ดี เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่จัดอยู่ในกลุ่มที่ไม่จำเป็นเนื่องจากผู้บริโภคสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้แม้จะไม่มีผลิตภัณฑ์ชนิดนี้

ด้านราคา พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการทีโอพีส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนากร มาอุทธรณ์ (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคต่อร้าน Max Value ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดด้านราคาอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภักดี สูงใหญ่ ธีร์ธนิษ์ ศิริไวยาร และวันทนีย์ ภูมิภัทราคม (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้ำที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้ำที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ด้านราคาอยู่ในระดับมากเช่นกัน และสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (Services Marketing Mix -7Ps) ของอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2552) กล่าวถึง ราคา เป็นต้นทุนหรือจำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่ผู้ใช้บริการต้องจ่ายเพื่อให้ได้สินค้าหรือการบริการนั้นมา ดังนั้น ผู้ประกอบการควรตั้งราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ และการบริการ มีราคาที่มีมาตรฐาน แน่นนอน/ชัดเจน สินค้ามีหลากหลายราคาให้

เลือกซื้อ เพื่อการดึงดูดให้ลูกค้าสนใจและหันมาซื้อผลิตภัณฑ์และใช้บริการที่ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตมากขึ้น
ในอนาคต

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐชา จันทร์สุวรรณ (2559) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมในการใช้บริการร้านอาหาร เดอะพิกซ์ซ่า คอมปะนี ที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาบางแค ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตรกมล สังข์เพชร (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า สาขาสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่า ตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดบริการในการใช้บริการศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า สาขาสุราษฎร์ธานีด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) กล่าวถึง ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นการสนับสนุนการกระจายสินค้าสู่ตลาด โดยมีการบริการด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย ได้มาตรฐาน มีความสะดวกสบายในการติดต่อกับบริษัท รวมถึงความรวดเร็วในการให้บริการ และควรมี call center เพื่อส่งสินค้าและตอบปัญหาต่างๆ ให้กับลูกค้า เพื่อลดปัญหาเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตได้

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐชา จันทร์สุวรรณ (2559) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมในการใช้บริการร้านอาหาร เดอะพิกซ์ซ่า คอมปะนี ที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาบางแค ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนากร มาอุทธรณ์ (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคต่อร้าน Max Value ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) กล่าวถึงการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคมีอยู่มากมาย โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ และบริษัทคู่แข่ง การส่งเสริมการตลาดอย่าง เช่น การโฆษณา พนักงานขาย จัดโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อทำให้เกิดแรงจูงใจระยะสั้นและเป็นการกระตุ้นให้เกิดการบริโภคสินค้า เช่น การลด แลก แจก แถม การชิงโชคแจกรางวัลต่าง ๆ หรือ มีโปรโมชั่นต่างๆ เช่น Red hot ลดสุดขีด 1 แถม 1 คุปองส่วนลด เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ด้านผลิตภัณฑ์ ควรเลือกสินค้าได้รับมาตรฐานจาก อย. มีคุณภาพสูงเทียบเท่าร้านค้าอื่น ๆ สินค้าและบริการควรใช้วัตถุดิบ สารเคมีที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงมีเครื่องมือ กระบวนการผลิต และการวิเคราะห์คุณภาพเชื่อถือได้ และภาชนะบรรจุระบบการรับรองมาตรฐาน และรางวัลต่างๆ เพื่อสร้างความเชื่อถือ และสินค้าและบริการควรมีให้เลือกซื้อหลากหลาย

ด้านราคา ควรตั้งราคาที่มาตรฐาน แน่นนอน/ชัดเจน ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ และการบริการ ส่วนสินค้ามีหลากหลายราคาให้เลือกซื้อ รวมถึงการบริการด้านระยะเวลาในการชำระเงินที่เหมาะสม หรือการบริการชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิต หรืออาจจะมีการให้ส่วนลดเงินสดเป็นช่วงโปรโมชั่น เพื่อเป็นการสร้างแรงดึงดูดลูกค้าเพื่อให้เข้ามาใช้บริการห้างสรรพสินค้า

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีช่องทางให้บริการกับลูกค้า โดยมี call center เพื่อสั่งสินค้า และตอบปัญหาต่างๆ ให้กับลูกค้า ความรวดเร็วในการให้บริการ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการในการใช้บริการ รวมถึงการบริการด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย ได้มาตรฐาน และเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการติดต่อกับบริษัท หรืออาจจะมีการเพิ่มช่องทางในการให้บริการผ่าน สื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์ เว็บไซต์ เป็นต้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ตต่างๆ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (line) เว็บไซต์ ป้ายโฆษณาที่เห็นได้ง่าย เป็นต้น รวมถึงมีโปรโมชั่นต่างๆ เช่น Red hot ลดสุดขีด 1 แถม 1 คุปองส่วนลด เป็นต้น มีการจัดกิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลวิชาการ และการตลาดของสินค้า รวมถึงให้ลูกค้าสะสมแต้ม the one card และการสะสมและแลกใช้สเปค มัสนี้ แบค เพื่อเป็นการคืนกำไรให้กับลูกค้า

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรศึกษาความพึงพอใจในการซื้อสินค้าที่ท็อป ซูเปอร์มาร์เก็ต (Top Supermarket) ของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกจึงควรต้องอาศัยการวิจัยเชิงคุณภาพในการเก็บข้อมูลรูปแบบอื่นๆ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เป็นต้น

2. ควรศึกษาไปยังผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ นอกเหนือในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร เนื่องจากมุมมองความคิดและการตัดสินใจใช้บริการที่ท็อป ซูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคจังหวัดอื่นๆ อาจแตกต่างกันไป เพื่อให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้ทราบถึงความสำคัญในแง่ต่างๆ ที่ผู้บริโภคนึกถึงและนำไปปรับใช้เป็นกลยุทธ์ที่จะพัฒนาบริษัทหรือองค์กรได้ต่อไป

บรรณานุกรม

หนังสือ

ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2552). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์เน้นสำหรับงานวิจัย.

สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : กรุงเทพฯ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่ พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ:

บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

_____ . (2552). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท วิสิทธ์พัฒนา จำกัด.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2552). การบริหารการตลาด ฉบับมาตรฐาน. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ข้อมูล ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต. (16 มิถุนายน 2561) สืบค้นจาก :

<https://corporate.tops.co.th/th/central-food-retail>

วิทยานิพนธ์/งานวิจัย

จิตรกมล สังข์เพชร. (2559) . ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการศูนย์การค้า

เซ็นทรัล พลาซ่า สาขาสุราษฎร์ธานี. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

จุฑารัตน์ ปิจิตร และคณะ. (2559). พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการ

เลือกใช้บริการห้างสรรพสินค้าบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาราชบุรี .คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.

ณัฐชา จันทร์สุวรรณ. (2559). พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเดอะ พิชซ่า คอมปะนี ที่

ห้างสรรพสินค้า เดอะมอลล์ สาขาบางแค. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม.

ธนากร มาอุทธรณ์ . (2557). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ต่อร้าน Max Value. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

นิษฐิณีภา ธนพิริยพงศ์. (2556). การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อ

ความพึงพอใจของลูกค้า: กรณีศึกษาห้างสรรพสินค้า A สาขาศรีนครินทร์ในจังหวัดสมุทรปราการ.
คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พัชรี สกุลรัตนศักดิ์. (2554). ความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าในตลาดสด พระราม 5 จังหวัดนนทบุรี. คณะ
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.

ภักดี สูงใหญ่, ธีรธนิษฐ์ ศิริโหวาร และวันทนีญ์ ภูมิภัทราคม. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

เลือกใช้ บริการของลูกค้าที่ศูนย์การค้าเซียร์รังสิต. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
พระบรมราชูปถัมภ์จังหวัดปทุมธานี.

การมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะของ องค์การบริหารส่วนตำบลตลิ่งชัน
อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

Household Participation in Waste Management of Taling Chan Sub-district
Administrative Organization, Muang Suphan Buri District, Suphan Buri Province

ฐิติชญาณ์ บุญคงทน¹

Miss Thitichaya Boonkongton

สุพัฒน์ ธีรเวชเจริญชัย, อลิสา นิตินธรรม²

Supat Theravecharoenchai, Alisa Nitithum

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะของ องค์การบริหารส่วนตำบลตลิ่งชัน อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 240 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าทดสอบไคสแควร์ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

จากการศึกษา ปัจจัยชีวสังคม มีเพียงสมาชิกในครัวเรือนที่มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ปัจจัยนำด้านความรู้ ความเข้าใจในเรื่องขยะการกำจัด และด้านการมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะ มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ปัจจัยเอื้อด้านนโยบายในการกำจัดขยะ และความสะดวกในการกำจัด มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ปัจจัยเสริม ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสารในการจัดการขยะ แรงสนับสนุนทางสังคมจากสมาชิกในครัวเรือน และเจ้าหน้าที่ของรัฐ มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : พฤติกรรมการมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะ

Abstract

¹ นักศึกษาหลักสูตรสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ที่ปรึกษา

This is a survey study. The objectives of this research were to study household participation in waste management of Taling Chan Sub-District Administrative Organization, Amphoe Mueang Suphan Buri Suphan Buri Province. The samples were randomly collected by using 240 questionnaires. The data were analyzed using statistical packages. Statistics used Percentage mean, standard deviation Chi-square test And Pearson's correlation coefficient.

The study found that Bio-Social factors only members of the household have a relationship. The household participation in garbage management was statistically significant at .01 levels. Predisposing factors leading to knowledge, understanding of waste, disposal and household participation in waste management. In relationship Behavior of household participation in waste management. Was statistically significant at .01 levels. Enabling factors for garbage disposal and the ease of removal. In relationship Behavior of household participation in waste management was statistically significant at .01 levels. Reinforcing Factors to get Information on Waste Management Social support from household members And state officials In relationship Behavior of household participation in waste management. Was statistically significant at .01 levels

KEYWORD: Household participation behavior in waste management.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้า และมีความทัดเทียมกับนานาประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการเร่งพัฒนาเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมของประเทศก็ตาม ซึ่งส่งผลให้มีการขยายตัวของชุมชนเมือง และสืบเนื่องจากการเพิ่มของจำนวนประชากรทั่วโลกมีแนวโน้มสูงขึ้นทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติต่างๆ เนื่องจากประชากรมีความต้องการมากขึ้นในเรื่องที่อยู่อาศัย และเครื่องใช้อุปโภค บริโภค ทำให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมหลายประการ ปัญหามากขึ้นในเรื่องที่อยู่อาศัย และเครื่องใช้อุปโภค บริโภค ทำให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมหลายประการ ปัญหาภาวะโลกร้อน มลพิษทางอากาศ ป่าไม้ถูกทำลาย ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรน้ำ และอาหาร ฯลฯ การเติบโตของเมืองที่มีขนาดใหญ่จะสัมพันธ์กับจำนวนประชากร และขยะมูลฝอยที่เพิ่มมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นขยะมูลฝอยจากบ้านเรือนซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นพวกเศษอาหารที่เหลือจากการบริโภค รวมทั้งเศษอาหารจากพลาสติก ขวดนมที่ใช้แล้ว หรือจะเป็นขยะมูลฝอยที่ถูกทิ้งตามท้องถนน แม่น้ำ ลำคลอง หรือสถานที่สาธารณะต่างๆ ส่วนใหญ่จะเป็นพวกใบไม้ เศษกระดาษ ถุงพลาสติก ของเหลือใช้ เป็นต้น(แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11(2555-2559:27)

ประเทศไทยก็มีปัญหาขยะมูลฝอยเช่นเดียวกัน และเป็นปัญหาก็มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ จากข้อมูลสถานการณ์ขยะมูลฝอยที่ผ่านมา พบว่า แนวโน้มของปริมาณขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นทั่วประเทศ มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นในทุกปี ทั้งนี้ หากพิจารณาถึงอัตราการเกิดขยะมูลฝอยของประเทศก็มีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2559 พบว่า มีปริมาณขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นของประเทศไทย 27.06 ล้านตัน ซึ่งคิดเป็นอัตราการเกิดขยะมูลฝอยที่ 1.14 กิโลกรัมต่อคนต่อวันมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี รวมทั้งปริมาณขยะมูลฝอยที่ถูกนำไปกำจัดอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ และปริมาณขยะมูลฝอยที่ถูกนำกลับมาใช้ประโยชน์ก็มีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน เนื่องจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และประชาชนมีความใส่ใจในการดำเนินการคัดแยกขยะมูลฝอยเพิ่มมากขึ้น จากสถานการณ์ที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่า ขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นมีอัตราการเพิ่มขึ้นสูงทุกปี ในขณะที่อัตราขยะมูลฝอยที่ถูกนำไปกำจัด และอัตราขยะมูลฝอยที่ถูกนำมาใช้ประโยชน์ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ทั้งนี้ วิฤกตปัญหาขยะมูลฝอย จึงถือเป็นหนึ่งในปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วนเนื่องจากปัญหาที่ความรุนแรงมากขึ้นทั้งด้านปริมาณขยะมูลฝอยที่เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งสถานที่กำจัดขยะมูลฝอยที่ดำเนินการไม่ถูกต้องยังคงไม่ได้รับการปรับปรุง รวมทั้งในสังคมเมืองที่มีการขยายตัวสูงตามจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น และการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม รวมทั้งเทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดการบริโภคเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ปริมาณขยะมูลฝอยในสังคมเมืองเพิ่มขึ้นตามไป

ปัญหาในเรื่องขยะ ในระดับประเทศ จังหวัดสุพรรณบุรี จัดอยู่ในลำดับที่ 26 ของประเทศ (เรียงจากวิกฤตมากไปหาน้อย) ทั้งวิกฤตปัญหาการจัดการขยะมูลฝอย และวิกฤตปัญหาขยะมูลฝอยสะสม อำเภอเมืองสุพรรณบุรี มีจำนวน 20 ตำบล เขตการปกครอง 22 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น มีปริมาณขยะ จำนวน 111.68 ตัน ต่อ วัน จากสภาพพื้นที่ของจังหวัดสุพรรณบุรี และการจัดการขยะมูลฝอยมีการดำเนินงานอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ แต่ผลการประเมิน ประจำปี 2558 การบริหารจัดการขยะในเขตจังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ที่ต้องปรับปรุงสาเหตุที่ไม่สามารถบริหารจัดการขยะมูลฝอยได้หมด เนื่องจากการขาดแคลนพื้นที่ในการกำจัดขยะ มีการต่อต้านการใช้สถานที่ในการกำจัดขยะ และมีการจัดการขยะที่ไม่เป็นระบบครบวงจร (กรมควบคุมมลพิษ.2559:29)

องค์การบริหารส่วนตำบลตลิ่งชัน อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นชุมชนที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด มีการผสมผสาน ระหว่างชุมชนเมือง และชุมชนชนบท ปัญหาอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นก็คือขยะมูลฝอย ซึ่งเป็นของเหลือทิ้งจากการใช้สอยของชุมชน ทำให้เกิดขยะมูลฝอยตกค้างเป็นจำนวนมาก แม้องค์การบริหารส่วนตำบลตลิ่งชันจะพยายามจัดเก็บขยะมูลฝอยมา

ดำเนินการกำจัดแล้วก็ตาม แต่ข้อมูลจากการติดตามตรวจสอบการจัดการขยะมูลฝอยของ องค์การบริหารส่วนตำบลถึงชั้น พบว่า ปริมาณขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้น จำนวน 8.25 ตัน/วัน แต่จัดเก็บได้จำนวน 4.5 ตัน/ วัน จึงมีขยะมูลฝอยเหลือตกค้างจำนวน 3.75ตัน / วัน ซึ่งพบว่า มีขยะตกค้าง และบางครั้งการกำจัดขยะมูลฝอยไม่ถูกสุขลักษณะ ซึ่งขยะมูลฝอยเหล่านี้หากปล่อยปละละเลยไม่ดำเนินการเก็บรวบรวม และนำไปกำจัดอย่างถูกต้องเหมาะสม จะทำให้เกิดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมากมาย เช่น การปนเปื้อนของแหล่งน้ำ และอากาศ เป็นแหล่งเพาะพันธุ์ และแพร่กระจายของเชื้อโรค ตลอดจนก่อให้เกิดความรำคาญต่าง ๆ จากกลิ่นที่เกิดขึ้น ดังนั้น สมาชิกในครัวเรือนแต่ละครัวเรือนควรตระหนักในปัญหาขยะมูลฝอย สร้างจิตสำนึกให้แก่ตนเอง ให้รู้จักรับผิดชอบในการลดปริมาณขยะมูลฝอย แยกขยะมูลฝอย และนำขยะมูลฝอยมาใช้ใหม่ ซึ่งเป็นความท้าทายจุดเปลี่ยนพฤติกรรม ความรู้สึกของคนทุกคนที่ในอดีตคิดว่าการเก็บขยะมูลฝอย การแยกขยะ ไม่ใช่หน้าที่ของเรา วันนี้ขยะคือภารกิจของเราทุกคนบนโลกใบนี้ ความไม่รู้ของผู้คนทั้งหลายที่ร่วมกันทิ้งขยะออกมาจากบ้าน คิดแต่เพียงว่าจะโยนทิ้งสิ่งสกปรกต่าง ๆ ให้พ้นบ้านของตนเองไป แล้วในบ้านเราจะเกิดความสะอาด ขยะที่พ้นจากประตูบ้านทุกหลังออกไป ขยะเหล่านั้นไปสร้างผลกระทบทางสังคมสิ่งแวดล้อม กลายเป็นมหันตภัย ความเลวร้าย ที่สะสม มากจนกลายเป็นวิกฤติการณ์วิบัติของโลก ที่ทุกคนไม่อาจปฏิเสธได้ (ปัญหาโลกร้อน) ถึงเวลาแล้วที่ภารกิจของการจัดการขยะมูลฝอย จะเป็นหน้าที่ของทุกคน วิธีการง่าย ๆ และการสร้างความตระหนัก ในความรับผิดชอบต่อทางสังคม (เทศบาลเมืองสุพรรณบุรี,2559:16)

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีแบบจำลอง PRECEDE Model ของ Green et al. (อ้างถึงใน พิมพ์พรรณ ศิลปะสุวรรณ, 2553: 23)

การวิเคราะห์ทางการศึกษา (Educational diagnosis)

ในขั้นตอนนี้ เป็นการวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมสุขภาพทั้งที่เป็นปัจจัยภายในตัวบุคคล และปัจจัยภายนอกตัวบุคคล เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนสุขภาพ โดยขั้นตอนนี้จะแบ่งปัจจัยที่เกี่ยวข้องออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริม

ปัจจัยนำ (Predisposing factors) หมายถึง ปัจจัยที่เป็นพื้นฐานและก่อให้เกิดแรงจูงใจในการแสดงพฤติกรรมของบุคคล หรือในอีกด้านหนึ่งปัจจัยนี้จะเป็นความพอใจ (Preference) ของบุคคล ซึ่งได้มาจากประสบการณ์ในการเรียนรู้ (Education Experience) ซึ่งความพอใจนี้อาจมีผลทั้งในทางสนับสนุน หรือยับยั้งการแสดงพฤติกรรม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล ปัจจัยซึ่งเป็นองค์ประกอบของปัจจัยนำมีได้แก่ ความรู้ ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม การรับรู้ นอกจากนี้ยังรวมไปถึงสถานภาพทางสังคม-เศรษฐกิจ

(Socio-economic status) และอายุ เพศ ระดับการศึกษาขนาดของครอบครัว ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะมีผลกระทบต่อการวางแผนโครงการทางการศึกษาด้วยความรู้ เป็นปัจจัยนำที่สำคัญในการที่จะส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรม แต่การเพิ่มความรู้ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเสมอไป ถึงแม้ว่าความรู้จะมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมและความรู้เป็นสิ่งจำเป็นที่จะก่อให้เกิดการแสดงพฤติกรรม แต่ความรู้อย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะก่อให้เกิดในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพได้ จะต้องมีปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย

การรับรู้ หมายถึง การที่ร่างกายรับสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่ผ่านมาทางประสาทสัมผัสส่วนใดส่วนหนึ่งแล้วตอบสนองเอาสิ่งเร้านั้นออกมาเป็นลักษณะของจิตที่เกิดขึ้นจากการผสมกันระหว่างพวกประสาทสัมผัสชนิดต่าง ๆ แล้วความคิดร่วมกับประสบการณ์เดิมที่มีอยู่ การรับรู้เป็นตัวแปรทางจิตสังคมที่เชื่อว่ามีผลกระตุ้นต่อพฤติกรรมสุขภาพของบุคคล

ความเชื่อ คือ ความมั่นใจในสิ่งต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นปรากฏการณ์หรือวัตถุว่าสิ่งนั้นๆ เป็นสิ่งที่ถูกต้องจริงให้ความไว้วางใจ เช่น แบบแผนความเชื่อทางสุขภาพ (Health belief model) ของ Becker (n.d.) อ้างใน Green and Kreuter (1991 อ้างถึงใน พิมพ์พรรณ ศิลปะสุวรรณ, 2553 : 23-26) ซึ่งเน้นว่าพฤติกรรมสุขภาพจะขึ้นอยู่กับความเชื่อ ใน 3 ด้าน คือ

1. ความเชื่อต่อโอกาสเสี่ยงของการเป็นโรค หรือได้รับเชื้อโรค เป็นความเชื่อเกี่ยวกับความไม่ปลอดภัยของสุขภาพ หรืออยู่ในอันตราย

2. ความเชื่อเกี่ยวกับความรุนแรงของสิ่งที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพในด้านของความเจ็บปวด ทรมาน การเสียเวลา เสียเศรษฐกิจ

3. ความเชื่อเกี่ยวกับผลตอบแทนที่ได้จากการแสดงพฤติกรรมที่ถูกต้องว่า จะคุ้มค่าน่ามากกว่า ราคา เวลา และสิ่งต่าง ๆ ที่ลงทุนไป เมื่อความเชื่อดังกล่าวแล้วจะทำให้บุคคลมีความพร้อมในการแสดงพฤติกรรมค่านิยม หมายถึง การให้ความสำคัญ ให้ความพอใจในสิ่งต่าง ๆ ซึ่งบางครั้งค่านิยมของบุคคลก็ขัดแย้งกันเอง เช่น ผู้ที่ให้ความสำคัญต่อสุขภาพ แต่ขณะเดียวกันเขาก็พอใจในการสูบบุหรี่ซึ่งมีความขัดแย้งของค่านิยมเหล่านี้ก็เป็นสิ่งที่จะวางแผนในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้วย

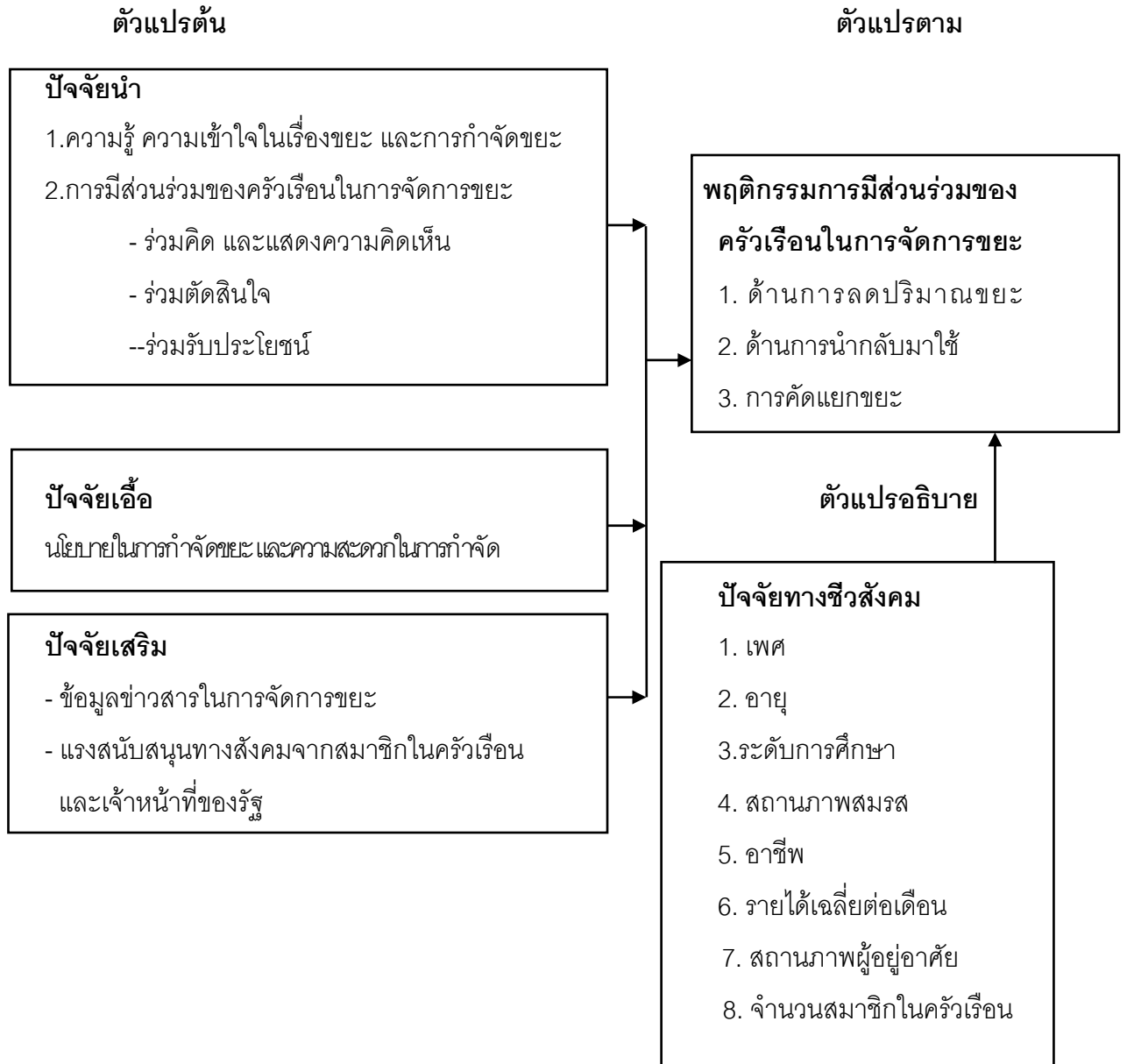
ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกที่ค่อนข้างคงที่บุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น บุคคล วัตถุประสงค์ กระทำ ความคิด ซึ่งความรู้สึกดังกล่าวมีทั้งที่มีผลดีและผลเสียในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ปัจจัยเอื้อ (Enabling factors) หมายถึง สิ่งที่เป็นแหล่งทรัพยากรที่จำเป็นในการแสดงพฤติกรรมของบุคคลชุมชน รวมทั้งลักษณะที่จะช่วยให้บุคคลสามารถแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ได้ด้วยความสามารถที่จะใช้แหล่งทรัพยากรต่าง ๆ ซึ่งมีสวนเกี่ยวข้องกับราคา ระยะเวลา นอกจากนั้นสิ่งที่สำคัญคือ การหาได้ง่าย (Available) และความสามารถเข้าถึงได้ (Accessibility)

ของสิ่งที่เป็นในการแสดงพฤติกรรมหรือช่วยให้การแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ เป็นไปได้ง่าย

ปัจจัยเสริม (Reinforcing factors) หมายถึง สิ่งที่คุณจะได้รับหรือคาดว่าจะได้รับจากบุคคลอื่น อันเป็นผลจากการกระทำของตน สิ่งที่คุณจะได้รับอาจเป็นรางวัลที่เป็นสิ่งของ คำชมเชย การยอมรับ การลงโทษ การไม่ยอมรับการกระทำนั้น ๆ หรืออาจเป็นกฎระเบียบที่บังคับควบคุมให้คุณคนนั้น ๆ ปฏิบัติตามก็ได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้บุคคลจะได้รับจากบุคคลอื่นที่มีอิทธิพลต่อตนเอง เช่น ญาติ เพื่อน แพทย์ ผู้บังคับบัญชา เป็นต้น และอิทธิพลของบุคคลต่าง ๆ นี้ก็จะแตกต่างกันไปตามพฤติกรรมของบุคคลและสถานการณ์ โดยอาจจะช่วยสนับสนุนหรือยับยั้งการแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ก็ได้พฤติกรรม หรือการกระทำต่าง ๆ ของบุคคล เป็นผลมาจากอิทธิพลร่วมของปัจจัยทั้ง 3 ดังกล่าวมาแล้วคือ ปัจจัยนำ ปัจจัยเชื้อ และปัจจัยเสริม ดังนั้นในการวางแผนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมใด ๆ จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงอิทธิพลจากปัจจัยดังกล่าวร่วมกันเสมอโดยไม่ควรนำปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งมาพิจารณาโดยเฉพาะจากปัจจัยทั้งสามดังกล่าว Green et al. (1991) ทฤษฎีแรงสนับสนุนทางสังคม(Social Support Theory)

กรอบแนวคิด



วัตถุประสงค์การวิจัย

วัตถุประสงค์ทั่วไป

เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของครัวเรือน ในการจัดการขยะ ขององค์การบริหารส่วนตำบลตลิ่งชัน อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

วัตถุประสงค์เฉพาะ

เพื่อศึกษาประเด็นต่อไปนี้

1. การมีส่วนร่วมของครัวเรือน ในการจัดการขยะ ของ องค์การบริหารส่วนตำบลตลิ่งชัน อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

2.ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยชีวิตสังคม กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของครัวเรือน ในการจัดการขยะ ของ องค์การบริหารส่วนตำบลตลิ่งชัน อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

3.ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยน้ำ ปัจจัยเชื้อ และและปัจจัยเสริม กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของครัวเรือน ในการจัดการขยะ ของ องค์การบริหารส่วนตำบลตลิ่งชัน อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มเป้าหมาย คือตัวแทนครัวเรือนที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไปในตำบลตลิ่งชัน ที่รับบริการจัดการขยะมูลฝอยของ อบต.ตลิ่งชัน อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นตัวแทนครัวเรือนในตำบลตลิ่งชัน ที่รับบริการจัดการขยะมูลฝอยของ อบต.ตลิ่งชัน อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 950 ครัวเรือน ซึ่งประกอบด้วย 7 หมู่บ้าน (องค์การบริหารส่วนตำบลตลิ่งชัน, 2560)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นหน่วยในการวิจัยครั้งนี้เป็นตัวแทนครัวเรือนที่รับบริการจัดการขยะมูลฝอยของ องค์การบริหารส่วนตำบลตลิ่งชัน อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ในปี พ.ศ. 2560 ซึ่งมีอายุอย่างต่ำ 15 ปี โดยคำนวณหากลุ่มตัวอย่างด้วยสูตร คอคแรน (Cochran) โดยขนาดกลุ่มตัวอย่าง 240 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองส่วนหนึ่ง และไปรวบรวมอีกส่วนหนึ่ง ซึ่งผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ด้วยวิธีของ Cronbach's Alpha Coefficient วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามรวมทั้งฉบับ เท่ากับ 0.970 และ สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของเพียร์สัน และ ไคสแควร์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ใช้สถิติพรรณนา หาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้ในการอธิบายข้อมูลพื้นฐาน ใช้สถิติวิเคราะห์ไคสแควร์ (Chi-square test) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางชีวิตสังคม กับพฤติกรรมการ

มีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะ ใช้สถิติวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริม กับ พฤติกรรมการมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะ

ผลการวิจัย

ปัจจัยชีวสังคม

พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.80 มีอายุอยู่ ระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 30.80 ระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับประถมศึกษาปีที่ 6 ร้อยละ 45.00 สถานภาพทางสมรส สมรส/ คู่ ร้อยละ 66.70 อาชีพหลักของครอบครัว เกษตรกร ร้อยละ 36.30 รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 38.80 สถานภาพในครัวเรือน เป็นผู้อาศัย ร้อยละ 50.80 และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4-6 คน ร้อยละ 56.20 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยชีวสังคม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน และ สถานภาพในครัวเรือน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์ กับระดับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะ แต่ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน มีความสัมพันธ์ กับระดับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของครัวเรือน ในการจัดการขยะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 พบว่า ปัจจัยทางชีวสังคม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะ เพียงบางส่วน.

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะ อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 49.20

ตัวแปรต้น ได้แก่

ปัจจัยนำ จำแนกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจ ในการจัดการขยะ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 67.50 การมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะ ส่วนใหญ่อยู่ใน ระดับปานกลาง ร้อยละ 44.20 พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยนำ ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องขยะ และการกำจัดขยะ และการมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะ กับ พฤติกรรมการมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

ปัจจัยเอื้อ ได้แก่ นโยบายในการกำจัดขยะ และความสะดวกในการกำจัด ส่วนใหญ่ อยู่ในระดับน้อย ร้อยละ 87.50 พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยเอื้อ ได้แก่ นโยบายในการกำจัดขยะ และความสะดวกในการกำจัด กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

ปัจจัยเสริม ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารในการจัดการขยะ และแรงสนับสนุนทางสังคมจากสมาชิกในครัวเรือน และเจ้าหน้าที่ของรัฐ ส่วนใหญ่ อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 50.00 พบว่า การวิเคราะห์ปัจจัยเสริม ได้แก่

ข้อมูลข่าวสารในการจัดการขยะ แรงสนับสนุนทางสังคมจากสมาชิกในครัวเรือน และเจ้าหน้าที่ของรัฐ กับ พฤติกรรมการมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยทางชีวสังคม มีเพียงจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4 - 6 คน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กมลทิพย์ ชื่นหมื่นไวย และอุไรวรรณ อินทร์ม่วง (2554) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการคัดแยกขยะเทศบาลตำบลเทพาลัย อำเภอคง จังหวัดนครราชสีมา พบว่าปัจจัยทางชีวสังคมมีความสอดคล้องกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการคัดแยกขยะเพียงบางส่วน

อธิบายได้ว่า ปัจจัยทางชีวสังคมทางด้านอายุ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพหลักของครัวเรือน และสถานภาพในครัวเรือน ไม่มีผล กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะ อาจเป็นเพราะว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 41 -50 ปี และสถานภาพสมรสและอยู่ด้วยกัน จึงจำเป็นต้องมีการประกอบอาชีพ เพื่อการดำรงชีวิต และเป็นเพศหญิง ก็จะมุ่งเน้นด้านการดูแลเรื่องการอยู่การกินของสมาชิกในครัวเรือน ประกอบกับระดับการศึกษาก็อาจทำให้การบริหารจัดการที่แตกต่างกัน

ปัจจัยนำ ได้แก่ ความรู้เรื่องจำแนกตามความรู้ ความเข้าใจในเรื่องขยะ และการจัดการขยะ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 67.50 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จีรวัดมน พูลทรัพย์ (2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมการจัดการขยะในครัวเรือนของผู้พักอาศัยในอาคารที่พักราชการกรมพลศึกษาทหารบก พบว่าส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการขยะโดยรวมอยู่ในระดับดี อาจเป็นเพราะว่า ปัจจุบันนี้มีสื่อต่างๆ ที่ทำให้ประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับการจัดการขยะ ประกอบกับในการดำเนินงานของ องค์การบริหารส่วนตำบลตั้งชัน ได้มีการรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้อย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับการจัดการขยะ การคัดแยกขยะในครัวเรือน รวมทั้งการจัดการขยะอย่างเหมาะสม และจากการวิจัยยัง พบว่า การมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 67.50 :ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา ของยุทธพงศ์ สุกใส (2550) ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการขยะมูลฝอย ศึกษากรณีในเขตเทศบาลนครสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการขยะมูลฝอยในเขตเทศบาลสมุทรปราการ อยู่ในระดับปานกลาง นั้นหมายความว่า อาจเนื่องมาจาก ประชาชนยังมุ่งเน้นในเรื่องการทำมาหากินเป็นหลัก สืบเนื่องจากการมีรายได้ต่อครัวเรือนที่ค่อนข้างต่ำ ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ แต่ยังเป็นมิติที่ดีว่ายังมีบางส่วนเริ่มที่จะมีส่วนร่วมในการจัดการขยะซึ่งมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอีกด้วย

ปัจจัยเอื้อ พบว่า การรับรู้นโยบายในการกำจัดขยะ และความสะดวกในการกำจัดขยะ อยู่ในระดับน้อย ซึ่งสอดคล้องกับ ดวงใจ ปินตามูล (2555) ได้ศึกษาการจัดการขยะมูลฝอย แบบมีส่วนร่วมของประชาชน ในองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านโสก อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในด้านการวางแผนการจัดการขยะมูลฝอย อยู่ในระดับน้อย อาจเป็นเพราะว่า ส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นเรื่องการประกอบอาชีพ การทำมาหากินเพื่อการดำรงชีพ และยังไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการที่จะมาร่วมรับรู้รับฟังในเรื่องของนโยบายต่างๆ ที่หน่วยงานราชการต่างๆ จัดขึ้น

ปัจจัยเสริม พบว่า การรับรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดการมูลฝอยอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 50.00 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา พัชรี ไกรแก้ว (2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมการจัดการขยะในครัวเรือนของแม่บ้าน กรณีศึกษา แม่บ้านเขตเทศบาลตำบลบางปู อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ อธิบายได้ว่าการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดการมูลฝอยอยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะว่า การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ด้านข้อมูลข่าวสารต่างๆ ยังไม่เพียงพอ ซึ่งควรมีการรณรงค์ สื่อประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับการจัดการขยะให้ประชาชนรับรู้เพิ่มขึ้น และให้ตระหนักว่า ขยะเป็นเรื่องของประชาชน เพราะประชาชนเป็นผู้ผลิตขยะ และได้รับผลกระทบจากขยะโดยตรง ไม่ควรปล่อยให้เป็นที่ของ อบต.ฝ่ายเดียว และหากกิจกรรม ที่ส่งผลให้เกิดรายได้แก่ครัวเรือน จากการจัดการขยะของครัวเรือนเพื่อเป็นแรงจูงใจในการจัดการขยะครัวเรือน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาทำให้ทราบถึงการมีส่วนร่วมของครัวเรือน ในการจัดการขยะของ องค์การบริหารส่วนตำบลตั้งชัน อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.ด้านความรู้ ความเข้าใจ เรื่องขยะ และการกำจัดขยะ พบว่ามีความรู้ค่อนข้างมากอยู่แล้ว แต่ควรจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมเพิ่มพูนความรู้ให้มากขึ้น และมีการปลูกฝังจิตสำนึกให้กับเยาวชนรุ่นใหม่ที่กำลังจะเติบโตขึ้นมาใหม่ให้มีความรู้ความเข้าใจในการจัดการขยะ และมีความรู้เกี่ยวกับขยะด้วย

2.ด้านการมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะ พบว่ายังอยู่ในระดับปานกลาง ควรมีการส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วม ในการร่วมคิด และแสดงความคิดเห็น ร่วมตัดสินใจในการบริหารจัดการขยะของครัวเรือน และชุมชน ในรูปแบบประชาธิปไตย มีการจัดตั้งคณะกรรมการหมู่บ้าน/ชุมชน ในการบริหารจัดการขยะ และสิ่งแวดล้อม ในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลตั้งชัน เพื่อให้

คณะกรรมการหมู่บ้าน /ชุมชน เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดนโยบาย และทำหน้าที่ส่งเสริม ในการมีส่วนร่วม และแสดงความคิดเห็น ของประชาชน ร่วมกับหน่วยงานของภาครัฐ

3.ด้านนโยบายในการกำจัดขยะ และความสะอาด พบว่ายังอยู่ในระดับน้อย ควรที่จะเพิ่มนโยบายต่างๆ ในการบริหารจัดการขยะให้มากขึ้น เช่น มีนโยบายการจัดตั้งธนาคารขยะ โครงการขยะแลกไข่ เป็นต้น เพื่อเป็นแรงจูงใจในการที่จะทำให้ครัวเรือนมีการคัดแยกขยะเพื่อนำขยะที่มีประโยชน์นำกลับมาใช้เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครัวเรือน

4.ด้านข้อมูลข่าวสาร แรงสนับสนุนทางสังคม จากสมาชิกในครัวเรือน และเจ้าหน้าที่ของรัฐ พบว่ายังอยู่ในระดับปานกลาง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดอบรมเกี่ยวกับการคัดแยกขยะ การใช้ประโยชน์จากขยะประเภทต่างๆ การสร้างอาชีพจากการคัดแยกขยะ เช่นการทำน้ำหมักชีวภาพ การเลี้ยงไส้เดือน การทำผลิตภัณฑ์จากขยะรีไซเคิล

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1.ศึกษาการพัฒนาารูปแบบการจัดการขยะมูลฝอยที่เหมาะสม สำหรับองค์การบริหารส่วนตำบลตลิ่งชัน อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

2.การศึกษาแนวทางการกำจัดขยะมูลฝอย แบบมีส่วนร่วม ขององค์การบริหารส่วนตำบลตลิ่งชัน อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

3.ประสิทธิผลของโปรแกรมการส่งเสริมพฤติกรรมกรรมมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการขยะ ขององค์การบริหารส่วนตำบลตลิ่งชัน อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมมลพิษ.(2559). รายงานสถานการณ์มลพิษของประเทศไทย พ.ศ.2559. กรุงเทพมหานคร.
- เทศบาลเมืองสุพรรณบุรี.(2559) โครงการจัดตั้งศูนย์จัดการขยะมูลฝอยติดเชื้อ และโรงงานคัดแยก
มูลฝอยทั่วไปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ของเทศบาลเมืองสุพรรณบุรี.สุพรรณบุรี.
- องค์การบริหารส่วนตำบลดิ่งชัน.(2560). แผนพัฒนาสามปี องค์การบริหารส่วนตำบลดิ่งชัน
อำเภอเมืองสุพรรณบุรี: จังหวัดสุพรรณบุรี.
- กมลทิพย์ ชื่นหมื่นไวย และ อุไรวรรณ อินทร์ม่วง.(2554).การมีส่วนร่วมของประชาชนในการคัดแยกขยะ
เทศบาลตำบลเทพาลัย อำเภอคง จังหวัดนครราชสีมา.วิทยานิพนธ์สาธาณสุขศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาอนามัยสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยขอนแก่น.ขอนแก่น, 2554
- จีรวัดมน์ พูลทรัพย์ (2550) พฤติกรรมการจัดการขยะของผู้พักอาศัยในอาคารที่พักอาศัย
ข้าราชการ กรมพลธิการ ทหารบก.วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยราชพระนคร.
- ดวงใจ ปินตามูล (2555).การจัดการขยะมูลฝอยแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในองค์การ
บริหารส่วนตำบลบ้านโสก อำเภอหล่มสักจังหวัดเพชรบูรณ์.วิจัยสาขาวิชาการบริหารการ
ปกครองท้องถิ่น .คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์.มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- พัชรี ไกรแก้ว (2550) พฤติกรรมการจัดการขยะมูลฝอยในครัวเรือนของแม่บ้าน กรณีศึกษา.
แม่บ้านเขตเทศบาลตำบลบางปู อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ.วิทยานิพนธ์สังคมศาสตร
มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยมหิดล.
- พิมพ์พรรณ ศิลปะสุวรรณ (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลของการออกกำลังกายของนักศึกษา
พยาบาลในวิทยาลัยพยาบาล เครือข่ายภาคกลาง 2 สังกัดสถาบันพระบรมราชชน.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาวิทยาลัยบูรพา.
- ยุทธพงศ์ สุกใส (2550) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการขยะมูลฝอย:กรณีศึกษา
ในเขตเทศบาลนครสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ.ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร
มหาบัณฑิตสาขานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยบูรพา :
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11(2555-2559:27)แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และ
สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์)เว็บไซต์ <https://www.scribd.com/doc/>
เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2559,

ภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพกับการบริหารงานตามยุทธศาสตร์ สำนักอำนวยการประจำศาลแพ่ง

TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP AND ADMINISTRATION STRATEGY OF OFFICE

THE CIVIL CAUSE'S COURT

ฐิติญา พงษ์สภา (Thitiya Phangsapa)¹

อุษณี มงคลพิทักษ์สุข (Usanee Mongkolpitaksuk)²

บทคัดย่อ

บทความนี้ต้องการศึกษา 1) ภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพของผู้อำนวยการประจำศาลแพ่ง 2) การบริหารงานตามยุทธศาสตร์ 3) อิทธิพลภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพต่อการบริหารงานตามยุทธศาสตร์ ของข้าราชการศาลยุติธรรม สำนักอำนวยการประจำศาลแพ่ง จำนวน 189 คน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการถดถอยพหุ ผลการศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพของผู้อำนวยการประจำศาลแพ่งและผลการบริหารงานตามยุทธศาสตร์อยู่ในระดับสูง สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพมีอิทธิพลต่อการบริหารงานตามยุทธศาสตร์ ร้อยละ 46.4 ได้แก่ ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Beta = .095) ด้านการกระตุ้นทางปัญญา (Beta = .024) และด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Beta = .534) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพ/ การบริหารงานตามยุทธศาสตร์

Abstract

This research was to study 1) transformational leadership of Director of the civil cause's court 2) administration strategy 3) the influence of transformational leadership on administration strategy of the officers who were working at Office the civil cause's court. The sample consist of 160 officers who selected through sampling. The hypothesis was examined by using multiple regression analysis. The result showed that the mean of transformational leadership and administration Strategy were high level. The hypotheses test found the statistically significant at .05. This indicates that 46.4 % of administration strategy was explained by transformational leadership (idealized influence, intellectual stimulate and individual consideration).

Keywords: Transformational Leadership/ Administration Strategy

บทนำ

ปัจจุบันองค์การภาครัฐได้นำแนวทางการจัดการภาครัฐแนวใหม่มาใช้ โดยพัฒนาระบบราชการ ให้ยึดหลักการตามที่กำหนดไว้ในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทยของ

¹นักศึกษาลัทธิรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

²อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน ดังนี้ 1) ต้องให้ประชาชนเป็น “ศูนย์กลาง” ในการทำงาน โดยจะต้องรับฟังความคิดเห็น ตอบสนองความต้องการ และอำนวยความสะดวกขั้นตอนและภาระในการติดต่อของประชาชน มีระบบการแก้ไขปัญหาและรับเรื่องราวร้องทุกข์ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตลอดจนเป็นที่พึ่งของประชาชนในยามมีปัญหาและความเดือดร้อน 2) ปรับเปลี่ยนบทบาทของระบบราชการให้เป็นผู้สนับสนุนและอำนวยความสะดวกไม่เป็นผู้ดำเนินการเสียเองหรือคงมีอำนาจมากเกินไป รวมทั้งต้องมีขนาดกำลังคนและการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม ไม่พยายามเข้าแทรกแซงและขยายตัวเกินไปจนเป็นภาระของประเทศหรือมีผลกระทบต่อภาคส่วนอื่นและสิทธิเสรีภาพของประชาชน 3) ประสานการทำงานกับผู้บริหารราชการแผ่นดินฝ่ายการเมือง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศ สามารถให้ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเชิงนโยบายอย่างมีเหตุผล ตั้งมั่นในความถูกต้องเป็นกลาง ปราศจากอคติและอยู่บนพื้นฐานของหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ นอกจากนี้ยังควรต้องให้การยอมรับและไม่เข้าไปดำเนินการแทรกแซงบทบาทและอำนาจหน้าที่ซึ่งกันและกัน 4) มีความพร้อมและทัศนคติในการทำงานเป็นทีมสามารถสร้างเครือข่ายร่วมมือกับภาคส่วนอื่น ๆ ในสังคมรวมทั้ง สามารถบูรณาการและเชื่อมโยงการทำงานภายในระบบราชการเองในทุกระดับเข้าด้วยกัน 5) มีขีดความสามารถในการรับรู้ เรียนรู้ มองไปข้างหน้าและคาดการณ์ล่วงหน้าได้ตลอดจนมีความยืดหยุ่น คล่องตัวรวดเร็ว สามารถคิดริเริ่มและสร้าง นวัตกรรม รวมถึงการบริหารการเปลี่ยนแปลง เพื่อขับเคลื่อนและปรับตัวได้อย่างราบรื่นเหมาะสมทันต่อการเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อม 6) สร้างระบบธรรมาภิบาลในการกำกับดูแลตนเองที่ดีเพื่อให้เกิดความโปร่งใสและความเชื่อมั่นศรัทธาเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ลดการใช้ดุลยพินิจในการตัดสินใจ รวมทั้งต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเป็นแบบอย่างของการประพฤติปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายไม่ใช่เป็นผู้สร้างปัญหาหรือภาระแก่สังคมเสียเอง 7) ต้องมีความเป็นเลิศในการปฏิบัติงานและสร้างคุณค่าต่อสังคมในการทำงานและการตัดสินใจต้องอาศัยข้อมูลสารสนเทศที่ถูกต้องและทันกาลโดยอาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำงาน รวมทั้ง ต้องมีเป้าหมายในการทำงานที่ชัดเจนและสามารถตรวจสอบวัดผลสัมฤทธิ์ได้และ 8) แสวงหา พัฒนา และธำรงรักษาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ตลอดจนสร้างค่านิยมและกระบวนทัศน์อันเหมาะสมและเอื้อต่อการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่รวมถึงการทำให้บุคลากรในระบบราชการตั้งมั่นอยู่ในศักดิ์ศรีและจรรยา สามารถแยกแยะผลประโยชน์ส่วนตนจากหน้าที่ทางราชการ ไม่แสวงหาประโยชน์ให้แก่ตนเอง หรือผู้อื่นในทางมิชอบ

จากกระแสการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐ ภาวะผู้นำจึงมีบทบาทมากขึ้นในการขับเคลื่อนองค์การภาครัฐสู่การปฏิบัติภารกิจให้เกิดประสิทธิผล ด้วยการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบัน อุษณี มงคลพิทักษ์สุข (2551) กล่าวว่า หาก

สถานการณ์ของโลกคงที่เช่นเดิม ลำพังการมีทักษะการบริหารจัดการน่าจะเพียงพอต่อการทำให้องค์การเจริญก้าวหน้าได้ แต่ภายใต้ภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดเวลา เช่นปัจจุบันคุณสมบัติของผู้นำยุคใหม่ควรเป็นผู้ใช้การนำ (Lead) ควบคู่ไปกับการจัดการได้อย่างเหมาะสมตามสภาพการณ์ กล่าวคือ นอกจากผู้นำจะต้องสร้างนิสัยการทำงานเชิงรุก มีการวางแผนการทำงานเชิงเป้าหมาย กระบวนการ และแนวทางการตรวจสอบที่ชัดเจนเน้นการปฏิบัติเชิงกลยุทธ์ และเน้นการทำงานเป็นทีม นอกจากนี้ผู้นำยังต้องมีมุมมองกว้างไกลในระดับสากลยึดมั่นต่อการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ยืดหยุ่นต่อความท้าทายที่เกิดขึ้น อันก่อให้เกิดแรงบันดาลใจที่ทรงพลังแก่ผู้ตาม ตลอดจนมุ่งแสวงหาเครือข่ายความร่วมมือจากพันธมิตรทั้งภายในและนอก จากคุณสมบัติที่กล่าวมานั้น มีลักษณะคล้ายคลึงกับภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพ ทั้งนี้ภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพจะต้องเป็นผู้เอาใจใส่ต่อการกระตุ้นส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงในตัวบุคลากรให้ใช้ความสามารถด้านสติปัญญา ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ตระหนักถึงความสำคัญของการทำงานที่มุ่งสนองความต้องการในผลประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าความต้องการของตนเอง ภาวะผู้นำขององค์การจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการสนับสนุนจากบทบาทการปฏิบัติงานของบุคลากรปฏิบัติงาน เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและการได้เปรียบทางการแข่งขัน

นอกจากภาวะผู้นำจะเป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จขององค์การแล้ว ยังพบว่า ภาวะผู้นำเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารงานจัดการตามยุทธศาสตร์ ตามที่องค์การ กำหนดขึ้นเพื่อให้เพื่อให้หน่วยงานภายในสังกัดนำไปปฏิบัติให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งสำนักอำนาจการประจำศาลแพ่ง เป็นหน่วยราชการภายใต้ศาลยุติธรรม ต้องดำเนินตามนโยบายการบริหารงานภายในศาลแพ่งตามที่สำนักงานศาลยุติธรรมกำหนดและมอบหมายอำนาจที่ ซึ่งมีขอบเขตอำนาจหน้าที่ ภารกิจตามนอกเหนือจากการพิจารณาคดีของศาล คือ บริหารจัดการงานธุรการคดี การให้บริการประชาชนเกี่ยวกับกระบวนการพิจารณาคดีของศาลยุติธรรมโดยยึดประชาชนเป็นเป้าหมายหลักการทำงาน สำนักงานศาลยุติธรรมมุ่งเน้นการประเมินการผลทำงานของข้าราชการศาลยุติธรรมของหน่วยงานสำนักอำนาจการประจำศาล ให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ศาลยุติธรรม สำหรับในส่วนของสำนักอำนาจการประจำศาลแพ่งมีภารกิจและอำนาจหน้าที่ของข้าราชการศาลยุติธรรมที่ได้รับมอบหมายนั้นมีขอบเขตของภารกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับความยุติธรรมประกอบกับศาลแพ่งมีปริมาณงานที่มาก จึงเป็นการยากที่ผลจากการทำงานจะเป็นที่พึงพอใจแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นแล้วผู้นำหรือผู้บริหารถือได้ว่ามีผลกระทบต่อการบริหารในองค์การของศาลเป็นอย่างมาก เพราะผู้นำเป็นหลักสำคัญต่อผู้ใต้บังคับบัญชา คุณลักษณะของผู้นำจึงมีผลต่อองค์การเป็นอย่างมาก ซึ่งในการทำงานของศาลแพ่งมีขั้นตอนการทำงานหรือกระบวนการที่มีความซับซ้อนรวมถึงการปฏิบัติงานที่มีข้อจำกัดเงื่อนไขด้วยเวลา ระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายอีกทั้งประชาชนผู้มาใช้บริการยังต้องการการ

บริการที่รวดเร็วจากศาลแพ่งหรือเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานและยังต้องเป็นไปตามมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งอยู่ภายใต้การปฏิบัติงานที่ดีนั้นต้องอาศัยผู้บังคับบัญชาที่มีความรอบรู้ ความสามารถ มีภาวะผู้นำสูงพร้อมปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวิธีการปฏิบัติต่างๆ ได้อย่างสอดคล้องเหมาะสม และสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการปฏิบัติงานให้สามารถดำเนินงานอย่างถูกต้องในแต่ละภารกิจเพื่อให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ตามแผนตามยุทธศาสตร์

ดังที่กล่าวข้างต้น สำนักอำนวยการประจำศาลแพ่ง จำเป็นต้องมีภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพอันมีความสอดคล้องกับการบริหารงานตามยุทธศาสตร์ ทั้งวิธีการคิดการบริหารแบบใหม่ที่สอดคล้องทันต่อการเปลี่ยนแปลง ครอบคลุมภารกิจ ที่ส่งผลให้การปฏิบัติงานของส่วนราชการในสังกัดมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกันอย่างเป็นเอกภาพ คุ่มค่าในการปฏิบัติภารกิจภาครัฐมาก ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพกับการบริหารงานตามแผนยุทธศาสตร์สำนักอำนวยการประจำศาลแพ่ง เพื่อนำผลจากการศึกษาในมิติต่างๆ มาปรับประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดความเหมาะสมและความสอดคล้องกับการบริหารงานอย่างมีคุณภาพ และสามารถตอบสนองต่อกระบวนการดำเนินการองค์การให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพของผู้อำนวยการ
2. เพื่อศึกษาการบริหารงานตามยุทธศาสตร์ สำนักอำนวยการประจำศาลแพ่ง
3. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพมีอิทธิพลต่อการบริหารงานตามยุทธศาสตร์ สำนักอำนวยการประจำศาลแพ่ง

วิธีดำเนินการศึกษา

ในวิธีดำเนินการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย การทบทวนวรรณกรรมด้านแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพของ Bass and Avolio (1995) มาใช้เป็นตัวแปรต้น ประกอบด้วย 1) การมีอิทธิพลต่ออุดมการณ์ 2) การสร้างแรงบันดาลใจ 3) การกระตุ้นทางปัญญา และ 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และการบริหารงานตามยุทธศาสตร์ สำนักอำนวยการประจำศาลแพ่งใช้ แนวคิดของยุทธศาสตร์สำนักงานศาลยุติธรรม (พ.ศ.2557-2560) ในด้านยุทธศาสตร์ที่ 5 การยกระดับระบบงานตุลาการศาล และระบบงานส่งเสริมงานตุลาการ ให้มีมาตรฐานระดับสากลและมีขีดสมรรถนะสูงในการสนับสนุนการอำนวยความยุติธรรมให้ดำเนินไปด้วยความสะดวกรวดเร็ว รวมทั้งมีระบบการให้บริการต้อนรับประชาชนที่มีคุณภาพสูงสุด มากำหนดเป็นแนวทางในการศึกษาตัวแปรตาม ดังกรอบแนวคิดดังต่อไปนี้มุ่งศึกษาเฉพาะในส่วนการบริหารงานสำนักอำนวยการประจำศาลแพ่ง มากำหนดเป็นแนวทางในการศึกษาตัวแปรตาม

ดังนี้ 1) การให้บริการที่มีคุณภาพแก่ประชาชน 2) ระบบการบริหารงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ และ 3) ระบบสนับสนุนทางด้านบุคลากรและเทคโนโลยีเพิ่มขีดสมรรถนะในการปฏิบัติงาน เป็นกรอบแนวคิดของการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติการแจกแจงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ Backward โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์แบบพหุคูณ

ผลการศึกษา

ผู้ศึกษาสามารถอภิปรายผลในประเด็นสำคัญ ดังนี้

ด้านภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพ

ผู้ศึกษาได้ใช้ทฤษฎีภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพของ Bass and Avolio (1995) เป็นเกณฑ์ที่วัด ผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพทั้ง 4 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง และมีค่าเฉลี่ยแต่ละด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ รองลงมาคือ ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ และด้านการกระตุ้นทางปัญญา ตามลำดับ สามารถอภิปรายผลรายละเอียดได้ดังนี้

1. การสร้างแรงบันดาลใจ พบว่า ผู้อำนวยการประจำศาลแพ่งให้ความสำคัญกับการเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจ อยู่ในระดับมากนับว่าผู้อำนวยการสำนักผู้อำนวยการประจำศาลแพ่งคนปัจจุบัน เป็นผู้นำที่มีลักษณะโดดเด่นในแง่ของการสร้างแรงบันดาลใจ และสามารถใช้แรงบันดาลใจมาช่วยให้การบริหารงานได้อย่างสอดคล้องกับสถานการณ์ปัญหาภายในองค์กร เนื่องจากภารกิจหลักของสำนักผู้อำนวยการประจำศาลแพ่งคือ การอำนวยความสะดวกและให้บริการประชาชน ซึ่งปัจจุบันจำนวนเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรม ฝ่ายตุลาการ สำนักผู้อำนวยการประจำศาลแพ่งมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการประชาชน ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการทำเรื่องขอยกย้ายไปปฏิบัติงานในสังกัดอื่น ทำให้เกิดสภาวะการขาดแคลนทรัพยากรบุคคล กอปรมีคดีค้างอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้มาติดต่อเกิดความไม่พึงพอใจ และมีการร้องเรียนจำนวนมากในเรื่องของการให้บริการ จนสร้างแรงกดดันให้กับเจ้าหน้าที่ศาลที่ปฏิบัติงาน ผู้อำนวยการประจำศาลแพ่งจำเป็นต้องสร้างแรงจูงใจและสร้างแรงบันดาลใจ ด้วยการสร้างจิตสำนึกที่ดีและการคิดบวกเสมอ เพื่อให้รู้สึกภูมิใจและเห็นคุณค่าในการปฏิบัติงานมากขึ้น เช่น การพูดเพื่อส่งเสริมด้านขวัญและกำลังใจในการทำงานให้ประสบผลสำเร็จ ซึ่งให้เห็นถึง ความสำคัญในความสำเร็จของงานที่ขณะปฏิบัติอยู่ รวมทั้งเรื่องมาตรฐานในการปฏิบัติงานตามกฎระเบียบที่ได้กำหนดไว้ สื่อสารให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทราบถึงวิสัยทัศน์และอนาคตขององค์กรในแง่มุมที่ดี มีการส่งเสริมการรวมตัวของสมาชิกภายใน

หน่วยงาน เพื่อให้เกิดแนวร่วมและแนวทางการปฏิบัติงานให้ไปสู่ในทิศทางเดียวกัน การปฏิบัติดังกล่าวแสดงออกในความเป็นภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ

นอกจากนี้ สำนักงานศาลยุติธรรมมีการประเมินผลการปฏิบัติราชการของศาลยุติธรรมว่าสอดคล้องกับแนวทางที่สำนักงานศาลยุติธรรมที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์เพื่อให้หน่วยงานภายใต้กำกับปฏิบัติ ซึ่งหากดำเนินการได้ตามเกณฑ์ประเมินในแต่ละระดับแล้วเจ้าหน้าที่ทุกคนจะได้เงินรางวัลประจำปีรวมถึงการไปดูงานต่างประเทศและเพิ่มเปอร์เซ็นต์เงินเดือนประจำปี ซึ่งผู้อำนวยการสำนักอำนวยการประจำศาลแพ่งจะนำเสนอประเด็นนี้กับผู้ใต้บังคับบัญชาเสมอ ซึ่งทำให้รู้สึกว่าจะต้องมีความพยายามและทุ่มเทบันดาลใจให้การทำงานให้บรรลุผลสำเร็จ สอดคล้องกับแนวความคิดของ Bass (1985) ที่กล่าวว่า การสร้างแรงบันดาลใจ เป็นคุณลักษณะสำคัญของภาวะผู้นำ คือการจูงใจหรือบันดาลใจผู้ตามให้ใช้ความพยายามอย่างแรงกล้าที่จะไปถึงเป้าหมาย ทั้งยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ญัฐดนัย จัทรพิฑาร (2557) พบว่า ภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพของผู้บังคับกอง กองสรรพาวุธ กองพลที่ 1 รักษาพระองค์ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ อยู่ในระดับมากที่สุด และปยุณกันต์ ช่วยเกิด (2556) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของนายกองค้การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับจริงส่วนใหญ่มีความคิดเห็นสูงสุด ในด้านการสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ใต้บังคับบัญชา มีการกระตุ้นให้มองโลกในแง่ดี พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นต่อศักยภาพของตนเอง ในการขับเคลื่อนองค์การไปสู่ความสำเร็จ

2. การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล พบว่า ผู้อำนวยการประจำศาลแพ่ง อยู่ในระดับมาก นอกเหนือจากขับเคลื่อนองค์การที่มุ่งสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชาแล้ว ยังมีความโดดเด่นในเรื่องของปัจเจกบุคคล เพราะท่านนึกถึงความแตกต่างในด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล แต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันและลักษณะการปฏิบัติงาน เช่น ส่วนงานบริการประชาชนและประชาสัมพันธ์ รับผิดชอบงานให้บริการประชาชนต้องพร้อมที่จะต้อนรับประชาชนหรือคู่ความที่มาติดต่อราชการศาลทุกสถานการณ์ ในส่วนงานหน้าบัลลังก์รับผิดชอบงานอำนวยความสะดวกในห้องพิจารณาคดีหรืองานในด้านการเงินและบัญชี จะให้บริการคู่ความในการคืนเงินคดีให้ผู้มีส่วนได้เสียในคดีจะเห็นว่าเป็นงานบริการ แต่วิธีการปฏิบัติงานก็จะแตกต่างกัน ส่งผลให้วิธีการประเมินผลการปฏิบัติงาน วิธีการพัฒนาบุคลากรและกำหนดหลักสูตรหรือโครงการเพื่อพัฒนาบุคลากรมีความแตกต่างกันออกไปตามลักษณะการปฏิบัติงานนั้นๆ รวมถึงปัญหาที่แต่ละบุคคลประสบ จึงจำเป็นต้องปฏิบัติตามเอกลักษณ์ที่มีของแต่ละคน เปิดโอกาสให้มีการปรึกษา ปัญหาจากการทำงาน และปัญหาส่วนตัว เพื่อซักถามหรือชี้แจงปัญหาได้ พร้อมทั้งช่วยหาวิธีการแก้ไขสถานการณ์ดังกล่าว นอกจากนี้ผู้อำนวยการยังส่งเสริมให้ผู้ใต้บังคับบัญชาพัฒนาตนเอง ด้วยการเรียนรู้และฝึกฝนงานที่ตนได้รับมอบหมาย จัดให้มีโครงการฝึกอบรมการถ่ายทอดความรู้ จากการสอนบุคลากรไปอบรมกับหน่วยงานภายนอกแล้วกลับมาเป็นวิทยากรในศาลแพ่ง เพื่อเพิ่มขีด

สมรรถนะการปฏิบัติงานและเป็นผู้ฝึกสอนเหมือนเป็นพี่เลี้ยงสร้างความเชื่อมั่นสร้างโอกาสในการเรียนรู้ สนับสนุนผู้ได้บังคับบัญชา มีการประเมินผลและติดตามผลการปฏิบัติงานที่ได้มอบหมายเป็นระยะ เพื่อวัดระดับความสามารถและความพอใจในงาน ความเอาใจใส่ดูแล ให้ความเป็นกันเองแก่บุคลากรภายในหน่วยงาน มอบความรู้สึที่ดีในแง่บวก และสร้างความผูกพันอันดีให้กับบุคลากรภายในหน่วยงาน พร้อมทั้งดูแลความเจริญก้าวหน้าในงานอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนคือ จัดให้มีการไปสัมมนาต่างจังหวัดโดยมีการจัดให้บุคลากรเล่นเกมมีลักษณะจัดเป็นฐานกิจกรรมในแต่ละซึ่งจะจ้างหน่วยงานภายนอกมาบริหารจัดการกิจกรรมต่างๆ เป็นการส่งเสริมกิจกรรมกระชับความสัมพันธ์ประจำปีให้กับบุคลากรภายในหน่วยงานและส่งเสริมให้บุคลากรทุกคน มีส่วนร่วมในกิจกรรมดังกล่าว สอดคล้องกับผลการศึกษาของ มณีประภา ผิวเงิน (2554) เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิผลการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตจังหวัดสกลนคร ผลการวิจัยพบว่า ระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเปมิกาทรัพย์สง (2556) ได้ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างานตามการรับรู้ของพนักงานกับผลการปฏิบัติงานและความพึงพอใจในงานของพนักงานบริษัท ผาทองทุ่งสง จำกัด และบริษัท ผาทอง 24 จำกัด พบว่า การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล คือคุณลักษณะสำคัญของผู้นำที่ควรเป็นผู้ดูแลให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำแก่ผู้ตามและสนับสนุน เปิดโอกาสให้ผู้ตามได้ใช้ความสามารถพิเศษอย่างเต็มที่และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ที่ท้าทายความสามารถ

3. การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ พบว่า ผู้อำนวยการประจำศาลแพ่ง เป็นผู้ที่มีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ในระดับปานกลาง โดยผู้อำนวยการขับเคลื่อนการบริหารงานตามอำนาจที่องค์การมอบหมายให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง และประสานประโยชน์โดยใช้วิสัยทัศน์ช่วยให้การบริหารเป็นไปได้อย่างสอดคล้องกับสถานการณ์ มีความรู้ มุ่งมั่นและทุ่มเทต่อการทำงาน โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ได้เป็นอย่างดี สามารถวิเคราะห์ปัญหา แนวโน้มทิศทางในอนาคตของการปฏิบัติงานได้ถูกต้อง ส่งผลให้ผู้ได้บังคับบัญชารู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ร่วมงาน มีความเชื่อมั่น ศรัทธา ไว้วางใจและยินดีที่จะทุ่มเทปฏิบัติงาน ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มกำลังความสามารถ เป็นที่ยอมรับนับถือและเป็นแบบอย่างที่ดีในการทำงาน ทั้งยังคงคอยให้คำปรึกษาเมื่อภาระงานเกิดปัญหาอุปสรรค ตลอดจนการมีสำนึกในการกิจร่วมกันให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์การ เช่น กรณีอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ ต่อการให้บริการแก่ประชาชนที่เข้ามาติดต่อราชการกับศาลแพ่ง ผู้อำนวยการได้เสนอขออนุมัติกรอบอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ศาลเพิ่มเติม จากสำนักงานศาลยุติธรรม โดยนำเสนอหลักการและเหตุผลของความจำเป็นที่ต้องได้รับการแก้ไข แสดงให้เห็นถึงการมีอุดมการณ์ ที่จะบริการประชาชน ผู้ที่มาติดต่อขอรับบริการ สอดคล้องกับการศึกษาของ ประเสริฐ สุดดี (2552) ได้ พบว่า

การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และ กุลณรัตน์ ธนภัทรรักษ์ (2557) พบว่า คุณลักษณะสำคัญของภาวะผู้นำด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ นั้นมีคุณลักษณะสำคัญคือต้องเป็นบุคคลที่ชี้้นำความรู้ มีความสามารถกล้าคิดกล้าตัดสินใจ เป็นบุคคลที่มีคุณธรรมเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมเป็นสำคัญจึงถือว่าเป็นคุณสมบัติที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้นำควรมีค้ำมั่นในหลักการที่ถูกต้องดีงาม

4. การกระตุ้นทางปัญญา จากการศึกษาพบว่า ผู้อำนวยการประจำศาลแพ่งให้ความสำคัญด้านการกระตุ้นทางปัญญาอยู่ระดับปานกลาง ทั้งนี้สำนักผู้อำนวยการประจำศาลแพ่งเป็นหน่วยงานราชการภายใต้การกำกับของสำนักงานศาลยุติธรรม ผู้อำนวยการประจำศาลแพ่งจึงมีบทบาทในฐานะผู้กำกับติดตามให้ผู้ได้บังคับบัญชา เพื่อตอบสนองนโยบายตามยุทธศาสตร์ของสำนักงานศาลยุติธรรมเท่านั้น อย่างไรก็ตามแม้จะเป็นหน่วยงานสนับสนุนแต่หากหน่วยงานมีปัญหาก็จะใช้การประชุมกลุ่มงานเพื่อหาแนวทางกัน โดยให้ทุกคนแสดงความคิดเห็นในแง่มุมต่างๆ ส่งเสริมให้ผู้ร่วมงานรู้จักวิเคราะห์ปัญหา โดยใช้เหตุผลและข้อมูลหลักฐานสนับสนุนวิธีการทำงานหรือวิธีแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยวิธีใหม่ๆ ให้ผู้ร่วมงาน กระตุ้นให้ผู้ร่วมงานมีการตั้งสมมุติฐานเพื่อหาสาเหตุที่มาของปัญหา โดยยึดความเห็นของผู้ร่วมประชุมเป็นหลักและเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน

นอกจากนี้ สำนักผู้อำนวยการประจำศาลแพ่งจัดให้มีโครงการเพิ่มพูนความรู้ให้แก่บุคลากรเช่น โครงการความรู้กฎหมาย ในคดีแพ่งหรือโครงการส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษตามแนวทางการพัฒนาศักยภาพข้าราชการศาลยุติธรรมตามยุทธศาสตร์ศาลยุติธรรม(พ.ศ.2557-2560) ยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการพัฒนาระบบงานธุรการศาลเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เป็นการเสริมสร้างความมั่นใจให้กับพนักงานต้อนรับประจำศาลแพ่งซึ่งเป็นด่านแรกในการให้บริการประชาชนที่มาติดต่อราชการศาลผู้อำนวยการสำนักผู้อำนวยการประจำศาลแพ่งได้สร้างบรรยากาศองค์การที่เอื้ออำนวยต่อการคิด มีการส่งเสริมให้มีการสร้างความคิดอย่างสร้างสรรค์ โดยจัดให้แลกเปลี่ยน เสริมสร้างปัญญาคณะกรภายในหน่วยงานด้วยการสร้างห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ (E - Learning) มุมสาระน่ารู้ที่ให้ข้อมูลข่าวสารองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่จะนำมาปรับใช้ในการทำงาน เพื่อกระตุ้นให้ผู้ได้บังคับบัญชา ได้พัฒนาศักยภาพของตนเองตามความสามารถ มีการถ่ายทอดการเรียนรู้ ประสบการณ์จากเจ้าหน้าที่อาวุโส โดยให้เป็นผู้นำการเรียนรู้ภายในหน่วยงาน เช่น การสอนงาน การตรวจสอบวิธีการทำงาน รวมทั้งมีการจัดหลักสูตรการอบรมบุคลากร เพื่อเพิ่มความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานให้เหมาะสม กับงานที่ต้องรับผิดชอบ สอดคล้องกับการศึกษาของ ชาละฮะห์ ดะเซ็ง (2555) พบว่า ด้านการกระตุ้นทางปัญญา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และญาณิกานต์ ไผ่เจริญ (2553) พบว่า การที่ผู้นำจัดให้มีการอบรมหลักสูตร ที่จะเพิ่มพูนความรู้

ในการทำงานและให้คำแนะนำเมื่อมีปัญหา จะสามารถที่จะแก้ไขและมองปัญหาในมุมใหม่ๆ ได้มากขึ้น

ด้านการบริหารงานตามยุทธศาสตร์ ของสำนักอำนวยการประจำศาลแพ่ง

ผู้ศึกษาใช้ยุทธศาสตร์สำนักงานยุติธรรม สำนักอำนวยการประจำศาลแพ่ง ว่าด้วยยุทธศาสตร์ที่ 5 การยกระดับระบบงานธุรการศาล ระบบงานส่งเสริมงานตุลาการ และการให้บริการประชาชนให้มีมาตรฐาน และมีสมรรถนะสูงพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ซึ่งแบ่งการบริหารงานตามยุทธศาสตร์ออกเป็น 3 องค์ประกอบ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ระบบสนับสนุนทางด้านบุคลากรและเทคโนโลยีเพิ่มขีดสมรรถนะในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือการบริหารงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์นับตั้งแต่มีการกำหนดมาตรฐานระบบงานธุรการศาล และลำดับสุดท้าย คือ การให้บริการที่มีคุณภาพแก่ประชาชน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ระบบสนับสนุนทางด้านบุคลากรและเทคโนโลยีเพิ่มขีดสมรรถนะในการปฏิบัติงาน จากการศึกษาพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบด้านอื่นๆ ทั้งนี้สืบเนื่องจากนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของสำนักงานศาลยุติธรรม ซึ่งมีความต้องการให้หน่วยงานภายใต้กำกับได้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ช่วยในการปฏิบัติงานในทุกๆ ด้านเพื่อให้การบริการประชาชน และการบริหารจัดการองค์การมีประสิทธิภาพ สำนักอำนวยการประจำศาลแพ่งเป็นหน่วยงานในกำกับสำนักงานศาลยุติธรรม จึงดำเนินการตามนโยบายโดยการพัฒนาาระบบสื่อสารข้อมูลให้เชื่อมโยงกันภายใต้เครือข่ายสื่อสารข้อมูลหลักของสำนักงานศาลยุติธรรมด้วยการใช้ช่องสัญญาณอินเทอร์เน็ต (Bandwidth) เชื่อมโยงหน่วยงานส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค หน่วยงานภายนอก เช่น การประชุมงานผ่านจอภาพ (Web Conference) ในด้านการฟ้องคดีศาลแพ่งเป็นหน่วยงานแรกที่ฟ้องคดีด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Filing) โดยไม่ต้องเดินทางศาลและในการชำระค่าธรรมเนียมศาลใช้วิธีชำระทางอิเล็กทรอนิกส์ (Payment System) หรือ KTB Corporate Online นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาระบบการจ่ายสำนวนอิเล็กทรอนิกส์ (Case Allocation System) ซึ่งเป็นไปตามนโยบายประธานศาลฎีกาประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559-2560 โดยให้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อการบริหารจัดการและให้การบริการประชาชน ทำให้สำนักอำนวยการประจำศาลแพ่งสามารถประสานงานกับสำนักงานศาลยุติธรรมและหน่วยงานภายนอกสำนักงานศาลยุติธรรมส่งผลให้ระบบการทำงานในองค์การมีมาตรฐานและการวัดผลงานที่ชัดเจน (Explicit standards and measures of performance) สามารถดำเนินการตรวจสอบได้ มีความถูกต้องแม่นยำ สะดวก รวดเร็วต่อการปฏิบัติงาน และความปลอดภัยสูง เพราะมีมาตรฐานการป้องกันการลักลอบการใช้

งานหรือการโจรกรรมข้อมูล นอกจากการนำระบบต่างๆมาใช้แล้วผู้อำนวยการประจำศาลแพ่งยังให้บุคลากรได้ฝึกอบรมด้านการใช้เทคโนโลยีทุกคนในหลักสูตรทักษะการใช้คอมพิวเตอร์และการป้องกันภัยคุกคาม (Ransom Ware) ทางคอมพิวเตอร์และการจัดอบรมและการสอนงานให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยีที่องค์กรได้นำมาใช้งาน เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถทำงานได้อย่างบรรลุวัตถุประสงค์เกิดประโยชน์สุขของประชาชน สอดคล้องกับการศึกษาของพรรณปรียา อ้นประวัติ (2551) พบว่า การบริหารภาครัฐแนวใหม่ในงานบริการประชาชนด้านทะเบียนที่ดินของสำนักงานที่ดินจังหวัดสุโขทัย ผลการศึกษา พบว่า การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ด้านข้อมูลทะเบียนที่ดิน เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการ และเป็นการบริหารภาครัฐแนวใหม่ นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของมณีประภา ผิวเงิน (2554) พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบลมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในดำเนินงานเชื่อมโยงระหว่างเจ้าหน้าที่กับประชาชนที่มารับบริการให้ได้รับการอำนวยความสะดวก และมีการนำเอาเทคโนโลยีไปใช้โดยการแปลงงบประมาณคน และทรัพยากรต่างๆ เพื่อลดขั้นตอนการปฏิบัติราชการ และสามารถปฏิบัติราชการได้อย่างรวดเร็ว อันเป็นการยกระดับขีดความสามารถและมาตรฐานการทำงานให้อยู่ในระดับสูงเทียบเท่าเกณฑ์สากล

2. ระบบการบริหารงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์นับตั้งแต่มีการกำหนดมาตรฐานระบบงานธุรการศาล จากการศึกษาพบว่าอยู่ระดับมาก ซึ่งจะเห็นว่าปัจจุบันมีดีความขึ้นศาลเป็นจำนวนมาก บุคลากรทุกคนต้องมีความรู้ความเข้าใจในกฎหมายขั้นพื้นฐาน เพื่อการอำนวยความสะดวกและให้บริการแก่ประชาชนผู้มาติดต่อราชการศาลด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว เป็นธรรมและทั่วถึงโดยไม่เลือกสัญชาติ ศาสนา และเท่าเทียมกัน และตระหนักถึงหน้าที่ในการปฏิบัติงานของตนเองตามตัวชี้วัดของหน่วยงาน สามารถรายงานผลการปฏิบัติงานได้ทันตามกำหนดเวลาและถูกต้อง ไม่มีการนำกลับมาแก้ไข เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร สามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเองทำให้งานนั้นสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี รวมทั้งพัฒนาวิธีการปฏิบัติงาน ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ตามแผนปฏิบัติราชการ 4 ปี ของสำนักงานศาลยุติธรรม ส่งผลให้บุคลากรทุกคนต้องมีความเข้าใจในยุทธศาสตร์อย่างแท้จริงและมีความเข้าใจบทบาทของแต่ละบุคคลว่าเกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์อย่างไร เพื่อให้คำปรึกษา แนะนำ แก่ประชาชนสร้างความเข้าใจต่อวิธีการหรือกระบวนการทำงานของศาลได้ เช่น การให้บริการแบบเรียงตามลำดับก่อน-หลัง โดยใช้ระบบบัตรคิวไม่ว่าจะเป็นชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่สำคัญการมีสติในการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้งานที่ถูกต้อง สอดคล้องกับสำนักงานศาลยุติธรรม (2553) กล่าวว่า ระบบการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ คือ ความมุ่งมั่นจะปฏิบัติราชการให้ดีหรือให้เกินมาตรฐานที่มีอยู่ โดยมาตรฐานนี้อาจเป็นผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมาของตนเอง หรือเกณฑ์วัดผลสัมฤทธิ์ที่ส่วนองค์กรกำหนดขึ้น อีกทั้งยังหมายรวมถึงการสร้างสรรคพัฒนาผลงานหรือกระบวนการปฏิบัติงานตามเป้าหมายที่ยากและท้าทาย

ชนิดที่ไม่เคยมีผู้ใดสามารถกระทำได้มาก่อน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไพโรจน์ ภัทรนรากุล (2550) พบว่า ปัจจุบันการนำแนวคิดหรือตัวแบบการจัดการสมัยใหม่มาประยุกต์หรือบูรณาการ เพื่อให้การบริหารงานของหน่วยงานภาครัฐ เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล และเกิดประโยชน์สูงสุดกับประชาชน และมีความเชื่อมโยงกับแนวความคิดเสริมพลัง โดยเฉพาะแนวทางการมีส่วนร่วมของสมาชิกในองค์การ ทางเลือกสาธารณะ และการมีส่วนร่วมของผู้รับบริการ โดยมีหลักการหลักที่สำคัญ คือการบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์

3. การให้บริการที่มีคุณภาพแก่ประชาชน จากการศึกษาพบว่า อยู่ระดับปานกลาง โดยสำนักอำนวยการประจำศาลแพ่งมีแผนกลยุทธ์สำคัญสำหรับการบริการแก่ประชาชนที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ ซึ่งได้กำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงาน และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานในรูปแบบเอกสารและคู่มือการติดต่อราชการศาลฉบับประชาชนทั้งฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษ การให้บริการคอมพิวเตอร์ในการใช้งานทำให้ประชาชนที่มาใช้บริการสะดวกมากขึ้น และทุกวันนี้หากมีโอกาสไปติดต่อราชการที่สำนักอำนวยการประจำศาลแพ่งก็จะได้พบกับพนักงานต้อนรับประจำสำนักอำนวยการประจำศาลแพ่งที่สวมเสื้อเครื่องแบบสีฟ้ามีป้ายชื่อติดอยู่บริเวณหน้าอกด้านซ้ายยื่นคอยให้การต้อนรับ พร้อมตอบข้อซักถาม และบริการให้คำแนะนำประชาชนในการติดต่อราชการศาล เช่น การฟ้องคดีแพ่ง ต้องใช้เอกสารอะไรบ้าง เอกสารที่ต้องจัดเตรียม หรือค้นหาเลขคดีที่มีนัดคดีในแต่ละวันแต่ไม่ทราบบัลลังก์ที่ศาลนัดคดี ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ เป็นการยกระดับมาตรฐานการบริการของสำนักอำนวยการประจำศาลแพ่งให้สูงขึ้น สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ ทั้งด้านความรวดเร็วและความทันสมัย และคุณภาพในการให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการ และ ในส่วนการปฏิบัติงานได้นำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ปรับลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน การให้บริการแบบครบวงจร รวมถึงมีการตรวจสอบความพึงพอใจ เพื่อนำผลการประเมินที่ได้มาปรับปรุง แก้ไข ทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือ และการยอมรับมากขึ้น นอกจากนี้ยังนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการให้บริการ เช่น การให้บริการที่ซื่อสัตย์สุจริต เสียสละอดทน มีความเป็นธรรม เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีน้ำใจ สุภาพ มีเมตตาธรรม และการมีจิตสำนึกที่ดีงามในการให้บริการ สอดคล้องกับการศึกษาของอาภรณ์ ภูวิทย์พันธุ์ (2548) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของประสิทธิผลการปฏิบัติงาน ด้านการให้บริการที่มีคุณภาพเป็นการให้บริการที่ดีไว้ว่าการให้บริการที่ดีย่อมเกิดประโยชน์ทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและองค์การ ไม่ว่าจะเป็นด้านภาพลักษณ์หรือด้านผลกำไร ดังนั้นการสร้างจิตสำนึกในงานบริการให้เกิดขึ้น จึงเป็นสิ่งของค์การตระหนัก และให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ด้วยการพยายามที่จะฝึกฝนนิสัยของการให้หรือการเป็นผู้บริการที่ดี ให้เกิดขึ้นในตัวพนักงานทุกคนในองค์การ

อิทธิพลของภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพกับการบริหารงานตามยุทธศาสตร์

จากการศึกษา พบว่า ภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพมีอิทธิพลต่อการบริหารงานตามยุทธศาสตร์ ของข้าราชการศาลยุติธรรม ฝ่ายตุลาการ สำนักอำนวยการประจำศาลแพ่ง ได้ร้อยละ 46.4 ($R^2 = .464$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการบริหารงานตามยุทธศาสตร์ มีจำนวน 3 ตัวแปร คือ การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ($Beta = .095$) การกระตุ้นทางปัญญา ($Beta = .024$) และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ($Beta = .534$) สามารถอธิบายโดยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้

จากที่กล่าวมาข้างต้น ภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ($Beta = .534$) มีอิทธิพลต่อการบริหารงานตามยุทธศาสตร์สูงสุด จึงเห็นได้ว่าผู้อำนวยการประจำศาลแพ่งตระหนักดีว่า "คน" หรือบุคลากรในองค์กรนั้นเป็นส่วนประกอบสำคัญในการสร้างองค์การ ซึ่งจะประสบความสำเร็จหรือไม่ ล้วนขึ้นอยู่กับบุคลากร หรือคนในองค์กร เนื่องจากทุกสิ่งทุกอย่างล้วนมาจากคน ถือว่าคนจึงเป็นทรัพยากรสำคัญ ที่ล้ำค่า เป็นหัวใจของทุกองค์การในการปฏิบัติงาน เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิผลขององค์การ การเอาใจใส่ต่อปัจเจกบุคคลย่อมเป็นจุดเน้นในการพัฒนาผู้ใต้บังคับบัญชา และมุ่งที่สร้างมิตรสัมพันธ์ภายในองค์กร พร้อมกันนั้นยังได้เข้าไปดูแล พัฒนาผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นรายบุคคล ให้มีทัศนคติและความสามารถที่เหมาะสมกับลักษณะของงาน รวมถึงเตรียมความพร้อมให้ผู้ใต้บังคับบัญชา ให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีความจำเป็นต้องเปลี่ยนสายงาน หรือเลื่อนตำแหน่งในระดับที่สูงขึ้น และผู้อำนวยการประจำศาลแพ่งให้ความสำคัญกับการอบรมโดยการให้ส่วนงานที่จัดการอบรมประชาสัมพันธ์บ่อยๆ เพื่อเป็นการเน้นย้ำให้ทุกคนเข้าอบรมทุกโครงการในแต่ละหลักสูตรที่หน่วยงานจัดขึ้นซึ่งมีจำนวนกว่า 80 หลักสูตรให้เลือกซึ่งเป็นประโยชน์ต่อทุกคนที่สามารถนำไปใช้ได้ทั้งงานและชีวิตประจำวัน จึงเห็นได้ว่าผู้อำนวยการให้ความสำคัญในการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพแต่ละสายงานให้มีความเชี่ยวชาญในงานที่รับผิดชอบหรือบางหลักสูตรจะทำการฝึกอบรมให้กับเจ้าหน้าที่ศาลด้วยตนเอง เพื่อถ่ายทอดเป็นแนวทางการปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ ยังปรับปรุงสวัสดิการต่างๆ เช่นการตัดชุดสูทแจกทุกคน และการจัดสวัสดิการด้านค่าอาหารประจำเดือน จากที่กล่าวมาจึงเห็นว่า ผู้นำที่มีการเอาใจใส่ต่อความปัจเจกบุคคล ภายใต้สภาพบริบทที่แตกต่างกันของปัจเจกส่วนบุคคล จะส่งผลให้สมรรถนะการบริหารงานตามยุทธศาสตร์เป็นไปตามที่ได้รับมอบหมายอย่างประสบความสำเร็จสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปูลณกันต์ ช่วยเกิด (2556) พบว่า การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล มีอิทธิพลต่อการขับเคลื่อนประสิทธิผลให้ประสบความสำเร็จได้ด้วยดี เพราะมิติปัจเจกบุคคลจะเป็นส่วนช่วยเสริมให้การทำงานของบุคลากร โดยเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงว่าแต่ละบุคคลย่อมมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน ดังนั้น การที่ผู้บังคับบัญชาใช้เทคนิคการสั่งงานจึงต้องคำนึงถึงความหลากหลาย เพื่อให้เหมาะสมกับผู้ตามแต่

ละคน อันจะทำให้บุคคลากรไม่มีอคติกับความคิดเห็นของผู้บริหาร ส่งผลให้บุคคลากรมีความเต็มใจที่จะทำงานและสามารถขับเคลื่อนให้องค์การประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Beta =.095) เป็นแรงเสริมสร้างความเชื่อมั่นศรัทธาความไว้วางใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทุ่มเทการทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถมีวิสัยทัศน์เป้าหมายในการปฏิบัติหน้าที่อย่างชัดเจน เป็นที่ยอมรับและเป็นแบบอย่างที่ดีให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีความมั่นใจในหลักการอุดมการณ์ที่ถูกต้องและดีงาม มีความมั่นคงทางด้านจิตใจและอารมณ์เป็นผู้มีความมุ่งมั่นอย่างแรงกล้าในการพัฒนาองค์การให้มีความเจริญก้าวหน้า ทั้งนี้เพราะลักษณะการทำงานของสำนักอำนวยการประจำศาลแพ่ง นอกจากจะอยู่ภายใต้ข้อจำกัดของสภาพแวดล้อมภายในองค์การเอง ไม่ว่าจะเป็นด้านกระบวนการทำงาน และงบประมาณที่มีจำกัดและเจ้าหน้าที่รวมถึง ผู้พิพากษาซึ่งมีจำนวนมากที่จะต้องดูแล แล้วยังอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมและแรงกดดันภายนอก ไม่ว่าจะเป็นลักษณะของแรงจูงใจจากผลประโยชน์อันมิชอบ แรงกดดันจากผู้มีอิทธิพล ข้าราชการและคำวิพากษ์วิจารณ์ต่าง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ย่อมมีผลกระทบและอิทธิพลต่อบุคคลากรที่ในการตัดสินใจเลือกที่จะปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติกรอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่อาจจะออกจากกรอบแนวทางหรือหลักการที่ถูกต้องและเป็นธรรม อันนำมาซึ่งปัญหาและความเสียหายแก่ประชาชน รวมทั้งภาพลักษณ์ของหน่วยงาน ซึ่งผู้อำนวยการประจำศาลแพ่ง จึงต้องอาศัยปัจจัยด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ พัฒนาและสร้างภูมิคุ้มกันกับตัวเอง บนหลักการและอุดมการณ์ที่ถูกต้องดีงาม มีความมั่นคงทางด้านจิตใจและอารมณ์ มีวิสัยทัศน์ เป้าหมายและจุดยืนในการทำงานที่ชัดเจน เพื่อสร้างศรัทธา และความเชื่อมั่นในตัวผู้นำและเป็นแบบอย่างที่ดี เพื่อจูงใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชามุ่งมั่นปฏิบัติงานลุล่วงไปได้ด้วยดีซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเฉลา ระโหฐาน (2553) พบว่าการใช้อิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์สามารถพยากรณ์ประสิทธิผลในการบริหารงานของสถานศึกษาชั้นถือถือว่าเป็นคุณสมบัติที่จำเป็นอย่างยิ่งของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ควรจะต้องพัฒนาและสร้างให้เกิดขึ้นในตัวของผู้บริหารงาน ควรยึดมั่นในหลักการและอุดมการณ์ที่ถูกต้องดีงาม มีความมั่นคงทางด้านจิตใจและอารมณ์ มีวิสัยทัศน์ เป้าหมายและจุดยืนในการทำงานที่ชัดเจน เพื่อสร้างศรัทธา และความเชื่อมั่นในตัวผู้บริหาร และเป็นแบบอย่างที่ดีในการจูงใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชามุ่งมั่นปฏิบัติงานให้สัมฤทธิ์ผล

ผู้อำนวยการประจำศาลแพ่ง ยังได้แสดงความเป็นผู้นำในการกระตุ้นทางปัญญา ด้วยการปลุกเร้าให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทุกส่วนมีการตระหนักรู้ ที่จะค้นหาและมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการหาแนวทางใหม่ ด้วยวิธีการเรียนรู้ในการปฏิบัติงานจริง ซึ่งช่วยในการจัดการแก้ไขปัญหาแบบเดิม ที่มักเกิดขึ้นอยู่เป็นประจำ เพื่อค้นหาสิ่งที่ดีที่สุดให้กับองค์การ เนื่องจากลักษณะงาน ของสำนักงานอำนวยการประจำศาลแพ่ง เป็นงานที่ปฏิสัมพันธ์กับประชาชนโดยตรงและต้องปฏิบัติภายใต้ระเบียบ ข้อบังคับของกฎหมายหลายฉบับ อีกทั้งการตรวจสอบจากหน่วยงาน ของภาครัฐ

และองค์การอิสระ ผนวกกับภาวะก้าวกระโดดของการพัฒนา และการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ ด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำ ทำให้การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ต้องตอบสนองและรองรับความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะอาศัยเพียงระบบรูปแบบหรือวัฒนธรรมองค์การในการปฏิบัติแบบเดิมคงไม่เพียงพอการสนับสนุนให้มีการศึกษาดูงาน จากองค์การตัวอย่างทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่ประสบความสำเร็จ และกระตุ้นให้ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม แสวงหาโอกาส และองค์ความรู้ใหม่มาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับการทำงานเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้การจูงใจและผลักดันให้มีการปรับทัศนคติ มุมมองที่แตกต่างให้มีพฤติกรรมในการทำงานในลักษณะเชิงระบบก็ยิ่งทำให้การบริหารงานตามยุทธศาสตร์ดำเนินไปอย่างราบรื่นตามแผนและเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้หากเกิดปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงาน การจัดประชุมงานหัวหน้าส่วน หัวหน้ากลุ่มงาน และหัวหน้างานในการปฏิบัติงานทุกเดือนและนำเสนอประเด็นปัญหา หาแนวทางแก้ปัญหาร่วมกัน โดยยึดมติที่ประชุมร่วมกันเป็นแนวทางภายใต้กฎระเบียบและกฎหมาย

ดังนั้นจึงอนุมานได้ว่า การแสดงออกทางพฤติกรรมของภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพ ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ด้านการกระตุ้นทางปัญญา และด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ล้วนมีอิทธิพลร่วมกันที่ส่งผลต่อการบริหารงานตามยุทธศาสตร์ ของสำนักอำนาจการประจำศาลแพ่ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุษณี มงคลพิทักษ์สุข (2551) พบว่า ภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพมีสหสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลขององค์การ ที่ชี้ให้เห็นว่า ภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพเป็นพฤติกรรมของผู้นำที่ใช้บริหารจัดการองค์การให้ประสบความสำเร็จ และภัทรกร วงศ์สกุล (2555) พบว่า ภาวะผู้นำด้านการกระตุ้นทางปัญญาและด้านการคำนึงถึงปัจเจกบุคคล มีส่วนสำคัญในการทำนายความสำเร็จของประสิทธิผลขององค์การเป็นไปในทิศทางบวก และ ญัฐดนัย จันทรพิหาร (2557) พบว่า ผู้บังคับกองสรรพาวุธเบา กองพลที่ 1 รักษาพระองค์ใช้ ภาวะผู้นำด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์เป็นหลักในการปฏิบัติงาน และมีความสัมพันธ์เชิงบวกสูงสุดต่อประสิทธิผลขององค์การ ทั้งนี้อธิบายได้ว่า สภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ได้กลายเป็นแรงผลักดันให้ผู้บังคับบัญชาเกิดสภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพ มีการแสดงออกทางพฤติกรรมถึงการปรับปรุงรูปแบบวิธีการบริหาร ให้สอดคล้องกับการพัฒนาองค์การไปสู่การจัดการที่ทันสมัย เน้นการทำงานโดยมุ่งผลสัมฤทธิ์ บริหารงานอย่างคล่องตัวสรรค์สร้างนวัตกรรมการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมและประชาชนได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่การสื่อสารไร้พรมแดน ซึ่งได้นำเทคโนโลยีเข้ามาในระบบการปฏิบัติงาน ที่พร้อมจะสร้างประโยชน์ให้กับองค์การและเป็นที่ยิ่งของประชาชนอย่างยิ่งยวด

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1. การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ผู้อำนวยการประจำศาลแพ่ง ต้องสร้างบรรทัดฐานเชิงพฤติกรรมของผู้นำให้ปฏิบัติตามจริยธรรมอย่างเข้มแข็งและหนักแน่น โดยตระหนักถึงผลประโยชน์ที่ดีที่สุดขององค์กร มีการตัดสินใจที่เที่ยงธรรม และสามารถเชื่อถือไว้วางใจได้และสร้างความมั่นคงทางด้านจิตใจและอารมณ์ให้เกิดขึ้นในตัวของผู้ใต้บังคับบัญชา ให้รู้จักอดทนและอดกลั้น ยึดมั่นในหลักการและเหตุผลมากกว่าอารมณ์ ถ้าผิดพลาดต้องพร้อมยอมรับผิดกล้ารับผิดชอบและไม่ใช้อารมณ์ในการแก้ไขปัญหา และต้องเป็นโค้ชให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเพราะผู้อำนวยการประจำศาลแพ่ง จะมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานและการจัดการความขัดแย้งส่งผลให้การปฏิบัติงานลุล่วงไปได้ด้วยดีเมื่อพบกับปัญหาหรืออุปสรรคในการปฏิบัติงาน

2. การสร้างแรงบันดาลใจ ผู้อำนวยการควรสื่อสารถึงเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และนโยบายขององค์กรที่ชัดเจนกับเจ้าหน้าที่ทุกคน และชักนำให้ทุกคนช่วยกันทำ ช่วยกันคิด โดยปราศจากการบังคับเพื่อให้เกิดการตื่นตัวในการทำงานและสร้างแรงจูงใจในการทำงาน โดยการชมเชยเมื่อผู้ปฏิบัติงานสำเร็จตามเป้าหมาย การให้กำลังใจ การให้รางวัลหรือผลตอบแทนที่มีความเหมาะสม ซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นกระตุ้นให้ผู้ตามรู้สึกอยากทำงาน การสนับสนุนให้เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถ เจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ไปสู่ความสำเร็จสูงสุด เป็นต้น

1.3 การกระตุ้นทางปัญญา ผู้อำนวยการควรหาวิธีการที่จะดึงศักยภาพหรือความสามารถที่มีในตัวของผู้ใต้บังคับบัญชาออกมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด ส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้บริหารกับผู้ใต้บังคับบัญชา รวมถึงควรเปิดกว้างต่อการรับฟังความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะจากผู้ร่วมงาน เพื่อให้เป็นแหล่งของข้อมูลที่จะนำมาใช้คิดและตัดสินใจกับการปฏิบัติงานภายในองค์กร และควรให้ผู้ใต้บังคับบัญชาพัฒนาตนเองในด้าน การสร้างทักษะทางความคิดในลักษณะเชิงสังเคราะห์ให้มากขึ้น เพราะทักษะเหล่านี้จะทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาสามารถแยกแยะและจัดลำดับความสำคัญของปัญหาที่จำเป็น และซับซ้อนขึ้น

4. การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ผู้อำนวยการควรส่งเสริมความตั้งใจและความสามารถ โดยการขยายขอบข่ายหน้าที่พร้อมทั้งให้สิทธิทางอำนาจในการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับงานในระดับที่ไม่กระทบผลเสียต่อองค์กร เพื่อให้เกิดการรับรู้ถึงการพัฒนาตนเอง และเป็นการช่วยให้เข้าใจในกระบวนการทำงานที่หลากหลาย การมอบอำนาจจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้อำนวยการใช้ในการสร้างผู้ใต้บังคับบัญชาให้กลายเป็นบุคลากรภายในองค์กรที่มีประสิทธิผล มีความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่ และสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้นำได้ในอนาคต

5. การให้บริการที่มีคุณภาพแก่ประชาชนควรสร้าง ไม้ตรีจิต ความประทับใจให้แก่ผู้รับบริการเป็นอย่างดี เช่น การอำนวยความสะดวกในการติดต่อขอสำเนาคำพิพากษาศาลเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ของเจ้าของคดี หรือชี้แนะนำขั้นตอนการยื่นถอนคดีก่อนการพิจารณาตัดสินคดี

สร้างการให้บริการที่มีความหลากหลาย เช่น การใช้ระบบ คอลเซ็นเตอร์ (Call Center) รวมถึงการให้บริการด้วยระบบสอบถามข้อมูลอัตโนมัติทางโทรศัพท์ (Self-Service Phone) ในการติดต่อสอบถามข้อมูลทางด้านคดี และอำนวยความสะดวกอย่างมีคุณภาพ ให้แก่ประชาชนชนมากยิ่งขึ้น

6. การจัดอบรมเพิ่มเติมเรื่อง การใช้ทรัพยากรด้านการใช้พลังงานไฟฟ้าและวัสดุสิ้นเปลืองอย่างไรให้คุ้มค่าเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรและสามารถสร้างผลสัมฤทธิ์ของงานให้เกิดประสิทธิผลที่มากขึ้น

7. การจัดเก็บข้อมูลระบบคอมพิวเตอร์ที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน สามารถบูรณาการข้อมูลและใช้งานร่วมกันได้เช่นการจัดเก็บข้อมูลครุภัณฑ์ อุปกรณ์และระบบข้อมูลทางคดี เพื่อปรับลดขั้นตอนการและเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงระบบเทคโนโลยี ควรจัดหลักสูตรการอบรมการใช้งานให้ทันกับการปฏิบัติงานแก่เจ้าหน้าที่

เอกสารอ้างอิง

กุลธนรัต ธนภัทรวิรัช. (2557). *ภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจสถานีตำรวจนครบาลคันนายาว*. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.

เจลา ระโหฐาน. (2553). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาและประสิทธิผลการบริหารงานของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรีเขต 2*. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์, ฉะเชิงเทรา.

ชาละชะห์ ดะเซ็ง. (2555). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาตามความคิดเห็นของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานราธิวาส*. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, ยะลา.

ญาณิกานต์ ไผ่เจริญ. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของบังคับบัญชากับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการฝ่ายช่างบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)*. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์, ปทุมธานี.

ณัฐดนัย จันทรพิหาร. (2557). *ภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพของผู้บังคับกองกับประสิทธิผลองค์กรของกองสรรพาวุธเบา กองพลที่ 1 รักษาพระองค์*. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.

ประเสริฐ สุดดี. (2552). *ภาวะผู้นำเต็มขอบเขตกับประสิทธิผลขององค์กรบริหารส่วนตำบล*. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.

ปยุตณกันต์ ช่วยเกิด. (2557). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิผลขององค์กรบริหารส่วนตำบลในจังหวัดปทุมธานี*. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.

- เปมิกา ทรัพย์สง. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้างาน ตาม การรับรู้ของพนักงานกับผลการปฏิบัติงานและความพึงพอใจในงานของพนักงานบริษัท ผาทอง ทุ่งสง จากัด และบริษัท ผาทอง 24 จำกัด. คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัย เทคโนโลยีภาคใต้, นครศรีธรรมราช.
- พนิดา คล้อยสวัสดิ์. (2551). ปัจจัยเอื้อและแนวปฏิบัติที่เหมาะสมสำหรับการดำเนินการตามแผน ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเอกชนในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน. คณะ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- พรรณปรียา อินประวัตติ. (2551). การบริหารภาครัฐแนวใหม่ในงานบริการประชาชนด้านทะเบียน ที่ดินจังหวัดสุโขทัย. คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- ไพโรจน์ ภัทรนรากุล. (2550). การจัดการภาครัฐกับการเสริมพลังประชาชน. วารสารรัฐประศาสน ศาสตร์, 5(1), 87-112.
- ภัทรกร วงศ์สกุล. (2555). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิผลของการบริหารโรงเรียน สังกัดกรุงเทพมหานครในเขตลาดกระบัง. วิทยาลัยครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิตย์, กรุงเทพฯ.
- มณีประภา ผิวเงิน. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิผลการ บริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตจังหวัดสกลนคร. คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสกลนคร, สกลนคร.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการศาลยุติธรรม สำนักงานศาลยุติธรรม. (2553). มาตรฐานและ แนวทางการกำหนดความรู้ ความสามารถ ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับ ตำแหน่งข้าราชการศาลยุติธรรม. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานศาลยุติธรรม.
- อุษณี มงคลพิทักษ์สุข. (2551). ภาวะผู้นำเปลี่ยนสภาพของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลกับ ประสิทธิภาพขององค์การ. วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- Avolio, B.J. and Bass, B. M. (1995). *Developing Potential across a full range of Leadership*. N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- . *Multifactor Leadership Questionnaire Technical report*. Redwood City, CA: Mind Garden, 1995.

การสื่อสารทางการเมืองผ่านบทเพลงเพื่อชีวิต ศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2516-2560

Political Communication Through Songs for Life During B.E. 2516-2560

ณภัทร สุขศาลา*

Napath SUKSALA

รศ.ดร.ทรงพร ทาเจริญศักดิ์**

บทคัดย่อ

คุณฐิณีพนธ์ เรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองผ่านบทเพลงเพื่อชีวิต ศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2516-2560” นี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) วิจัยเอกสาร(Document Research)ร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหา(Content Analysis)ของบทเพลงเพื่อชีวิต จำนวน 514 เพลง เพื่อทำความเข้าใจต่อกระบวนการการสื่อสารทางการเมืองผ่านบทเพลงเพื่อชีวิตภายใต้กรอบทฤษฎีของ Brian McNair และ David K. Berlo มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 2 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาถึงบริบททางการเมืองของไทย ที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองผ่านบทเพลงเพื่อชีวิต
2. เพื่อศึกษาถึงกระบวนการการสื่อสารทางการเมืองผ่านบทเพลงเพื่อชีวิตในช่วง ปี พ.ศ. 2516-2560

ผลการวิจัยพบว่า ข้อ 1.บริบททางการเมือง สามารถแบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ 1.) 3 ปี แห่งประชาธิปไตยเฟื่องฟู หลังเหตุการณ์ 14 ตุลาคม(พ.ศ.2516-2519) 2.) ลงใต้ดิน หลังการสังหารหมู่ 6 ตุลาคม(พ.ศ.2520-2523) และ 3.) การฟื้นฟูเสรีภาพและประชาธิปไตย(พ.ศ.2524-2560)

ผลการวิจัยพบว่า ข้อ 2. กระบวนการการสื่อสารทางการเมืองในห้วงเวลาดังกล่าว ทำให้เกิด“บทเพลงเพื่อชีวิต” เป็นจำนวนมาก ที่โดดเด่นที่สุดคือ วงดนตรีคาราวาน เป็นผู้ส่งสารทางการเมืองของพวกเขา ส่งผ่านบทเพลงเกี่ยวกับการต่อต้านรัฐบาล การสร้างจิตสำนึกต่อความยุติธรรมทางสังคมของพวกเขาในการติดต่อสื่อสาร ในระยะที่ 1.) และ 2.) ถูกจำกัดเฉพาะในรูปแบบของเทปคลาสเซ็ทบันทึกการแสดงสดในระหว่างการประท้วง และการชุมนุมเรียกร้องทางการเมืองแบบใต้ดินของพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย(พคท.) ในระยะที่ 3.) บทเพลงเพื่อชีวิต ได้เข้าถึงสื่อหลัก เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ รวมไปถึงสื่อใหม่ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ยูทูบ ไลน์ และมัลติมีเดีย

*นักศึกษาลัทธิสุตรปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาสื่อสารการเมือง

** อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาสื่อสารการเมือง

คำสำคัญ : บทเพลงเพื่อชีวิต; สื่อสารทางการเมือง

Abstract

The dissertation entitled, “Political Communication Through ‘Songs for Life’ During B.E.2516-2560”, is a qualitative research; the techniques employed are in-depth interviews, documentary research and content analysis of 514 selected ‘songs for life’. This is an attempt to study the political communication process through ‘songs for life’ under the theoretical frameworks of Brian McNair and David K. Berlo. There are two objectives of this study. One is to study the Thai political contexts which contributed to the political communication process via ‘songs for life’; the other is to study the political communication process via ‘songs for life’ during B.E.2516-2560. As for Objective 1, it was found that the political contexts can be divided into three phases: (1) three years of democratic boom after the October 14 Uprising (B.E.2516-2519); (2) going underground after the October 6 Massacre (B.E.2520-2523) ; and (3) restoration of freedom and democracy (B.E. 2524-2560). As for Objective 2, it was found that the political contexts of the time have prompted an emergence a considerable number of ‘songs for life’ bands, the most outstanding of which was the Caravan. As senders of political messages, their songs delivered anti-government and awareness-raising against social injustice messages. Their channels of communication during Phases 1 and 2 were limited to the form of recorded cassette tapes of live performances during mass protests and political gatherings and in the underground hideout of the Communist Party of Thailand (CPT) whereas during Phase 3, ‘songs for life’ have gained access in the main media, namely television, radio, printed media as well as the new media, namely Facebook, YouTube, Line and multimedia.

Keyword : Songs for Life; Political Communication

บทนำ

บทเพลงเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ที่มากด้วยการสังสมทางวิชาการ ประสบการณ์อิทธิพลของผู้ประพันธ์ได้รับเข้ามาในขณะที่เกิดผลงานนั้น เป็นการสร้างสรรค์ที่เกิดจากคุณค่าสุนทรีย์ยะ บทเพลงจะมีการถ่ายทอดทั้งความรู้ ทักษะ และรูปแบบของศิลปะด้านเพลง ขึ้นอยู่กับความรู้สึกรับรู้ การตอบสนองของผู้ฟัง การแสดงออกแห่งความประทับใจ ถ่ายทอดจินตนาการ หรือมโนภาพของผู้ประพันธ์สร้างสรรค์ให้ปรากฏด้วยแนวทางต่างๆกันจากความคิดเห็นหรือต่อบุคคล โดยมุ่งเน้นสำคัญที่ความคิดสร้างสรรค์และศิลปะในการแสดงออก หรือท่าทีของศิลปินสามารถทำให้เราสัมผัส ลืมโลกภายนอกได้ เช่น การฟังเพลงที่จับใจ บทเพลงจึงมีธาตุแห่งสุนทรีย์ยะอยู่ในตัวที่ถ่ายทอดออกมาอย่างมีศิลปะอีกด้วย การแสดงออกถึงสุนทรีย์ยะ หรือ สุนทรีย์ภาพ(Aesthetics)ที่บ่งบอกถึงอารมณ์และความรู้สึกแห่งความงามที่มีอยู่ในธรรมชาติ และเกิดจากการสร้างสรรค์ขึ้นนั่นเอง ซึ่งสุนทรีย์ภาพเป็นผลมาจากการเกิดประสบการณ์ที่เป็น“สุนทรีย์ยะ” จากสภาพการณ์และความสัมพันธ์ของอารมณ์(Emotion) จิตใจ(Mind) มีผลต่อการรับรู้และชื่นชมความงาม(Beauty) ของแต่ละบุคคล¹ สุนทรีย์ยะอันเกิดจากบทเพลงจะให้ความสำคัญกับความรู้สึกรับรู้ หรือ อารมณ์ เป็นศิลปะที่สร้างความสุข ความพึงพอใจ และขยายความไปถึงความรู้สึกอื่นๆ² เช่น ความน่ารัก ความโศกเศร้า ความเพลิดเพลินใจ ความใฝ่ฝัน แรงบันดาลใจ การมีความรู้สึกมีส่วนร่วม เป็นต้น สุนทรีย์ยะแห่งบทเพลงซึ่งต้องพัฒนาไปถึงขั้นซาบซึ้ง ชื่นชม หลงใหล และส่งผลต่อบุคลิกภาพ รสนิยม ความรู้สึกนึกคิด การตัดสินใจ และคุณค่า รวมทั้งการตัดสินใจ และพฤติกรรมของผู้คนต่อไป

ก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครองปี พ.ศ. 2475 ประเทศไทยยังไม่เคยพบว่ามีกรแยกประเภทของบทเพลงเกิดขึ้นมาก่อน จนในปี พ.ศ. 2476 ครูนารถ ถาวรบุตร³ นักดนตรีและนักประพันธ์เพลง ได้รับอิทธิพลด้านดนตรีจากประเทศทางตะวันตก และเอเชีย เป็นบุคคลแรกที่ได้จัดแบ่งแยกกลุ่มเพลงต่างๆ ออกเป็น 3 ประเภท คือ 1.) กลุ่มเพลงปลุกใจได้แก่ บทเพลงบรรพไทย บ้านเกิดเมืองนอน และ เพลงสดุดี เป็นต้น 2.) กลุ่มเพลงรักประโลมโลกย์(รวมเพลงไทยสากล)เป็นบทเพลงที่กล่าวถึง เพลงรัก เศร้าโศก รำวงพื้นบ้าน และอื่นๆ เช่น พรหมลิขิต และน้ำตาไหลล้น เป็นต้น 3.)กลุ่มเพลงลูกทุ่ง เป็นบทเพลงที่เรียบง่าย กล่าวถึงเนื้อหาของชีวิต ความเป็นอยู่ของมนุษย์

¹บุญเยี่ยม แยมเมือง. สุนทรีย์ยะทางทัศนศิลป์. (กรุงเทพมหานคร : โอ เอสพริ้นติ้งเฮาส์, 2537), หน้า 38-39

²กฤษมันต์ วัฒนารงค์. การพัฒนาสุนทรีย์ภาพ(Aesthetics). สืบค้นเมื่อวันที่ 3 เมษายน 2561, จาก <https://www.thairath.co.th/content>

³มหาวิทยาลัยจอมบึง. ครูนารถ ถาวรบุตร. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2560, จาก <https://www.arit.mcru.ac.th/>

ต่อมาบทเพลงทั้ง 3 กลุ่มนี้ได้มีวิวัฒนาการของบทเพลงในสังคมไทยเกิดเพลงแนวใหม่ขึ้นในปี พ.ศ. 2480⁴ คือ “บทเพลงเพื่อชีวิต” กำเนิดเป็นครั้งแรก คือเพลง “คนป่าดตาล” ถือเป็นบทเพลงเพื่อชีวิต เพลงแรกที่ได้บันทึกไว้⁵ ขับร้องโดย แสงนภา บุณราศรี และมีบทเพลงอื่นๆตามมา เช่น แต่เธอผู้มี ศรัทธาและความรัก เป๊ะเจ็ยะ พรานกระแซ้ ผู้แทนเมืองไทย มนต์การเมือง ผู้แทนควาย และสามล้อ แค้น เป็นต้น

ใน ปี พ.ศ.2507 ได้มีการจัดรูปแบบของบทเพลงไทยออกเป็น 6 ประเภท⁶ มีดังนี้ 1.) เพลงพื้นบ้าน หรือ เพลงพื้นเมือง เป็นบทเพลงที่มีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ ทั้งด้านภาษา ดนตรี และท่วงทำนองเฉพาะในแต่ละท้องถิ่นที่ถือกำเนิด ได้แก่ เพลงช่อย ลำตัด ลำกลอน เป็นต้น 2.) เพลงไทย หรือเพลงไทยเดิม เป็นเพลงที่มีรูปแบบที่ดัดแปลงมาจากประเทศอื่นเมื่อครั้งอดีตได้รับ อิทธิพลมาจากวัฒนธรรมต่างชาติ เช่น เพลงลาวดวงเดือน เขมรไทรโยค เป็นต้น 3.) เพลงไทยสากล เป็นบทเพลงที่มีเนื้อหาเข้ามาประยุกต์ใช้กับเนื้อร้องและทำนองที่เป็นสากลมากขึ้น เช่น เพลงของสุนทราภรณ์ สุเทพ วงศ์กำแหง และชรินทร์ นันทนาคร เป็นต้น 4.) เพลงลูกทุ่ง เป็นบท เพลงที่กล่าวถึงเรื่องราวในชนบท ชีวิตความเป็นอยู่ที่ยากลำบาก ความไม่ยุติธรรมในสังคม ฯลฯ เช่น เพลงของ ก้าน แก้วสุวรรณ และสุรพล สมบัติเจริญ เป็นต้น 5.) เพลงสตริงหรือเพลงป๊อป เป็นเพลงที่ได้รับอิทธิพลจากยุโรปและสหรัฐอเมริกา มีการประยุกต์ใช้ ด้านดนตรีเน้นให้เข้ากับสมัย นิยมขณะนั้นๆ 6.) เพลงเพื่อชีวิต เป็นเพลงที่มีลักษณะเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการก่อมลพิษต่อสังคม หลอมทางจิตใจ ปลุกฝังแนวความคิด อุทิศการณ ที่มีผลต่ออารมณ์ การรับรู้ และความรู้สึก เกิด จินตนาการ สร้างแรงบันดาลใจ การตัดสินใจ รวมถึงรสนิยม ค่านิยมต่างๆ เช่น วงคาราวาน คารา บาว และคันทันโต เป็นต้น

ในการปกครองแบบเผด็จการทหารสมัย จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ จอมพลถนอม กิตติขจร และต่อเนืองมาถึงสมัย จอมพลประภาส จารุเสถียร ส่งผลให้ “บทเพลงเพื่อชีวิต” เกิดวิวัฒนาการ ใหม่เกิดขึ้น บริบทของบทเพลงเพื่อชีวิตช่วงนี้ส่วนใหญ่จะกล่าวถึง ซึ่งสิทธิ และเสรีภาพ ของ ประชาชนที่ถูกจำกัด ปัญหาเศรษฐกิจ การต่อสู้ของนักศึกษาและประชาชน สะท้อนปัญหา บ้านเมืองที่ถูกกดทับ กดดันมาเป็นเวลายาวนาน ต้องการแสดงออกซึ่งอุดมการณ์ในการสร้างสังคม

⁴ โพลี่มิวสิค. ต้นกำเนิดเพลงเพื่อชีวิต. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2560, จาก

<https://pogymusic.wordpress.com>

⁵ ปิยพัทธ์ วรสุเมธี. ประวัติเพลงเพื่อชีวิต. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2560, จาก

<https://peachewitboy.com>

⁶ เชาว์วัจนี พาณิชยเสรีวิศิษฐ์. “การสื่อสารทางการเมืองผ่านบทเพลงของยีนยง โอภาณุ และวงคาราวาน”. (คู่มือวิทยานิพนธ์ วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก, 2552), หน้า 35-38

จนเหตุการณ์เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2516 เกิดการประท้วงของผู้คนจำนวนมากนำไปสู่การเรียกร้องรัฐธรรมนูญ ผู้นำนักศึกษาขอให้รัฐบาลทหารสัญญาว่าจะร่างรัฐธรรมนูญภายใน 1 ปี เป็นการรวมตัวครั้งยิ่งใหญ่แต่กลายเป็นความรุนแรง มีการสลายการชุมนุมล้อมปราบโดยทหาร มีผู้เสียชีวิต และบาดเจ็บเป็นจำนวนมาก ภายหลังเหตุการณ์ดังกล่าว บทบาทของ “บทเพลงเพื่อชีวิต” ได้เริ่มเฟื่องฟู เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในประเทศไทย และได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ซึ่งเนื้อหาของเพลงไม่ได้จำกัดเฉพาะชีวิตคน ชนชั้นล่างอย่างเดียว รวมถึงการเรียกร้องประชาธิปไตย มีการเหน็บแนมทางการเมือง สังคมมวลชนได้สร้างความเชื่อมโยงด้วยการสื่อสารทำให้คนใกล้ชิดกันมากขึ้น ส่งผลทำให้บทเพลงเพื่อชีวิตได้พัฒนาขึ้นมาอย่างเห็นได้ชัด

จากเหตุการณ์ในความรุนแรงที่เกิดขึ้นของทางการเมืองไทย ในช่วงปี พ.ศ.2516-2560 ได้จัดแบ่งบริบททางการเมือง ออกเป็น 3 ระยะ คือ

1. 3 ปี แห่งประชาธิปไตยเฟื่องฟู หลังเหตุการณ์ 14 ตุลาคม (พ.ศ.2516-2519) บทเพลงเพื่อชีวิตเฟื่องฟู เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในประเทศไทย เกิดวงดนตรีเพื่อชีวิตขึ้นมามากมาย
2. ลงใต้ดิน หลังการสังหารหมู่ 6 ตุลาคม(พ.ศ.2520-2523) ถูกกดดันให้หลบหนีเข้าป่าเพื่อร่วมงานกับพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย(พคท.)
3. การฟื้นฟูเสรีภาพและประชาธิปไตย (พ.ศ.2524-2560) บทเพลงมีแนวเพลงชัดเจนมากขึ้น คือ บทเพลงลูกกรุง(ไทยสากล) เพลงสตริง เพลงลูกทุ่ง และเพลงเพื่อชีวิต ซึ่งแนวเพลงมีลักษณะปรับเปลี่ยนไป ตามกาลสมัยตลอดเวลา⁷

บทบาทของบทเพลงเพื่อชีวิตในทางการเมืองที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาในห้วงเวลาต่างๆ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ในช่วงปี พ.ศ. 2516-2560 จึงมีความสำคัญยิ่งต่อการสื่อสารทางการเมือง และเกี่ยวข้องกับทางการเมืองไทยมาโดยตลอด เป็นสิ่งที่น่าสนใจศึกษาเป็นอย่างยิ่งว่า บริบททางการเมืองประการใด ที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมือง และกระบวนการการสื่อสารทางการเมืองใด ที่ส่งผลต่อกระบวนการสร้างสรรค์ “บทเพลงเพื่อชีวิต” รวมถึงบทเพลงต่างๆ เหล่านี้ จะส่งผ่านสื่ออย่างไรไปยังประชาชน เกิดผลอย่างไรกับผู้รับสารนี้ และช่องทางของการสื่อสารเป็นอย่างไร ดังนั้น “การสื่อสารทางการเมืองผ่านบทเพลงเพื่อชีวิต ศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2516- 2560” จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

⁷ ขจร ฝ่ายเทศ. "การสื่อสารทางการเมืองในเพลงไทยลูกทุ่ง พ.ศ. 2507-2547". (วิทยานิพนธ์ปริญญา ดุษฎีบัณฑิต(สื่อสารมวลชน), วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548).

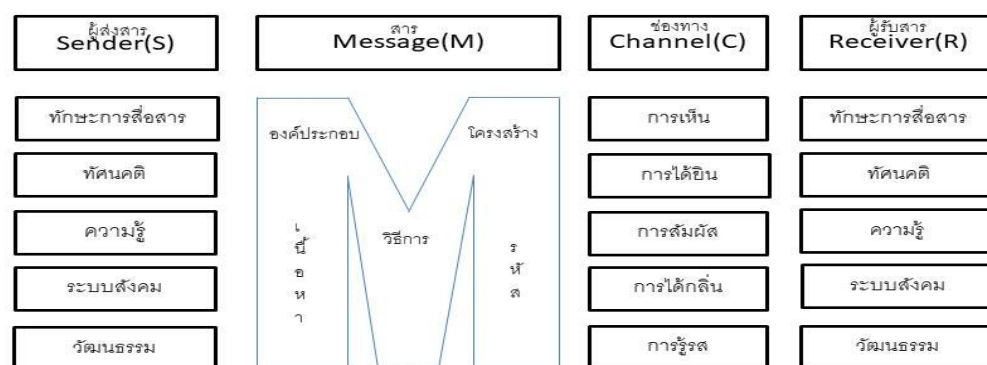
การศึกษาวิจัยเรื่อง“การสื่อสารทางการเมืองผ่านบทเพลงเพื่อชีวิต ศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2516-2560” ครั้งนี้ มีกรอบแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 1.ทฤษฎีการสื่อสาร
- 2.ทฤษฎีการสื่อสารทางการเมือง

1. ทฤษฎีการสื่อสาร

ทฤษฎีการสื่อสารของ David K. Berlo⁸ ซึ่งเป็นทฤษฎีพื้นฐาน ที่ทำความเข้าใจในกระบวนการศึกษาได้อย่างชัดเจน โดยDavid K. Berlo อธิบายองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารไว้ 6 ประการคือ 1.)แหล่งสาร(Source) 2.)ผู้เข้ารหัสสาร(Encoder) 3.)เนื้อหาข่าวสาร (Message) 4.)ช่องทางการสื่อสาร(Channel) 5.)ผู้ถอดรหัสสาร(Decoder) 6.)ผู้รับสาร(Receive)

การสื่อสาร (Communication)หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร เริ่มจากผู้ส่งสาร ซึ่งอาจเป็นบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มคนที่มีจุดมุ่งหมายในการสื่อสาร ทำการส่งเนื้อหาข่าวสาร อาจเป็นคำพูด การเขียน สัญลักษณ์ โดยการเข้ารหัสสารผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ไปสู่ผู้รับสาร ซึ่งผู้รับสารจะทำการถอดรหัสเพื่อรับสารนั้น กระบวนการสื่อสารนี้ เรียกว่า SMCR Model ตามแบบจำลอง ดังนี้



รูปที่ 1 แบบจำลองการสื่อสารของ David K. Berlo(1960)

จากกรอบแนวคิดเรื่องการสื่อสารของ David K. Berlo นั้น องค์ประกอบ มีดังนี้

1. ผู้ส่งสาร(Sender) เป็นจุดเริ่มต้นของการสื่อสารอยู่ที่ผู้ส่งสาร ซึ่งการส่งสารที่จะมีประสิทธิภาพหรือไม่ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของผู้ส่งสารมีดังนี้ทักษะในการสื่อสาร(Communication

⁸ David K. Berlo. The Process of Communication : An Introduction to Theory and Practice. (New York : Holt, Rinehart and Winston, 1960), pp.21-38.

Skill) เช่น การพูด การอ่าน การเขียน การฟัง ความคิด สีหน้า น้ำเสียง และกริยาท่าทางต่างๆ หมายถึงบุคคลหรือถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ ความรู้สึกต่างๆ ส่วนทัศนคติ (Attitude) ได้แก่ ความคิดเห็นที่ดีที่มีต่อตนเอง เรื่องที่ทำการสื่อสารต่อผู้รับสาร ด้านความรู้ (Knowledge) เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ ผู้ส่งสารจะต้องรอบรู้ในเรื่องที่ต้องการสื่อสารให้ชัดเจน รวมทั้งวิเคราะห์ผู้รับสารให้เข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งก่อนที่ทำการสื่อสาร ทำให้ผู้รับสารเข้าใจ ส่วนระบบสังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture) เป็นตัวกำหนดบทบาทและพฤติกรรมของสังคมนั้นๆ ผู้ส่งสารจึงต้องเข้าใจระบบสังคม วิถีชีวิต ค่านิยม ความเชื่อ และขนบธรรมเนียมของสังคมนั้นๆ ไม่ขัดแย้งกับความเชื่อ ค่านิยมของผู้รับสาร เพราะนอกจากจะไม่สามารถสื่อสารให้บรรลุเป้าหมายได้ อาจนำไปสู่ความขัดแย้งได้

2. สาร (Message) คือเนื้อหาของข้อมูลหรือความคิดที่ถูกถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร มีการนำเอาภาษา สัญลักษณ์ต่างๆ เข้ารหัส (Code) เพื่อใช้สื่อความหมาย ส่วนเนื้อหา (Content) คือสารที่ต้องการนำเสนอต้องครอบคลุมประเด็นต่างๆ ทั้งหมด เนื้อหาของสารนั้นไม่ควรจะยากเกินไปกว่าผู้รับสารจะเข้าใจได้ และการจัดการ (Treatment) เป็นการเรียบเรียงเนื้อหา ให้ถูกต้องเหมาะสม และได้ใจความ เลือกใช้ถ้อยคำ ภาษา ไวยากรณ์ การเน้นย้ำข้อความ มีการเตรียมการล่วงหน้า หากจัดสรรได้ดีย่อมส่งผลต่อประสิทธิภาพที่ดีของการสื่อสาร ได้แก่ ผลผลิตของความรู้สึกนึกคิด ความต้องการอารมณ์ ความรู้สึกต่างๆ หรือเนื้อหาสาระที่ผู้ส่งต้องการจะสื่อออกไป ซึ่งอาจปรากฏออกมาในรูปของภาษาพูด ภาษาเขียน หรือเนื้อหาสาระที่ผู้ส่งต้องการจะสื่อออกไป

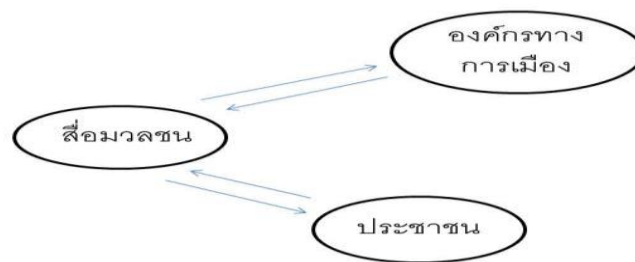
3. ช่องสาร (Channel) เป็นตัวเชื่อมผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าด้วยกัน ซึ่งการเลือกสื่อต้องพิจารณาความสามารถของสื่อ การนำสารไปสู่ประสาทสัมผัส ได้แก่ การเห็น การได้ยิน การสัมผัส การได้กลิ่น และการลิ้มรส ซึ่งช่องทางการรับสารดังกล่าวนี้เป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า แต่หากเป็นการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน สื่อเหล่านี้ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ต่างๆ และสื่อใหม่ เช่น เฟซบุ๊ก ยูทูบ ไลน์ อินทราแกรม และมัลติมีเดีย เป็นต้น

4. ผู้รับสาร (Receiver) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการสื่อสารคือ ผู้รับสาร เพราะวัตถุประสงค์ของการสื่อสารคือการนำสารไปให้ถึงผู้รับสารให้ได้ ดังนั้น ในกระบวนการสื่อสารสิ่งที่ต้องตระหนักถึงเป็นอันดับแรกคือ ผู้รับสาร ซึ่งแบบจำลองของ David K. Berlo นี้ ผู้รับสารจะต้องถอดรหัสของผู้ส่งสาร คุณลักษณะของผู้รับสาร จึงเป็นองค์ประกอบเดียวกับผู้ส่งสารทั้ง 5 ประการเช่นกัน

2. ทฤษฎีการสื่อสารทางการเมือง

การสื่อสารทางการเมืองเป็นพื้นฐานสำคัญของระบบการเมือง จึงมีทฤษฎีที่อธิบายกระบวนการสื่อสารอยู่หลายทฤษฎี ทั้งตัวทฤษฎีที่เป็นการสื่อสารทางการเมืองโดยตรง และทฤษฎี

ที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองของ Brian McNair⁹ ได้อธิบายถึงการสื่อสารทางการเมือง เริ่มต้นจากองค์กรทางการเมือง ได้แก่ นักการเมือง องค์กรทางการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ และกลุ่มก่อการร้าย เป็นต้น ส่งสารไปยังสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ต่างๆ เพื่อให้สื่อมวลชนส่งข้อมูลต่างๆเหล่านั้นไปยังประชาชน ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่ส่งจากนักการเมืองนั้น สื่อมวลชนอาจนำเสนอหรือไม่นำเสนอ หรือนำเสนอในบางส่วนก็ได้ ขณะเดียวกันสื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นแหล่งสารเอง โดยการนำเสนอบทบรรณาธิการ คอลัมน์วิพากษ์วิจารณ์การเมืองไปยังผู้ผู้อ่านที่มีสถานะเป็นผู้รับสาร ในทำนองกลับกัน ประชาชนก็อาจทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร โดยการส่งจดหมายร้องเรียน เดินขบวนประท้วง เพื่อให้สื่อมวลชนส่งสารนั้นไปยังนักการเมือง โดยมีแบบจำลองการสื่อสารทางการเมือง ดังนี้

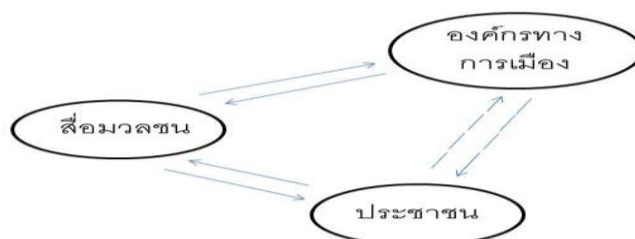


รูปที่ 2 แบบจำลองการสื่อสารของ Brian McNair(1999)

จากรูปที่ 2 แบบจำลองดังกล่าว กลุ่มการเมืองและนักการเมืองรวมถึงผู้เกี่ยวข้องทางการเมือง เช่น ข้าราชการ ที่เป็นตัวแสดงทางการเมือง ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารโดยมีเป้าหมายเพื่อแสวงหารายอมรับและสนับสนุนจากประชาชน ผู้รับสารซึ่งเป็นประชาชนนั้นก็มิได้ถูกกระทำแต่ฝ่ายเดียวแต่อาจแสดงบทบาทกลับมาเป็นผู้ส่งสารไปยังนักการเมืองหรือฝ่ายการเมือง โดยวิธีการสันติหรือรุนแรง เช่น การยื่นจดหมายเรียกร้อง การเดินขบวนประท้วงต่อต้าน ทั้งหมดนี้กระทำโดยมีสื่อมวลชนเป็นตัวกลางในการเผยแพร่ข่าวสาร

การสื่อสารทางการเมืองระหว่างนักการเมืองกับประชาชนนั้น แม้จะมีสื่อมวลชนเป็นตัวกลางในกระบวนการสื่อสาร เช่น การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง บางประเด็นพบว่า การสื่อสารโดยตรงระหว่างพรรคการเมืองกับประชาชน ยังมีช่องทางต่างๆที่รับรู้ปัญหาจากประชาชน ซึ่งทำให้พรรคการเมืองนำมาพัฒนากลายเป็นแนวนโยบายสนองตอบต่อประชาชนได้ เช่น การประยุกต์ใช้ของทฤษฎีนี้

⁹Brian McNair. *An Introduction to Political Communication*. 2nd edition. (New York: Routledge. 1999), pp. 95

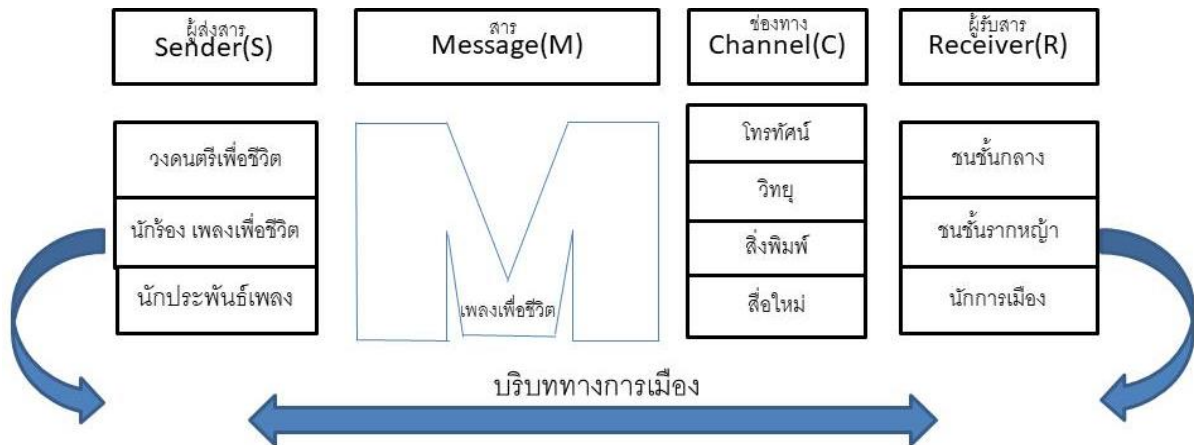


รูปที่ 3 แบบจำลองการสื่อสารการเมืองประยุกต์ใช้ ของ นันทนา นันทวโรภาส(2558)¹⁰

จากแบบจำลอง จะเห็นได้ว่าการสื่อสารจะเป็นกระบวนการหมุนเวียน และเกี่ยวข้องกับสามกลุ่ม คือ กลุ่มนักการเมืองหรือองค์การทางการเมือง กลุ่มสื่อมวลชน และกลุ่มประชาชน สามารถทำหน้าที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารซึ่งกันและกัน โดยความเป็นจริงแล้ว กลุ่มการเมืองจะเป็นผู้ส่งสารหลักในการถ่ายทอดข้อมูลต่างๆ ไปสู่ประชาชน ซึ่งแต่เดิมนั้นอาศัยสื่อมวลชนกระแสหลัก เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ แต่ในปัจจุบันได้มีสื่อมวลชนในรูปแบบใหม่ที่เกิดจากเทคโนโลยี ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ดาวเทียม วิทยุชุมชน เคเบิลทีวี ฯลฯ ทำให้กลุ่มการเมืองใช้สื่อใหม่ (New Media) สื่อสารไปยังประชาชนได้ โดยส่งข้อมูลผ่านเว็บไซต์ ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก ไลน์ การตั้งโทรทัศน์ดาวเทียมของตนเอง ซึ่งการสื่อสารทางตรงนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลทั้งหมดที่ผู้ส่งสารต้องการส่ง ไม่มีการตัดทอนหรือเบี่ยงเบนประเด็นใดๆทั้งสิ้น การสื่อสารรูปแบบนี้จะช่วยให้ นักการเมืองส่งสารไปยังประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นและประชาชนเองก็สามารถส่งสารกลับไปยังนักการเมืองได้อย่างสะดวก แต่ผู้สื่อสารจะต้องมีเครื่องรับส่งสารที่เฉพาะเจาะจง

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร และการสื่อสารทางการเมือง ผู้วิจัยได้นำเอา ทฤษฎีการสื่อสารของ David K Berlo และทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองของ Brian McNair มาผสมผสานกัน เพื่อศึกษาการสื่อสารทางการเมืองผ่านบทเพลงเพื่อชีวิต ในช่วงปี พ.ศ. 2516-2560 ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้

¹⁰ นันทนา นันทวโรภาส. สื่อสารการเมือง : ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้. (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แมสมีเดีย, 2558), หน้า 164-166



รูปที่ 4 แบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองผ่านบทเพลงเพื่อชีวิต

แบบจำลองนี้สามารถอธิบายการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารของบทเพลงเพื่อชีวิต ส่งสารผ่านไปยังสื่อมวลชนในรูปแบบ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น งานคอนเสิร์ต การชุมนุมปราศรัย เป็นต้น เพื่อให้สื่อมวลชน อันประกอบไปด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อใหม่ ได้แก่ ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ มัลติมีเดีย เป็นต้น ถ่ายทอดข่าวสารเหล่านั้นไปยังประชาชนผู้รับสาร คือ ชนชั้นรากหญ้า ชนชั้นกลาง นักการเมือง ฯลฯ ในรูปแบบต่างๆ การวิเคราะห์วิจารณ์โดยทั้งหมดอยู่ในบริบททางการเมือง ในช่วงปี พ.ศ. 2516-2560

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงบริบททางการเมืองของไทย ที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองผ่านบทเพลงเพื่อชีวิต
2. เพื่อศึกษาถึงกระบวนการ การสื่อสารทางการเมืองผ่านบทเพลงเพื่อชีวิต ในช่วงปี พ.ศ. 2516 - 2560

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) เพื่อศึกษากระบวนการ ลักษณะเฉพาะ รายละเอียดที่ซับซ้อน ตลอดจนการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองผ่านบทเพลงเพื่อชีวิต ผู้วิจัยจึงเลือกใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นเครื่องมือในการศึกษาแนวทางการศึกษาจำเป็นต้องใช้ระเบียบออกแบบการวิจัย ให้สามารถเข้าถึงแก่นแท้ของปรากฏการณ์ และกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาให้มากที่สุด กรรมวิธี และกลไกการศึกษาต้องเข้าถึงข้อมูลอย่างรอบด้าน เพียงพอ ไม่อคติใดๆทั้งสิ้น มีการสืบค้นงานวิจัยที่เหมาะสมยืนยันคำตอบ มีการ

ตรวจสอบที่น่าเชื่อถือคือสามารถตรวจสอบได้ตลอดเวลา เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ต้องการและเพียงพอ จึงจำเป็นสำหรับการศึกษาในครั้งนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยอาศัยตนเองเป็นเครื่องมือหลักในการศึกษา เพื่อให้เข้าถึงแก่นแท้ และสาระในเรื่องที่วิจัยอย่างแท้จริง โดยใช้เทคนิคในการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์เอกสาร(Document Research) ที่เกี่ยวกับบทเพลงเพื่อชีวิต เพื่อใช้ในการวิเคราะห์บริบททางการเมือง ที่มีผลต่อการสร้างสรรค์บทเพลงเพื่อชีวิต ศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2516-2560 จำนวน 514 บทเพลง
2. การสัมภาษณ์เจาะลึก(In-depth Interview) แบบมีโครงสร้าง(Structured Interview) และแบบกึ่งโครงสร้าง(Semi-Structured Interview) โดยมุ่งเน้นจะได้คำตอบจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ(Key Informant) เป็นรายบุคคล
3. การวิเคราะห์เนื้อหา(Content Analysis) และการวิเคราะห์เชิงตีความ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการเมืองผ่านบทเพลงเพื่อชีวิต ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ(Key Informant) เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับบทเพลงเพื่อชีวิตเป็นหลัก โดยคัดเลือกจากคุณสมบัติ เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม และเกี่ยวข้องกับบทเพลงเพื่อชีวิต การสื่อสารและการเมือง โดยแบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม มีดังนี้ 1.)กลุ่มนักประพันธ์เพลง 2.)กลุ่มศิลปิน นักร้อง 3.)กลุ่มนักการเมือง 4.)กลุ่มสื่อมวลชน 5.)กลุ่มนักวิชาการ 6.)กลุ่มประชาชน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ข้อ 1.บริบททางการเมือง สามารถแบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ

- 1.) 3 ปี แห่งประชาธิปไตยเฟื่องฟู หลังเหตุการณ์ 14 ตุลาคม (พ.ศ.2516-2519)

หลังเหตุการณ์ 14 ตุลาคม พ.ศ.2516 บทบาทของ “บทเพลงเพื่อชีวิต” ได้เฟื่องฟู เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในประเทศไทย และได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ซึ่งเนื้อหาของเพลงไม่ได้จำกัดเฉพาะชีวิตคน ชนชั้นล่างอย่างเดียว แต่รวมถึงการเรียกร้องประชาธิปไตย มีการเหน็บแนมทางการเมือง บทเพลงได้รับอิทธิพลมาจากศิลปินต่างประเทศแถบตะวันตก และสหรัฐอเมริกา สังคมมวลชนได้สร้างความเชื่อมโยงด้วยการสื่อสารทำให้คนใกล้ชิดกันมากขึ้น การแพร่ขยายตัวของสื่อมวลชนเป็นกระแวงเงาสะท้อนสังคม แม้รัฐบาลจะควบคุมสื่ออย่างเข้มงวด แต่ทำให้

ส่งผลต่อบทเพลงเพื่อชีวิตที่พัฒนาขึ้นมาอย่างเห็นได้ชัด ซึ่ง“จิตร ภูมิศักดิ์” ได้เขียนบทกลอน บทกวี ภายใต้อุดมการณ์ ในรูปแบบของแนวคิดปัญญาชน ผลงานของเขาเหล่านั้นได้นำมาใส่ท่วงทำนอง ได้แก่ บทเพลง “แสงดาวแห่งศรัทธา” และ “เป็บข้าว”

ในรัฐบาล จอมพลประภาส จารุเสถียร เกิดการประท้วง มีนักศึกษาและประชาชนรวมตัวกัน ในห้วงระหว่างชุมนุมประท้วงนั้นได้ก่อให้เกิด “บทเพลงเพื่อชีวิต” และ “ศิลปิน” ขึ้นมาอย่างมากมาย ผ่านเวทีการประท้วงทางการเมืองนี้ เช่น เสกสรรค์ ประเสริฐกุล ได้ประพันธ์บทเพลง “เพลงสู้ไม่ถอย” เพื่อปลุกเร้าสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่ผู้เข้าร่วมชุมนุม บนเวที และได้กำเนิดศิลปินหลายต่อหลายคน เช่น หงา คาราวาน(สุชัย จันทิมาทร) เป็นผู้หนึ่งที่ร่วมประท้วง และคอยแต่งบทกลอน บทเพลง ให้โฆษกบนเวทีเพื่อปลุกกระดมปลุกเร้าให้กำลังใจ รวมถึงรวบรวมความคิดเห็นให้เป็นหนึ่งเดียว มีบทเพลง “सानสี่ทอง” ถือเป็นบทเพลงทางวัฒนธรรมที่เล่าเรื่องราวของสังคม และก่อให้เกิดวงดนตรีเพื่อชีวิตขึ้นวงแรก ชื่อ วงดนตรี “ท.แสนและสัญญา” ต่อมาเปลี่ยนชื่อวงดนตรีเป็น “คาราวาน” เป็นจุดเริ่มต้นของการขยายตัวของวงดนตรีเพื่อชีวิต และส่งผลให้บทเพลงเพื่อชีวิต สามารถเข้าร่วมกิจกรรมและเปิดการแสดงร่วมกับวงดนตรีในเชิงธุรกิจได้ มีการบันทึกแผ่นเสียงและเทปเสียง รวมทั้งเปิดการแสดงตามโรงภาพยนตร์ด้วย

ในรัฐบาลของ นายสัญญา ธรรมศักดิ์ เป็นนายกรัฐมนตรี ถือเป็นรัฐบาลพลเรือน ที่สนับสนุนบทบาทของนักศึกษาในเรื่องประชาธิปไตย ให้เสรีกับประชาชนอย่างเต็มที่ มีการจัดนิทรรศการจีนแดง เป็นจุดเริ่มต้นแห่งการชี้นำลัทธิคอมมิวนิสต์ เกิดกิจกรรมต่างๆเกี่ยวกับการเผยแพร่ลัทธิมาร์ค-เลนิน ได้นำเสนอโครงการ “ศิลปะเพื่อชีวิต ศิลปินเพื่อประชาชน” ออกสู่สาธารณชนอย่างกว้างขวาง เสนอเรื่องราวของผู้นำความคิดในอดีต ในช่วงปี พ.ศ. 2517-2519 บทบาทของบทเพลงเพื่อชีวิต เป็นช่วงที่ได้รับความนิยมสูงสุดในแวดวงนักศึกษา และปัญญาชน เกิดวงดนตรีเพื่อชีวิตขึ้นมาอีกมากมาย เช่น วงคาราวาน ครูชุน กงล้อ รวมค้อน โคมฉาย กรรมฆาตกร รุ่งอรุณ ไดอะเลคติก และวงคนกล้า(มี เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ เป็นสมาชิกร่วมด้วย)

2.) ลงใต้ดิน หลังการสังหารหมู่ 6 ตุลาคม(พ.ศ.2520-2523)

หลังเกิดวิกฤติการณ์ทางการเมือง ในวันที่ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2519 มีการปราบปรามนักศึกษา และประชาชน ฝ่ายทหารก่อการรัฐประหารยึดอำนาจ และแต่งตั้ง นายธานินทร์ กรัยวิเชียร เป็นนายกรัฐมนตรี ทำให้นักศึกษาและประชาชนบางส่วนหลบหนีเข้าป่าเพื่อร่วมงานกับ

พรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย(พคท.) กิจกรรมนักศึกษาถูกยกเลิกโดยสิ้นเชิง และรัฐบาลขณะนั้นประกาศห้ามออกหนังสือต้องห้าม การอภิปรายทางการเมือง การแสดงดนตรี การละครทุกชนิด ทั้งหมดถูกควบคุมโดยรัฐบาล และรัฐบาลมีการใช้สื่อสารมวลชนปลุกกระดมให้เกิดความเกลียดชังในลัทธิคอมมิวนิสต์ที่ถือว่าเป็นภัยคุกคามของชาติและของโลก บทเพลงเพื่อชีวิตจึงถูกสร้างสรรค์ขึ้นในท่ามกลางที่อยู่ในเขตปฏิบัติงานของพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย(พคท.)

เป้าหมายคือ การปลุกเร้า ให้กำลังใจ เป็นอาวุธในการต่อสู้กับรัฐบาล และเผยแพร่อุดมการณ์ของลัทธิสังคมนิยม บทเพลงในช่วงนี้ส่วนใหญ่จะเป็น“เพลงปฏิวัติ” เช่น บทเพลงของอัสนี พลจันทร์ (สหายไฟ ไม่ฟ้า)หรือ “นายผี พลจันทร์” ถูกยกย่องให้เป็น “มหากวีของประชาชน”บทเพลงที่ได้รับความนิยม คือ “เดือนเพ็ญ” หรือ “คิดถึงบ้าน” ส่วนบทเพลงของ จิตร ภูมิศักดิ์(สหายปรีชา) ได้แก่ บทเพลงภูพานปฏิวัติ พลพรรคครองชัย ทุ่งรวงทอง เลือดต้องล้างด้วยเลือด และ มาร์ชชาวนาไทย ยังมีผู้ร่วมชบวนการเดียวกันอีกหลายคน คือ เสกสรรค์ ประเสริฐกุล(สหายไท) พงษ์เทพ กระโดนชำนาญ(สหายประทีป) จีระนันท์ พิตรปรีชา(สหายใบไม้) รังสิต จงฉานสิทธิ์(สหายขึ้น) ยังคงมีวงดนตรี “คาราวาน”โดย สุรชัย จันทิมาธร(สหายพันตา) และวงดนตรีเพื่อชีวิตอีกหลายต่อหลายวงที่ยังไม่จางหายไป บทเพลงเพื่อชีวิตจึงเป็นผลผลิตจากการปฏิวัติหรือ รัฐประหารในห้วงเวลานี้ ซึ่งมีกลุ่มชนชั้นกลางมีความสนใจบทเพลงเพื่อชีวิตมากขึ้น เกิดวิวัฒนาการเพลงเพื่อชีวิตในกลุ่มคนรุ่นใหม่

3.) การฟื้นฟูเสรีภาพและประชาธิปไตย (พ.ศ.2524-2560)

ผลพวงจากคำสั่ง 66/23 ลงวันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2523 พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ นายกรัฐมนตรีในขณะนั้น มีมาตรการทางการเมืองเพื่อจัดการความยุติธรรมทางสังคม ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมือง และกระบวนการประชาธิปไตย ออกกฎหมายนิรโทษกรรม อนุญาตให้ผู้ที่แปรพรรคและผู้ที่ยกเลิกเข้าป่า กลับมาสู่ขบวนการส่งเสริมทางประชาธิปไตย ทำให้พรรคคอมมิวนิสต์เสื่อมถอยลง บทเพลงเพื่อชีวิต จึงกลับมามีบทบาทและเปลี่ยนแปลงไป เป็นธุรกิจมากขึ้น ในปี พ.ศ. 2524-2560 บทเพลงเพื่อชีวิต มีการร้องเพลงล้อเลียนการเมืองเกิดวงดนตรีเพลงเพื่อชีวิตเพิ่มขึ้นมาอีก รวมถึงศิลปินเดี่ยว บทเพลงจะเป็นการสอดแทรกอุดมการณ์ทางการเมือง วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ในชนบทที่ยากจนข้นแค้น ปัญหาของชาวไร่ ชาวนา กรรมกร ฯลฯ มีการเปิดกว้างช่องทางในการนำเสนอบทเพลงผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ต่างๆ และสื่อใหม่

เช่น เฟซบุ๊ก ยูทูบ ไลน์ และมัลติมีเดีย ความนิยมของบทเพลงเพื่อชีวิตมีเพิ่มมากขึ้น ทำให้เพลงประท้วง เพลงแห่งอุดมการณ์ กลายมาเป็นบทเพลงสะท้อนสังคม กระแสทางการเมืองและการเปลี่ยนแปลงสภาพทางเศรษฐกิจ-สังคม นำไปสู่ทุนนิยมและบริโภคนิยม

ดังนั้นจากการศึกษาบริบททางการเมือง การเมืองมีอิทธิพลและส่งผลต่อการสร้างสรรค์บทเพลงเพื่อชีวิตเป็นอย่างมาก ทำให้บทเพลงเพื่อชีวิตเข้ามามีบทบาทในสังคมปัจจุบันสูงมาก ผ่านช่องทางของการสื่อสารของสื่อกระแสหลัก และสื่อใหม่ จึงทำให้ประชาชนทั่วไปที่เป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศได้รับสารหรือข่าวสารเกี่ยวกับบทเพลงเพื่อชีวิตได้รวดเร็วยิ่งขึ้น และมีพื้นที่เปิดกว้างเกิดช่องทางของเพลงไทยมากขึ้น เกิดวงดนตรีเพื่อชีวิต นักประพันธ์สมัยใหม่ ศิลปิน นักร้อง มีมากขึ้น รวมถึงบริษัทค่ายเพลงก็เจริญเติบโตมากขึ้น

ผลการวิจัยพบว่า ข้อ 2. กระบวนการการสื่อสารทางการเมืองในห้วงเวลาดังกล่าว ทำให้เกิด “บทเพลงเพื่อชีวิต” เป็นจำนวนมาก ที่โดดเด่นที่สุดคือ วงดนตรี “คาราวาน” ส่วนวงอื่นๆ เช่น วงคาราบาว โสป ชูชู คันทิง มาลีฮั่วน่า เป็นต้น วงดนตรีเหล่านี้เป็นผู้ส่งสารทางการเมืองของพวกเขา ในระยะที่ 1.) 3 ปี แห่งประชาธิปไตยเฟื่องฟู หลังเหตุการณ์ 14 ตุลาคม (พ.ศ.2516-2519) และระยะที่ 2.) ลงใต้ดิน หลังการสังหารหมู่ 6 ตุลาคม(พ.ศ.2520-2523) นั้น มีการส่งผ่านบทเพลงเกี่ยวกับการต่อต้านรัฐบาล การสร้างจิตสำนึกต่อความยุติธรรมทางสังคมของพวกเขา ในการติดต่อสื่อสารนั้นถูกจำกัดเฉพาะในรูปแบบของเทปคลาสเซ็ตบันทึกการแสดงสด ในระหว่างการประท้วงและการชุมนุมเรียกร้องทางการเมือง การต่อสู้แบบใต้ดินของพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย(พคท.) บทเพลงที่นิยม เช่น บทเพลงเดือนเพ็ญ(คิดถึงบ้าน) ภูพานปฏิวัติ พลพรรคครองชัย และ มาร์ชชาวนาไทย เป็นต้น ผู้สร้างสรรค์บทเพลงและศิลปินที่โดดเด่น คือ สุรชัย จันทิมาธร อัศนี พลจันทร เสกสรรค์ ประเสริฐกุล พงษ์เทพ กระโดนชำนาญ จีระนันท์ พิตรปรีชา ในระยะที่ 3.) การฟื้นฟูเสรีภาพและประชาธิปไตย (พ.ศ.2524-2560) บทเพลงเพื่อชีวิต ได้เข้าถึงสื่อกระแสหลัก เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์รวมไปถึงสื่อใหม่ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ยูทูบ ไลน์ และมัลติมีเดีย ที่ได้สื่อสารไปยังผู้ฟังซึ่งเป็นชาวรากหญ้าถือเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ ผู้สร้างสรรค์บทเพลงรายกลุ่มที่โดดเด่นที่สุด คือ “วงคาราบาว” ในส่วนของผู้สร้างสรรค์เพลงเป็นรายเดี่ยวหรือบุคคลโดดเด่นที่สุดคือ ยืนยง โอภากุล และได้เป็นศิลปินแห่งชาติ เมื่อปี พ.ศ.2556

บรรณานุกรม

หนังสือ

นันทนา นันทวโรภาส. (2558). *สื่อสารการเมือง : ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้*. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แมสมีเดีย.

บุญเยี่ยม แยมเมือง. (2537). *สุนทรียะทางทัศนศิลป์*. กรุงเทพมหานคร : โอ เอส พริ้นติ้ง เฮ้าส์.

Berlo, David K. (1960). *The Process of Communication : An Introduction to Theory and Practice*. New York : Holt, Rinehart and Winston Inc.

McNair, Brian. (1999). *An Introduction to Political Communication*. 2nd edition. New York: Routledge.

วิทยานิพนธ์

ขจร ฝ่ายเทศ. (2548). "การสื่อสารทางการเมืองในเพลงไทยลูกทุ่ง พ.ศ. 2507-2547".

วิทยานิพนธ์ปริญญาคุุษาฎิปบัณฑิต(สื่อสารมวลชน).วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

เชาว์วิจิตร พาณิชยเสวีวิศิษฐ์. (2552). *การสื่อสารทางการเมืองผ่านบทเพลงของยืนยง โอภากุล และวงคาราบาว*. วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.

เว็บไซต์

กฤษมันต์ วัฒนานรงค์. *การพัฒนาสุนทรียภาพ(Aesthetics)*. (3 เมษายน 2561) สืบค้นจาก

<https://www.thairath.co.th/content>

มหาวิทยาลัยจอมบึง. *คุณารถ ถาวรบุตร*. (24 ตุลาคม 2560) สืบค้นจาก

<https://www.arit.mcro.ac.th/>

โพธิ์มิวสิค. *ต้นกำเนิดเพลงเพื่อชีวิต*. (24 ตุลาคม 2560) สืบค้นจาก

<https://pogymusic.wordpress.com/>

ปียพัทธ์ วรสุเมธี. *ประวัติเพลงเพื่อชีวิต*. (24 ตุลาคม 2560) สืบค้นจาก

<https://peachewitboy.com/>

พฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์¹

Tourism Behavior and Satisfaction of Thai Tourists Towards The Use of Online Media to Find Tourist Information Phu Tabberk, Phetchaboon

โดย ณมน ภัทรกิจฉันยกุล²

Namon Pattarakittanyakul

ปรีชา พันธุ์แน่น³

Preecha Phannan

บทคัดย่อ

ผู้ศึกษามีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษา ประกอบไปด้วย 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ และ 3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากร กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 400 คน และใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ประกอบไปด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เพื่อทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร โดยใช้สถิติ One way ANOVA (F-test) ผลการศึกษาสรุปได้ ดังนี้

ข้อมูลลักษณะทางประชากรของประชาชนในท้องถิ่น พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20 ปี หรือน้อยกว่า มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากเป็นนักเรียนนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และมีภูมิลำเนาที่จังหวัดเพชรบูรณ์ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์โดยมีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนชื่นชมธรรมชาติ เลือกใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะมาท่องเที่ยวภูทับเบิก มีผู้ร่วมเดินทางมาเกินมากกว่า 2 คนหรือเป็นหมู่คณะ เลือกใช้วันมาท่องเที่ยวจำนวน 2 วัน พักค้าง 1 คืน และเลือกที่พักค้างแรมที่ รีสอร์ท บนภูทับเบิก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์

¹ บทความนี้สรุปจากสารนิพนธ์เรื่อง พฤติกรรมท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้สื่อออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์

² นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ปีการศึกษา 2559

³ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์, รองศาสตราจารย์

ในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้วพบว่า ความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ Website รองลงมาได้แก่ Facebook YouTube และ LINE ตามลำดับ ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า วัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวของกลุ่มต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน

คำสำคัญ : พฤติกรรมการท่องเที่ยว, ความพึงพอใจ, การใช้สื่อออนไลน์

Abstract

The main objectives of the study were 1) to study the tourist behavior of Thai tourists who come to Phu Tabberk, Phetchaboon. 2) To study the satisfaction of Thai tourists towards the use of social media for tourism information. 3) to compare the differences between demographic characteristics The satisfaction of Thai tourists towards the use of social media to find information travel Phu Tabberk, Phetchaboon. The research instrument was a questionnaire consisting of Thai tourists who traveled to Phetchaboon. The data were analyzed by descriptive analysis, percentage, arithmetic mean, standard deviation and inferential statistics. To test the hypothesis of research. At the statistical significance level of 0.05, to compare the difference between the variables using one way ANOVA (F-test)

The results are summarized as follows : The demographic characteristics of the local population are mostly male. Age between 20 years or less. Mostly students. The average monthly income is less than 10,000 baht and has a domicile in Phetchaboon. Travel behavior at Phu Tabberk, Phetchaboon province, Thailand. Use a personal vehicle as a vehicle to travel Phu Tabberk, Phetchaboon. More than 2 people travel together or group. Choose a 2 day stay in a 1 night stay and choose accommodation at the resort on Phu Tabberk. the satisfaction of Thai tourists with the use of social media to find information tourist Phu Tabberk, Phetchaboon province as a whole was found to be at a high level. When classified as individual, then found. High level of satisfaction were the following websites: Facebook YouTube and LINE, respectively. The purpose of visiting the group. Thai tourists are satisfied with the use of social media to find information about tourism Phetchaboon. The difference was statistically significant at the 0.05 level. There was no difference.

Keywords : tourist behavior; satisfaction; use of online media

บทนำ

ธุรกิจจำนวนมากได้ใช้ระบบเครือข่ายดิจิทัล (Digital networks) ในการติดต่อกับผู้บริโภคและบริษัทต่างๆ อินเทอร์เน็ตจะช่วยเผยแพร่ข้อมูลในเว็บไซต์ให้กว้างขวาง เชื่อมโยงกับผู้ใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ทุกประเภททั่วทุกมุมโลกเข้าด้วยกัน และเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลต่างๆ จำนวนมาก เว็บไซต์เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยเปลี่ยนความคิดเกี่ยวกับความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ราคา ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการของผู้บริโภค ซึ่งช่วยให้พนักงานการตลาดสามารถสร้างคุณค่าให้แก่ผู้บริโภค และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ผู้ท้องถิ่นและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น และธุรกิจจะใช้เว็บไซต์เป็นตัวกระตุ้นยอดขาย ยังมีผู้ที่ค้นหาวิถีทางของตนเองผ่านเว็บไซต์มากขึ้นเท่าไร ผู้ใช้ออนไลน์ก็จะมี ความสำคัญและความหลากหลายมากขึ้นเท่านั้น ในปัจจุบันพนักงานการตลาดใช้เว็บไซต์เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่างๆ แก่ลูกค้าที่มีความต้องการและประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามวิธีการ ในการซื้อผลิตภัณฑ์และวิธีการตอบสนองทางการตลาดของผู้บริโภคออนไลน์และผู้บริโภคดั้งเดิมจะแตกต่างกัน โดยกระบวนการแลกเปลี่ยนทางอินเทอร์เน็ต ผู้บริโภคจะเป็นผู้เลือกชมและรับข้อมูลผลิตภัณฑ์ จากเว็บไซต์ในสถานการณ์ต่างๆ รวมทั้งเป็นผู้เริ่มและควบคุมการติดต่อ (จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์, 2554 : 205-206

ขณะที่ facebook เป็นบริการบนอินเทอร์เน็ตบริการหนึ่งที่สามารถทำให้ผู้ใช้ติดต่อสื่อสารและร่วม ทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือหลายๆ กิจกรรมกับผู้ใช้ facebook คนอื่นๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งประเด็น ถามตอบในเรื่องที่สนใจ โพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ เขียนบทความหรือบล็อก แชทคุยกันแบบสดๆ เล่น เกมเป็นแบบกลุ่ม และยังสามารถทำกิจกรรมอื่นๆ ผ่านแอปพลิเคชัน (Applications) ที่มีอยู่อย่างมากมาย และมีการพัฒนาเข้ามาเพิ่มเติมอยู่เรื่อยๆ ส่วน Youtube นั้นเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการแบ่งปัน (share) วิดีโอ ซึ่งผู้ใช้งานสามารถอัปโหลด แชร์ หรือดูวิดีโอผ่านเว็บไซต์ได้ในรูปแบบคลิปวิดีโอต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหนัง ละครมิวสิควิดีโอ หรือการโชว์ความสามารถต่างๆ จากที่บ้าน ซึ่งการดูผ่านทางอินเทอร์เน็ตนี้จะไม่ มีค่าใช้จ่าย จึงได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว LINE เป็นโปรแกรมแชทที่สามารถใช้งานได้ทั้งโทรศัพท์มือถือที่มี ระบบปฏิบัติการ iOS, Android, Windows Phone และยังสามารถใช้งานได้บนคอมพิวเตอร์ PC และ Mac ด้วย ความที่มีลูกเล่นมากมาย สามารถแชท ส่งรูป ส่งไอคอน ส่ง Sticker ตั้งค่าคุยกันเป็นกลุ่ม ฯลฯ ทำให้มี ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันนี้เป็นจำนวนมาก (ยุทธนา พงษ์ชัยภูมิ, 2557; Yuttana230.blogspot.com /2014/01/facebook-twitter-youtube-line.html)

กิจกรรมทางการตลาดด้านการท่องเที่ยว จึงได้นิยมมีการเผยแพร่ข้อมูลบนเว็บไซต์ ที่เป็นสินค้าทาง การท่องเที่ยวสามารถนำเสนอได้หลายรูปแบบ เช่น Banner แถบโฆษณา Flash Banner แถบโฆษณา ภาพเคลื่อนไหว Pop-ups หน้าต่างโฆษณาเล็กๆ ที่เปิดขึ้นเองอัตโนมัติ การเรียนรู้จุดหมายแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในกลุ่มเพื่อนเกี่ยวกับสินค้าทางการท่องเที่ยวต่างๆ Newsletter จดหมายข่าว รวมทั้งการ

นำเสนอตัวอย่างราคาสินค้าท่องเที่ยว เป็นต้น ดังนั้นการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสาร สร้างทัศนคติที่ต่อตราสินค้าของธุรกิจ เพื่อจูงใจ ใ้ใจ ให้เกิดความต้องการในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ชนิดของสื่อที่เลือกใช้ เวลาที่ใช้ จะขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ลักษณะของผลิตภัณฑ์ นโยบายและกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจนั้นๆ (นิศา ชัชกุล, 2550 : 384 – 386)

เพื่อให้การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ สถิตินักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณา ธุรกิจท่องเที่ยวต้องมีข้อมูลของนักท่องเที่ยวเพื่อไว้ใช้ในการวางแผน ไม่ว่าจะเป็น ภูมิฐานะหรือแหล่งต้นทางของนักท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยว ระยะเวลาที่มาท่องเที่ยว จำนวนวันที่พัก ค่าใช้จ่ายต่อบุคคล เหตุผลที่มาท่องเที่ยว ประเภทของแหล่งที่พัก ยานพาหนะที่ใช้ ระยะเวลาการเดินทางเข้ามาถึง และข้อมูลทางเศรษฐกิจสังคมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น เหล่านี้เป็นข้อมูลพื้นฐานที่เก็บรวบรวม (นิคม จารุมณี, 2544 : 102) นอกจากนี้ข้อมูลดังกล่าวยังสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มักจะทำค่านึงถึงก่อนตัดสินใจมาท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่จะเดินทางไป ช่วงเวลาที่เดินทางไป รูปแบบพาหนะที่ใช้เดินทาง ระยะเวลาของการเดินทาง รูปแบบของที่พักระหว่างเดินทาง กิจกรรมระหว่างเดินทาง และงบประมาณที่จะใช้ในการเดินทาง ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลและเวลาในการตัดสินใจ ขึ้นอยู่กับแหล่งท่องเที่ยวที่จะไปว่าใกล้ไกล ลักษณะภูมิประเทศ การเตรียมตัว เป็นต้น (Swarbrooke, 2007)

จากการที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจธรรมชาติที่สวยงามของภูทับเบิกได้มีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวที่หลากหลายในการมาท่องเที่ยวและมีความพอใจต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวก่อนมาภูทับเบิกที่ต่างกันไป จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์อย่างไร มีความพึงพอใจต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวที่ภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ในระดับใด และความพึงพอใจนั้นมีความแตกต่างกันตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวหรือไม่ เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ค้นพบให้ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

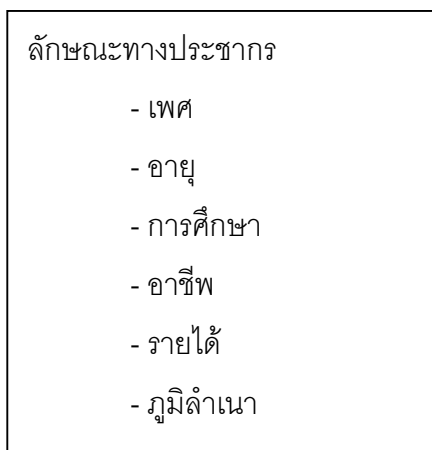
ในบทความนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวที่ภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ และ 3) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากร กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวที่ภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ ภายใต้ขอบเขตการวิจัย ศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้แก่

วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว การเลือกใช้พาหนะมาท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนวันที่ใช้ท่องเที่ยว และการเลือกที่พักระหว่างมาท่องเที่ยว รวมทั้งศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้อีคอมเมิร์ซเพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ อันประกอบไปด้วย การหาข้อมูลทาง Website YouTube LINE และทาง Facebook เท่านั้น ภายใต้สมมติฐานที่ว่า นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว ด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทาง ด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว และด้านสถานที่ใช้ในการพักผ่อนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้อีคอมเมิร์ซเพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกัน

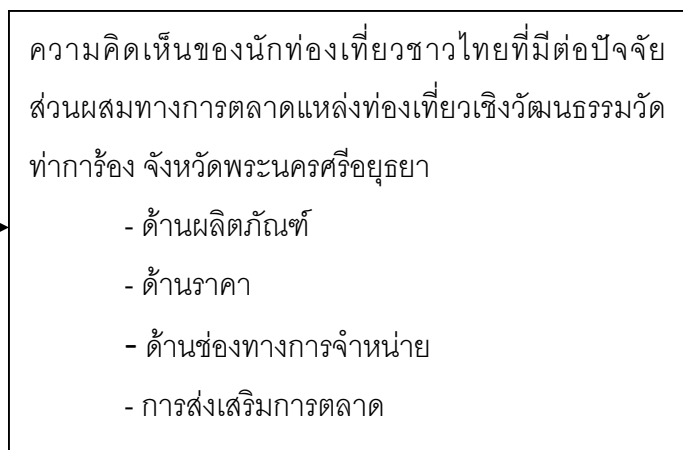
วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้อีคอมเมิร์ซเพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการวิจัยข้อมูลเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้วิธีการวัดผลขณะที่นักท่องเที่ยวกำลังท่องเที่ยวที่ภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยงานวิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากเอกสารวิชาการตำราเรียน ในแง่มุมของความหมาย ลักษณะ ความสำคัญ ประเภท ประโยชน์และหลักการ เพื่อนำแนวคิดที่ได้มาสังเคราะห์และสรุปเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิด ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้อีคอมเมิร์ซเพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยกำหนดเป็นตัวแปรอิสระ ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้อีคอมเมิร์ซเพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ ดังภาพที่ 1

ตัวแปรอิสระ



ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้สื่อออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์

ส่วนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ จากสถิติปีที่ผ่านมาจำนวน 1,756,550 คน (ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดเพชรบูรณ์ พ.ศ.2559) (www.mots.go.th 16 มีนาคม 2560) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งคำนวณได้โดยใช้สูตรของ ยามาเน่ (Yamane, 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541) และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Selection) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยพัฒนามาจากกรอบแนวคิดและการทบทวนวรรณกรรมที่เป็นแนวคิดและทฤษฎี โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา จำนวน 6 ข้อ เป็นคำถามปลายเปิดแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว การเลือกใช้พาหนะมาท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนวันที่ใช้ท่องเที่ยว และการเลือกที่พักระหว่างมาท่องเที่ยว เป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้แก่ การหาข้อมูลทาง Website YouTube LINE และทาง Facebook ลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดประมาณค่า (rating scale) จำนวน 20 ข้อ

งานวิจัยนี้มีการสร้างและทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอนการสร้าง ดังนี้ ศึกษาข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาปรับปรุงแบบสอบถาม โดยให้เนื้อหาครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องของภาษา (Wording) การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ โดยการหาความตรง (Validity) ของแบบสอบถาม มีการนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบก่อน (Pre-test) กับนักท่องเที่ยว ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบาค (Cronbach, 1990 : 202-204) จากการคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability) จากแบบสอบถาม ค่า Alpha Coefficient ของคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้เท่ากับ 0.956 ซึ่งอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้ การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ ประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการศึกษาลักษณะทางประชากร

ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ มีการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว, แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ, แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทางการท่องเที่ยว และแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โดยอาศัยการค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาวิจัยได้ดำเนินการออกแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้วยตนเอง ในช่วงเดือนสิงหาคม – กันยายน พ.ศ.2560 จากนั้นนำแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ได้ทำการตรวจสอบความเรียบร้อยทั้งหมด พร้อมทั้งนำข้อมูลที่ได้ไปประมวลผลเพื่อสรุปผลการวิจัย ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางด้านสังคมศาสตร์ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากร และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ ใช้ในการสรุปหรือบรรยายคุณลักษณะ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับเปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ One- way ANOVA (F-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนชื่นชมธรรมชาติ (ร้อยละ 67.0) เลือกใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะมาท่องเที่ยวภูเก็ต (ร้อยละ 77.5) มีผู้ร่วมเดินทางมากันมากกว่า 2 คนหรือเป็นหมู่คณะ (ร้อยละ 48.5) เลือกใช้วันมาท่องเที่ยวจำนวน 2 วัน พักค้าง 1 คืน (ร้อยละ 45.3) และเลือกที่พักค้างแรมที่รีสอร์ทบนภูเก็ต (ร้อยละ 40.0) ดังตารางที่ 1

(n = 400)

พฤติกรรมगतท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์		
เพื่อพักผ่อนชื่นชมธรรมชาติ	268	67.0
เพื่อทำกิจกรรมถ่ายภาพทะเลหมอกยามเช้า	109	27.3
เพื่อทำกิจกรรมเกี่ยวกับการศึกษาหาความรู้	23	5.8
อื่นๆ	-	-
พาหนะที่ใช้มาท่องเที่ยวภูทับเบิก		
รถยนต์ส่วนตัว	310	77.5
เหมารถตู้บริการท่องเที่ยว	48	12.0
รถโดยสารท้องถิ่น	21	5.3
อื่นๆ	21	5.3
จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวภูทับเบิก		
มาคนเดียวไม่มีใครร่วมทางมาด้วย	105	26.3
มากันสองคน	101	25.3
มากันมากกว่าสองคนหรือเป็นหมู่คณะ	194	48.5
จำนวนวันในการมาท่องเที่ยวภูทับเบิก		
มาเช้า เย็นกลับ วันเดียว	115	28.8
มา 2 วัน พักค้าง 1 คืน	181	45.3
มา 3 วัน พักค้าง 2 คืน	81	20.3
มามากกว่า 3 วัน พักค้างมากกว่า 2 คืน	23	5.8
เลือกที่พักระหว่างเดินทางมาท่องเที่ยวภูทับเบิก		
ไม่พักค้าง	111	27.8
รีสอร์ทบริเวณเข้าค้อ	104	26.0
รีสอร์ทบนภูทับเบิก	160	40.0
อื่นๆ	25	6.3
รวม	400	100.0

ตารางที่ 1 แสดงลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวทิวทัศน์เบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้วพบว่า ความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ Website ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมาได้แก่ Facebook ($\bar{X} = 3.90$) LINE ($\bar{X} = 3.34$) และ YouTube ($\bar{X} = 3.88$) เท่ากัน ตามลำดับ ดังตารางที่ 2 (n = 400)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวทิวทัศน์เบิก จ.เพชรบูรณ์	\bar{X}	S.D	แปลผล
1. Website	3.97	0.633	มาก
2. YouTube	3.88	0.616	มาก
3. LINE	3.88	0.610	มาก
4. Facebook	3.90	0.638	มาก
รวมเฉลี่ย	3.82	0.826	มาก

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวทิวทัศน์เบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวม

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวทิวทัศน์เบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า วัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวของกลุ่มต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวทิวทัศน์เบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน ดังตารางที่ 3

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
วัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวทิวทัศน์เบิกจังหวัดเพชรบูรณ์	ระหว่างกลุ่ม	2	4.870	2.435	3.613*	0.028
	ภายในกลุ่ม	397	267.528	0.674		
รวม		399	272.398			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวทิวทัศน์เบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามวัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยว

อภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวภูเก็ต จังหวัด เพชรบูรณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์โดยมีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนชื่นชมธรรมชาติ (ร้อยละ 67.0) ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าว สอดคล้องกับการศึกษาของพงกฤษ บูรณะพิมพ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจต่อบัณฑิตส่วนผสมการตลาดของอุทยานแห่งชาติ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเฉลิมรัตนโกสินทร์ (ถ้าธารลอด) จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อน มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาเที่ยวอุทยานฯ เพื่อมาท่องเที่ยวและพักผ่อน ซึ่งอาจอธิบายได้ว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว (Travel Motivation) มีแรงผลักดัน (Push Factors) ที่ทำให้พวกเขาต้องเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการที่ตอบสนองความต้องการของร่างกาย ทำงานเหนื่อยต้องการพักผ่อนโดยการเดินทางท่องเที่ยว (ทวิศักดิ์ ทิพยมิงษ์ (2544:19-20) ดังนั้นจากข้อค้นพบที่ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์โดยมีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนชื่นชมธรรมชาติ จึงเป็นเพราะต้องการให้ร่างกายได้พักผ่อนจากการเหนื่อยล้าจากการทำงาน ด้วยการท่องเที่ยวชื่นชมกับธรรมชาติ

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกด้าน Website พบว่า ความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ความเป็นปัจจุบันของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวภูเก็ตในเว็บไซต์ ($\bar{X} = 4.04$) ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าว สอดคล้องกับการศึกษาของ ธนกร สุนทรโกดิน (2555) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดนครนายก ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พบเห็นสื่อประชาสัมพันธ์จากเว็บไซต์ ททท. และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ทางด้านความน่าสนใจและด้านความทันสมัยของข้อมูลอยู่ในระดับมาก ซึ่งอธิบายได้ว่า เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าที่เข้ามาค้นหาข้อมูลอย่างเต็มที่ และเป็นการรักษาลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการอีกต่อไปนานๆ เว็บไซต์ทางการท่องเที่ยวที่ควรจะมีการกำหนดกลยุทธ์ด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ควรให้มีความครบถ้วน ทันสมัย มีคุณภาพ และมีการปรับปรุงอยู่เสมอ (อุดม ศิลปะอาษา, 2548 : 158 -160) ดังนั้นจากข้อค้นพบที่ว่า ความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ความเป็นปัจจุบันของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวภูเก็ตในเว็บไซต์ จึงเป็นเพราะนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ของแหล่งท่องเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ที่มีการปรับปรุงให้มีความครบถ้วน ทันสมัย มีคุณภาพ และปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการได้สัมผัสกับสิ่งที่มีเสน่ห์ที่ภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์

3. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกด้าน Facebook ความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการสอบถามและได้ตอบข้อความ ภาพถ่ายภูเก็ตที่มองเห็นใน Facebook ของ

เจ้าของบัญชีที่นำเสนอ ($\bar{X} = 3.90$) ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าว สอดคล้องกับการศึกษาณัฐพล นิรัญเรื่อง (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กชาวไทย ต่อการเผยแพร่ข้อมูลทางการท่องเที่ยวผ่านเฟซบุ๊กของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ข้อมูลทางการท่องเที่ยวผ่านเฟซบุ๊ก 1) ด้านบริบท 2) ด้านเนื้อหา 3) ด้านชุมชน 4) ด้านการตอบสนองเฉพาะบุคคล 5) ด้านการสื่อสาร และ 6) ด้านการเชื่อมโยงผู้ใช้บริการ เฟซบุ๊กชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้งหมดทุกข้อ ซึ่งอธิบายได้ว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็น Facebook ประโยชน์ของการใช้คือสามารถใช้สื่อสารด้วยความกับเพื่อน ๆ ได้สะดวก และช่วยให้ประหยัดค่าโทรศัพท์ที่ได้มาก สามารถสื่อสารกับเพื่อน ๆ ได้ทั้งแบบข้อความ ภาพ เสียง และวีดีโอ ได้โดยการโพสต์ หรือส่งข้อความผ่านทาง messenger (www.ninetchno.com) ดังนั้น ข้อค้นพบที่ว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการสอบถามและได้ตอบข้อความ ภาพถ่ายทัวลิปเบิกที่มองเห็นใน Facebook ของเจ้าของบัญชีที่นำเสนอ จึงเป็นเพราะนักท่องเที่ยวได้มีการใช้เฟซบุ๊กในการโพสต์ข้อความ ภาพ เสียง และวีดีโอได้สะดวกเมื่อมีการมาท่องเที่ยวอยู่ที่ต่างๆ รวมทั้งทัวลิปเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้วย

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวทัวลิปเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า วัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวทัวลิปเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่าง ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ไจพร เศรษฐวิวัฒน์ (2544) ซึ่งได้วิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรม และความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวบนหมู่เกาะในเขตภาคตะวันออก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแต่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ในขณะที่พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านสถานที่พัก ซึ่งอธิบายได้ว่า ความสำคัญของความพึงพอใจคือ เป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้า เกิดความรู้สึกที่ดี และประทับใจในบริการที่ได้รับจนติดใจและกลับมาใช้บริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าตลอดจนผู้ปฏิบัติงานบริการจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะความรู้ ความเข้าใจในเรื่องที่จะนำมาซึ่งความได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางการตลาด เพื่อความก้าวหน้าเจริญเติบโตทางธุรกิจบริการอย่างไม่หยุดยั้ง และส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จึงกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2543) อีกทั้งการติดตามข่าวสาร (Surveillance) ซึ่งถือเป็นหน้าที่พื้นฐานของการเปิดรับสื่ออยู่แล้ว แนวคิดการใช้สื่อและความพึงพอใจ เป็นการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับสารที่เกี่ยวกับสภาวะทางจิตและสังคม ความต้องการของบุคคล ความคาดหวัง จากสื่อหรือแหล่งที่มาของสารซึ่งจะนำไปสู่ความแตกต่างในการใช้

สื่อและพฤติกรรมของแต่ละบุคคล (กาญจนา แก้วเทพ, 2547 : 378-379) ดังนั้นจากข้อค้นพบที่ว่าวัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวของกลุ่มต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการใช้อีเมลหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกันไป จึงเป็นเพราะผู้ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวภูเก็ตมีความต้องการที่จะให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ขณะที่นักท่องเที่ยวก็มีความต้องการความคาดหวังต่อสื่อและการใช้สื่อที่แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคล

ข้อเสนอแนะ

- 1) นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมาท่องเที่ยวภูเก็ตเพื่อมาพักผ่อนชื่นชมธรรมชาติ เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นจึงควรให้ภูเก็ตสามารถเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจได้ในทุกฤดูกาล ไม่เฉพาะแต่ช่วงปลายฝนเท่านั้นที่จะมาชมทะเลหมอก ต้องมาดูดาวได้ในช่วงฤดูหนาวและฤดูร้อน ขณะที่ส่วนใหญ่จะใช้พาหนะเป็นรถยนต์ส่วนตัว จึงควรจัดการจราจรและที่จอดรถให้มีความสะดวกและปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
- 2) นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมาเที่ยวที่ภูเก็ต 2 วัน พักค้าง 1 คืน จึงควรให้มีการจองที่พักล่วงหน้า เพื่อจะได้ไม่ผิดหวัง และบอกตารางวันเข้าออกที่จะว่างของห้องพักแก่นักท่องเที่ยว
- 3) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการใช้อีเมลหาข้อมูลเว็บไซต์ประเภท Website ในระดับมาก ทางด้านความเป็นปัจจุบันของข้อมูล ดังนั้น ผู้ดูแล Website การท่องเที่ยวของภูเก็ต ควรมีการปรับปรุงข้อมูลการท่องเที่ยวให้เป็นปัจจุบันในแต่ละวันเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว รวมทั้งการเชื่อมโยงข้อมูลที่เป็นต่อการท่องเที่ยวให้ชัดเจนและใช้งานได้ก็จะทำให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เช่น สภาพรายงานอากาศ การจราจร หรือทรัพยากรที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น
- 4) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการใช้อีเมลหาข้อมูลเว็บไซต์ประเภท Facebook ในระดับมาก ทางด้านความสะดวกรวดเร็วในการสอบถามและได้ตอบข้อความ ภาพถ่ายที่มองเห็นใน Facebook ดังนั้นจึงควรให้เจ้าของธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวภูเก็ต เปิดบัญชี Facebook เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเป็นเพื่อนหรือเข้าดูข้อมูลการท่องเที่ยวได้ และสามารถสอบถามพูดคุยส่งภาพแลกเปลี่ยนกันได้
- 5) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวของกลุ่มต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการใช้อีเมลหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน ดังนั้นผู้ให้บริการในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงควรวิเคราะห์ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวและจัดบริการให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางการท่องเที่ยวก็จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเป็นส่วนใหญ่และให้บริการได้ตรงตามความต้องการของส่วนใหญ่ที่เป็นส่วนรวมของนักท่องเที่ยวด้วย

สรุป

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการศึกษาถึงการใช้อินเทอร์เน็ตด้วยสื่อสังคมออนไลน์ทั้งผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว ซึ่งมีการใช้อินเทอร์เน็ตที่อาจเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารกันไปในตัว คือผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะเป็นผู้ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีตามธรรมชาติหรือที่สร้างขึ้นเอง หรือการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการให้แก่นักท่องเที่ยว โดยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในรูปแบบของ Website YouTube LINE และ Facebook ให้สอดคล้องกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีรูปแบบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในลักษณะเดียวกันทำให้เกิดการรับสารที่เป็นข้อมูลการท่องเที่ยวต่างๆ ตามที่ตนเองต้องการรับรู้ตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของตนเองและหมู่คณะ ทำให้เกิดความเข้าใจและตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในที่สุด ทั้ง สถานที่ท่องเที่ยวชมวิวยอดเขาค้อ ที่พักแรม ที่รับประทานอาหาร และจุดบริการสินค้าที่ระลึก เป็นต้น ขณะเดียวกันเมื่อนักท่องเที่ยวได้มาถึงแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ก็สามารถเก็บข้อมูลภาพต่างๆ เรื่องราวต่างๆ ผ่านทั้งภาพ เสียง และข้อความส่งต่อไปยังเพื่อนและคนอื่นๆ ที่ต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในแหล่งท่องเที่ยวเช่นกัน ระหว่างผู้ส่งและผู้รับก็มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ ซึ่งงานวิจัยนี้ ทำให้ทราบว่า ภาพรวม มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก โดยมีการใช้ Website มากเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ Facebook LINE และ YouTube ตามลำดับ

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2547) **สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพมหานคร : แบรินด์เอจ.
- จิตินันท์ เดชะคุปต์. (2543) **เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ**. เอกสารประกอบการเรียนการสอน. นนทบุรี:มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์. (2554) **การตลาดการท่องเที่ยวและการบริการ**. กรุงเทพมหานคร : บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- นิคม จารุมณี. (2554) **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.
- นิตา ชัชกุล. (2550) **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2541) **สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพมหานคร:ไทยวัฒนาพานิช.

อุดม ศิลปอาษา. (2546) **ระบบสารสนเทศและการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการท่องเที่ยว**. เอกสาร
การสอนชุดกลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หน่วยที่ 12 นนทบุรี : มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมาธิราช.

สารนิพนธ์, วิทยานิพนธ์, งานวิจัย และบทความทางวิชาการ

ใจพร เศรษฐฐาภิวดีกุล. (2544) “การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรม และความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวบนหมู่
เกาะในเขตภาคตะวันออก”. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

ทวีศักดิ์ ทิพยมหิงษ์ และคนอื่นๆ . (2544) “โครงการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา
ท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดนครนายก จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดสมุทรปราการ
และจังหวัดสระแก้ว”. ฉะเชิงเทรา สถาบันราชภัฏราชชนครินทร์.

ธนกร สุนทรโกติน. (2554) “พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์
โครงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดนครนายก”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ณัฐพล หิรัญเรือง.(2555) “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟสบุ๊กชาวไทย ต่อการเผยแพร่ข้อมูลทางการ
ท่องเที่ยวผ่านเฟสบุ๊กของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น”. การศึกษา
อิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

พงกฤษ บุรณะพิมพ์. (2553) “พฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจต่อบริการส่วนผสมการตลาดของ
อุทยานแห่งชาติ : กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติเฉลิมรัตนโกสินทร์ (ถ้าธารลอด) จังหวัดกาญจนบุรี”.
สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกริก.

Books

Cronbach, L. J (1990). **Essentials of psychological testing (5th ed.)**. New York: Harper Collins.

Swarbrooke, John and Horner, Susan. (2007) **Consumer Behavior in Tourism**. 2nd edition,
Butterworth-Heinemann, Oxford.

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

Website

Yuttana230.blogspot.com/2014/01/facebook-twitter-youtube-line.html สืบค้นเมื่อ 31 สิงหาคม 2560

www.ninetechno.com สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2560

www.mots.go.th สืบค้นเมื่อ 16 มีนาคม 2560

**ปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน
บริษัท นันยางการทออุตสาหกรรม จำกัด**

Motivation and Performance of Nan Yang Textile Group Organization

ณัฐพล พงษ์หาญพจน์¹

Nattapon Ponghanpoj

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท นันยางการทออุตสาหกรรม จำกัด (2) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท นันยางการทออุตสาหกรรม จำกัด (3) เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท นันยางการทออุตสาหกรรม จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ได้แก่ พนักงาน บริษัท นันยางการทออุตสาหกรรม จำกัด การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการของ Yamane (1973) ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 252 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.96 วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความสัมพันธ์แบบค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการศึกษาพบว่า (1) ปัจจัยแรงจูงใจด้านปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน บริษัท นันยางการทออุตสาหกรรม จำกัด ภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการได้รับรางวัล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย และปัจจัยแรงจูงใจด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อมโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือด้านความมั่นคงในงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้าย คือ ด้านสภาพแวดล้อมการทำงานที่สะดวกและปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (2) ผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท นันยางการทออุตสาหกรรม จำกัด ผลการปฏิบัติงานภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านทำงานได้ทันตามเวลา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านความร่วมมือในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้าย คือ ด้านสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3) ปัจจัยแรงจูงใจมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับผลการปฏิบัติงานโดยภาพรวม มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี

คำสำคัญ : ปัจจัยแรงจูงใจ , ความสัมพันธ์ , ผลการปฏิบัติงาน

Abstract

The purposes of this study were (1) to study level of the Nan Yang Textile Group employees' opinion on work motivation factors, (2) to study the opinion level on work performance factors of the Nan Yang Textile Group employees, and (3) to study the motivation factors which were related to Nan Yang Textile Group employees' work performance. The sample group were 252 Nan Yang Textile Group employees used Yamane Formula (1973) the sample size determination in the way of Sample Random Sampling. An instrument used in the study was a questionnaire, with its reliability of 0.96. The statistics used for data analysis consisted of percentage, mean, standard deviation, and the statistical procedure used for analyzing data was Pearson's Correlation Coefficients.

The findings revealed that (1) the motivation factors in personal factors of Nan Yang Textile Group employees was at moderate level, the highest aspect was being accepted was at high level. Followed by the aspect of work position matched the employees ability was at high level. Furthermore, the aspect of opportunity to get promoted at work was at moderate level. Lastly, the aspect of getting a reward was at low level. Moreover, the motivation factors in environment factors was at high level in overall. The highest aspect was a relationship between the employees and co-workers was at high level. Followed by the aspect of job stability was at high level. The aspect of organization management policy was at high level. Besides the aspect of convenience and safety in working environment was at moderate level, and (2) the work performance of Nan Yang Textile Group employees was at high level in overall. The highest aspect was to complete the work on time was at high level in overall. Followed by the aspect of cooperation in the organization was at high level. Moreover, the aspect of efficient resources allocation was at high level. Also, Lastly, the aspect of efficient creative innovation was at moderate level. (3) Considering each aspect showed that all the aspects were at high level with statistical significance level of 0.05.

Keywords : Motivation, Relation , Performance

บทนำ

ทรัพยากรบุคคลในกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมสิ่งทอนั้นเป็นทรัพยากรที่ทักษะสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียนส่งผลให้ผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทยเป็นที่ยอมรับจากตลาดทั่วโลก อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการในปัจจุบันกำลัง ประสบกับปัญหาการขาดแคลนแรงงานทั้งในระดับผู้ปฏิบัติและระดับการจัดการ แนวโน้มของผลกระทบด้านแรงงานมีทิศทางเพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากแรงงานไทยเปลี่ยนอาชีพค่านิยม ของคนรุ่นใหม่ที่ไม่ต้องการทำงานในระดับผู้ปฏิบัติในอุตสาหกรรมแรงงาน พร้อมทั้งการขาดความเข้าใจถึงอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มทำให้ความสนใจในการทำงานในอุตสาหกรรมนี้มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง พนักงานเป็นทรัพยากรที่สามารถสร้างข้อได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบสำหรับองค์กรในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูงในปัจจุบันจึงเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จให้แก่องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ต้องมีการผ่านการฝึกอบรมการพัฒนาต่าง ๆ เพื่อให้มีคุณสมบัติตรงต่อความต้องการของแต่ละหน่วยงาน ดังนั้นองค์กรต่าง ๆ จึงมีการกำหนดมาตรฐานและกระบวนการในการพัฒนาพนักงานให้มีความรู้และทักษะในการทำงาน แต่ก็ยังต้องรวมถึงการสร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงานด้วย เพราะเพียงความรู้ความสามารถยังไม่สามารถทำให้พนักงานเกิดแรงบันดาลใจในการทำงานหากองค์กรสามารถทำให้พนักงานสามารถทำงานออกมามีประสิทธิผลและประสิทธิภาพ ซึ่งย่อมส่งผลให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จ (Ismajli, 2015)

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้เลือกศึกษาเรื่อง “ปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท นันยางการทออุตสาหกรรม จำกัด” เพราะเห็นว่า แรงจูงใจเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรและน่าจะเป็นประโยชน์ ในการนำไปปรับใช้กำหนดนโยบายและมาตรฐานทางด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อเป็นการสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพในการสร้างสรรค์ผลงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้แก่บริษัทได้เป็นอย่างดี

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

(Herzberg 1959 อ้างใน Oduka, 2016) ได้กล่าวถึงปัจจัย 2 กลุ่มที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงาน คือ ปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน โดยปัจจัยจูงใจจะเป็นสิ่งจูงใจให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และมีผลต่อความพึงพอใจในงานที่ทำ ส่วนปัจจัยค้ำจุนมิได้เป็นสิ่งจูงใจในการทำงาน แต่ขาดหรือไม่มีปัจจัยเหล่านี้จะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจแก่ที่ทำงาน ซึ่งจะมีหน้าที่ป้องกันหรือค้ำจุน ไม่ให้บุคคลเกิดท้อถอยไม่อยากทำงานและจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานได้

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง เป็นสิ่งที่บ่งชี้ความรู้สึกของพนักงานที่มีต่องานที่ทำและสมาชิกร่วมงาน โดยสมาชิกทุกคนมีความรู้สึกที่ดีทุ่มเท ทั้งกายใจ ความคิด และร่วมกันและช่วยกันแก้ไขปัญหานั้น ๆ ได้ การทำงานจะมีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น

1. การได้รับการยอมรับนับถือ หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือ ไม่ว่าจะจากผู้บังคับบัญชา จากเพื่อน จากผู้มาขอคำปรึกษา หรือจากบุคคลในหน่วยงาน การได้รับการยกย่อง การยอมรับนับถือ อาจจะมีอยู่ในรูปแบบของการยกย่องชมเชย การแสดงความยินดี การให้กำลังใจ หรือการ แสดงออกอื่นใดที่บอกถึงการยอมรับในความสามารถ เมื่อได้ทำงานอย่างใดอย่างหนึ่ง บรรลุผลสำเร็จ ซึ่ง อาจจะแฝงอยู่ในความสำเร็จของงานด้วย

2. ตำแหน่งงานตรงตามความสามารถ หมายถึง การจัดลำดับของการทำงานได้เอง ความตั้งใจ ความสำนึกในอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบ ตลอดจนอิสระในการปฏิบัติงาน

3. การได้รับโอกาสเลื่อนตำแหน่ง หมายถึง ผลหรือการมองเห็นการเปลี่ยนแปลงใน สภาพของบุคคลหรือตำแหน่ง ในสถานที่ทำงาน โอกาสในการเลื่อนตำแหน่งหรือระดับที่สูงขึ้น และมีโอกาสได้รับการพัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะที่เพิ่มขึ้นในวิชาชีพจากการปฏิบัติงาน ตลอดจน โอกาสการศึกษาต่อ อบรม ดูงาน

4. การได้รับรางวัล หมายถึง การได้รับรางวัลจากองค์กร ซึ่งทำให้ตัวเองรู้สึกมีคุณค่ากับองค์กร

ปัจจัยสิ่งแวดล้อม หมายถึง สภาพความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ที่มีต่อสภาพแวดล้อมในการทำงาน เช่น มลพิษในสถานที่ทำงาน เครื่องมืออุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัยอันตรายส่วนบุคคล การจัดเครื่องมือและอุปกรณ์ให้เป็นระเบียบเรียบร้อยพร้อมใช้งาน

1. สภาพแวดล้อมการทำงานที่สะดวกและปลอดภัย หมายถึง สภาพความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ที่มีต่อสภาพแวดล้อมในการทำงาน เช่น มลพิษในสถานที่ทำงาน เครื่องมืออุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัยอันตรายส่วนบุคคล การจัดเครื่องมือและอุปกรณ์ให้เป็นระเบียบเรียบร้อยพร้อมใช้งาน กำหนดชั่วโมงที่ใช้ในการทำงานได้อย่างเหมาะสม

2. นโยบายการบริหารขององค์กร หมายถึง การที่องค์กรกำหนดมาตรฐานในการปฏิบัติงานและข้อเสนอแนะที่ชัดเจนเพื่อสนับสนุนเป้าหมายในการทำงานของพนักงานและเพื่อเป็นแนวทางให้กับพนักงานได้ปฏิบัติตาม

3. ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน หมายถึง หมายถึง การติดต่อไม่ว่าจะเป็นกิริยาหรือ วาจา ที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกัน มีความ เข้าใจซึ่งกันและกันอย่าง ดี

4. ความมั่นคงในงาน หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคง ในการทำงาน ความยั่งยืนของอาชีพ หรือความมั่นคงขององค์กร

แนวคิดและทฤษฎีผลการปฏิบัติงาน

(Cumming และ Schwab 1973 อ้างใน ธกรศักดิ์ พรหมสาขา ณ สกลนคร 2556) ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของบุคคล มีดังนี้

ด้านประสิทธิภาพ หมายถึง การบริหารทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างสมดุคือ การประหยัดต้นทุน ประหยัดทรัพยากร ประหยัดเวลา ด้วยใช้วัสดุอุปกรณ์ให้คุ้มค่าด้วยวิธีการที่เหมาะสม ทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงาน อันเป็นผลทำให้องค์กรได้รับประโยชน์สูงสุด

1. ทำงานได้ทันตามเวลา หมายถึง การแสดงออกถึงความพยายามอย่างเต็มที่ เต็มใจ และตั้งใจที่จะอุทิศร่างกาย แรงใจ สติปัญญาในการทำงานเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายหรืออยู่ในสถานะที่ดี มีการแสดงออกในรูปแบบของพฤติกรรมความสม่ำเสมอ คงเส้นคงวาในการทำงาน และใช้ความพยายามอย่างมาก และเมื่อองค์กรประสบกับปัญหา ก็จะพยายามช่วยแก้ปัญหาให้ผ่านสำเร็จลุล่วงได้

2. การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ หมายถึง การใช้เท่าที่มีความจำเป็น เพื่อให้มีทรัพยากรไว้ใช้ได้นานและเกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่ามากที่สุด

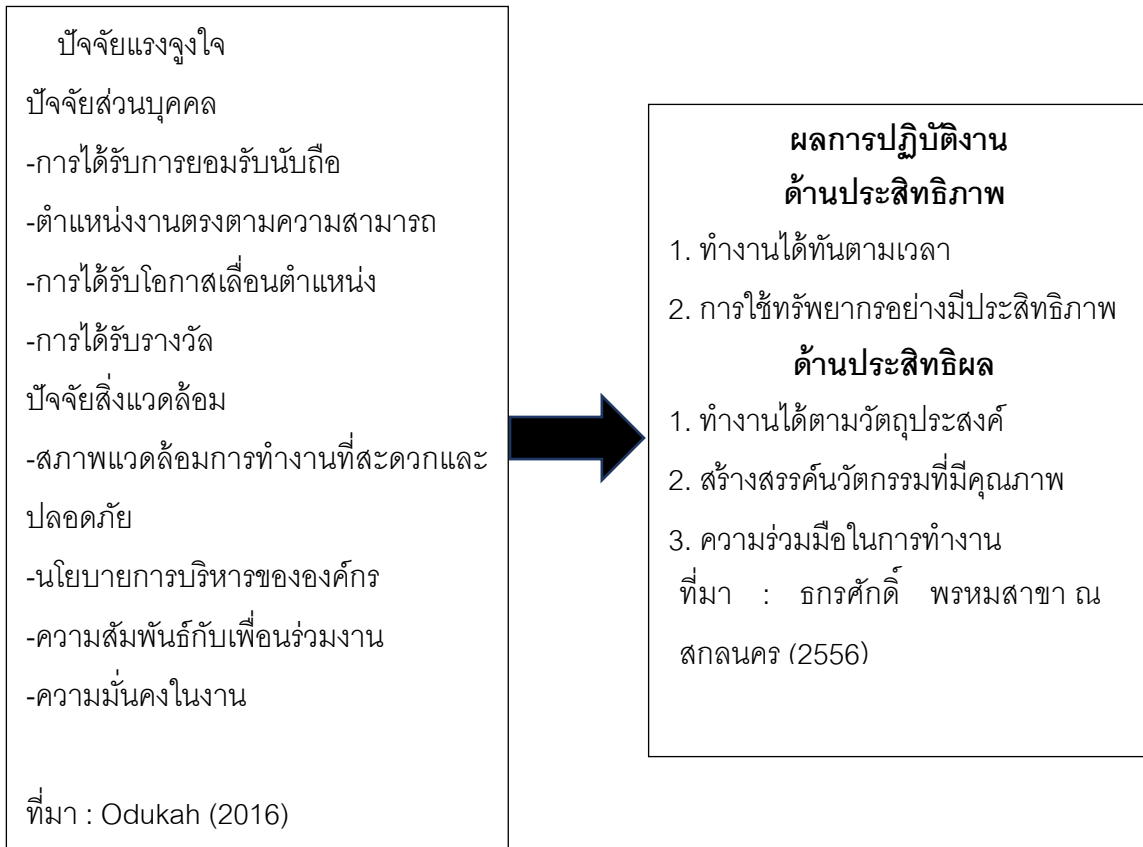
ด้านประสิทธิผล หมายถึง การใช้ความสามารถและความเพียรพยายาม เพื่อให้กระบวนการดำเนินกิจกรรมได้ผลตรงตามมาตรฐานของขั้นตอนการปฏิบัติงาน บรรลุเป้าหมายขององค์กรซึ่งก็คือ การเกิดประสิทธิผล และประสิทธิผลจึงเป็นตัวบ่งชี้ถึงแนวทางเสริมสร้างหรือพัฒนาประสิทธิภาพ การทำงาน

1. ทำงานได้ตามวัตถุประสงค์ หมายถึง การความพยายามและมุ่งมั่นในการพัฒนาความสามารถเพื่อให้งานสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2. สร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีคุณภาพ หมายถึง การที่พนักงานในองค์กร เกิดความคิดใหม่ๆ ในการปฏิบัติงานทำให้เกิดการต่อยอดจากงานที่ทำอยู่ เพื่อให้พัฒนายิ่งขึ้นกว่าเดิม โดยบริษัทส่งเสริมให้พนักงานระดับหัวหน้างาน ทำกิจกรรมเรื่อง นวัตกรรม(Innovation) เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านการผลิตใหม่ๆ ที่ส่งผลต่อความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ในส่วนส่วนของพนักงานระดับปฏิบัติการ เพื่อทำให้พนักงานระดับปฏิบัติการเกิดความรู้และแนวคิดใหม่ ๆ

3. ความร่วมมือในการทำงาน หมายถึง ความสัมพันธ์กับทีมงานโดยรวมในด้านการประสานงานที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน มีการติดต่อสื่อสารที่คล่องระหว่างพนักงานกับผู้บังคับบัญชา และพนักงานมีเพื่อนร่วมงานที่ดีคอยช่วยเหลือให้คำแนะนำเมื่อเกิดปัญหาในการปฏิบัติงาน

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท
 นันยางการทออุตสาหกรรม จำกัด มีกรอบแนวคิด ดังนี้



วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท นันยาง การทออุตสาหกรรม
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท นันยางการทออุตสาหกรรม
3. เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท นันยางการทออุตสาหกรรม

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานงานของพนักงานบริษัท นันยางการทออุตสาหกรรม จำกัด

ขอบเขตของการวิจัย

1. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

1.1.1 ปัจจัยแรงจูงใจ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยสิ่งแวดล้อม

1.1.2 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย การได้รับการยอมรับนับถือ ตำแหน่งงานตรงตามความสามารถ การได้รับโอกาสเลื่อนตำแหน่ง การได้รับรางวัล

1.2.3 ปัจจัยสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมการทำงานที่ สะดวกและปลอดภัย นโยบายบริหารขององค์กร ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความมั่นคงในงาน (Odukha, 2016)

1.2 ตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานใน บริษัท นัย ทางการทออุตสาหกรรม ประกอบด้วย 2 ด้านดังนี้ ด้านประสิทธิภาพ ได้แก่ ทำงานได้ทันตามเวลา การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ด้านประสิทธิผล ได้แก่ ทำงานได้ตามวัตถุประสงค์ สร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีคุณภาพ ความร่วมมือในการทำงาน (ภรศักดิ์ พรหมสาขา, 2556)

1.3 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นพนักงานใน ระดับปฏิบัติการใน บริษัท นัยทางการทออุตสาหกรรม จำกัด จำนวนทั้งหมด 677 คน (ฝ่ายทรัพยากร บุคคล บริษัท นัยทางการทออุตสาหกรรม ณ วันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2561) จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ในการวิจัยจากสูตร Yamane (1973) ได้ 251.7 คน เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือจึงเลือกเป็น 252 คน

1.4. ขอบเขตด้านเวลาที่ใช้ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา คือ ระหว่างเดือน มกราคม 2561 ถึง สิงหาคม 2561

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานระดับปฏิบัติการใน บริษัท นัยทางการทอ อุตสาหกรรม จำกัด ซึ่งมีพนักงานทั้งหมด 677 คน (ที่มา: ฝ่ายบุคคล บริษัท นัยทางการทอ อุตสาหกรรม จำกัด ณ วันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2561) การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการ ของ Yamane (1973) ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 252 คน ใช้วิธีการสุ่ม ตัวอย่างแบบง่าย (Sample random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน อัตราเงินเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจของพนักงานระดับปฏิบัติการด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านตำแหน่งงานตรงตามความสามารถ ด้านการได้รับโอกาสเลื่อนตำแหน่ง ด้านการได้รับรางวัล ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมการทำงานที่สะดวกและปลอดภัย ด้านนโยบายการบริหารขององค์กร ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านความมั่นคงในงาน ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบวัดประมาณค่า จำนวน 5 ระดับตามวิธีการ Likert Scale

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงาน ได้แก่ ด้านทำงานได้ทันตามเวลา ด้านการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ด้านทำงานได้ตามวัตถุประสงค์ ด้านสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีคุณภาพ ด้านความร่วมมือในการทำงาน ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบวัดประมาณค่า จำนวน 5 ระดับตามวิธีการ Likert Scale

โดยเกณฑ์การให้คะแนนคำถามในส่วนที่ 2 และ 3 มีดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอนตามลำดับดังนี้

1. ขอลหนังสือจากหลักสูตรธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี ถึง กรรมการผู้จัดการ บริษัท

นินยางการทออุตสาหกรรม จำกัด เพื่อขออนุญาตเข้าเก็บข้อมูล

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ที่ บริษัท นินยางการทออุตสาหกรรม จำกัด พร้อมนัดวันมาเก็บแบบสอบถามภายใน 7 วัน

3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม

4. นำผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลไปวิเคราะห์ผล

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

และ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจของพนักงานระดับปฏิบัติการในโรงงานสิ่งทอผ้า ภูมิศึกษา บริษัท นันยางการทออุตสาหกรรม จำกัด

ปัจจัยแรงจูงใจโดยภาพรวม

ตารางที่ 1 สรุปภาพรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจด้านส่วนบุคคลทั้งโดยรวม

ลำดับ	ปัจจัยส่วนบุคคล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ	3.61	0.62	มาก
2	ด้านตำแหน่งงานตรงตามความสามารถ	3.58	0.66	มาก
3	ด้านการได้รับโอกาสเลื่อนตำแหน่ง	3.13	0.87	ปานกลาง
4	ด้านการได้รับรางวัล	2.49	0.98	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม		3.21	0.63	ปานกลาง

จากผลการศึกษาพบว่า พนักงานระดับปฏิบัติการในโรงงานผลิตสิ่งทอ บริษัท นันยางการทออุตสาหกรรม จำกัด มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจด้านปัจจัยบุคคลโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับสุดท้าย คือ ด้านการได้รับรางวัลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 2 สรุปภาพรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมโดยภาพรวม

ลำดับ	ปัจจัยสิ่งแวดล้อม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ด้านสภาพแวดล้อมการทำงานที่สะดวกและปลอดภัย	3.38	0.80	ปานกลาง
2	ด้านนโยบายการบริหารขององค์กร	3.53	0.80	มาก
3	ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	3.85	0.80	มาก
4	ด้านความมั่นคงในงาน	3.76	0.76	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.63	0.68	มาก

จากผลการศึกษาพบว่า มี พนักงานมีการรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านความสัมพันธ์กับ

เพื่อนร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้าย คือ ด้านสภาพแวดล้อมการทำงานที่สะดวกและปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในโรงงานสิ่งทอผ้าการศึกษา บริษัท นันยางการทออุตสาหกรรม จำกัด

ตารางที่ 3 สรุปภาพรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานโดยภาพรวม

ลำดับ	ด้านผลการปฏิบัติงานโดยรวม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ด้านทำงานได้ทันตามเวลา	3.83	0.57	มาก
2	ด้านการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ	3.45	0.71	มาก
3	ด้านทำงานได้ตามวัตถุประสงค์	3.44	0.78	มาก
4	ด้านสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีคุณภาพ	3.22	0.75	ปานกลาง
5	ด้านความร่วมมือในการทำงาน	3.77	0.77	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.54	0.56	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า พนักงานมีการรับรู้เกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านทำงานได้ทันตามเวลามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้าย คือ ด้านสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีคุณภาพมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ของบริษัท นันยางการทออุตสาหกรรม จำกัด

ปัจจัยแรงจูงใจ	ผลการปฏิบัติงาน					
	ภาพรวม	ทำงานได้ทันตามเวลา	การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ	ทำงานได้ตามวัตถุประสงค์	สร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีคุณภาพ	ความร่วมมือในการทำงาน
การได้รับการยอมรับนับถือ	สูง	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ปานกลาง
ตำแหน่งงานตรงตามความสามารถ	สูง	สูง	ปานกลาง	สูง	สูง	สูง
การได้รับโอกาสเลื่อนตำแหน่ง	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	ปานกลาง

การได้รับรางวัล	สูง	ต่ำ	ปานกลาง	ปานกลาง	สูง	ปานกลาง
สภาพแวดล้อมการทำงาน ที่สะดวกและปลอดภัย	สูง	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	สูง
นโยบายการบริหารของ องค์กร	สูง	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	สูง
ความสัมพันธ์กับเพื่อน ร่วมงาน	สูง	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	สูง
ความมั่นคงในงาน	สูง	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	สูง
ภาพรวม	สูง	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง	สูง	สูง

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยระดับของความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท นันยาง การทออุตสาหกรรม จากผลการศึกษา พบว่าพนักงานระดับปฏิบัติการในโรงงานผลิตสิ่งทอ กรณีศึกษา บริษัท นันยางการทออุตสาหกรรม จำกัด มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจด้านปัจจัยส่วนบุคคลโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยในแต่ละด้านมีดังนี้ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านตำแหน่งงานตรงตามความสามารถ ด้านการได้รับโอกาสเลื่อนตำแหน่งมี ด้านการได้รับรางวัลมี ตามลำดับสอดคล้องกับเฉลิม สุขเจริญ (2557) ทำการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์กรบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี จากการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรองค์กรบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านความสำเร็จในการทำงานของบุคคล ด้านการได้รับการยอมรับนับถือด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความรับผิดชอบ และด้านความก้าวหน้า ตามลำดับ และสอดคล้องกับประเสริฐ อุไร (2559) ทำการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกรณีศึกษาบริษัท เอจีซี ออโตโมทีฟ (ประเทศไทย) จำกัด การศึกษาพบว่า ในส่วนของปัจจัยค่าจูง มีความสัมพันธ์เชิงบวก กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอจีซี ออโตโมทีฟ ประเทศไทย จำกัด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง โดยในแต่ละด้านมีดังนี้ ด้านความมั่นคงในงาน ด้านการควบคุมดูแลของหัวหน้างาน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านนโยบายบริษัทและการบริหาร ด้านค่าตอบแทนและผลประโยชน์ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร ด้านสภาพในการทำงาน ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท นัยทางการทออุตสาหกรรม จากผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีการรับรู้เกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากและปานกลาง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านทำงานได้ทันตามเวลา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านความร่วมมือในการทำงานมี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากและลำดับสุดท้าย คือ ด้านสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีคุณภาพมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ สอดคล้องกับศิริวรรณ ศิริเดชาพันธ์ (2557) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของทำการศึกษาเรื่อง พนักงาน กรณีศึกษา : ศูนย์ปฏิบัติการสินเชื้อ ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง การศึกษาพบว่า แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านสามารถทำงานที่ท่านรับผิดชอบเสร็จเรียบร้อยภายในเวลาที่กำหนด ส่วนท่านใช้เวลาและทุ่มเทใจกับการทำงาน ท่านสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายมาได้บรรลุตามเป้าหมาย ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน ท่านสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในหน่วยงานได้ลุล่วง และความผิดพลาดในการทำงานมีน้อยลงตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท นัยทางการทออุตสาหกรรม จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามที่ตั้งสมมติฐานตั้งไว้ สอดคล้องกับธกรศักดิ์ พรหมสาขา ณ สกลนคร (2556) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกการศึกษพบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามที่ตั้งสมมติฐาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท นัยทางการทออุตสาหกรรม จำกัด ควรมีการพัฒนาดังต่อไปนี้

1. ควรให้บุคลากรร่วมเสนอการพัฒนาระบบการทำงาน หรือสิ่งที่ต้องการเพิ่มเติมจาก หน่วยงาน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาต่อไป ซึ่งจะทำให้ทราบถึงความต้องการของบุคลากรที่ แท้จริง และสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างตรงจุด เมื่อบุคคลได้รับสิ่งที่ตนเองต้องการก็จะ เกิดความ พึงพอใจ และพร้อมที่จะปฏิบัติงานให้กับองค์กรของตนเอง

2. ควรส่งเสริมให้มีการสร้างนวัตกรรมโดยที่แต่ละหน่วยงานร่วมกลุ่มกันระดมความคิด เพื่อ สร้างเทคโนโลยีหรือกระบวนการผลิตที่ทำให้ลดต้นทุนและลดพลังงาน ซึ่งจะทำให้บุคลากรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น อาจมีการพิจารณาให้รางวัลพิเศษต่าง ๆ เช่น การมอบเงินรางวัลเพื่อเป็นการตอบแทน

3. ควรจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ของบุคลากรภายในหน่วยงานให้มากขึ้น เพื่อส่งเสริมความสามัคคีและสร้างความสนุกสนานในหมู่คณะ เช่น กิจกรรมท่องเที่ยวภายในประเทศ กิจกรรมกีฬา เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาทัศนคติของบุคลากรที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร เพื่อจะได้ ข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการวางแผนปรับปรุงในการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของ พนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับพนักงานถึงความคาดหวัง และความต้องการในการทำงาน ระบบการทำงานกับองค์กร เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง ชัดเจนและข้อคิดเห็น เพื่อเป็น ประโยชน์ต่อการพัฒนาระบบการทำงานขององค์กรต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- เฉลิม สุขเจริญ. (2557). *แรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์กรบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี*. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.
- ธรรมาภรณ์ พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาสถานีวิจัยโทรทัศนิกกองทัพบก. สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์*. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ, กรุงเทพฯ.
- ประเสริฐ อุไร. (2559). *แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัท เอจีซี ออโตโม ทีฟ (ประเทศไทย) จำกัด*. สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์กร คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ ศิริเดชานนท์. (2557). *การศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของ พนักงานกรณีศึกษา : ศูนย์ปฏิบัติการลินเชื้อ ธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเนชั่น, กรุงเทพฯ.
- Naim Ismajli, v. .(2015). *The Importance of Motivation Factors on Employee Performance in Kosovo Municipalities*. Journal of Public Administration and Governance. ISSN 2161-7104.

Mary Elector Odukah, v . (2016). *Factors Influencing Staff Motivation among Employees : A Case Study of Equator Bottlers (Coca Cola) Kenya*. Journal of Human Resource and Sustainability Studies.

Yamane, Taro.(1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. Third editio. Newyork : Harper and Row Publication

**การจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร**
LEARNING MANAGEMENT TO PROMOTE INFORMATION TECHNOLOGY USAGE
FOR UPPER SECONDARY SCHOOL STUDENTS UNDER DEPARTMENT OF
EDUCATION, BANGKOK METROPOLITAN ADMINISTRATION

ดิณณา อภิวันทนาพร¹ และ ศรีสมร พุ่มสะอาด²
TINNA ABHIVANTANAPORN AND SRISAMORN PUMSA-ARD

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาปัญหาและแนวทางการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างเป็นครูผู้สอนกลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยีระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 14 คน และนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 290 คน จากโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร 3 โรงเรียน สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) แบบสอบถามสำหรับครูผู้สอนกลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยีระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และ 2) แบบสอบถามสำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย แบบสอบถามทั้ง 2 ฉบับ เป็นแบบให้เลือกตอบ เต็มคำในช่องว่าง และมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Item Objective Congruence Index: IOC) จากการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 และแบบสอบถามสำหรับนักเรียนมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.75 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามและรับคืนด้วยตนเอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์เนื้อหาโดยนำเสนอในภาพรวม ผลการวิจัยพบว่า 1) ครูผู้สอนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเรื่อง การสืบค้นรวบรวมข้อมูล การประมวลผลข้อมูล การจัดเก็บข้อมูล การสร้างชิ้นงานหรือโครงการ และการนำเสนองานอยู่ในระดับมาก ทั้งในด้านการออกแบบการจัดการเรียนรู้ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ การใช้สื่อ/อุปกรณ์การจัดการเรียนรู้ และการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ 2) ครูผู้สอนและ

¹ นักศึกษาลัทธิศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน วิทยาลัยครูสุริยเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต

² อาจารย์ประจำหลักสูตร สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน วิทยาลัยครูสุริยเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต

นักเรียนส่วนมากมีปัญหาด้านความพร้อมในการใช้งานของคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ซ้ำครูและทำงานได้ช้ามากที่สุด และนักเรียนมีพื้นฐานต่างกัน สำหรับแนวทางการจัดการเรียนรู้ที่ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเพื่อแก้ปัญหา ได้แก่ การปรับปรุงแก้ไขคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง การจัดสอนซ่อมเสริม และการให้ นักเรียนลงมือใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ

คำสำคัญ : การจัดการเรียนรู้; การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ; การจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ

Abstract

This research aimed to 1) study learning management to promote information technology usage for upper secondary school students under Department of Education, Bangkok Metropolitan Administration, and 2) study problems and solutions of learning management to promote information technology usage for upper secondary school students under Department of Education, Bangkok Metropolitan Administration. This study was Survey Research. By applying Multistage Sampling, the sample consisted of 14 computer teachers and 290 upper secondary school students from 3 schools under Department of Education, Bangkok Metropolitan Administration. The research instruments, two sets of questionnaires were validated for the content validity by 3 experts with IOC (Index of Item Objective Congruence) between 0.67-1.00. The result of reliability test was 0.75. The data were collected by the researcher and analyzed by using Percentage, Mean (\bar{X}), Standard Deviation (S.D.) and Content Analysis. The results showed that 1) the teachers' learning management in promoting information technology usage for secondary school students under Department of Education, Bangkok Metropolitan Administration was in a high, and 2) most of the teachers and the students had problems on the readiness of computers and related devices and the different of computer skills of students. The solutions included computer and related device maintenance, making-up class and supporting the students to have more/sufficient computer practice.

Keywords : LEARNING MANAGEMENT; INFORMATION TECHNOLOGY USAGE; LEARNING MANAGEMENT TO PROMOTE INFORMATION TECHNOLOGY USAGE

บทนำ

การศึกษาในศตวรรษที่ 21 เป็นการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งพัฒนานักเรียนให้มีความรู้แบบบูรณาการสาระวิชาหลัก คือ ภาษาแม่ ภาษาโลก ศิลปะ คณิตศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ วิทยาศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ รัฐ และความเป็นพลเมืองดีเข้าด้วยกัน และเน้นสร้างให้นักเรียนมีทักษะแห่งอนาคตใหม่ คือ ทักษะชีวิตและอาชีพ ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม และทักษะสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี (เบญจวรรณ ถนอมชยธวัช, ผ่องศรี วาณิชย์ศุภวงศ์, และวุฒิชัย เนียมเทศ, 2559, น. 208; วิจารย์ พาณิชย์, 2555, น. 15-17) สาระสำคัญประการหนึ่งในการจัดการเรียนรู้ศตวรรษที่ 21 ที่เข้ามามีบทบาทอย่างยิ่ง คือ ทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้ลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงข้อมูลจนทำให้โลกปัจจุบันกลายเป็นโลกไร้พรมแดน จึงเปิดโอกาสให้นักเรียนสามารถแสวงหาความรู้จากทั่วโลกได้อย่างง่ายดาย อย่างไรก็ตามทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศนี้เป็นทักษะที่นักเรียนจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาฝึกฝน และได้รับคำชี้แนะที่ถูกต้องจากครูผู้สอน ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นพัฒนานักเรียนให้มีความสามารถด้านการแก้ปัญหาผ่านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือ ทั้งในการสืบค้นข้อมูล รวบรวม วิเคราะห์ สังเคราะห์ นำเสนอ ตลอดจนประเมินผลโดยเฉพาะ ซึ่งมีความแตกต่างจากรูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบอื่น ๆ (สุวิทย์ มูลคำ, และอรทัย มูลคำ, 2558, น. 63-64) สอดคล้องกับวิสัย วังษ์ใหญ่ และมารุต พัฒผล (2558, น. 11-12) ที่กล่าวว่า หนึ่งในทักษะที่จำเป็นของการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 คือ ทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสาร (Information Media and Technology Skill) ซึ่งประกอบด้วยทักษะการรู้ข้อมูลข่าวสารและสารสนเทศ ทักษะการรู้ด้านสื่อ และทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

จากสาระสำคัญดังกล่าว มีผลไปถึงสถานศึกษาในกรุงเทพมหานครซึ่งอยู่ในความดูแลของการปกครองส่วนท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร แผนปฏิบัติการราชการกรุงเทพมหานครประจำปีพ.ศ. 2561 ระบุว่า ความท้าทายของการจัดการศึกษาของกรุงเทพมหานคร คือ การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ดังนั้นกรุงเทพมหานครจึงมีความจำเป็นที่ต้องพัฒนาการศึกษาให้เป็นมาตรฐานเทียบเท่ากับอาเซียนหรือนานาชาติ ตลอดจนเตรียมความพร้อมของประชากรวัยเรียนให้มีทักษะเพื่อการดำรงชีวิตตามแนวทางการจัดทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 (กรุงเทพมหานคร สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, 2559, น. 124) ดังจะเห็นได้จากวิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐานกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2560-2563 ที่ว่า “นักเรียนกรุงเทพมหานครเป็นพลเมืองที่ดี มีองค์ความรู้ มีทักษะในการดำรงชีวิต รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกในศตวรรษที่ 21” (กรุงเทพมหานคร สำนักการศึกษา สำนักงานยุทธศาสตร์การศึกษา, 2559, น. 45)

ปัจจุบันโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร เปิดสอนตั้งแต่ระดับชั้นอนุบาลศึกษา ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนเรียนร่วม (เด็กพิเศษ)

จำนวนทั้งหมด 437 โรงเรียน กระจายในพื้นที่ 50 สำนักงานเขต โดยโรงเรียนที่มีการเรียนการสอนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมีเพียง 9 โรงเรียน ซึ่งไม่เพียงพอกับความต้องการของนักเรียน (กรุงเทพมหานคร สำนักการศึกษา สำนักงานยุทธศาสตร์การศึกษา กลุ่มงานนโยบายและแผนการศึกษา, 2560, น. 10) ดังนั้น กรุงเทพมหานครจึงมีเป้าหมายที่จะขยายการจัดการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายให้ครอบคลุมการศึกษาขั้นพื้นฐาน 12 ปี ตามแผนปฏิบัติการกรุงเทพมหานครประจำปี 2561 (กรุงเทพมหานคร สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, 2559, น. 120) ซึ่งในการจัดการเรียนรู้ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย พุทธศักราช 2551 กำหนดให้มีการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในกลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องตลอดทั้ง 3 ปี และโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานครก็ดำเนินการจัดการเรียนรู้ภายใต้หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานเช่นเดียวกัน นอกจากนั้นแล้ว พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2545 และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2553 หมวด 9 มาตรา 67 ที่ระบุว่ารัฐต้องส่งเสริมให้มีการวิจัยและพัฒนา การผลิตและการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา รวมทั้งการติดตามตรวจสอบ และประเมินผลการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา เพื่อให้เกิดการใช้ที่คุ้มค่าและเหมาะสมกับกระบวนการเรียนรู้ของคนไทย (กระทรวงศึกษาธิการ, 2553, น. 11) สอดคล้องกับแผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐานกรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2563) ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ของนักเรียนสู่ความเป็นเลิศ เป้าประสงค์ที่ 1 ให้นักเรียนมีทักษะในการใช้นวัตกรรม หรือสื่อ หรือเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้สู่ความเป็นเลิศ และยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อความเป็นเลิศในการจัดการศึกษา เป้าประสงค์ที่ 1 ให้มีโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสาร (ICT) เพื่อการจัดการศึกษาที่มีคุณภาพและเพียงพอ (กรุงเทพมหานคร สำนักการศึกษา สำนักงานยุทธศาสตร์การศึกษา, 2559, น. 57)

ดังนั้นหากมีข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของครูผู้สอนและนักเรียน การจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียน ตลอดจนปัญหาในปัจจุบันที่เกิดขึ้น ก็จะเป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนานโยบายและแนวทางการจัดการเรียนรู้กลุ่มสาระการงานอาชีพและเทคโนโลยีสารสนเทศระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายให้เหมาะสมและมีคุณภาพต่อไป ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร เพื่อมีข้อมูลในการนำเสนอต่อกรุงเทพมหานครสำหรับใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการจัดการศึกษาต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับ การจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ตามแนวทางการจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21 โดยศึกษาองค์ประกอบ 4 ประการ ได้แก่ การออกแบบการจัดการเรียนรู้ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ การใช้สื่อการเรียนรู้ และการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ ดังนี้

1) การออกแบบการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 มีแนวทางดังนี้ 1) เน้นทักษะ ความรู้ และความเชี่ยวชาญที่เกิดกับนักเรียน 2) บูรณาการเนื้อหาสาระใน 8 กลุ่มสาระการเรียนรู้ 3) มุ่งเน้นการสร้างความรู้และความเข้าใจในเชิงลึก เช่น การสืบค้นข้อมูลที่นำเชื่อถือมาอภิปราย สนับสนุนหรือโต้แย้งสมมติฐาน ซึ่งเป็นการฝึกทักษะการเข้าถึงสารสนเทศและพัฒนาการคิดแบบมี วิจาร์ณญาณ ทำให้เกิดความรู้และความเข้าใจในเชิงลึกมากกว่าการบอกเล่าให้นักเรียนจดจำ 4) ให้ข้อมูลที่เป็นจริง ผ่านการใช้สื่อหรือเครื่องมือที่มีคุณภาพ ร่วมกับการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ ที่เน้นให้นักเรียนสืบค้นเข้าถึงทฤษฎีความรู้จากแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้ 5) ออกแบบและเลือกใช้ เครื่องมือวัดผลและประเมินผลสอดคล้องกับการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้และตัวชี้วัดมาตรฐาน รายวิชา (กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน สำนักงาน บริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย, 2558, น. 17-19)

2) การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ควรคำนึงถึงหลักต่อไปนี้ 1) สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของ หลักสูตร จุดประสงค์การจัดการเรียนรู้ และลักษณะเนื้อหาวิชา 2) เหมาะสมกับวัย ความสามารถ และความสนใจของนักเรียน 3) มีลำดับขั้นตอน คือ เริ่มตั้งแต่ขั้นนำ ขั้นสอน ขั้นสรุป และขั้น ประเมินผล 4) จัดกิจกรรมที่น่าสนใจ เน้นการเรียนรู้ที่มีความสุข ส่งเสริมกระบวนการคิด ใช้ เทคนิคและสื่อการจัดการเรียนรู้ที่หลากหลาย และให้นักเรียนเป็นผู้ทำกิจกรรม 5) สามารถ ประเมินผลได้ (มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สำนักส่งเสริมวิชาการ และงานทะเบียน, 2553, น. 58)

3) สื่อ/อุปกรณ์การจัดการเรียนรู้ คือ สื่อกลางที่ครูใช้ส่งเสริมสนับสนุนการจัดการเรียนรู้ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ความรู้ ความเข้าใจ และทักษะกระบวนการให้กับนักเรียนจนสามารถบรรลุ คุณลักษณะที่ต้องการของหลักสูตรได้ สื่อการเรียนรู้มีหลายประเภท เช่น วัสดุ เครื่องมือหรือ อุปกรณ์ และเทคนิค/วิธีการ (กฤษฎา สอนแก้ว, 2555, น. 31; ปารวี อาริยะ, 2556, น. 34; พชตว รรณ พัทธุม, 2555, น. 97) ดูว่าเรียงตามอะไร

4) การวัดและประเมินทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 คือ เน้นการประเมินตามสภาพ จริง โดยมีจุดมุ่งหมายพื้นฐานสองประการ คือ 1) วัดและประเมินเพื่อพัฒนานักเรียน คือ เป็นการ เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนรู้ของนักเรียนในระหว่างการเรียนรู้การสอน เช่น การสังเกต การ ชักถาม การระดมความคิดเห็น และการใช้แฟ้มสะสมงาน พร้อมให้ข้อมูลย้อนกลับแก่นักเรียน

สำหรับการปรับปรุงพัฒนา และ2) วัดและประเมินเพื่อตัดสินผลการเรียนเป็นการประเมินสรุปผล การเรียนรู้ ซึ่งควรให้โอกาสนักเรียนแสดงความรู้ความสามารถด้วยวิธีการที่หลากหลาย และตัดสิน บนพื้นฐานของเกณฑ์ผลการปฏิบัติ มากกว่าใช้เปรียบเทียบระหว่างนักเรียนด้วยตนเอง (กระทรวงศึกษาธิการ, 2553; ศศิธร บัวทอง, 2560, น.1856-1866)

ทั้งนี้สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ครอบคลุมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในประเด็นต่อไปนี้

1) การสืบค้นรวบรวมข้อมูล หมายถึง การใช้คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในการ สืบค้นข้อมูลหรือสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต ผ่านเครื่องมือค้นหา (search engine) เช่น google

2) การประมวลผลข้อมูล หมายถึง การนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสืบค้นบน อินเทอร์เน็ตมาพิจารณา วิเคราะห์ และตรวจสอบ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนและน่าเชื่อถือ ได้มากที่สุด

3) การจัดเก็บข้อมูล หมายถึง การจัดเก็บข้อมูล สารสนเทศ รูปภาพ เสียง และอื่นๆ ที่ รวบรวมได้จากการสืบค้นบนอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาใช้งานได้ง่ายในเวลาที่ต้องการ

4) การสร้างชิ้นงานหรือโครงการ หมายถึง การสร้างสารสนเทศที่ได้จากการสืบค้นและ ประมวลผลข้อมูลเป็นชิ้นงานหรือโครงการใหม่ เช่น การสร้างข้อมูลเอกสาร การสร้างข้อมูล นำเสนอ การสร้างสื่อมัลติมีเดีย เป็นต้น

5) การนำเสนองาน หมายถึง การถ่ายทอดความคิดที่ได้จากการสืบค้น การประมวลผล เป็นชิ้นงานหรือโครงการในลักษณะของการเผยแพร่ หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารผ่านการ คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น การนำเสนอข้อมูลผ่านโปรแกรมMicrosoft Power Point การเผยแพร่สารสนเทศผ่านเว็บบล็อกหรือเว็บไซต์ และการเผยแพร่คลิปวิดีโอผ่านYou tube

วัตถุประสงค์การวิจัย

1) เพื่อศึกษาการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร

2) เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูผู้สอนกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศระดับชั้น มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 40 คน และนักเรียนระดับชั้น มัธยมศึกษาตอนปลาย ปีการศึกษา 2561 โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 3,096 คน จาก

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาอีกครั้งก่อนนำไปทดลองใช้กับครูผู้สอนกลุ่มสาระการงาน อาชีพและเทคโนโลยีสารสนเทศ ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 1 คน ซึ่งสอนนักเรียนทั้ง 3 ชั้น สำหรับแบบสอบถามสำหรับนักเรียน นำไปทดสอบกับ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ชั้นละ 10 คน รวม 30 คน ตรวจสอบความความเชื่อมั่น ของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตาม แบบของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.75 นับว่าเป็น แบบสอบถามที่ใช้ได้ จึงจัดพิมพ์ฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยแจกและรวบรวมแบบสอบถามกลับด้วยตนเอง ซึ่งได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา ทั้งหมด 327 ฉบับ แต่เมื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม พบว่ามีแบบสอบถามสำหรับ ครูผู้สอนที่สมบูรณ์ จำนวน 14 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 แบบสอบถามสำหรับนักเรียนที่สมบูรณ์ สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้จำนวน 290 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 88.69

การวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และ ร้อยละ (Percentage)
- 2) สภาพการจัดการเรียนรู้ และ สภาพการจัดกิจกรรมการเรียนรู้วิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติ พื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)
- 3) วิเคราะห์คำถามปลายเปิดใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สรุปคำตอบที่ เหมือนกันแล้วนำเสนอในภาพรวม

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

- 1) ผลการศึกษาการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร พบว่า
 - 1.1) ครูผู้สอนกลุ่มสาระการงานอาชีพและเทคโนโลยีฯ:
ข้อมูลทั่วไป: ครูผู้สอนส่วนมากเป็นเพศหญิง และสอนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีประสบการณ์ในการสอนมากที่สุดมากกว่า 10 ปี มีประสบการณ์ใช้คอมพิวเตอร์มากที่สุด มากกว่า 10 ปี ส่วนมากมีคอมพิวเตอร์ใช้ที่บ้าน ที่โรงเรียนมีเครื่องคอมพิวเตอร์ให้ครูใช้ทุกคน และ

ใช้เพื่อการสอนมากที่สุด ครูทุกคนมีประสบการณ์ในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะโปรแกรม Microsoft Word และ Microsoft Excel ที่ครูเคยใช้ทุกคน

การจัดการเรียนรู้:

ด้าน	ภาพรวม	รายละเอียด	หมายเหตุ
การออกแบบการจัดการเรียนรู้	มาก	มากทุกเรื่อง	ทำแผนการจัดการเรียนรู้ให้นักเรียนได้ใช้คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ในการสืบค้นรวบรวมข้อมูลมากที่สุด

ด้าน	ภาพรวม	รายละเอียด	หมายเหตุ
การจัดกิจกรรมการเรียนรู้	มาก	มากทุกเรื่อง	จัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ให้นักเรียนได้ลงมือใช้คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อย่างถูกต้องเหมาะสมเพื่อพัฒนาการสืบค้นรวบรวมข้อมูลมากที่สุด
การใช้สื่อ/อุปกรณ์การจัดการเรียนรู้	มาก	มากทุกเรื่อง	ใช้สื่อการเรียนรู้โดยคำนึงถึงความแตกต่างด้านความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนมากที่สุด
การวัดและประเมินผล	มาก	มากทุกเรื่อง	วัดและประเมินผลนักเรียนเกี่ยวกับการลงมือปฏิบัติด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในมากที่สุด

1.2) นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย:

ข้อมูลทั่วไป: นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีประสบการณ์ใช้คอมพิวเตอร์ 1-5 ปี ในขณะที่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และ 6 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีประสบการณ์ใช้คอมพิวเตอร์ 6-10 ปี นักเรียนทั้ง 3 ชั้น ส่วนมากมีคอมพิวเตอร์ใช้ที่บ้าน สำหรับที่โรงเรียนมีเครื่องคอมพิวเตอร์ให้ใช้ทุกคน และใช้เพื่อการเรียนการสอนมากที่สุด ทุกคนมีประสบการณ์ในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะโปรแกรม Microsoft Word, Microsoft Excel และ Microsoft PowerPoint

การจัดการเรียนรู้:

หัวข้อ	ด้าน	ม.4	ม.5	ม.6
การจัดกิจกรรมการเรียนรู้	ภาพรวม	มาก	มาก	มาก
	รายด้าน	กำหนดชิ้นงาน/ ภาระงานให้ลงมือ	ให้ลงมือใช้ คอมพิวเตอร์และ	ให้ลงมือใช้ คอมพิวเตอร์และ

		ใช้คอมพิวเตอร์และ เทคโนโลยี สารสนเทศอย่าง ถูกต้องมากที่สุด	อุปกรณ์อย่างถูกต้อง เหมาะสมในการ สืบค้น และใช้ คอมพิวเตอร์ สม่ำเสมอ มากที่สุด	อุปกรณ์อย่าง ถูกต้องเหมาะสมใน การจัดเก็บข้อมูล มากที่สุด
หัวข้อ	ด้าน	ม.4	ม.5	ม.6
การใช้สื่อ/ อุปกรณ์การ จัดการเรียนรู้	ภาพรวม	มาก	มาก	มาก
	รายด้าน	ครูใช้คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องเป็นอุปกรณ์ การจัดการเรียนรู้มากที่สุด		
การวัดผล และ ประเมินผล	ภาพรวม	มาก	มาก	มาก
	รายด้าน	วัดและประเมินผล เกี่ยวกับความรู้ความ เข้าใจ และการมี มารยาท คุณธรรม และจริยธรรมในการ ใช้เทคโนโลยีฯ มาก ที่สุด	วัดและประเมินผล ด้านการลงมือ ปฏิบัติเทคโนโลยี สารสนเทศมาก ที่สุด	ใช้เครื่องมือประเมิน ชิ้นงานและภาวะ งานอย่างเหมาะสม มากที่สุด

จากผลการศึกษากิจการการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร ทั้งด้านครูผู้สอนซึ่งเป็นผู้ดำเนินการจัดการเรียนรู้และด้านนักเรียนซึ่งเป็นผู้สะท้อนกระบวนการจัดการเรียนรู้ของครูมีความสอดคล้องกัน จึงสรุปได้ว่าครูผู้สอนจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเรื่อง การสืบค้นรวบรวมข้อมูล การประมวลผลข้อมูล การจัดเก็บข้อมูล การสร้างชิ้นงานหรือโครงการ และการนำเสนองานอยู่ในระดับมาก ทั้งในด้านการออกแบบการจัดการเรียนรู้ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ การใช้สื่อ/อุปกรณ์การจัดการเรียนรู้ และการวัดและประเมินผลการจัดการเรียนรู้

2) ผลการศึกษาปัญหาและแนวทางการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร พบว่า

2.1) ปัญหาในการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายตามความคิดเห็นของครูผู้สอนสรุปผลข้อมูลได้ดังนี้

หัวข้อ	รายละเอียด
ปัญหา	การใช้คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ อินเทอร์เน็ตเข้า เครื่องคอมพิวเตอร์ช้าๆ และ เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย
	การออกแบบการจัดการเรียนรู้ ได้แก่ พื้นฐานความรู้เดิมของนักเรียนมีความแตกต่างกัน
	การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ได้แก่ การขาดความสนใจจากนักเรียน
แนวทางการจัดการเรียนรู้	จัดสอนซ่อมเสริม และให้นักเรียนลงมือใช้คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอ

2.2) ปัญหาและแนวทางการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ตามความคิดเห็นของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สรุปผลข้อมูลได้ดังนี้

หัวข้อ	ด้าน	ม.4	ม.5	ม.6
ปัญหา	ภาพรวม	คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง		
	รายละเอียด	คอมพิวเตอร์ค้างมากที่สุด	คอมพิวเตอร์ทำงานช้ามากที่สุด	คอมพิวเตอร์ค้างมากที่สุด
แนวทางการจัดการเรียนรู้	ภาพรวม	ปรับปรุงคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง		
	รายละเอียด	เพิ่มจำนวนแก้ไขให้เพียงพอกับจำนวนนักเรียนมากที่สุด	คอมพิวเตอร์ให้ทำงานเร็วขึ้นมากที่สุด	เปลี่ยนคอมพิวเตอร์ใหม่มากที่สุด

จากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม สรุปผลในภาพรวมได้ว่าทั้งครูผู้สอนและนักเรียนมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน คือมีปัญหาด้านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องมากที่สุด และนักเรียนมีพื้นฐานความรู้ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่างกัน แนวทางการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ได้แก่ การซ่อมแซมแก้ไขคอมพิวเตอร์ การจัดสอนซ่อมเสริม และการให้นักเรียนลงมือใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ

อภิปรายผล

ผู้วิจัยอภิปรายผลในประเด็นต่อไปนี้

1) ผลการศึกษาการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร พบว่า กระบวนการจัดการเรียนรู้ของครูผู้สอนส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในด้านการสืบค้นรวบรวมข้อมูล การประมวลผลข้อมูล การจัดเก็บข้อมูล การสร้างชิ้นงานหรือโครงการ และการนำเสนองาน เนื่องจากครูผู้สอนออกแบบการจัดการเรียนรู้ และจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายได้ลงมือใช้คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในการสืบค้นรวบรวมข้อมูล ประมวลผลข้อมูล จัดเก็บข้อมูล สร้างชิ้นงานหรือโครงการ และการนำเสนองานอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับ ชิดชไม วิสุตกุล (2560, น. 15-26) ที่พบว่า คะแนนเฉลี่ยด้านทักษะการสืบค้นข้อมูลของนักเรียนเพิ่มขึ้น เนื่องจากครูผู้สอนได้จัดกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ที่เน้นส่งเสริมทักษะการสืบค้นข้อมูล อย่างสม่ำเสมอ และ Sangrà and González-Sanmamed (2010, pp. 207-220) ที่พบว่าการสนับสนุนเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อนำมาใช้พัฒนาปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอนจะพบได้มากในโรงเรียนที่ให้ความสำคัญและผนวกเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้าเป็นนวัตกรรมในการจัดการเรียนรู้ของโรงเรียน ซึ่งหมายความว่าโรงเรียนไม่เพียงมีอุปกรณ์เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเท่านั้น แต่ยังต้องมีการเปลี่ยนรูปแบบการจัดการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอด้วย แสดงว่ารูปแบบการจัดการเรียนรู้ของครูที่เน้นให้นักเรียนได้ลงมือใช้คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในการสืบค้นรวบรวมข้อมูล การประมวลผลข้อมูล การจัดเก็บข้อมูล การสร้างชิ้นงานหรือโครงการ และการนำเสนองาน เป็นการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้มีทักษะสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี

2) ผลการศึกษาปัญหาและแนวทางการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ทั้งครูผู้สอนและนักเรียนมีปัญหาด้านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องมากซ้ำรูดมากที่สุด เช่น คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องซ้ำรูด อินเทอร์เน็ตช้า และนักเรียนมีความรู้พื้นฐานแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากบางปัญหาเกี่ยวข้องกับงบประมาณของราชการที่มีจำกัด และบางปัญหาเกิดขึ้นจากการใช้งาน เนื่องจากคอมพิวเตอร์ของโรงเรียนเป็นคอมพิวเตอร์ส่วนกลางที่ทุกคนในโรงเรียนใช้ร่วมกัน ในขณะที่คนที่ดูแลคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องของโรงเรียนคือครูที่สอนวิชาคอมพิวเตอร์เท่านั้น จึงทำให้สามารถดูแลรักษาได้ไม่ทั่วถึงสอดคล้องกับผู้วิจัยหลายคน เช่น กฤษดา สอนแก้ว (2555, น. 66-68) ที่พบว่าจำนวนคอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอเพราะเครื่องคอมพิวเตอร์

เสียบ่อย และคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการเรียนการสอนล้าสมัยไม่สามารถปรับปรุงให้ใช้โปรแกรมที่ทันสมัยได้ เนื่องจากขาดบุคลากรที่มีหน้าที่ในการดูแลรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์โดยตรง และงบประมาณสนับสนุนการบำรุงรักษาคอมพิวเตอร์มีไม่เพียงพอ สอดคล้องกับซุ่มจิตต์ แซ่ฉั่น และวรสิริ สิริวิพันธ์ (2559, น. 71-102) ที่พบปัญหาด้านอุปกรณ์และโปรแกรมเทคโนโลยีมากที่สุด และสุพินดา เลิศฤทธิ (2554, น. 123) ที่ พบปัญหาและอุปสรรคในเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ที่สำคัญ และต้องการแก้ไขมากที่สุด ได้แก่ คอมพิวเตอร์ติดไวรัส ฮาร์ดแวร์ขาดการบำรุงรักษา เครื่องคอมพิวเตอร์ทำงานค่อนข้างช้า และอินเทอร์เน็ตไม่เสถียร ด้านแนวทางการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า ให้มีการจัดสอนซ่อมเสริม ให้ปรับปรุงคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องให้มีสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้จัดการเรียนรู้ และให้นักเรียนลงมือใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับณัฐฐา ผิวมา, ปรีศนา มัชฌิมา, และสายสุดา บัณฑิตระกูล (2559, น. 234-244) ที่เสนอแนวทางการพัฒนาสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนี้ 1) ควรพัฒนาระบบเครือข่ายและสารสนเทศให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ให้ได้ฝึกใช้งานอย่างเพียงพอ และควรสรรหาบุคลากรที่มีความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของนักเรียน 2) การจัดการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศต้องปรับแผนการสอน ปรับกิจกรรมการเรียนรู้เน้นให้ลงมือปฏิบัติ และประเมินผลจากการปฏิบัติจริง

จากผลการวิจัยดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการจัดการเรียนรู้ของครูผู้สอนส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นไปตามแผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐานทศ. ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2563) ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ของนักเรียนสู่ความเป็นเลิศ เป้าประสงค์ที่ 1 ให้นักเรียนมีทักษะในการใช้นวัตกรรม หรือสื่อ หรือเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้สู่ความเป็นเลิศจริง แต่ทั้งนี้ สำหรับยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อความเป็นเลิศในการจัดการศึกษา เป้าประสงค์ที่ 1 ให้มีโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสาร (ICT) เพื่อการจัดการศึกษาที่มีคุณภาพและเพียงพอ ยังคงต้องได้รับปรับปรุงแก้ไข ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบปัญหาด้านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องมากที่สุด ซึ่งหมายความว่า กรุงเทพมหานครมีความจำเป็นต้องพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเร่งด่วน เพื่อให้รองรับกับการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของครู สังกัด กรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) ก่อนจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ครูควรปรับพื้นฐานความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร ให้มีความใกล้เคียงกัน

2) เนื่องจากผลการวิจัย ครูให้ข้อสังเกตว่านักเรียนขาดความสนใจในการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ ดังนั้นโรงเรียนมีข้อเสนอแนะหรือจัดอบรมควรจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับเทคนิคการจัดการเรียนรู้ โดยเฉพาะวิชาคอมพิวเตอร์ให้เหมาะสมใจตามระดับชั้นของนักเรียน

3) เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ครูและนักเรียนเสนอแนะให้มีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้น โรงเรียนและผู้บริหารควรให้ความสนใจในเรื่องนี้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การทำวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ดังนั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพด้านการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร โดยการสังเกตการจัดการเรียนรู้ และสัมภาษณ์ครูผู้สอนและนักเรียนที่เกี่ยวข้อง

2) เนื่องจากโรงเรียนสนับสนุนให้มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการเรียนรู้ในทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้ ดังนั้นควรมีการศึกษาการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในกลุ่มสาระการเรียนรู้อื่นๆด้วย อาจศึกษาเฉพาะระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นด้วยก็จะเป็นการดีที่จะได้ข้อมูลที่ครอบคลุมทุกระดับชั้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2553). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2545 และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2553. กรุงเทพฯ.

กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน สำนักงานบริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย. (2558). แนวทางการจัดทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ที่เน้นสมรรถนะทางสาขาวิชาชีพ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.

กฤษฎา สอนแก้ว. (2555). การศึกษาการจัดการเรียนรู้คอมพิวเตอร์ กลุ่มสาระงานอาชีพและเทคโนโลยี ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2 (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.

กรุงเทพมหานคร สำนักการศึกษา สำนักงานยุทธศาสตร์การศึกษา. (2559). *แผนพัฒนาการศึกษา
ขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2563)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุม
สหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.

กรุงเทพมหานคร สำนักการศึกษา สำนักงานยุทธศาสตร์การศึกษา กลุ่มงานนโยบายและแผนการ
ศึกษา. (2560). *รายงานสถิติการศึกษา ปีการศึกษา 2560 โรงเรียนสังกัด
กรุงเทพมหานคร (เอกสารกลุ่มงานนโยบายและแผนการศึกษา ลำดับที่ 02 / 2560)*.
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

กรุงเทพมหานคร สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล. (2559). *แผนปฏิบัติการราชการกรุงเทพมหานคร
ประจำปี พ.ศ.2561*. ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชิดชไม วิสุตกุล. (2560, กุมภาพันธ์). *การพัฒนาบทเรียนบทเท็บเล็ตพีซี เรื่องอาเซียนศึกษา เพื่อ
เสริมสร้างทักษะการสืบค้นข้อมูล สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนวิภา
รัตน์ จังหวัดปทุมธานี*. การประชุมทางวิชาการ ครั้งที่ 7 เทคโนโลยีเพื่ออนาคตกรรม
การศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.

ชุ่มจิตต์ แซ่ฉั่น, และวรสิริ สิริวิพันธ์. (2559). *ปัญหาการรู้สารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศและ
การสื่อสารของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม ใน
จังหวัดชายแดนภาคใต้*. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี*, 12(2), 71-109. สืบค้นจาก
<https://www.tci-thaijo.org/index.php/eJHUSO/article/view/98538>

ณัฐฐา ผิวมา, ปรีศนา มัชฌิมา, และสายสุดา ปันตระกุล. (2559). *การพัฒนาสมรรถนะด้าน
เทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต*. *วารสารปัญญา
วิวัฒน์*, 8(พิเศษ), 234-247. สืบค้นจาก [https://journal.pim.ac.th/pages/it-
competency-development-guidelines-for-suan-dusit-university-students](https://journal.pim.ac.th/pages/it-competency-development-guidelines-for-suan-dusit-university-students)

เบญจวรรณ ถนอมชยธวัช, ผ่องศรี วาณิชย์ศุภวงศ์, และวุฒิชัย เนียมเทศ. (2559). *ทักษะแห่ง
ศตวรรษที่ 21: ความท้าทายในการพัฒนานักศึกษา*. *วารสารเครือข่ายวิทยาลัยพยาบาล
และสาธารณสุขภาคใต้*, 3(2), 208-222. สืบค้นจาก [http://www.tci-
thaijo.org/index.php/thaistat/issue/view/6072](http://www.tci-thaijo.org/index.php/thaistat/issue/view/6072)

ปารวี อาริยะ. (2556). *การจัดการเรียนรู้ภาษาอาหรับในโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามควบคู่
วิชาสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร (Unpublished Master's thesis)*. มหาวิทยาลัย
รังสิต, ปทุมธานี.

พชตวรรณ พัฒนุ. (2555). *ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อกระบวนการจัดการ
เรียนรู้ของครูโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดเทศบาลนครแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี*

- (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน.
(2553). *คู่มือการจัดระบบการเรียนการสอนที่ยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้*.
พระนครศรีอยุธยา: โรงพิมพ์เทียนวัฒนา พรินท์ติ้ง.
- วิจารณ์ พาณิช. (2555). *วิธีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสดศรี-
สฤษดิ์วงศ์
- วิชัย วงษ์ใหญ่, และมารุต พัฒนา. (2558). *จากหลักสูตรแกนกลางสู่หลักสูตรสถานศึกษา
กระบวนการทัศน์ใหม่การพัฒนา*. กรุงเทพฯ: จรัญสนิทวงษ์ การพิมพ์.
- ศศิธร บัวทอง. (2560). การวัดและประเมินทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. *Veridian E-Journal,
Silpakorn University, 10(2)*, 1856-1867. สืบค้นจาก [https://www.tci-
thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/101805/78832](https://www.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/101805/78832)
- สุพินดา เลิศฤทธิ. (2554). *การประเมินความรู้ความเข้าใจเทคโนโลยีสารสนเทศและทักษะการใช้
คอมพิวเตอร์เบื้องต้น ของครูระดับมัธยมศึกษา* (Unpublished Doctoral dissertation).
มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.
- สุวิทย์ มูลคำ, และอรทัย มูลคำ. (2558). *21 วิธีจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนากระบวนการคิด* (พิมพ์ครั้งที่
ที่ 10). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- Sangrà, A., & González-Sanmamed, M. (2010). The role of information and
communication technologies in improving teaching and learning processes in
primary and secondary schools. *ALT-J, Research in Learning Technology*,
18(3), 207–220. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/09687769.2010.529108>

การพัฒนาสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์

The Development for Modernine Television Station

ทวิ จันทชัยชนะ¹

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการพัฒนาสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการตัวองค์กรของโมเดิร์นไนน์ ทวี ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาองค์กรและการให้บริการข่าวสารแก่ประชาชน เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและทัศนคติในการทำงานในการทำงานของพนักงาน และเพื่อศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารที่องค์กรได้ใช้วิธีการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายโดยใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่นำมาใช้ในการพัฒนาองค์กร โดยใช้วิธีการศึกษาโดยทำการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะของข้อความคำบรรยายเชิงพรรณนาค้นคว้าจากเอกสารและการศึกษาเชิงสำรวจ อาทิ เช่น รายงานประจำปี เอกสารต่างๆ และเว็บไซต์ต่างๆ เป็นต้น

ผลการศึกษาพบว่า

1) ผลการศึกษาการพัฒนาสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ พบว่าการพัฒนาการอยู่ในระดับสูงซึ่งปัจจัยการเมือง ปัจจัยเศรษฐกิจ ได้มีผลต่อการพัฒนาสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ และการให้บริการข่าวสารแก่ประชาชน และการเปลี่ยนแปลงในด้านเทคโนโลยีที่มีเพียงพอต่อปริมาณงานและมีกฎระเบียบขั้นตอนในการทำงานสมัยใหม่ ทำให้พนักงานทำงานได้มีประสิทธิภาพได้อย่างรวดเร็วขึ้นมาก เนื่องจากนโยบายการทำงานของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์มีความชัดเจน เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ และพนักงานให้ความร่วมมือกันเป็นอย่างดี และพนักงานทุกฝ่ายให้ความสนใจและช่วยแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ก่อนที่จะเข้ามาช่วยเหลือให้คำปรึกษาและแนะนำกันภายหลัง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน

2) ผลการศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงานพบว่า พนักงานมีทัศนคติต่อการทำงานอยู่ในระดับสูง เนื่องจากสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์มีการพัฒนาการในรูปแบบทันสมัยเกี่ยวกับสถานที่ทำงาน อาคารที่สร้างขึ้นใหม่ ตลอดจนมีแสงสว่างที่เหมาะสมกับการทำงาน

¹ อาจารย์ประจำ ภาควิชา สาขานวัตกรรมการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสยาม

บรรยากาศการทำงานที่ดี จากการที่สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ทำงานมีอากาศถ่ายเท รวมทั้งพื้นที่การปฏิบัติงานมีการทำงานด้านข่าวสารมีสัดส่วนในการจัดการพื้นที่ในการปฏิบัติงานมีความเหมาะสมในการปฏิบัติงานการนำเสนอข่าวสารในรูปแบบใหม่ และมีความเป็นมืออาชีพ

3) ผลการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารภายในสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ พบว่า สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ได้มีใช้วิธีการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายโดยใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ทันสมัย เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาการในด้านต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิมมากในภาพรวม อีกทั้งสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ได้ใช้การสื่อสารผ่านเครือข่ายที่ทันสมัยสามารถกระจายข่าวสารได้อย่างทั่วถึงทุกภูมิภาคของประเทศ ครอบคลุมภูมิภาคเอเชีย และประชาคมโลก

Abstract

The study of the development of Modernine television stations. The purpose of this study is to study the development of the organization of the development of Modernine television stations from past to present to analyze the factors that affect the organization development and information service to the people. To study the information about the environment and work attitude in the work of the employees and to study the communication style. The organization uses communication methods with target groups using new technologies to use in the development of the organization. The study was conducted by the study. Qualitative information It is a collection of information in the form of a descriptive text. Research papers and surveys, such as annual reports, documents and websites.

The study indicated that

1) The study of the development of Modernine television stations. The study result find that the development of high economic factors political factors which could affect the development of Modernine television stations and to provide information to the public in of particular and to changes in technology are sufficient for the workload and the rules of modern work. Enabling employees to work more efficiently and more quickly. Due to the policy of Modernine television stations is clear to make the job effective and staff work together very well and all staff to pay attentio and help solve immediate problems even before they came to help provide advice and recommendations as to the future performance.

2) The results of the work environment study revealed that employees have high attitudes towards work. Modernine television stations have developed in a modern style about the workplace new build and the lighting is suitable for work. Have a good working atmosphere from Modernine television stations has facilities. The workplace is airy. As well as the work area, the information work is proportionate to the organization of the work area, it is appropriate to perform the news presentation in a new way and professional.

3) The results of a study on the communication patterns within the Modernine television stations that the Modern Nine has a way to communicate with your target audience using new technologies to used in various development better than ever as a whole as well as Modernine television stations, used to communicate through modern network news can be distributed evenly. All regions of the country cover Asia and the world.

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สถานีโทรทัศน์ในปัจจุบันนี้มีการแข่งขันกันสูงมากและได้มีการพัฒนาเพื่อให้มีศักยภาพในการบริการข่าวสารโดยเฉพาะได้มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่และใช้สื่อประสมใหม่ๆเข้ามาช่วยในการดำเนินธุรกิจ และกิจการสถานีวิทยุโทรทัศน์ในองค์การ บมจ. อสมท. คือ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ที่ต้องการปรับปรุงสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ให้มีความทันสมัย ทั้งในด้านการนำเสนอข่าว และความบันเทิง ในยุคดิจิทัลส่งผลให้เกิดสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมที่เข้ามาเป็นคู่แข่งในธุรกิจสื่ออีกมากมาย และนับตั้งแต่จัดตั้งโมเดิร์นไนน์ ที่วิวัฒน์มาจนถึงปัจจุบันรวมระยะเวลากว่า 60 กว่าปีแล้ว สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์มีการเปลี่ยนแปลงเกือบทุกด้าน อาทิ ในด้านโครงสร้างได้มีการพัฒนาโครงสร้างของคณะกรรมการบริหารหรือบอร์ดและตำแหน่งผู้อำนวยการให้มีลักษณะเป็น “ มืออาชีพ ” และการแก้ไข พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งหลายครั้งเพื่อให้เป็นองค์การที่ปลอดจากการแทรกแซงทางการเมืองในด้านนโยบายได้มีการพัฒนาให้มีลักษณะที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้นซึ่งจากเดิมที่มุ่งสนองนโยบายรัฐบาลและปรับปรุงรายได้เพื่อให้สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์อยู่รอด ในด้านเทคโนโลยีได้มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในกิจการหลายอย่างที่สำคัญ คือการขยายเครือข่ายสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ออกไปทั่วประเทศและการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ ส่วนในด้านการให้บริการได้มีการพัฒนามาตลอด โดยเฉพาะในเรื่องของการให้บริการข่าวสารได้ปรับปรุงจากเดิมที่เสนอเพียงข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้กับรัฐบาลเปลี่ยนมาเป็นการเสนอข่าวที่เป็นกลางและว่าจ้างเอกชนเข้ามาร่วมผลิตรายการข่าว

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์สามารถทำกำไรต่อเนื่องกันตลอดมา ทุกปีกล่าวคือล่าสุดในปี พ.ศ. 2560 สามารถทำกำไรสุทธิได้ถึง 2,736.45 ล้านบาท เป็นการชี้ให้เห็นว่าสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ สามารถดำเนินงานด้วยตนเองได้โดยไม่ต้องพึ่งพางบประมาณจากรัฐบาล ปัจจุบันสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ที่มีบุคลากรจำนวน 1,426 คน มีทรัพย์สินสุทธิและเงินสด 6,958.53 ล้านบาท สามารถดำเนินกิจการสื่อสารมวลชนที่มีความเป็นมืออาชีพได้อย่างต่อเนื่อง (หนังสือรายงานประจำปี, 2560)

ปัญหาวิจัย

1. สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาองค์กรและการให้บริการข่าวสารแก่ประชาชนอย่างไร
2. สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์มีสภาพแวดล้อมและทัศนคติในการทำงานของพนักงานเป็นอย่างไร
3. รูปแบบการสื่อสาร ที่สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ได้ใช้วิธีการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายโดยใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่นำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพัฒนาการตัวองค์กรของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาองค์กรและการให้บริการข่าวสารแก่ประชาชน
2. เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและทัศนคติในการทำงานในพนักงาน
3. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสาร ที่องค์กรได้ใช้วิธีการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายโดยใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่นำมาใช้ในการพัฒนาองค์กร

ขอบเขตการศึกษา

1. ศึกษาการพัฒนาในรูปแบบตัวองค์กรสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ และการให้บริการงานข่าวสารตั้งแต่มีการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ขึ้นมาจนถึงปัจจุบันโดยจะคัดเลือกศึกษาเฉพาะเหตุการณ์ที่สำคัญและมีผลกระทบต่อสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ในด้านโครงสร้างการบริหารจัดการ และการให้บริการงานข่าวสาร
2. ศึกษาปัจจัยหรือสภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาการของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย

1. ได้ทราบถึงแนวทางในการพัฒนารูปแบบขององค์การสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ให้ทันตามยุคสมัยใหม่
2. ได้ทราบถึงบทบาทของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ในการให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ตลอดจนแนวโน้มในอนาคต
3. สามารถนำข้อมูลที่ค้นพบจากการศึกษามาใช้ในการพัฒนาความสามารถของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ในด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน

นิยามศัพท์

1. สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี หมายถึง สถานีโทรทัศน์ใหม่ที่ทันสมัยโดยมีการปรับเปลี่ยนองค์การรูปแบบใหม่มาจากช่อง 9 อ.ส.ม.ท
2. พัฒนาการ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงการรายงานข่าวจากช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เปลี่ยนชื่อมาเป็นสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี
3. วิद्यุโทรทัศน์ หมายถึง สื่อมวลชนประเภทอิเล็กทรอนิกส์ที่กระจายเสียงและแพร่ภาพโดยใช้คลื่นความถี่
4. ปัจจัยตัวกำหนดหรือเงื่อนไขต่าง ๆ หมายถึง ปัจจัยทางด้านการเมือง และทางด้านเศรษฐกิจในขณะเวลาใดเวลาหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาการของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์เทคโนโลยีงานข่าว หมายถึง เครื่องมือและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ที่นำมาช่วยการประกอบการธุรกิจสื่อสารมวลชนในการให้บริการงานข่าวสาร ได้แก่ คอมพิวเตอร์ ดาวเทียม และใยแก้วนำแสง เป็นต้น

ขั้นตอนการศึกษา และวิธีการวิจัย

การศึกษารูปแบบพัฒนาสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์เป็นการศึกษาในด้านการพัฒนาการตัวองค์การของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพัฒนาสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์และการให้บริการงานข่าวสารแก่ประชาชน สภาพแวดล้อมและทัศนคติในการทำงานในการทำงานของพนักงาน ตลอดจนรูปแบบการสื่อสารที่สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ได้ใช้วิธีการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายโดยใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ทันสมัยเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ โดยใช้ผู้ให้ข้อมูลหลัก(Key Informant) ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวีที่สามารถให้ข้อมูลสำคัญ และทำการสังเกตการณ์ภายในสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์

วิธีการวิจัย ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะของข้อความคำบรรยายในลักษณะเชิงพรรณนาตลอดจนค้นคว้าจากเอกสารและการศึกษาเชิงสำรวจ เช่น รายงานประจำปี เอกสารต่างๆ และเว็บไซต์ต่างๆ เป็นต้น และเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้มีความน่าเชื่อถือในผลการวิจัย

ผลการศึกษา

1) ผลการศึกษาการพัฒนาศถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ พบว่าการพัฒนาการอยู่ในระดับสูง ซึ่งปัจจัยการเมือง ปัจจัยเศรษฐกิจ ได้มีผลต่อการได้มีผลต่อการพัฒนาศถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ และการให้บริการข่าวสารแก่ประชาชนโดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงในด้านเทคโนโลยีที่มีเพียงพอต่อปริมาณงาน และมีกฎระเบียบขั้นตอนในการทำงานสมัยใหม่ ทำให้พนักงานทำงานได้มีประสิทธิภาพได้อย่างรวดเร็วขึ้นมาก เนื่องจากนโยบายการทำงานของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์มีความชัดเจน ทำให้การปฏิบัติงาน มีประสิทธิภาพ และพนักงานให้ความร่วมมือกันเป็นอย่างดี และพนักงานทุกฝ่ายให้ความสนใจและช่วยแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ก่อนที่จะเข้ามาช่วยเหลือให้คำปรึกษาและแนะนำกันภายหลัง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน

2) ผลการศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงานพบว่า พนักงานมีทัศนคติต่อการทำงานอยู่ในระดับสูง เนื่องจากสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์มีการพัฒนาการในรูปแบบทันสมัยเกี่ยวกับสถานที่ทำงาน อาคารที่สร้างขึ้นใหม่ ตลอดจนมีแสงสว่างที่เหมาะสมกับการทำงาน บรรยากาศการทำงานที่ดี จากการศึกษาที่สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ทำงานมีอากาศถ่ายเท รวมทั้งพื้นที่การปฏิบัติงานมีการทำงานด้านข่าวสารมีสัดส่วนในการจัดการพื้นที่ในการปฏิบัติงานมีความเหมาะสมในการปฏิบัติงานการนำเสนอข่าวสารในรูปแบบใหม่ และมีความเป็นมืออาชีพ

3) ผลการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารภายในสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ พบว่า สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ได้มีใช้วิธีการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายโดยใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ทันสมัยเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาการในด้านต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิมมากในภาพรวม อีกทั้งสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ได้ใช้การสื่อสารผ่านเครือข่ายที่ทันสมัยสามารถกระจายข่าวสารได้อย่างทั่วถึงทุกภูมิภาคของประเทศ ครอบคลุมภูมิภาคเอเชีย และประชาคมโลก

สรุปและการอภิปรายผล

การศึกษาเรื่องการพัฒนาสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า การพัฒนาการอยู่ในระดับสูง ซึ่งปัจจัยการเมือง ปัจจัยเศรษฐกิจ ได้มีผลต่อการได้มีผลต่อการพัฒนาศถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ และการให้บริการข่าวสารแก่ประชาชน โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงในด้านเทคโนโลยีที่มีเพียงพอต่อปริมาณงาน และมีกฎระเบียบขั้นตอนในการทำงานสมัยใหม่ ทำให้

พนักงานทำงานได้มีประสิทธิภาพได้อย่างรวดเร็วขึ้นมาก เนื่องจากนโยบายการทำงานของ
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์มีความชัดเจน ทำให้การปฏิบัติงาน มีประสิทธิภาพ และพนักงานให้
ความร่วมมือกันเป็นอย่างดี และพนักงานทุกฝ่ายให้ความสนใจและช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้าหน้าได้
ก่อนที่จะเข้ามาช่วยเหลือเหลือให้คำปรึกษาและแนะนำกันภายหลัง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ
ในการทำงาน ซึ่งมีทฤษฎีที่อธิบายเรื่องดังกล่าวคือ ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาของ รศ. ดร.
สมควร กวียะ ซึ่งทฤษฎีนี้ได้อธิบายไว้ว่าสื่อมวลชนต้องมีความรับผิดชอบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ
และสังคม และยังสอดคล้องกับทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมมิได้มีการระบุให้เจาะจงว่า
สื่อมวลชนควรจะต้องเข้าไปสนับสนุนที่จุดใดของกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเพียงแต่ระบุ
อย่างกว้างๆ ว่าสื่อมวลชนจะต้องเผยแพร่ข่าวสารอย่างสม่ำเสมอถูกต้องครบถ้วนจริงแท้ จริงจัง
และจริงใจ เพื่อสะท้อนให้เห็นภาพของสังคมและรักษาสภาพของสังคมให้ดำรงอยู่ได้โดยสายใย
ของการสื่อสาร และในประเด็นดังกล่าวมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คือ งานวิจัยของ ดวงดาว โพนทอง
(2545) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนางานด้านการบริหารของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย
กรมประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ปัญหากิจกรรมของ การบริหารสถานีวิทยุด้านการบริหาร
นโยบายและแผนงาน/โครงการ ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการบริหารบุคลากร ด้านการจัด
รายการและการผลิตรายการ ด้านการบริหารงานด้านเทคนิค ด้านการบริหารเครือข่าย

ผลการศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงานพบว่า ผลการศึกษาเกี่ยวกับ
สภาพแวดล้อมในการทำงานพบว่า พนักงานมีทัศนคติต่อการทำงานอยู่ในระดับสูง เนื่องจาก
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์มีการพัฒนาการในรูปแบบทันสมัย เกี่ยวกับสถานที่ทำงาน อาคารที่สร้าง
ขึ้นใหม่ ตลอดจนมีแสงสว่างที่เหมาะสมกับการทำงาน บรรยากาศการทำงานที่ดี จากการที่
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ทำงานมีอากาศถ่ายเท รวมทั้ง
พื้นที่การปฏิบัติงานมีการทำงานด้านข่าวสารมีส่วนร่วมในการจัดการพื้นที่ในการปฏิบัติงานมีความ
เหมาะสมในการปฏิบัติงานการนำเสนอข่าวสารในรูปแบบใหม่ และมีความเป็นมืออาชีพ ซึ่งมี
ทฤษฎีอธิบายเรื่องนี้คือ ทฤษฎีการบริหาร ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ ซึ่งได้ศึกษาและชี้แจงไว้ว่า
กระบวนการของการมุ่งสู่เป้าหมายองค์การจากการทำงานร่วมกัน โดยใช้บุคคลและทรัพยากรอื่นๆ
(Certo, 2000 : 555) หรือเป็นกระบวนการออกแบบและรักษาสภาพแวดล้อมที่บุคคลทำงานร่วมกัน
ในกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ และในประเด็นดังกล่าวมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คือ
งานวิจัยของซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระชัย วงศ์วีระพัฒนกุล (2538) ได้ศึกษาเรื่อง พัฒนาการ
ของ อ.ส.ม.ท. ในฐานะองค์กรข่าวสารของรัฐ ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาองค์การและงานข่าว
ของ อ.ส.ม.ท. มีปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อด้วยกัน 2 ประการ คือ ปัจจัยทางด้านการเมือง และ
ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งปัจจัยทางด้านการเมืองนั้นได้ส่งผลกระทบต่อ อ.ส.ม.ท. ในเรื่องของ

การเปลี่ยนแปลงนโยบายและวัตถุประสงค์ และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์การ และสภาพแวดล้อมในองค์การ

ผลการศึกษเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารภายในสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ พบว่า สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ได้มีใช้วิธีการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายโดยใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ทันสมัย เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาการในด้านต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิมมากในภาพรวม อีกทั้งสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ได้ใช้การสื่อสารผ่านเครือข่ายที่ทันสมัยสามารถกระจายข่าวสารได้อย่างทั่วถึงทุกภูมิภาคของประเทศ ครอบคลุมภูมิภาคเอเชีย และประชาคมโลก ซึ่งมีแนวคิดอธิบายเรื่องนี้เป็นแนวคิดผลกระทบของเทคโนโลยีการสื่อสาร กล่าวถึงผลการสื่อสารมวลชน ในด้านการขัดเกลาทางสังคม การเรียนรู้ทางสังคมของบุคคลที่ดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมที่ประกอบไปด้วยสื่อหลากหลาย และใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง ประกอบไปด้วย แนวคิดเรื่องการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ แนวคิดผลกระทบจากการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต แนวคิดเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด ซึ่งสามารถนำมาอธิบายพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อมวลชน พฤติกรรมของบุคคลขณะเปิดรับสื่อมวลชน และหลังจากเปิดรับสื่อมวลชน กล่าวถึงสังคมมนุษย์ที่ต้องพึ่งพาสื่อมวลชน เทคโนโลยีสื่อสาร เพื่อใช้เป็นเครื่องทุ่นแรงในการกระจายข่าวสาร ความรู้ ความคิด เพื่อนำไปสู่การสร้างอำนาจในสังคม สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการขยายประสบการณ์ เป็นตัวแทนการขัดเกลาทางสังคม และในประเด็นดังกล่าวมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คือ งานวิจัยของซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ อุดมพร มณีรัตน์ จิตรัชย์ และคณะ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง พัฒนาการการทำงานของสื่อเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีของสถานีโทรทัศน์ KBS ณ สาธารณรัฐเกาหลี และผู้วิจัยยังพบว่า สถานีโทรทัศน์ KBS ของสาธารณรัฐเกาหลีได้วางเป้าหมายการพัฒนาเทคโนโลยีให้เป็นระบบดิจิทัลโดยนำเทคโนโลยีล่าสุด คือ DMB (Digital Mobile Broadcasting) ที่สามารถออกอากาศแพร่ภาพบนโทรศัพท์มือถือ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. การศึกษาในเรื่องการพัฒนาสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ครั้งต่อไปน่าจะต้องศึกษาวิจัยการใช้สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ในมิติต่างๆ เพิ่มมากขึ้น
2. การศึกษาในเรื่องการพัฒนาสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ครั้งต่อไปน่าจะต้องศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการจัดการในอนาคต การบริหาร การปรับปรุงการผลิตรายการและการให้บริการ ข้อมูลข่าวสารประชาชน รวมถึงการขยายธุรกิจไปดำเนินกิจการอื่นที่เกี่ยวข้องด้านอื่นๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

1. งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ที่มุ่งศึกษาการพัฒนาสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ในฐานะผู้ส่งสาร (sender) ดังนั้นหากมีผู้สนใจที่จะศึกษาผู้รับสาร (receiver) ด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณย่อมเป็นประโยชน์และสะท้อนภาพการพัฒนาสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์มากยิ่งขึ้น

2. งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ในกรอบแนวคิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาการองค์กรเป็นหลัก หากมีการศึกษาการในกรอบแนวคิดอื่นๆ ย่อมจะส่งเสริมให้เห็นภาพการพัฒนาสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ในมุมมองที่หลากหลาย

3. การศึกษาการพัฒนาสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ในเชิงลึกจะช่วยเปรียบเทียบให้เห็นการพัฒนาการที่เหมือนหรือแตกต่าง อันนำมาสู่ความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการพัฒนาการสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ต่อไป

บรรณานุกรม

หนังสือ และบทความในหนังสือ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2537) **แนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม**. เอกสารการสอนชุดวิชาสื่อสารเพื่อการพัฒนา Development Communication (พิมพ์ครั้งที่ 7, หน่วยที่ 1-8). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2537.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2549) **จิตวิทยาและสังคมวิทยาพื้นฐานเพื่อการวัดและประเมินผลการศึกษา**. เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาและสังคมวิทยาพื้นฐานเพื่อการวัดและประเมินผลการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 5, หน่วยที่ 8-15). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2549.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2549) **การพัฒนาคุณภาพรายการโทรทัศน์**. ในเอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ Creative for Television Program (พิมพ์ครั้งที่ 1, หน่วยที่ 11-15). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

สมควร กวียะ. (2548) **การสื่อสารมวลชน บทบาทหน้าที่ต่อชีวิต ความรับผิดชอบต่อสังคม**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.

ชัยนันท์ นันทพันธ์. (2543) **ข่าวสารคดีอำนาจ**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์คุรุสภา ลาดพร้าว.

พิศษุ์ ชวาลาวัช. (2549) **การรายงานข่าวชั้นสูง**. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

พระพรหมคุณาภรณ์ (ประยุทธ์ ปยุตโต) (2549) **การรายงานข่าวชั้นสูง**. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ถาวร นาคบุตร. หัวหน้าฝ่ายวิชาการและข้อมูลข่าว องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย.
สัมภาษณ์, 27 มีนาคม พ.ศ. 2550.

องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย. (2540) **พระราชกฤษฎีกาจัดตั้ง อ.ส.ม.ท.ปี 2520 - 2540**. กรุงเทพมหานคร : อ.ส.ม.ท.

_____. รายงานประจำปี 2547. กรุงเทพมหานคร : อ.ส.ม.ท. 2547.

_____. รายงานประจำปี 2548. กรุงเทพมหานคร : อ.ส.ม.ท. 2548.

_____. รายงานประจำปี 2548. กรุงเทพมหานคร : อ.ส.ม.ท. 2549.

_____. รายงานประจำปี 2548. กรุงเทพมหานคร : อ.ส.ม.ท. 2550.

_____. รายงานประจำปี 2548. กรุงเทพมหานคร : อ.ส.ม.ท. 2551.

_____. รายงานประจำปี 2548. กรุงเทพมหานคร : อ.ส.ม.ท. 2552.

_____. รายงานประจำปี 2548. กรุงเทพมหานคร : อ.ส.ม.ท. 2553.

_____. รายงานประจำปี 2548. กรุงเทพมหานคร : อ.ส.ม.ท. 2554.

_____. รายงานประจำปี 2548. กรุงเทพมหานคร : อ.ส.ม.ท. 2555.

_____. รายงานประจำปี 2548. กรุงเทพมหานคร : อ.ส.ม.ท. 2550.

_____. รายงานประจำปี 2548. กรุงเทพมหานคร : อ.ส.ม.ท. 2556.

_____. รายงานประจำปี 2548. กรุงเทพมหานคร : อ.ส.ม.ท. 2557.

_____. รายงานประจำปี 2548. กรุงเทพมหานคร : อ.ส.ม.ท. 2558.

_____. รายงานประจำปี 2548. กรุงเทพมหานคร : อ.ส.ม.ท. 2559.

_____. รายงานประจำปี 2548. กรุงเทพมหานคร : อ.ส.ม.ท. 2560.

เอกสารอื่นๆ

ศูนย์วิจัยพีว (Pew Research Center). (ม.ป.ป.). ค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2552, จาก
<http://www.tja.oe.th>

สถิติผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลก. (ม.ป.ป.). ค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2552, จาก
<http://www.internetworldstats.com/stats.html>

อ.ส.ม.ท. (2527). เอกสารภายในของฝ่ายงบการเงิน. กรุงเทพมหานคร : บริษัท อ.ส.ม.ท.

Books

Bryant, J., & Zillman, D. (2000) Media effects: Advances in theory and research.
Mahwah, NJ: Lawrence Elbaum Associates.

Cohen, B. J., & Orbuch, T. L. (1990) Introduction to sociology. New York: McGraw-Hill.

Freud, S. (1961). The ego and the id. In J. Strachey (Ed.), The standard edition of the
complete psychological works of Sigmund Freud (pp. 3-66). London: Hogarth.

Roger, E. M., & Shoemaker, F.F. (1994) Communication of innovations. New York: Free
Press.

บทความ

การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ยี่ห้อเบทาโกร ในพื้นที่เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร

Marketing Mix Factors Affecting Buying Frozen Foods. Betagro Brand In Donmuang Bangkok

ธนทร ชื่นหัว¹

วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ²

Wilailuck Rattanapientamma

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อเบทาโกรของผู้บริโภค ในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร เพื่อเปรียบเทียบระดับการ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อ เบทาโกร และศึกษาพฤติกรรมการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อเบทาโกรของผู้บริโภค ในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ ผู้บริโภคทั่วไปที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อเบทาโกร ในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาคานา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและใช้สถิติเชิงอนุมาน โดยใช้ค่า t-test และ F -tests (One-way ANOVA) ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใช้การทดสอบรายคู่โดยวิธี LSD

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อเบทาโกรของผู้บริโภค ในเขตพื้นที่ ดอนเมือง กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และอันดับสุดท้ายคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ที่มี เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันในการใช้ปัจจัย

ส่วนประสมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ยี่ห้อ เบทาโกร พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ คือ ครอบครัว/ญาติ/คู่อีกซื้อในช่วงเวลา 14.01 - 18.00 น. โดยเฉลี่ยใช้เวลาในแต่ละครั้ง 11 - 20 นาที ความถี่ในการซื้อ 5 - 10 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการตัดสินใจซื้ออยู่ระหว่าง 100 - 200 บาท เลือกซื้อ เป็นสินค้าประเภท หมูสด/ไก่สด (Frozen) ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ มีแนวโน้มพฤติกรรมการซื้ออาหารแช่แข็ง โดยการซื้อซ้ำในอนาคต และเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ อาหารแช่แข็ง ยี่ห้อเบทาโกร คือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและบริการ

คำสำคัญ ; ปัจจัยส่วนประสมการตลาด การตัดสินใจ อาหารแช่แข็งยี่ห้อเบทาโกร

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ประจำ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) analyze the use of marketing-mix factors affecting the decision-making of the consumers in purchasing Betagro frozen food products in Don Muang District, Bangkok, 2) compare the use of marketing-mix factors affecting the decision-making of the consumers in purchasing Betagro frozen food products in Don Muang District, Bangkok, classifying according to the personal factors, and 3) investigate the behavior of the consumers in purchasing decision of the Betagro frozen food products in Don Muang District, Bangkok. The samples used for this research were four hundred consumers of Betagro frozen food products in Don Muang District, Bangkok. The research tool was the questionnaire. The data received were analyzed by descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation) , and by inferential statistics, these were t-test, and F-test (One-way ANOVA). If the difference with pair-wise comparisons at 0.05 were found, the Least Significant Difference (LSD) was used to determine the difference.

The results revealed that the majority of the respondents used the overall marketing-mix factors affecting the purchasing decision at the highest level. When considering at each

factor, the factor of marketing promotion received the highest mean score. Next on down were product, price, and channel of distribution, respectively. The results of the hypothetical testing revealed that the respondents who were from different gender, age group, marital status, educational background, and average monthly income used different marketing-mix factors affecting their purchasing decision of Betagro frozen food products at statistical significant level of 0.05. In terms of the behavior of the respondents about their purchasing decision, the majority of the respondents stated that the persons who influenced over their purchasing decision were their family members/ relatives/ boyfriends and/ or girlfriends. The time of their purchasing was between 14:01-18:00. They usually spent about 11-20 minutes per purchase. Their frequency of purchasing was 5-10 times/ month, and they spent about 100-200 baht/ purchase. The main product they usually purchase was frozen pork/ chicken. The majority of the respondents had tendency to repurchase the Betagro frozen food products in the future. In addition, their main reason in purchasing the Betagro frozen food products was because the product price was appropriate for its quality and service.

Key Words: Marketing-Mix Factors; Decision-Making; Betagro Food Frozen Products

บทนำ

ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันที่สูงขึ้น ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมทำให้การดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจากในอดีตมากส่งผลต่อการบริโภคอาหารให้เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย เพราะการดำเนินชีวิตที่ต้องเร่งรีบเวลาแต่ละวันถูกใช้ไปกับการทำงานและกิจกรรมอื่นๆ ทำให้ไม่มีเวลาที่จะเข้าครัวทำอาหาร โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ ดังนั้นผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง จึงมีความต้องการและเป็นหนึ่งในทางเลือกที่ดี ที่สามารถตอบสนองด้านความสะดวกของคนในกลุ่มนี้ได้ อย่างลงตัว

ทั้งนี้ จากผลการสำรวจพฤติกรรมในการรับประทานอาหารในร้านอาหาร จากกลุ่มตัวอย่าง ผู้มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท ในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับประทานอาหารที่บ้าน ทำกับข้าวทานเองที่บ้านมากกว่าการทานนอกบ้าน รองลงมา ชอบทานพอกันระหว่างนอกบ้านและในบ้าน และชอบทานอาหารนอกบ้านมากกว่าที่ทานในบ้านเป็นลำดับสุดท้าย(คนไทยกินข้าวนอกบ้าน 56 ครั้ง ต่อเดือน

2560 ; <http://www.thansettakij.com/content/256246:2560>) ซึ่งจากผลสำรวจดังกล่าวทำให้ ทราบว่า บุคคลในสังคมยังคงชอบที่จะรับประทานอาหารในบ้านมากกว่านอกบ้าน หรือรับประทาน อาหารที่ร้านใน บางครั้งเท่านั้น

“ตลาดอาหารแช่แข็งมีการเติบโตทุกปี โดยคาดว่านับจากปี 2558-2563 มีการเติบโตเฉลี่ย 10%ต่อปี ซึ่งจะส่งผลให้ในปี 2563 มีมูลค่าตลาดเพิ่มขึ้นเป็น 1.4 หมื่นล้านบาท โดยปัจจัยหลักมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ขณะที่การบริโภคอาหารแช่แข็งของคนไทยยังมีปริมาณน้อยเฉลี่ย 700-800 กรัมต่อคน แตกต่างจากหลายประเทศ อาทิ ออสเตรเลียที่บริโภค 3 กิโลกรัมต่อคน ทำให้มองเห็นโอกาสในการเติบโตได้อีกมาก สืบค้นจาก (<http://www.thansettakij.com/content/256246:2560> วันที่คิดค้น : 23/6/2561)”

สาเหตุที่ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งมีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่องคือ การเติบโตของสังคมในกรุงเทพฯ ที่มีความเร่งรีบ และความต้องการความสะดวกสบาย ผลิตภัณฑ์อาหาร แช่แข็ง มีหลากหลายประเภท ได้แก่ กลุ่มอาหารทานเล่น กลุ่มดื่มชา กลุ่มอาหารพร้อมปรุง (Ready to cook)

กลุ่มอาหารพร้อมรับประทาน(Ready to Eat) และได้ขยายฐานลูกค้าไปทุกส่วน ไม่เน้นแต่ เฉพาะกลุ่มเป้าหมาย

นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ อาหารแช่แข็ง จำหน่ายในขณะนี้ มีหลายยี่ห้อ เช่น ยี่ห้อ เบทาโกร ซีพีเอฟ อีซีมีด พรานทะเล จิตรมาส สุรพลฟู๊ดส์ เป็นต้น จึงทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นในการ ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งมาบริโภคอีกด้วยแต่“เบทาโกร” ก็ยังคงยังคงต้องสร้างความแข็งแกร่ง ให้กับผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น และการตั้งราคาให้ใกล้เคียงกับ คู่แข่งโดยตรง คือ อาหารจานเดียว เพื่อที่ปัจจุบันนี้ให้ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งมีโอกาสทางการตลาดที่ดีต่อไป

เครือเบทาโกร ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2510 ภายใต้ชื่อ บริษัท เบทาโกร จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน เริ่มต้น 10 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ โดยมีสำนักงานใหญ่แห่งแรกตั้งอยู่ที่เขตป้อมปราบฯ กรุงเทพฯ และก่อตั้งโรงงาน แห่งแรกที่ อาเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เบทาโกรขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เริ่มจากการสร้างฐานการผลิตด้านปศุสัตว์แห่งแรก ประกอบด้วยฟาร์มไก่ ฟาร์มสุกร โรงงานอาหารสัตว์ และโรงฟักไข่ ที่ อาเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา และได้ขยายฐานการผลิตเต็มรูปแบบไปยังจังหวัดลพบุรี เนื่องจากมีความเหมาะสมทั้งทางด้านแหล่งวัตถุดิบและทำเลที่ตั้ง กลายเป็นจุดเริ่มต้นสู่การพัฒนาของการเป็นผู้นำอุตสาหกรรมการเกษตรครบวงจร ประกอบด้วย โรงงานอาหารสัตว์ ฟาร์มไก่ ฟาร์มสุกร โรงฟักไข่ โรงงานซาเหและตัดแต่งเนื้อไก่และเนื้อสุกร และโรงงานผลิตอาหารปรุงสุกแช่แข็งจากเนื้อไก่และเนื้อสุกร

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ยี่ห้อ เบทาโกร ของผู้บริโภคในเขตดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื่องจากมีหลายปัจจัย เช่น ส่วนประสมทางการตลาด รูปแบบการดำเนินชีวิต และคุณค่าตราสินค้า ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมทั้งทัศนคติ และพฤติกรรมผู้บริโภค เปลี่ยนไปมาจากในอดีตอาหารแช่แข็ง ถูกมองว่าเป็นอาหารหมดทางเลือก ไม่มีอะไรรับประทานจึงหันมาซื้อกินประทังชีวิต ปัจจุบันผู้บริโภคยุคนี้ต่างมองว่า อาหารแช่แข็งเป็นอาหารปลอดภัยมีคุณภาพ และเลือกทำการวิจัยในเขตดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื่องจากในเขตดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นแหล่งชุมชนเมืองมีการรวมตัวของความ

หลากหลายอาชีพและช่วงอายุของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งทำให้ง่ายต่อการวิจัย ดังนั้นผู้วิจัยเล็งเห็นว่า หากสามารถทราบและเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและผู้ประกอบการอาหารแช่แข็งจะสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ให้เป็นประโยชน์สำหรับอุตสาหกรรมอาหารแช่แข็ง ทั้งในแง่ของการนำไปใช้พัฒนาและเป็นข้อเสนอแนะในการ ปรับปรุงกระบวนการต่างๆ ที่อาจเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ เพื่อเพิ่มศักยภาพ ตลอดจนนำไปเป็น ข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจ และการวางแผนพัฒนาในด้านอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ยี่ห้อ เบทาโกร ของผู้บริโภคในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร

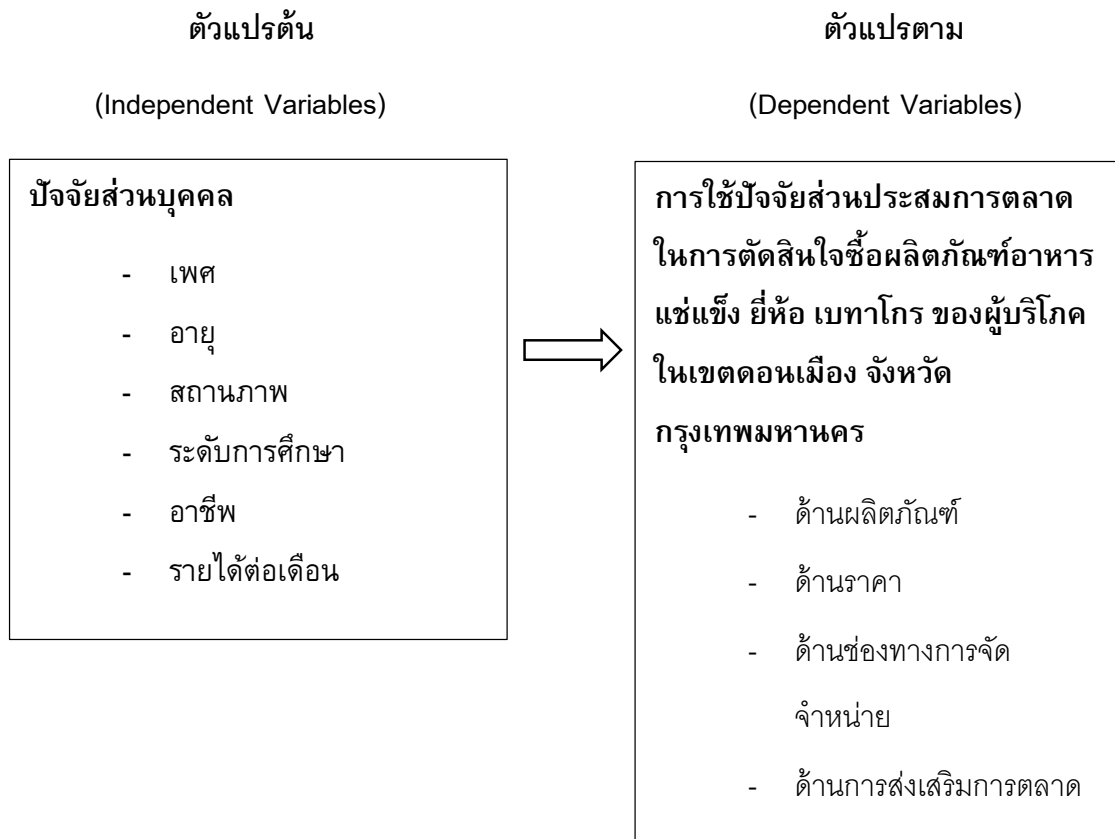
1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ยี่ห้อ เบทาโกร ของผู้บริโภคในเขตดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

1.2.3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ยี่ห้อ เบทาโกร ของผู้บริโภคในเขตดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ยี่ห้อ เบทาโกร ของผู้บริโภคในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550) ที่กล่าวถึงปัจจัยทางการตลาดที่กิจการจะต้องใช้ร่วมกัน เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกันประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้และต้องใช้ร่วมกันทั้ง 4 อย่าง วัตถุประสงค์ที่ใช้เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าตลาดเป้าหมายให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดแสดงให้เห็นถึงความสำคัญขององค์ประกอบทางการตลาดที่ส่งผลให้ผู้บริโภคคำนึงถึงก่อนการตัดสินใจซื้อ ผู้วิจัยจึงได้นำมาเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรที่ใช้ประกอบการวิจัย ดังนี้



วิธีการดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ยี่ห้อ เบทาโกร ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากรที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ยี่ห้อ เบทาโกร ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร จึงได้ใช้วิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบชนิดการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ของ Pierre Simon Laplace (นราศรีและชูศักดิ์ 2543 : 84)

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{z^2 Pq}{B^2}$$

เมื่อ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)

Z คือ ระดับความเชื่อมั่น (ระดับ 95% ให้มีค่า = 1.96)

P คือ สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (ให้มีค่า = 0.5)

q คือ มีค่า = $1 - P$

B คือ ค่าความคลื่อนที่ยอมรับได้ (ให้มีค่า = 0.05)

แทนค่าในสูตร จะได้ว่า

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(1 - 0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน ใช้วิธีแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้ตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นได้จากความไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ในลักษณะของการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบจำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล คือค่า t -test เพื่อทดสอบสมมติฐานสำหรับกรณีกลุ่มตัวแปรอิสระ 2 กลุ่ม คือ เพศ ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ตามตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

โดยใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one - way ANOVA) และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อเบทาโกร ของผู้บริโภคในพื้นที่ เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานครมีทั้งหมด 4 ด้าน ด้วยกัน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และนำมาคำนวณเพื่อหาค่าเฉลี่ยจากการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีผลดังนี้

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อเบทาโกร ของผู้บริโภค ในพื้นที่ เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ทั้ง 4 ด้าน โดยภาพรวม ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	\bar{X}	SD.	ระดับการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.30	0.591	มากที่สุด	2
ด้านราคา	4.27	0.620	มากที่สุด	3
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.20	0.720	มาก	4
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.31	0.617	มากที่สุด	1
รวม	4.26	0.644	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า พบว่า ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อเบทาโกร ในพื้นที่ เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.26) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อ เบทาโกรในพื้นที่ เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุดอันดับแรก

คือด้านด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) และอันดับสุดท้าย คือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.20) อยู่ในระดับมากตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อ เบทาโกรในพื้นที่ เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ แตกต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อ เบทาโกร ของผู้บริโภคในพื้นที่ เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3 พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ แตกต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อ เบทาโกร ในพื้นที่ เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 4 พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อ เบทาโกรในพื้นที่ เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 5 พบว่า ผู้บริโภคที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อ เบทาโกรในพื้นที่ เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

พฤติกรรมการใช้ส่วนประสมการตลาดพฤติกรรมกรเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อ เบทาโกร ในพื้นที่ เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมกรใช้ส่วนประสมการตลาดพฤติกรรมกรเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อเบทาโกร เบทาโกร ในพื้นที่ เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ในด้านต่างๆ โดยสรุป ดังนี้

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ยี่ห้อ เบทาโกร คือ ครอบครัว/ญาติ/คูรัก ซื้อในช่วงเวลา 14.01 - 18.00 น. โดยเฉลี่ยใช้เวลาในแต่ละครั้ง 11 - 20 นาที ความถี่ในการซื้อ 5 -

10 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการตัดสินใจซื้ออยู่ระหว่าง 100 - 200 บาท เลือกซื้อ เป็นสินค้าประเภท หมูสด/ไก่สด (Frozen) ผู้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ มีแนวโน้มพฤติกรรมการซื้ออาหารแช่แข็ง โดยการซื้อซ้ำในอนาคต และเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ อาหารแช่แข็ง ยี่ห้อเบทาโกร คือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและบริการ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ยี่ห้อเบทาโกร ในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร มีผลการทดสอบสมมติฐานซึ่งสามารถอภิปรายได้ ดังนี้

การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ยี่ห้อเบทาโกร ในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งใช้ปัจจัยส่วนประสม การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อ เบทาโกร ในพื้นที่ เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ ด้านด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และอันดับสุดท้าย คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อเบทาโกร ในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลัดดา เลหาวิโรจน์พจน์(2553) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในเขตดอนเมือง ต่อการเลือกซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่างพบว่า ผู้หญิงวัยทำงานส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 24-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานประจำบริษัทหรือร้านค้า ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดที่พักอาศัยอยู่บ้านตนเอง มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวระหว่าง 3-4 คน โดยมีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยซื้อและชอบรับประทานอาหารประเภทอาหารมื้อหลัก เช่น ข้าว แกงเขียวหวาน เกี้ยวกุ้ง ข้าวต้ม มากที่สุด และตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง บอกซื้ออาหารเหตุผลที่เลือกซื้ออาหาร แช่แข็งพร้อมรับประทานเพราะสะดวกในการรับประทาน โดยซื้อรับประทานมากกว่า 3 ครั้ง ต่อเดือน ช่วงเวลาที่ซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานไม่แน่นอน และส่วน

ใหญ่ซื้อที่ ห้าง ได้แก่ เทสโก้โลตัส คาร์ฟูร์ บิ๊กซี ซึ่งลักษณะการซื้อและการบริโภคอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานมี ลักษณะซื้อเก็บสำรองไว้บริโภคเมื่อไม่มีอาหารอื่น โดยเลือกซื้อจากตรายี่ห้อเฉพาะเจาะจง เช่น พรานทะเล อีชีมีล เป็นต้น และมีเกณฑ์ในการเลือกซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานโดยพิจารณาจาก คุณภาพสินค้า ส่วนตรายี่ห้อของอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานที่รู้จักและเคยซื้อมากที่สุดคือ ยี่ห้อ พรานทะเล และตรายี่ห้อที่เลือกซื้อบ่อยที่สุดคือ เบทาโกร ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อด้านการใช้ปัจจัยในการเลือกซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานของผู้หญิงวัยทำงานในเขตดอนเมือง พบว่าการปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ เรื่องความสะดวก มีเลขทะเบียน อาหารและยา (อ.ย.) รสชาติอาหาร (ความอร่อย) ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ หาซื้อได้สะดวก ความสะดวกของ สถานที่จัดจำหน่ายปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการแนะนำสินค้า ผ่านโฆษณาทางสื่อต่างๆ มีการลดราคาสินค้า และมีการแจกสินค้าให้ทดลองชิมฟรี

ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ยี่ห้อ เบทาโกร ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ยี่ห้อเบทาโกร ในเขตดอนเมืองกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อังค์วรา รัตนสะอาด (2551) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อม รับประทานของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 350 คน โดยใช้แบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและหญิงในสัดส่วนใกล้เคียงกัน อายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี โดยส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและนักเรียนหรือนักศึกษา กลุ่มตัวอย่าง บริโภคอาหาร สำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานที่ผลิตในประเทศ โดยบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งมากที่สุด ชนิดวัตถุดิบของอาหารที่ผู้บริโภคซื้อบ่อยที่สุดคือ 280 กรัม กุ้งครั้งละซื้อขนาด 1 กล่อง มากที่สุด โอกาสในการซื้อเนื่องจากชอบทานเป็นประจำ ความถี่โดยเฉลี่ยในการซื้อ 1-3 ครั้งต่อเดือน เหตุผลที่ซื้อเนื่องจากสะดวกในการรับประทาน สถานที่ซื้อบ่อยที่สุดคือ ร้านสะดวกซื้อ อิทธิพลต่อการเลือกซื้อมากที่สุดคือ สื่อโฆษณาต่างๆ และเพื่อนแนะนำ ตรา ยี่ห้อที่ซื้อบ่อย ส่วนตราสินค้าที่รู้จักมากที่สุด คือ ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้บริโภคให้พรานทะเล ความสำคัญในการเลือกซื้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อย่อยปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องความสะดวก รสชาติอาหาร ความอร่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ

ปัจจัยด้าน ราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ราคาที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ราคาดีชัดเจนมีปัจจัยด้านการ จัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากเช่นกัน โดยมีปัจจัยย่อยเรื่อง หาซื้อได้สะดวก ส่วน ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยเรื่อง มีการแนะนำสินค้าผ่าน โฆษณาทางสื่อต่างๆ มีการลดราคาสินค้า มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย

ด้านราคา ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งใช้ปัจจัยส่วนประสม การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อเบทาโกรในพื้นที่ เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นาฎยา พันธเสนา (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของลูกค้านักค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 200 ตัวอย่าง จากผู้บริโภคที่มี อำนาจในการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อายุ 26-35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อ เดือน 5,001- 15,000 บาท อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชนรับจ้าง พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปด้วยตนเอง ประเภทอาหารที่ซื้อบ่อยที่สุด คือ อาหารทะเลสำเร็จรูปแช่แข็ง ส่วนเหตุผลในการซื้อ เพราะต้องการ ความสะดวกในการบริโภค ข้อพิจารณาในการซื้อ ได้แก่ รสชาติ มีความถี่ในการซื้อไม่แน่นอน และ จำนวนเงินที่ใช้ซื้อต่อครั้งไม่เกิน 100 บาท การใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญใน ระดับมาก ดังนั้นการใช้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค ด้านราคา ในเรื่องมีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายใน เรื่องสถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน/ที่พักปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ส่วนประสมการตลาดที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ระดับมาก คือ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง อาจมีสิ่งปลอมปน และผู้ตอบ แบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง คือปัญหาด้านราคาในเรื่อง ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุ ภัณฑ์ ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องหาซื้อยาก ไม่สะดวกและ ไม่มีสถานที่จอดรถ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องไม่มีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ และไม่มี เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อเบทาโกร ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อเบทาโกรในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตรลดา โรจน์พิบูลย์พันธ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งใช้วิธีการสุ่มแบบโควตา โดยใช้เพศและอายุเป็นเกณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท พฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารนอกบ้านโดยเคย รับประทานอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง จำนวน 343 คน ส่วนใหญ่รับประทานอาหารจานเดียวความถี่ใน การรับประทานน้อยกว่า 1 ครั้ง ต่อเดือน โดยตรายี่ห้อที่ผู้บริโภคชอบมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เอสแอนด์พี ซีพี และเบทาโกรตามลำดับ สาเหตุที่ชื่นชอบตรายี่ห้อดังกล่าว หาซื้อได้ง่ายเนื่องจากรสชาติ และสะดวกไม่ต้องเสียเวลาการเตรียมอาหาร สถานที่ที่ผู้บริโภคซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งบ่อย ได้แก่ ร้านสะดวกซื้อ โดยซื้อครั้งละ 2-3 กล่อง ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง ว่าเป็นอาหารที่สามารถอุ่นได้ง่ายปัจจัยทางด้านรสชาติ การได้รับรองมาตรฐาน และการบริการอุ่น ณ จุดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อ

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยขอเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

5.3.1 ควรมีการศึกษาการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อเบทาโกรในเขตดอนเมืองกรุงเทพมหานครเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขคุณภาพของบริษัท เพื่อให้ผู้บริโภค ให้ความสำคัญในการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในทุกๆด้านอย่างสูงสุด

5.3.2 ควรมีการศึกษาถึงความจงรักภักดีต่อ บริษัทเบทาโกรเกษตรอุตสาหกรรมจำกัดของร้านเบสท์ทักโลในเขตดอนเมืองกรุงเทพมหานครเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนการตลาดเพื่อรักษาลูกค้าที่มีความจงรักภักดีให้เป็นลูกค้าของบริษัทต่อไป

5.3.3 ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพโดยอาจจะใช้การสัมภาษณ์เจาะลึกหรือสัมภาษณ์กลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับมุมมองหรือทัศนคติต่อการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดใน

ปัจจุบันเพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการยืนยันข้อมูลเชิงปริมาณจากงานวิจัยที่ใช้เครื่องมือแบบสอบถามซึ่งจะทำให้ผลการวิจัยมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5.3.4 ผู้ผลิต ควรจะต้องมีการส่งเสริมการตลาด โดยเฉพาะ การจัดส่งอาหารแช่แข็งไปยังสถานที่ต่างๆ เช่น บ้านพัก อาหารเม้นท์ต่างๆ เพราะมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ต้องการความสะดวกและปรุงอาหารไม่เป็น เพื่อทำให้เกิดการเพิ่มยอดขายให้ได้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

หนังสือ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช. การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ, 2550.

อดุลย์จาตุรงค์กุล. (2543). กลยุทธ์การตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

วิทยานิพนธ์/งานวิจัย/สารนิพนธ์

กัลยาวานิชย์ ญี่ ชา. (2549). การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

ชัชวาลย์ เรืองประพันธ์. (2539). สถิติพื้นฐาน. ขอนแก่น: โรงพิมพ์คลังน่านานาวิทยา. เขียน ไป. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติซื้ออาหารแช่แข็งของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.

ดาริกา ธรรมธาดา. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติการยอมรับนวัตกรรมการบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็งของประชาชนในจังหวัดสงขลาในมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. สงขลา: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

ธนสร ยิงยงสมสวัสดิ์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 1(2), 11-24.

- นุจรีชัย เลี่ยมแจ่ม. (2549). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.
- สุภมาส ศรีวิบูลย์. (2552). พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.
- เสริมสิริ บุญศรี. (2554). ศึกษาพฤติกรรมการบริโภค Frozen Food (อาหารแช่แข็ง) ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.
- ศิริลักษณ์เตชาวงศ์ ถันยานี โภธิสาร และวรัท วนิจ. (2558).วารสารบริหารธุรกิจ ศรีนครินทรวิโรฒ, 2(2), 19-31.
- ศศิธร พูนโสภิน (2555)ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อ อีซีโก ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
- อุบล ชื่นสราญญ และธีรเวท กิจการุณ. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจบริโภคอาหารแช่แข็ง ประเภทสำเร็จรูปในร้านสะดวกซื้อเขตกรุงเทพมหานคร.วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 9(3), 211-224
- การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี. ฝ่ายวิจัยและบริการข้อมูล สถาบันอาหาร. (2557). แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารพร้อมปรุง-พร้อมทาน ในตลาดโลกกับอนาคตที่สดใส.อุตสาหกรรมสาร, 52, 5-7.
- พฤติกรรมตามแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนของคนวัยทำงานใน อำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการบริโภคอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน. วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 1(4), 279-298.
- สถาบันอาหาร. (2557). รายงานตลาดอาหารในประเทศ: ตลาดและพฤติกรรมการบริโภคอาหารแปรรูปแช่แข็ง ค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2561, เข้าถึงข้อมูลจาก <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=62>. สมยศ อวเกียรติ และสิทธิพร ประวัติ รุ่งเรือง. (2558).

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2549). อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งปี'50 : ตลาดในยังขยายตัวร้อยละ 30 ...เร่งรุก
ตลาด ส่งออก. สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2561, เข้าถึงข้อมูลได้จาก
[www.kasikornresearch.com/TH/K- EconAnalysis/Pages/
ViewSummary.aspx?docid=7900.](http://www.kasikornresearch.com/TH/K-EconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=7900)

Book

Bennett, A. R. (1997). The Five Vs-A Buyer's perspective of the Marketing Mix. *Marketing Intelligence and Planning*, 15(3), 151-156.

Chai, L. G. (2009). A Review of Marketing Mix: 4Ps or More?. *International Journal of marketingStudies*, 1(1), 2-15

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior*. (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall. Waheed, R., & Asif, T. (2012). Marketing Mix, Not Branding. *Asia Journal of Business and Management Sciences*, 1(11), 43-52.

Kotler, P. (1997). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control*. (9th ed.). New Jersey: A simon & Schuster Company.

Kotler, P. (2009). *Marketing Management*. (14th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา :กรณีศึกษา
วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี¹

Factors Influencing the Work Performance Competency of the Teachers and the Educational
Employees : A Case Study of Chonburi Technological College

ธนสนันท์ เฟื่องฟู (Thanasanun Fuengfoo)²

ดร.ธนาชัย สุขวณิช³

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา : กรณีศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี มีวัตถุประสงค์คือ 1.เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน 2.เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานและ 3.เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และประชากรในการศึกษา คือ ครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี จำนวน 104 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและใช้สถิติ Pearson Chi-Square หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยองค์การกับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี

ผลการศึกษาวิจัย พบว่าครูและบุคลากรทางการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุไม่เกิน 35 ปี มีสถานภาพสมรสแล้ว จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท และระยะเวลาในการปฏิบัติงานไม่เกิน 5 ปี และผลการศึกษาวิจัยระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษาอยู่ในระดับมาก ซึ่งด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม รองลงมาด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพด้านบริการที่ดี ด้านการทำงานเป็นทีม และด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ส่วนระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะใน

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา : กรณีศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี

² นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก ประจำปีการศึกษา 2560

³ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

การปฏิบัติงานจากผลการศึกษาวิจัยปัจจัยด้านองค์การทั้ง 2 ด้าน อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยเชิงใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล รองลงมาความก้าวหน้า ส่วนการได้รับการยอมรับนับถือ และความรับผิดชอบได้ค่าเฉลี่ยเท่ากัน ส่วนปัจจัยค่าจุนที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สภาพการปฏิบัติงานรองลงมาโดยนโยบายและการบริหารงานส่วนความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน และการปกครองบังคับบัญชาได้ค่าเฉลี่ยเท่ากัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะในการปฏิบัติงานหรือไม่มีความแตกต่างกันกับสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ส่วนในประเด็นของ เพศ อายุ และสถานภาพการสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะในการปฏิบัติงานหรือมีความแตกต่างกันกับสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ส่วนปัจจัยองค์การ ได้แก่ ปัจจัยเชิงใจคือการได้รับการยอมรับนับถือ ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้า ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล และปัจจัยค่าจุน คือสภาพการปฏิบัติงาน นโยบายและการบริหารงาน การปกครองบังคับบัญชา และความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานมีความสัมพันธ์กับสมรรถนะในการปฏิบัติงานหรือไม่มีความแตกต่างกันกับสมรรถนะในการปฏิบัติงาน

คำสำคัญ : สมรรถนะ, การปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา

Abstract

The objectives of this research were to 1) investigate the work performance competency of the teachers and the educational employees of Chonburi Technological College, 2) analyze the factors influencing the work performance competency of the teachers and the educational employees of Chonburi Technological College, and 3) analyze the factors relating to the work performance competency of the teachers and the educational employees of Chonburi Technological College. This was a quantitative research. The questionnaire was used as the research tool. The population of this research was one hundred and four teachers and the educational employees of Chonburi Technological College. The data received were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, and Pearson's Chi-Square.

The results revealed that the majority of the respondents were female, not over 35 years old, married, received Bachelor's Degrees and up, earned average monthly income of not over 20,000 baht, and had work experience of not over five years. In terms of the work performance motivation level of the majority of the respondents, it was found at high level. When considering at each factor, the factor of integrity received the highest mean score. Next on down were professional expertise, good services, teamwork, and achievement oriented, respectively. Besides, in terms of the factors influencing the workperformance competency of the respondents resulted from the study of two organizational factors was at high level. In case of the motivational factors, the factor that received the highest mean score was individual work performance success. Next on down were advancement, the factors of recognition and responsibility which received equal mean score, respectively. On the other hand, as for the hygiene factors, the factor of work condition received the highest mean score, Next on down were policy and administration, while the factors of relationship with their superior and colleagues, and the factor of supervision received equal mean score, respectively. Finally, the results of the hypothetical testing revealed that the respondents who were from different educational level, average monthly income, and years of work experience were related to the work performance competency, in other words, there were no difference with the work performance competency. On the other hand, the respondents who were from different gender, age, and marital status were not related to the work performance competency. In other words, there were difference with the work performance competency. In terms of the organizational factors which consisted of the motivation factors (recognition, responsibility, advancement, success in individual work performance) and the hygiene factors (workcondition, policy and administration, supervision, and interpersonal relationship with their superior and colleagues) were related to the work performance competency. In other words, there were no difference with the work performance competency.

Keywords : competency, performance of teachers and educational

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 - 2564 ให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณภาพการศึกษาสู่ความเป็นเลิศในทุกกระดับ และยกระดับการเรียนรู้โดยเน้นการพัฒนาคุณภาพการศึกษาขั้นพื้นฐานทั้งการบริหารจัดการโรงเรียนขนาดเล็ก ปรับระบบการจัดการเรียนการสอน และการพัฒนาคุณภาพครูทั้งระบบ รวมทั้งการยกระดับคุณภาพการศึกษาสู่ความเป็นเลิศในสาขาวิชาที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และพัฒนาระบบทวิภาคีหรือสหกิจศึกษาให้เอื้อต่อการเตรียมคนที่มีทักษะให้พร้อมเข้าสู่ตลาดแรงงาน นอกจากนี้ต้องให้ความสำคัญกับการสร้างปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตทั้งสื่อการเรียนรู้และแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี วันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2559)

การบริหารจัดการในองค์กรนั้น มีปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญต่อการบริหารจัดการที่เรียกว่า 4Ms ซึ่งประกอบไปด้วย บุคคล (Man) เงินทุน (Money) วัสดุุดิบ (Material) และวิธีการ (Method) โดยองค์กรแต่ละองค์กรจะต้องมีการจัดสรรปัจจัยพื้นฐานดังกล่าวให้เหมาะสม เพื่อให้เกิดประโยชน์และประสิทธิภาพสูงสุด โดยปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญคือ “ทรัพยากรบุคคล” เพราะแม้ว่าองค์กรจะมีเงินทุนมากมีวัสดุุดิบที่ดี และราคาถูกกว่าคู่แข่งชั้นมีวิธผลิตและวิวัฒนาการที่ทันสมัยเพียงใดถ้าองค์กรนั้นขาดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถและทัศนคติที่เหมาะสมเข้ามาทำงาน และบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ก็อาจจะส่งผลให้องค์กรขาดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ขาดศักยภาพในการแข่งขันและการพัฒนา ซึ่งอาจส่งผลถึงความล้มเหลวในการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาวได้ ดังนั้นผู้บริหารต้องศึกษาและให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กร เพื่อให้ได้ผลงานที่ดีที่สุด บุคคลที่ทำงานทุกคนมีความคาดหวังผลจากการทำงานทั้งสิ้น และในขณะเดียวกันองค์กรก็มีความคาดหวังให้บรรลุปเป้าหมายที่วางไว้ องค์กรจึงมีความต้องการบุคลากรที่ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุปเป้าหมายขององค์กร ซึ่งความต้องการของบุคลากรแต่ละคนที่เข้ามาทำงานในองค์กรมีความแตกต่างกัน บางคนทำงานเพื่อความอยู่รอด บางคนทำงานด้วยความความรักทำให้ในบางองค์กรมีการลาออกของบุคลากรบ่อยครั้ง บุคลากรในองค์กรปฏิบัติงานไม่เต็มประสิทธิภาพ งานล่าช้า จากปัญหาดังกล่าวองค์กรต้องตระหนักและให้ความสำคัญกับบุคลากรทำให้เขาเหล่านั้นได้รับความพึงพอใจมากกว่าในสภาพที่เขาเป็นอยู่ จึงจะทำให้เกิดแรง

บันดาลใจให้บุคคลต้องการทำงาน หรือเกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งเกิดจากความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ที่จะนำไปสู่การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ

ปัจจุบันการศึกษาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งในการพัฒนามนุษย์เพื่อพัฒนาประเทศไปสู่การสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าและแก้ไขปัญหาต่างๆ ในสังคม การศึกษาจึงเป็นกระบวนการเรียนรู้เพื่อความรู้ของบุคคลและสังคมโดยการถ่ายทอดความรู้ การฝึกอบรม การสืบสานทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์จรรโลง ความก้าวหน้าทางวิชาการ การสร้างองค์ความรู้อันเกิดจากการจัดสภาพแวดล้อม สังคม การเรียนรู้และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มาตรา 52 จึงกำหนดให้มีการส่งเสริมให้มีระบบกระบวนการผลิต การพัฒนาครู อาจารย์ และครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เหมาะสม ให้มีการเตรียมบุคลากรและพัฒนาบุคลากรประจำอย่างต่อเนื่อง อันมีผลกระทบโดยตรงต่อการจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ นำมาซึ่งคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาของโรงเรียนและผู้ที่มีบทบาทที่จะทำให้เกิดผลดังกล่าว ก็คือผู้บริหารโรงเรียนซึ่งต้องเป็นผู้พัฒนาบุคลากรในโรงเรียน และครู อาจารย์ ทั้งนี้ครู อาจารย์เองก็ต้องพัฒนาตนเองด้วยโดยใช้กระบวนการพัฒนาตนเองตามที่ (เรียม ศรีทอง, 2553 : 2) กล่าวว่ามนุษย์ทุกคนมีศักยภาพที่มีคุณค่าอยู่ในตัวเองทำให้สามารถฝึกหัดและพัฒนาตนได้ในเกือบทุกอย่างไม่มีบุคคลใดที่มีความสมบูรณ์พร้อมทุกด้านจนไม่จำเป็นต้องพัฒนาในเรื่องใดอีก แม้บุคคลจะเป็นผู้ที่รู้จักตนเองได้ดีที่สุดแต่ก็ไม่สามารถปรับเปลี่ยนตนเองได้ในบางเรื่อง ยังต้องอาศัยความช่วยเหลือจากผู้อื่นในการพัฒนาตน การควบคุมความคิด ความรู้สึกและการกระทำของตนเองมีความสำคัญเท่ากับการควบคุมสิ่งแวดล้อมภายนอก อุปสรรคสำคัญของการปรับปรุงและพัฒนาตนเอง คือ การที่บุคคลมีความคิดยึดติดไม่ยอมปรับเปลี่ยนวิธีคิดและการกระทำ จึงไม่ยอมสร้างนิสัยใหม่หรือฝึกทักษะใหม่ๆ ที่จำเป็นต่อตนเอง การปรับปรุงและพัฒนาตนเองสามารถดำเนินการได้ทุกเวลาและอย่างต่อเนื่องเมื่อพบปัญหาหรือข้อบกพร่องเกี่ยวกับตนเอง

แรงจูงใจ (Motivation) คือ สิ่งซึ่งควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์อันเกิดจากความต้องการ (Needs) พลังกดดัน (Drives) หรือความปรารถนา (Desires) ที่จะพยายามดิ้นรนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ซึ่งอาจจะเกิดมาตามธรรมชาติหรือจากการเรียนรู้ก็ได้แรงจูงใจเกิดจากสิ่งเร้าทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคลนั้นๆ เอง ภายใน ได้แก่ ความรู้สึกต้องการหรือขาดอะไรบางอย่าง จึงเป็นพลังชักจูงหรือกระตุ้นให้มนุษย์ประกอบกิจกรรมเพื่อทดแทนสิ่งที่ขาดหรือต้องการนั้นส่วนภายนอก

ได้แก่ สิ่งใดก็ตามที่มาเร่งเร้า นำช่องทางและมาเสริมสร้างความปรารถนาในการประกอบกิจกรรมในตัวมนุษย์ซึ่งแรงจูงใจนี้อาจเกิดจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอก แต่เพียงอย่างเดียวหรือทั้งสองอย่างพร้อมกันได้ อาจกล่าวได้ว่าแรงจูงใจทำให้เกิดพฤติกรรมซึ่งเกิดจากความต้องการของมนุษย์ซึ่งความต้องการเป็นสิ่งเร้าภายในที่สำคัญกับการเกิดพฤติกรรมนอกจากนี้ยังมีสิ่งเร้าอื่นๆ เช่น การยอมรับของสังคมสภาพบรรยากาศที่เป็นมิตร การบังคับขู่เข็ญการให้รางวัลหรือกำลังใจหรือการทำให้เกิดความพอใจล้วนเป็นเหตุจูงใจให้เกิดแรงจูงใจได้

การสร้างแรงจูงใจเป็นภาระอันสำคัญประการหนึ่งของนักบริหารและหัวหน้างานที่จะต้องสร้างสรรค์และจัดให้มีขึ้นในองค์การหรือทุกหน่วยงาน เพื่อเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารขององค์การ เพราะแรงจูงใจจะช่วยบำบัดความต้องการความจำเป็น และความเดือดร้อนของบุคคลในองค์การได้ จะทำให้ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานดียิ่งขึ้น การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีกระบวนการในการสร้างแรงจูงใจ ดังนี้ 1) กระตุ้นให้เกิดการสนใจอยากรู้ อยากเห็น โดยจัดสภาพแวดล้อมให้สอดคล้องกับบรรยากาศ 2) กระตุ้นให้เกิดการตื่นตัว 3) ใช้การแข่งขันและการร่วมมือ 4) ใช้การชมเชยและการตำหนิ เป็นการนำเอาวิธีการเสริมแรง และหลีกเลี่ยงการลงโทษมาใช้ในการจูงใจ 5) การให้ความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานของตนเอง ทำให้เขารู้ว่าประสบ ความสำเร็จและเกิดความภาคภูมิใจ ตลอดจนรู้ถึงข้อบกพร่องที่ควรแก้ไข 6) การให้ตั้งรับความผิดหวัง 7) ใช้การเสริมแรงและการลงโทษ 8) พยายามตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน 9) การส่งเสริมให้มีเป้าหมายในชีวิต และ 10) ส่งเสริมให้มีความนิยมและปรัชญาชีวิตที่เหมาะสม ค่านิยมและปรัชญาชีวิตสามารถเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจได้เป็นอย่างดี สรุปได้ว่าความสำคัญของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและผลการปฏิบัติงานจะมีความสัมพันธ์ต่อกันในทางบวก ดังนั้น การสร้างแรงจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในการทำงาน เกิดความรักและศรัทธาในหน้าที่ การงานของตน เกิดความรู้สึกเสียสละเพื่องาน ทุมเทกำลังกาย กำลังใจ ความคิด สติปัญญา หาทางปรับปรุงให้งานนั้นๆ เจริญก้าวหน้า โดยมีปัจจัยที่ใช้เป็นแรงผลักดัน ได้แก่ การทำให้ตื่นตัว (Arousal) การคาดหวัง (Expectancy) การใช้เครื่องล่อ (Incentives) และการลงโทษ (Punishment) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะเป็นสภาวะที่ก่อให้เกิดแรงกระตุ้นที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาตามความคาดหวังขององค์การ

วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน เป็นวิทยาลัยที่เปิดสอนตามหลักสูตรของกรมอาชีวศึกษา(พ.ศ. 2546) กระทรวงศึกษาธิการ ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา มีจุดมุ่งหมายที่จะผลิตบุคลากรให้มีความรู้และทักษะพื้นฐานในการดำรงชีวิต สามารถศึกษาค้นคว้า

เพิ่มเติมหรือศึกษาต่อในระดับสูงขึ้น มีทักษะและสมรรถนะในงานอาชีพตามมาตรฐานวิชาชีพ ความมั่นใจและภาคภูมิใจในงานอาชีพ รักงาน มีความใฝ่รู้ ใฝ่เรียน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถในการจัดการ การตัดสินใจ และการแก้ปัญหา รู้จักแสวงหาแนวทางใหม่ๆ มาพัฒนาตนเอง พร้อมทั้งประยุกต์ใช้ความรู้ในการสร้างงานให้สอดคล้องกับวิชาชีพและการพัฒนางานอาชีพอย่างต่อเนื่องและเป็นผู้มีพฤติกรรมทางสังคมที่ดีงามทั้งในการทำงาน การอยู่ร่วมกัน มีความรับผิดชอบต่อครอบครัว องค์กร ชุมชน และประเทศชาติ อุทิศตนเพื่อสังคม เข้าใจและเห็นคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมไทย ภูมิปัญญาท้องถิ่น ตระหนักในปัญหาและความสำคัญของสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการเปลี่ยนแปลงอันมีผลทำให้เกิดความสำเร็จของการจัดการเรียนการสอนด้านอาชีวศึกษา เป็นการผลิตและพัฒนากำลังคนระดับกึ่งฝีมือ (Semi-skill) ระดับช่างฝีมือ (Skill) ระดับช่างเทคนิค (Technician) และระดับเทคโนโลยี (Technologist) ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานและการประกอบอาชีพที่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การอาชีวศึกษาจึงเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศ เป็นเครื่องมือในการนำพาประเทศเข้าสู่การแข่งขันในโลกยุค “คลื่นแห่งการเรียนรู้” หรือ “ยุคแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศและการติดต่อสื่อสาร” (ประกอบ ศรีตระกูล, 2550 : 1)

ครูวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน จึงมีบทบาทสำคัญซึ่งเป็นแม่แบบของการพัฒนากำลังคน ควร มีคุณลักษณะที่สามารถพัฒนากำลังคนเข้าสู่ตลาดแรงงานภาคธุรกิจอุตสาหกรรม พร้อมพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศสู่การแข่งขันในตลาดโลกได้ด้วยคุณภาพฝีมือและความรู้ความสามารถของผู้จบการศึกษา ที่เป็นผลผลิตของระบบโรงเรียนที่สอนในสายอาชีพที่ขึ้นอยู่กับครูซึ่งเป็นตัวจักรสำคัญ ครูต้องพัฒนาตนเอง ติดตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในศาสตร์ที่ตนเองได้รับนิชอบและนำมา สอนศิษย์อย่างสม่ำเสมอ (ประกอบ ศรีตระกูล, 2550 : 1) เพราะวิทยาลัยหรือสถานศึกษาเป็นหน่วย ที่สำคัญที่สุดในการจัดการศึกษา

วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ตั้งอยู่เลขที่ 80/90 หมู่ 3 ตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เป็นสถานศึกษาที่อยู่ในดูแลของเขตพื้นที่การศึกษาเขต 1 ชลบุรี เป็นสถานศึกษาระดับอาชีวศึกษา เอกชนที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียน คิดเป็น คิดต่างอย่างสร้างสรรค์ มีจำนวนครู และเจ้าหน้าที่ ทั้งหมดรวม 135 คน ซึ่งที่ผ่านมาครู และเจ้าหน้าที่บางคนยังไม่สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการเรียนการสอนและการปฏิบัติได้อย่างเต็มรูปแบบ เนื่องจากขาดแรงจูงใจ ปัจจัยเกื้อหนุน การเสริมแรงทางบวก หรือแม้แต่

เงื่อนไขในการมีใบประกอบวิชาชีพ ด้วยเหตุผลเหล่านี้จึงทำให้ครูและเจ้าหน้าที่บางคนรู้สึกท้อถอยหมดกำลังใจในการทำงาน ผลงานที่ออกมาจึงขาดประสิทธิภาพและบางคนตัดสินใจลาออกทั้งๆ ที่ยังทำงานได้ไม่นานทำให้ครูมีแรงจูงใจในการทำงานต่ำ มีความต้องการเปลี่ยนงานบ่อยขาดความรักและผูกพันในงานวิชาชีพครู ดังนั้น ครูจึงจำเป็นต้องมีทักษะ ในกระบวนการพัฒนาเพื่อให้เกิดความรักต่อองค์กร เมื่อครูเกิดความรักที่จะทำงานในองค์กรแล้ว ครูก็จะมีแรงจูงใจที่ดีในการปฏิบัติงานด้วยวิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ได้เล็งเห็นความสำคัญ ในการพัฒนาศักยภาพ สมรรถนะของครูและบุคลากรทางการศึกษาในการปฏิบัติงาน โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรบุคคลให้เหมาะสมกับคุณสมบัติแต่ละบุคคลโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ครูและบุคลากรทางการศึกษาที่มีคุณภาพ ในด้านทักษะทัศนคติ มีความกระตือรือร้นใฝ่หาความรู้ รู้จัก การพัฒนาตนเองตลอดเวลา เพื่อเป็นส่วนในการปฏิบัติงานให้วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ก้าวไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ร่วมกันและเพื่อให้การดำเนินการในเรื่องการประเมินผลปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา เป็นไปด้วยความเรียบร้อยวิทยาลัยจึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการประเมินผลปฏิบัติงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเป็นการประเมินจากสมรรถนะหลัก 5 ด้าน ตามกรอบการประเมินของสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.)

จากการศึกษากรอบการประเมินผลการปฏิบัติงานดังกล่าว ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาสมรรถนะหลักของครูและบุคลากรทางการศึกษา เนื่องจากสมรรถนะถูกกำหนดขึ้นมาจากบทบาทหน้าที่อันสำคัญของครูและบุคลากรทางการศึกษาแต่ละตำแหน่งงาน และสมรรถนะหลัก ถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อช่วยให้ครูและบุคลากรทางการศึกษา มีความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ต่อภารกิจหลักขององค์กร เพื่อให้องค์กรมีผลการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศ บรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์และเป้าหมายหลักขององค์กรโดยวัดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ตามกรอบการประเมินสมรรถนะครูสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) 5 สมรรถนะหลัก (Core Competency) อันประกอบไปด้วย 1.การมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) 2.บริการที่ดี (Service Mind) 3.การสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ (Expertise) 4.การยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม (Integrity)

5.การทำงานเป็นทีม (Teamwork) ซึ่งใช้ในการประเมินการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี หากผลการประเมินต่ำก็จะส่งผลต่อการพิจารณาเลื่อนขั้นเงินเดือนและประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กรไม่เป็นไปในทิศทางที่มุ่งหวัง ดังนั้น ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นครู

ปฏิบัติการสอนอยู่ในวิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ซึ่งเป็นวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ในจังหวัดชลบุรี จึงมีความสนใจที่จะศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะหลัก (Core Competency) จำนวน 5 ด้าน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดทิศทางขององค์กร เพราะถ้าองค์กรมีครูและบุคลากรทางการศึกษาที่มีสมรรถนะหลักตามเกณฑ์ที่กำหนดก็จะนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมาย แต่ถ้าครูและบุคลากรทางการศึกษาไม่มีสมรรถนะหลักตามเกณฑ์ก็จะทำให้องค์กรมีศักยภาพที่ต่ำลง ก็จะเป็นตัวชี้วัดว่าองค์กรจะไปไหนในทิศทางใดเพื่อที่จะนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลในการส่งเสริม ปรับปรุง แก้ไข และพัฒนากระบวนการจัดการศึกษาเพื่อให้ครูและบุคลากรทางการศึกษาเกิดความรู้สึที่ดี และทุ่มเทความสามารถในการปฏิบัติงานให้มากที่สุด อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานการศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี

ขอบเขตการศึกษา

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกับสมรรถนะในการปฏิบัติงานจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยองค์การ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะในการปฏิบัติงาน และแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี โดยวัดสมรรถนะหลัก (Core Competency) จำนวน 5 ด้าน ตามกรอบการประเมินของสำนักงานข้าราชการพลเรือน 5 สมรรถนะหลัก (Core Competency) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน
2. **ขอบเขตด้านประชากร** ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ครูและบุคลากรทางการศึกษาที่ปฏิบัติงานอยู่ในวิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ประกอบด้วย คณะกรรมการบริหารฯ จำนวน 24 คน ครูและบุคลากรทางการศึกษาจำนวน 101 คน รวมทั้งสิ้น 125 คน
3. **ขอบเขตด้านพื้นที่** วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี
4. **ขอบเขตด้านระยะเวลา** ใช้ระยะเวลาศึกษาในระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 - เมษายน พ.ศ. 2561

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

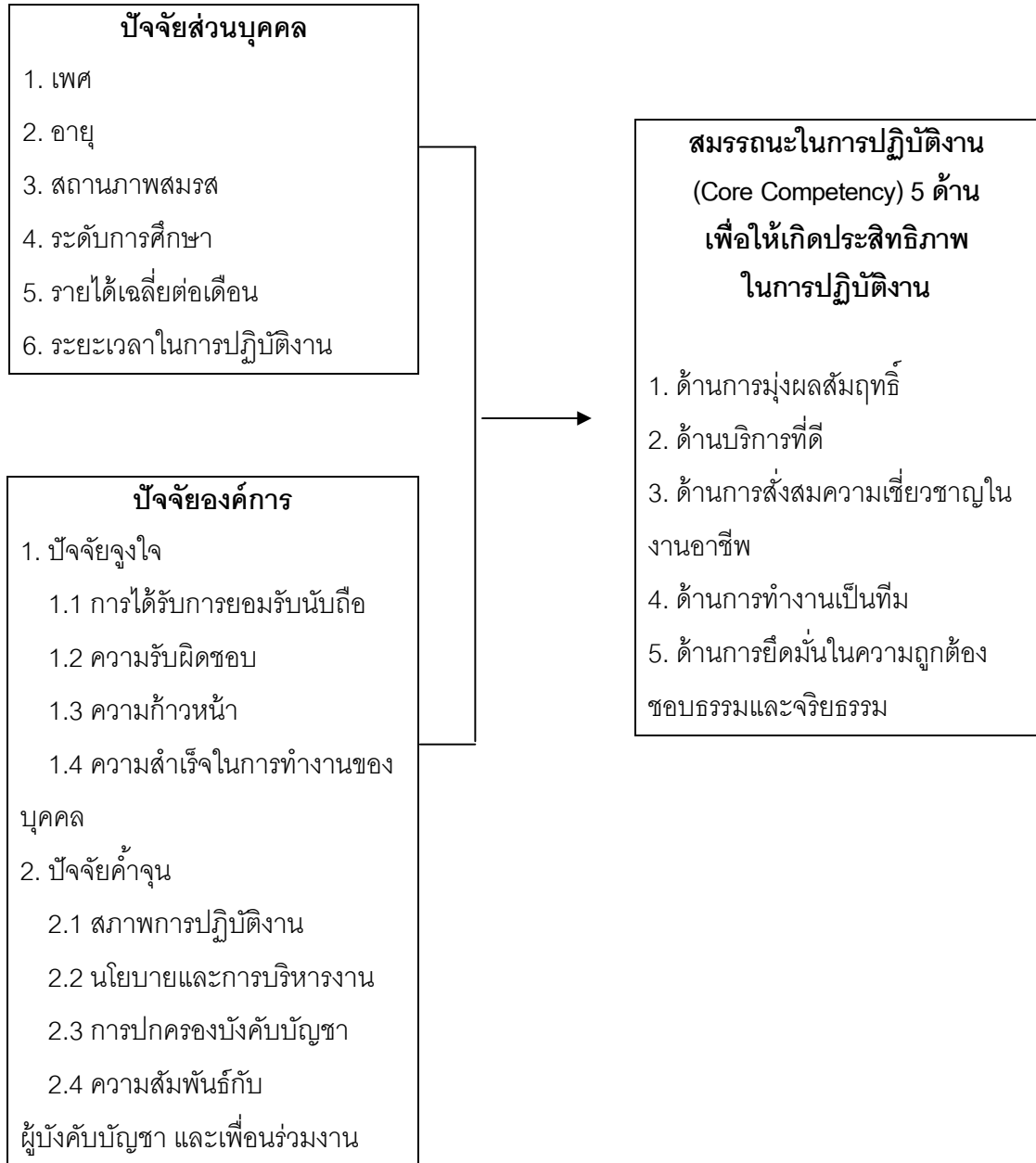
1. ผลจากการศึกษา นำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับความต้องการของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี
2. นำผลการศึกษาในครั้งนี้ เป็นข้อมูลในการวางนโยบายและวางแผนปรับปรุงการบริหารจัดการของวิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี

กรอบแนวคิดในการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี จำแนกตามตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยองค์การ โดยใช้ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg et al. (1959) และแรงจูงใจในการปฏิบัติงานวัดจากสมรรถนะหลัก (Core Competency) 5 ด้านตามกรอบการประเมินสมรรถนะหลัก สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน พ.ศ. 2551 เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน จึงทำให้ได้กรอบแนวคิดในการศึกษา ตามแผนภาพที่ 1.1

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



แผนภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

สมมติฐานการศึกษา

สมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะในการปฏิบัติงาน แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยจิตใจ ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับสมรรถนะในการปฏิบัติงาน แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 3 ปัจจัยค้ำจุน ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับสมรรถนะในการปฏิบัติงาน แตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี จำนวนทั้งหมด 104 คน พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุไม่เกิน 35 ปี มีสถานภาพสมรสแล้วโดยผู้ที่มีอายุน้อยที่สุด คือ 22 ปี อายุมากที่สุด คือ 50 ปี และการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท และระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ไม่เกิน 5 ปี โดยผู้ที่มีอายุงานน้อยที่สุด คือ 1 ปี อายุงานมากที่สุด คือ 18 ปี

ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี โดยวัดปัจจัยองค์การ 2 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ 1) ปัจจัยจิตใจ คือ ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล ความก้าวหน้าการได้รับการยอมรับนับถือ และความรับผิดชอบ 2) ปัจจัยค้ำจุน คือ สภาพการปฏิบัติงานนโยบายและการบริหารงานความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานและการปกครองบังคับบัญชาซึ่งสรุปรายละเอียดแต่ละด้านได้ ดังนี้

1. ปัจจัยจิตใจ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ด้านการได้รับการยอมรับนับถือภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแนวโน้มเป็นรายประเด็น พบว่าครูและบุคลากรทางการศึกษา มีสมรรถนะในการปฏิบัติงานในประเด็นได้ร่วมกันวางแผนการปฏิบัติงานกับบุคลากรในวิทยาลัยฯ ทุกฝ่ายและผู้บังคับบัญชายอมรับความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะที่เสนอในที่ประชุมอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ($\bar{X} = 3.56, 3.50$) ส่วนในประเด็นท่านให้คำปรึกษาแนะนำในการปฏิบัติงานแก่เพื่อนร่วมงานอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.44$)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ด้านความรับผิดชอบภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาแนวโน้มเป็นรายประเด็น พบว่า ครูและบุคลากรทางการศึกษา มีสมรรถนะในการปฏิบัติงานในประเด็นได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานที่สำคัญของวิทยาลัยฯ เช่น จัดทำหลักสูตรที่เหมาะสมใช้ในสถานศึกษาและท่านรับผิดชอบงานอื่นนอกจากงานสอนที่ตรงกับความสนใจและความสามารถอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ ($\bar{X} = 3.55, 3.50$) แต่ในประเด็นท่านมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของท่านโดยใช้กระบวนการ เช่น PDCA หรือใช้กระบวนการอื่นๆ และท่านเคยได้รับแต่งตั้งเป็นวิทยากรของวิทยาลัยฯ หรือกลุ่มอาชีพศึกษาภาคีรัฐและเอกชนอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้ ($\bar{X} = 3.49, 3.44$)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ด้านความก้าวหน้า ภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาแนวโน้มเป็นรายประเด็น พบว่า ครูและบุคลากรทางการศึกษา มีสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ในประเด็นหน่วยงานของท่านสนับสนุนการพัฒนาทักษะการทำงานอยู่เสมอท่านได้รับความก้าวหน้าในหน้าที่การงานจากความสามารถของตนเอง และท่านได้รับการสนับสนุนด้านพัฒนาความรู้ความสามารถในอาชีพ จากวิทยาลัยฯ เช่น อบรม สัมมนา หรือศึกษาดูงาน อยู่ในระดับมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ ($\bar{X} = 3.63, 3.52$ และ 3.51) ส่วนในประเด็นท่านได้รับการพิจารณาขึ้นเงินเดือนตามระเบียบของวิทยาลัยฯ ด้วยความเป็นธรรมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ด้านความสำเร็จในการทำงานของบุคคลภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแนวโน้มเป็นรายประเด็น พบว่า ครูและบุคลากรทางการศึกษา มีสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ท่านปฏิบัติงานตามที่วิทยาลัยฯ กำหนดสำเร็จตรงตามเวลา เช่น การส่งเอกสารเกี่ยวกับการเรียนการสอนของครูงานที่ท่านปฏิบัติสามารถสร้างชื่อเสียง เกียรติยศและค่าตอบแทนให้กับท่านได้และท่านปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายจากผู้บริหารได้เสร็จทันเวลา เช่น การจัดกิจกรรมต่างๆ ในวิทยาลัยฯ เรียงตามลำดับได้ดังนี้ ($\bar{X} = 3.64, 3.56$ และ 3.50)

2. ปัจจัยค้ำจุน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ด้านสภาพการปฏิบัติงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแนวโน้มเป็นรายประเด็น พบว่า ครูและบุคลากรทางการศึกษา มีสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ในทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ หน่วยงานของท่านจัดห้องทำงานสถานที่ปฏิบัติงานไว้เหมาะสมและสะดวกสบาย หน่วยงานของท่านมีบริเวณกว้างขวาง สะอาด สะดวกสบาย เหมาะแก่การปฏิบัติงาน สถานที่ทำงานของท่านมีระบบการคมนาคมที่สะดวก สามารถเดินทางมาปฏิบัติงานทันเวลา และเครื่องมือและอุปกรณ์ในสำนักงานมีจำนวนเพียงพอที่จะนำมาใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ เรียงตามลำดับได้ดังนี้ ($\bar{X} = 3.70, 3.60, 3.57$ และ 3.54)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ด้านนโยบายและการบริหารงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแนวโน้มเป็นรายประเด็น พบว่า ครูและบุคลากรทางการศึกษา มีสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ในทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ หน่วยงานของท่านมีนโยบายการบริหารจัดการงานด้านความปลอดภัยให้กับครู และบุคลากรทางการศึกษา หน่วยงานของท่านมีกระบวนการ ขั้นตอน การสื่อสาร กับครูและบุคลากรทางการศึกษา ที่เน้นความชัดเจน เข้าใจง่าย และได้รับการยอมรับจากครู และบุคลากรทางการศึกษา ท่านสามารถขอคำปรึกษาหรือความคิดเห็นจากผู้บังคับบัญชาได้เสมอและหน่วยงานของท่านมีนโยบายให้ครูและบุคลากรทางการศึกษาได้มีโอกาสกล้าแสดงออก กล้าคิด และกล้านำเสนอเกี่ยวกับงาน เรียงตามลำดับได้ดังนี้ ($\bar{X} = 3.58, 3.57, 3.55$ และ 3.50)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ด้านการปกครองบังคับบัญชา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแนวโน้มเป็นรายประเด็น พบว่า ครูและบุคลากรทางการศึกษา มีสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ในประเด็นหน่วยงานของท่านปฏิบัติต่อครูและบุคลากรทางการศึกษาเสมือนคนในครอบครัวเดียวกัน ร่วมทุกข์ ร่วมสุขด้วยกันและช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และหน่วยงานของท่านมีการปกครองบังคับบัญชาภายในอย่างยุติธรรมเสมอภาคกันทุกหน่วยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับได้ดังนี้ ($\bar{X} = 3.57$ และ 3.55) แต่ในประเด็นหน่วยงานของท่านให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลต่อกันอย่างเสมอภาค และหน่วยงานของท่านมีการปกครองให้อยู่ร่วมกันแบบพี่น้อง อยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับได้ดังนี้ ($\bar{X} = 3.46$ และ 3.42)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรีด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อ

พิจารณาแนวโน้มเป็นรายประเด็น พบว่า บุคลากรทางการศึกษา มีสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ในทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานของท่านให้คำแนะนำ ให้ความช่วยเหลือในการปฏิบัติงานในเรื่องส่วนตัวผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานมัก

ถามสารทุกข์สุกดิบของท่านเสมอเพื่อร่วมงานของท่านจะแสดงความยินดีเมื่อท่านปฏิบัติงานได้สำเร็จและผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานของท่านให้คำแนะนำและชี้แนะแนวทางในการทำงานให้กับท่าน เรียงลำดับได้ดังนี้ ($\bar{X} = 3.80, 3.56, 3.53$ และ 3.50)

5.1.2 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี โดยวัดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานตามกรอบการประเมินสมรรถนะครู สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) 5 สมรรถนะหลัก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) สามารถเรียงลำดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานจากมากไปหาน้อย คือด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรม และจริยธรรมด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ ด้านบริการที่ดี ด้านการทำงานเป็นทีม และด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ซึ่งสรุปรายละเอียดแต่ละด้านได้ดังนี้

ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ สรุปได้ว่า ครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) เมื่อพิจารณาแนวโน้มเป็นรายประเด็น พบว่าครูและบุคลากรทางการศึกษา มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ในประเด็นท่านพัฒนาการปฏิบัติงานเพื่อตอบสนองความต้องการของนักศึกษา ผู้ปกครอง และชุมชน ท่านกำหนดเป้าหมายในการทำงานเพื่อให้ได้ผลงานดีตลอดจนติดตามและประเมินผลงานของตนเอง ท่านมีความละเอียดรอบคอบ ตรวจสอบความถูกต้องเพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพ และ ท่านพัฒนาขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ ($\bar{X} = 3.70, 3.61, 3.59, 3.58$ และ 3.57) ส่วนในประเด็นท่านสามารถวิเคราะห์ภารกิจงานเพื่อวางแผนการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.45$)

ด้านบริการที่ดีสรุปได้ว่า ครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรีมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านบริการที่ดีภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) เมื่อพิจารณาแนวโน้มเป็นรายประเด็น พบว่า ครูและบุคลากรทางการศึกษามีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ในประเด็นท่านประสานงานภายในหน่วยงานเพื่อให้ผู้รับบริการได้รับบริการที่ดีและรวดเร็ว ท่านสามารถแก้ปัญหาให้กับผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว และด้วยความเต็มใจ ท่านให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ชัดเจน แก่ผู้รับบริการท่านศึกษาผลของการให้บริการเพื่อนำมาพัฒนาการให้บริการที่เป็นเลิศ และท่านปรับปรุง

ขั้นตอนการให้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดประโยชน์สูงสุดอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ ($\bar{X} = 3.70, 3.68, 3.63, 3.60$ และ 3.57) ส่วนในประเด็นท่านให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดี สุภาพ และใส่ใจผู้รับบริการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.42$)

ด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพสรุปได้ว่า ครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาแนวโน้มเป็นรายประเด็น พบว่าครูและบุคลากรทางการศึกษามีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในทุกประเด็น อยู่ในระดับมาก ได้แก่ท่านยอมรับการนำนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการปฏิบัติงาน ท่านเลือกวิธีเพื่อพัฒนาตนเองให้เหมาะสมกับจุดเด่น จุดด้อย ของตนเอง ท่านนำความรู้เชิงบูรณาการไปใช้ในการสร้างวิสัยทัศน์ในการปฏิบัติงาน ท่านนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ท่านแนะนำและหรือแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆ กับเพื่อนร่วมงานอยู่เสมอ และท่านหมั่นศึกษาหาความรู้เพื่อพัฒนางานอย่างสม่ำเสมอเรียงลำดับได้ดังนี้ ($\bar{X} = 3.73, 3.70, 3.63, 3.58, 3.56$ และ 3.53)

ด้านการทำงานเป็นทีมสรุปได้ว่า ครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านการทำงานเป็นทีมภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาแนวโน้มเป็นรายประเด็น พบว่าครูและบุคลากรทางการศึกษามีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในประเด็นท่านให้ความร่วมมือกับเพื่อนร่วมงานเพื่อสร้างสัมพันธ์และเข้ากั้บกลุ่มได้ดี ท่านยกย่องและให้กำลังใจเพื่อนร่วมงานอย่างจริงใจ ท่านรับฟังความคิดเห็นและเต็มใจเรียนรู้จากผู้อื่น ท่านรักษามิตรภาพอันดีกับเพื่อนร่วมทีมเพื่อช่วยให้งานประสบผลสำเร็จ และท่านช่วยเหลือเกื้อกูลเพื่อนร่วมงานแม้ไม่มีกรร้องขออยู่ในระดับมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ ($\bar{X} = 3.71, 3.71, 3.61, 3.54$ และ 3.52) ส่วนในประเด็นท่านมีความรับผิดชอบและช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานให้บรรลุเป้าหมายความสำเร็จร่วมกันอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47$)

ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจรรยาบรรณสรุปได้ว่า ครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจรรยาบรรณภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแนวโน้มเป็นรายประเด็น พบว่าครูและบุคลากรทางการศึกษามีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ท่านให้ความร่วมมือกับเพื่อนร่วมงานเพื่อสร้างสัมพันธ์และเข้ากั้บกลุ่มได้ดี ท่านซื่อสัตย์ต่อตนเองหน่วยงาน และผู้อื่น ท่านปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี รักศักดิ์ศรี ท่านเสียสละความสุขส่วนตน

โดยมุ่งภารกิจหน้าที่ให้สัมฤทธิ์ผลเป็นสำคัญ ท่านยึดมั่นในจรรยาบรรณมุ่งให้ภารกิจในหน้าที่ สัมฤทธิ์ผล และท่านปฏิบัติหน้าที่ด้วยความโปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริต ถูกต้องตามกฎหมาย มีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพเรียงลำดับได้ดังนี้ ($\bar{X} = 3.94, 3.70, 3.69, 3.63, 3.60$ และ 3.58)

3. สรุปผลสมมติฐานในการวิจัย

1. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี พบว่า ครูและบุคลากรทางการศึกษาในประเด็นของ ระดับการศึกษารายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์หรือไม่มีความ แตกต่างกับสมรรถนะในการปฏิบัติงานส่วนในประเด็นของ เพศ อายุ และสถานภาพการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะในการปฏิบัติงาน

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์การกับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรีพบว่าครูและบุคลากรทางการศึกษาในประเด็นของ ปัจจัยองค์การทั้งสองด้าน ได้แก่ ปัจจัยจูงใจ และปัจจัยค่าจูง มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะในการ ปฏิบัติงาน

อภิปรายผล

ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยองค์การที่ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี สามารถนำผลมาอภิปรายในประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัย เทคโนโลยีชลบุรี ในด้าน เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ สุติ ยะ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ การค้นคว้า แบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจในการ ทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจาก พนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 16 สาขา จำนวน 190 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุ 41 - 45 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอายุ การทำงานในธนาคารกรุงไทย 11 - 15 ปี ตำแหน่งงานในธนาคารกรุงไทย คือ พนักงานบริการลูกค้า

และหน้าที่ปฏิบัติงานในปัจจุบัน คือ การให้บริการด้านเคาน์เตอร์ ส่วนใหญ่อัตราเงินเดือน 30,001 - 40,000 บาท และส่วนใหญ่เห็นด้วยต่อการที่ธนาคารได้นำระบบงานการรับประกันคุณภาพการให้บริการที่นำมาใช้ในธนาคาร คือ ความไม่พร้อมของระบบงานคอมพิวเตอร์ และส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการเปลี่ยนแปลงระบบการทำงานจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธนาคารในทางที่ดีขึ้น ผลการศึกษาปัจจัยจูงใจที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ด้านความสำเร็จของงาน รองลงมาคือด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านความรับผิดชอบ และด้านโอกาสในการเจริญเติบโตในหน้าที่การงาน ผลการศึกษาปัจจัยจูงใจในการทำงานที่รักษาสุขภาพจิต พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ด้านความมั่นคงในงาน รองลงมาคือ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านสภาพการทำงาน ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัว ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา และด้านนโยบายและการบริหารของหน่วยงาน

2. ปัจจัยองค์การ

2.1 ปัจจัยจูงใจ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คันนสร แสงศรีจันทร์ (2550) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย” พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลบ้านดู่ คือ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ด้านความรับผิดชอบด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ และด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ส่วนปัจจัยการบำรุงรักษา พบว่า ด้านความสัมพันธ์ในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัว ด้านการปกครองบังคับบัญชา ด้านความมั่นคงด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านสภาพการทำงาน และด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด บุคลากรเทศบาลตำบลบ้านดู่ เห็นว่าด้านการบริหารงานการพัฒนาบุคลากร รวมทั้งค่าตอบแทนและสวัสดิการ ถือว่ายังเป็นปัญหาของบุคลากรในการปฏิบัติงาน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ด้านความรับผิดชอบ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พร

ทิพย์ สุติยะ (2550) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ การค้นคว้า แบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 16 สาขา จำนวน 190 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุ 41-45 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอายุการทำงานในธนาคารกรุงไทย 11-15 ปี ตำแหน่งงานในธนาคารกรุงไทย คือ พนักงานบริการลูกค้า และหน้าที่ปฏิบัติงานในปัจจุบัน คือ การให้บริการด้านเคาน์เตอร์ ส่วนใหญ่อัตราเงินเดือน 30,001 - 40,000 บาท และส่วนใหญ่ เห็นด้วยต่อการที่ธนาคารได้นำระบบงานการรับประกันคุณภาพการให้บริการที่นำมาใช้ในธนาคาร คือ ความไม่พร้อมของระบบงานคอมพิวเตอร์ และส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการเปลี่ยนแปลงระบบการทำงานจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธนาคารในทางที่ดีขึ้น ผลการศึกษาปัจจัยจูงใจที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ด้านความสำเร็จของงาน รองลงมาคือด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านความรับผิดชอบ และด้านโอกาสในการเจริญเติบโตในหน้าที่การงาน ผลการศึกษาปัจจัยจูงใจในการทำงานที่รักษาสุขภาพลักษณะจิต พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ด้านความมั่นคงในงานรองลงมาคือด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านสภาพการทำงาน ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัว ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา และด้านนโยบายและการบริหารของหน่วยงาน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ด้านความก้าวหน้าภาพรวมอยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรินทร์ แก้วคล้าย (2549) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัย พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีแรงจูงใจด้านนโยบายการบริหารงานอยู่ในระดับมากและมีแรงจูงใจในระดับปานกลาง คือ 1) ความมั่นคงและความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน 2) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และ 3) ผลตอบแทนและสวัสดิการผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า

พนักงานที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน พนักงานที่มี รายได้ต่อเดือนต่างกันมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัย เทคโนโลยีชลบุรี ด้านความสำเร็จในการทำงานของบุคคล ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ลือชา ภัคคีศรี (2551) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสำนักงาน เทศบาลตำบลแวง อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด การศึกษามีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาและ เปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานตามองค์ประกอบด้านปัจจัยจูงใจของเฮิร์ซเบิร์ก 5 ด้าน คือ ด้านความสำเร็จของงาน ด้านการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงาน ด้านความรับผิดชอบ และด้าน ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ ตามความคิดเห็นของบุคลากรในสำนักงานเทศบาลตำบลแวง อำเภอ โพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษา พบว่า 1) บุคลากรในสำนักงานเทศบาลตำบลแวง โดยรวมและ จำแนกตามประเภทบุคลากร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยรวมและเป็นรายด้านทั้ง 5 ด้าน อยู่ใน ระดับมาก

2.2 ปัจจัยคำจุน

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัย เทคโนโลยีชลบุรี ด้านนโยบายและการบริหารงานภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ นิพนธ์ พรหมจारी (2550) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น ในเขตอำเภอไชยพิสัย จังหวัดหนองคาย พบว่าบุคลากรผู้ปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอไชยพิสัย จังหวัดหนองคาย โดยรวม มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับ ปานกลาง และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่ามีแรงจูงใจ ในการปฏิบัติงานสูง 1 ด้าน คือ ด้านการ ปกครองบังคับบัญชา และมีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง 9 ด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหา น้อยคือ ด้านความสำเร็จของงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านนโยบายและการบริหาร ด้าน การยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้าน ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ และสุดท้าย ด้านเงินเดือนผลประโยชน์เกื้อกูล ส่วนบุคลากรที่มีความ แตกต่างกันด้านการศึกษา ตำแหน่ง ประสบการณ์ในการทำงานและรายได้ โดยรวม มีแรงจูงใจในการ ปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับปัญหาที่สำคัญที่สุดในการปฏิบัติงาน ได้แก่ นักการเมืองก้าวก่ายการ ปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ อุปรกรณ์ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ไม่เพียงพอในการปฏิบัติงาน ไม่มีการ ประสานงาน ไม่ทำงานเป็นทีมและมีการแบ่งพรรคแบ่งพวก ค่าตอบแทนในการปฏิบัติงานน้อยเกินไป

สถานที่ปฏิบัติงานไม่สะดวกสบายเท่าที่ควร การปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ในแผนการบริหารงานบุคคลระหว่างผู้บังคับบัญชากับพนักงาน และลูกจ้างขาดการฝึกอบรมให้ความรู้ใหม่ๆ นโยบายการบริหารงานขาดความชัดเจน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ด้านสภาพการปฏิบัติงานภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกตุกัณหา (2549) ศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานธนาคารระดับปฏิบัติการของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานธนาคารระดับปฏิบัติการ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยค่าจ้าง และปัจจัยจูงใจ ตามทฤษฎีของเฮิร์ชเชอริก ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวม เกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานธนาคารระดับปฏิบัติการอยู่ในระดับปานกลาง โดยแบ่งออกเป็นปัจจัยดังต่อไปนี้ ปัจจัยค่าจ้าง ในด้านนโยบายและการบริหาร พนักงานมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ด้านการปกครองบังคับบัญชา มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน มีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านสภาพการทำงาน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และด้านรายได้และสวัสดิการ มีความพึงพอใจในระดับมาก ปัจจัยจูงใจในด้านการได้รับความสำเร็จ พนักงานมีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านลักษณะของงาน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านการยอมรับนับถือ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านความรับผิดชอบ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และด้านความก้าวหน้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ด้านการปกครองบังคับบัญชา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถพล สีหนาจ (2550) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธร พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยรวมอยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การปกครองบังคับบัญชา ความสำเร็จของงาน และความรับผิดชอบ แรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ เงินเดือนและผลประโยชน์เกื้อกูล แรงจูงใจอยู่ในระดับสูง คือ สภาพแวดล้อมในการทำงาน และความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ด้านความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ คือ การศึกษา ตำแหน่ง ประสบการณ์ในการทำงานและรายได้ต่อเนื่อง มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมี

ความสัมพันธ์แบบไม่คงที่ ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ พนักงานยังขาดความรู้ความสามารถในการทำงาน การบริหารจัดการยังขาดคุณธรรมและจริยธรรมและขาดความรักสามัคคีในการทำงาน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริรัตน์ ทวีการไถ (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อความทุ่มเทในการทำงานบริษัท วาไทยอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษา พบว่าการได้รับคำชมเชย ความเชื่อถือความไว้วางใจจากผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน ทำให้มีกำลังใจที่จะทำงานมากขึ้น การได้รับการยอมรับความคิดเห็นจากผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานทำให้มีความกล้าคิดกล้าทำมากขึ้น การบริหารงานของผู้บังคับบัญชาแบบมีส่วนร่วมความเหมาะสมของสวัสดิการ การรับรู้ การประชาสัมพันธ์ทั้งหมด มีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย ในทิศทางเดียวกันกับความทุ่มเทในการทำงาน ส่วนความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เมื่อเทียบกับพนักงานคนอื่น สภาพแวดล้อมในที่ทำงาน เป็นอุปสรรคในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย ในทิศทางตรงกันข้ามกับความทุ่มเทในการทำงาน

5.2.3 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแนวโน้มเป็นรายประเด็น พบว่าครูและบุคลากรทางการศึกษา มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากแต่ในประเด็นท่านสามารถวิเคราะห์ภารกิจงานเพื่อวางแผนการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบอยู่ในระดับปานกลางซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุดารัตน์ ลิ้มปะพันธ์ และคณะ (2547) ที่เสนอว่าคุณภาพของสมรรถนะหมายถึง ระดับความสามารถในการใช้ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และบุคลิกภาพของบุคคล รวมกันเป็นลักษณะเฉพาะของบุคคลโดยแสดงผ่านพฤติกรรม ในการทำงานซึ่งเป็นตัวผลักดันผลสัมฤทธิ์ของงานตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ด้านบริการที่ดี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแนวโน้มเป็นรายประเด็น พบว่า ครูและบุคลากรทางการศึกษา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก แต่ในประเด็น ท่านให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดี สุภาพ และใส่ใจผู้รับบริการ อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บริษัทเฮย์ กรุ๊ป (Hay Group อ้างถึงใน คณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2548 : 5) ที่เสนอว่า คุณลักษณะ เชิงพฤติกรรมที่ทำให้

บุคลากรในองค์การปฏิบัติงานได้ผลงานที่โดดเด่นกว่าคนอื่น ๆ โดยบุคลากรเหล่านี้แสดงคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมดังกล่าวมากกว่าเพื่อนร่วมงานคนอื่น ๆ ในสถานการณ์ที่หลากหลายกว่าและได้ผลงานดีกว่า ผู้อื่นต้องเกิดจากการบริการที่ดี โดยที่มาของคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมนั้นมาจากแรงผลักดันเบื้องต้น อุปนิสัยภาพลักษณ์ภายใน และบทบาทที่แสดงออกต่อสังคม ที่แต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ทำให้แสดงพฤติกรรมในการทำงานที่ต่างกัน อย่างไรก็ตามสมรรถนะการบริการที่ดียังต้องอาศัยองค์ประกอบความรู้ในงานหรือทักษะที่เกี่ยวข้อง ไม่เช่นนั้นแล้วบุคคลก็ไม่อาจจะแสดงสมรรถนะของการบริการที่ดีด้วยการให้บริการที่ผู้รับบริการต้องการได้

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรีด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาแนวโน้มเป็นรายประเด็น พบว่า ครูและบุคลากรทางการศึกษา มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของธำรงค์ศักดิ์ คงคาสวัสดิ์ (2548) และจิระประภา อัครบวร (2548) ที่เสนอว่า ความสำคัญสมรรถนะในงาน หมายถึง สมรรถนะอื่นที่ไม่ใช่สมรรถนะหลักซึ่งเป็นคุณสมบัติหรือคุณลักษณะที่กำหนดขึ้นสำหรับผู้ปฏิบัติงานและเป็นคุณสมบัติ หรือคุณลักษณะที่องค์การต้องการสำหรับแต่ละตำแหน่งงานที่แตกต่างกันไปเพื่อให้ปฏิบัติงานในตำแหน่งงานนั้นๆ ได้ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ และงานวิจัยของรุจี จารุตภาชน์ (2548) ทำการศึกษาการพัฒนา รูปแบบการประเมินผลสมรรถนะของบุคลากรเพื่อการพัฒนา : กรณีศึกษาวิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดขอนแก่น ที่เสนอว่าแผนที่ได้เส้นทางพัฒนาบุคคล โดยเสนอในภาพรวมของแต่ละกลุ่มงาน พบว่ากลุ่มหัวหน้างานในฝ่ายคือหัวข้อการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในอาชีพ กลุ่มอาจารย์ผู้ปฏิบัติงานในฝ่ายคือหัวข้อการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในอาชีพและกลุ่มผู้ปฏิบัติงานในฝ่ายคือหัวข้อบริการที่ดี

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรีด้านการทำงานเป็นทีมภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแนวโน้มเป็นรายประเด็น พบว่าครูและบุคลากรทางการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก แต่ในประเด็นท่านมีความรับผิดชอบและช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานให้บรรลุเป้าหมายความสำเร็จร่วมกันอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องความสำคัญของการทำงานเป็นทีมที่ศุภกฤต ดิษฐสุวรรณ(ม.ป.ป. : ระบบออนไลน์) ได้กล่าวไว้ว่างานบางชนิดไม่สามารถทำสำเร็จเพียงคนเดียวหน่วยงานมีงานเร่งด่วนที่ต้องการระดมกำลังคน เป็นงานที่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถจากหลายฝ่ายงานบางชนิดเป็นงานที่มีหลายหน่วยงานรับผิดชอบ เป็นงานที่ต้องการความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และหน่วยงานต้องการสร้างบรรยากาศของ

ความสามัคคีให้เกิดขึ้น ดังนั้นครูอิสลามศึกษาจึงต้องทำงานร่วมกับผู้อื่นและให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีมอยู่เสมอ

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรีด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแนวโน้มเป็นรายประเด็น พบว่า ครูและบุคลากรทางการศึกษา มีแรงจูงใจในทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อานนท์ ศักดิ์วีระชัย (2547) ที่เสนอว่าความสำคัญของสมรรถนะในการทำงาน คือ คุณลักษณะที่เกิดจากตัวบุคคล ซึ่งได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณสมบัติสำคัญที่ขาดไม่ได้ ได้แก่ ค่านิยม จริยธรรม บุคลิกภาพ คุณลักษณะทางกายภาพซึ่งจำเป็นและสอดคล้องกับความเหมาะสมกับองค์การ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องสามารถแยกได้ว่าผู้ที่จะประสบความสำเร็จในการทำงานได้ต้องมีคุณลักษณะเด่นๆ อะไร หรือลักษณะสำคัญๆ อะไรบ้าง

5.2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยองค์การกับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ในประเด็นของระดับการศึกษารายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลา ในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ส่วนในประเด็นของ เพศ อายุ และสถานภาพการสมรส ไม่มีความสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุสุมา จ้อยช้างเนียม (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสำนักงานใหญ่ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ผลการศึกษา พบว่า พนักงานสำนักงานใหญ่ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย มีแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับสูง และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านงานอื่นเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับมาก แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานมีความสัมพันธ์เมื่อเปรียบเทียบตามอายุ อายุงาน และรายได้ แต่เมื่อเปรียบเทียบตามเพศ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษา พบว่า มีความสัมพันธ์กับส่วนปัจจัยด้านงาน 5 ด้าน คือ ด้านลักษณะงาน ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน ด้านสัมพันธภาพในการทำงาน ด้านความพึงพอใจในรายได้และสวัสดิการ และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสำนักงานใหญ่ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาศรีต ศรีขาว (2551 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในด้านการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท มิสกัน (ไทยแลนด์) พนักงานที่มี เพศ ระดับการศึกษา ประเภทของพนักงาน รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์ใน

การทำงาน มีความต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ส่วนพนักงานที่มีอายุต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พนักงานมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวมเห็นด้วยในระดับมากในด้านความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน ด้านความถูกต้องในการปฏิบัติงาน ด้านความสามารถในการปฏิบัติงาน ด้านความสำเร็จตรงเวลาในการปฏิบัติงาน และด้านการบรรลุวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติงานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์การ ได้แก่ ปัจจัยแรงจูงใจ และปัจจัยค้ำจุนกับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรีพบว่าทั้งสองด้านมีความสัมพันธ์หรือไม่มีความแตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณฑล รอยตระกูล (2546) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของสรรพากรพื้นที่สาขา ผลการศึกษา พบว่า 1) ระดับการปฏิบัติงานของสรรพากรพื้นที่สาขาอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าระดับการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ งานบริหารงานทั่วไป งานรับชำระและคืนภาษี และงานสำรวจและเร่งรัดภาษีอากรต่าง 2) ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า สรรพากรพื้นที่สาขา มีแรงจูงใจ ในการปฏิบัติงานมากเกือบทุกด้าน ได้แก่ ความสำเร็จของงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะของงาน ความรับผิดชอบ นโยบายและการบริหาร การปกครองบังคับบัญชา ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สภาพการทำงาน และความมั่นคงในงาน ส่วนแรงจูงใจในด้านความก้าวหน้าและด้านเงินเดือนมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในระดับปานกลาง 3) แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน ในภาพรวม มี 5 ด้าน ได้แก่ ความมั่นคงในงาน ความสำเร็จของงานนโยบายและการบริหาร ความก้าวหน้า และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ รังสรรค์ อ่วมมี (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องคุณลักษณะงานที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท กม. 18 วิศวกรรม จำกัด ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นต่อคุณลักษณะงานของพนักงาน พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3) เปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะงานกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน พบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี : ศึกษากรณี วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ในส่วนของปัจจัยองค์การที่ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานซึ่งมีทั้งหมด 2 ด้าน คือ 1. ปัจจัยจูงใจ และ 2. ปัจจัยค้ำจุน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ปัจจัยจูงใจ

1.1 ในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษาควรมีการนำประเด็นปัญหาจากการปฏิบัติงานมาประชุมปรึกษาหารือกันระหว่างครูและบุคลากรทางการศึกษากับผู้บังคับบัญชาเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของงานร่วมกัน

1.2 ควรให้อำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่และส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษา มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย

1.3 ควรเปิดโอกาสได้สับเปลี่ยนตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบ เพื่อเปิดโอกาสให้ครูและบุคลากรทางการศึกษา เรียนรู้งานในวิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี เพิ่มมากขึ้น

1.4 การพิจารณาเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งในสายงาน ควรพิจารณาในสายงานนั้นๆ

2. ปัจจัยค้ำจุน

2.1 การปกครองให้อยู่ร่วมกันแบบพี่น้อง ผู้บริหารควรมีการส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษา ได้ร่วมกันพัฒนาความรู้ความสามารถปฏิบัติงาน โดยให้ร่วมกันปรึกษาหารือแบบเครือญาติที่อยู่ร่วมกันด้วยความจริงใจต่อกัน ไม่ขัดแย้งกันทั้งต่อหน้าและลับหลัง ไม่ชิงดีชิงเด่นกัน และให้ทุกคนตระหนักอยู่เสมอว่าสถานที่ทำงานคือบ้านที่ต้องใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน

2.2 การให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลต่อกันอย่างเสมอภาค ผู้บริหารควรใช้คุณธรรมและจริยธรรมในการบริหารงานให้ความเป็นธรรมต่อผู้ใต้บังคับบัญชาโดยเท่าเทียมกัน

2.3 มีการจัดกิจกรรมเสริมสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สร้างความเชื่อมั่นให้กับเพื่อนร่วมงาน การเอาใจใส่เพื่อนร่วมงาน และปรับตัวเองให้เข้าได้กับเพื่อนร่วมงาน

2.4 ให้ความสำคัญกับครูและบุคลากรทางการศึกษา อย่างเต็มที่ มีทัศนคติที่ดีคอยเป็นที่ปรึกษา ให้คำแนะนำ ให้ความช่วยเหลือในการปฏิบัติงานและเรื่องส่วนตัว ในส่วนของสมรรถนะหลัก 5 ด้าน คือ 1) ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ 2) ด้านบริการที่ดี 3) ด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ 4) ด้านการทำงานเป็นทีมและ 5) ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรมที่ใช้ในการวัด

ประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ส่งเสริมให้เกิดทักษะในการพิจารณาความสามารถของครูและบุคลากรทางการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ภาระกิจงานและนำไปใช้ในการวางแผนการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ

2. ผู้บังคับบัญชาควรให้คำปรึกษา และแนะนำครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีจิตสำนึกต่อการบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดี สุภาพ และใส่ใจผู้รับบริการด้วยความจริงใจ

3. ต้องมีการสอนงานและให้คำปรึกษา พร้อมทั้งให้ข้อมูลย้อนกลับในเรื่องที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบ และความช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานให้บรรลุเป้าหมายความสำเร็จร่วมกันและหากการทำงานมีข้อผิดพลาด ต้องบอกได้ว่าเกิดจากสาเหตุใด และป้องกันความผิดพลาดได้อย่างไร ซึ่งเมื่อครูและบุคลากรทางการศึกษาทำถูกต้องก็ควรได้รับการชมเชยหรือสิ่งตอบแทนตามความเหมาะสม

4. ควรมอบหมายงานให้เหมาะสมกับบุคคล และสอดคล้องกับความต้องการของวิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ผลจากการศึกษาวิจัยที่ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี ควรนำไปต่อยอดในการศึกษาวิจัยกับองค์กร หน่วยงานภาครัฐอื่นๆ เพื่อให้การวิจัยมีความละเอียดรอบคอบในการวางแผนการจัดการศึกษามากขึ้น

2. ศึกษาเชิงลึกโดยการสัมภาษณ์ หรือ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้การวิจัยมีความถูกต้องแม่นยำมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กุสุมา จ้อยช้างเนียม. (2547). “แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสำนักงานใหญ่ บมจ.ธนาคาร กสิกรไทย”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิระประภา อัครบวร. (2549). สร้างคนสร้างผลงาน. กรุงเทพมหานคร : ก.พลพิมพ์,
- ชาคริต ศรีขาว. (2551). ความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท มิสกัน (ไทยแลนด์) จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ณัฐริยาณัฏ วิทยานรากล. (2546). “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของผู้บริหาร : กรณีธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเพื่อการส่งออก.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบัญชีบริหาร. วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธำรงค์ดี คงคาสวัสดิ์. (2548). เริ่มต้นอย่างไรเมื่อจะนำ Competency มาใช้ในองค์กร. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- นิพนธ์ พรหมจारी. (2550). “แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอไชยพิสัย จังหวัดหนองคาย”. วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ประกอบ ศรีตระกูล. (2550). การศึกษาสภาพและความต้องการพัฒนาสมรรถนะด้านการจัดการเรียนรู้ของครูอาชีวศึกษาจังหวัดราชบุรี. สารนิพนธ์ กศ.ม.(การบริหารการศึกษา). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรทิพย์ สุติยะ (2550). ปัจจัยจูงใจในการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในอำเภอเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มณฑล รอยตระกูล. (2546). “แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของสรรพากรพื้นที่สี่สาขา”. วิทยานิพนธ์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- วรินทร์ แก้วคล้าย. (2549). “แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน).” วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต,

ศิริรัตน์ ทวีการไถ.(2551). ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อความทุ่มเทในการทำงานบริษัทวาไทย
อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน).วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต.
ลือชา ภักดีศรี. (2551). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสำนักงานเทศบาลตำบลแวง
อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด. การศึกษาค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขานโยบายสาธารณะ, วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2553).คู่มือการกำหนดสมรรถนะในราชการพลเรือน
และคู่มือสมรรถนะหลัก. กรุงเทพมหานคร : ประชุมช่าง.
อุกฤษฏ์ เกตุภัณฑ์. (2549).แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานธนาคารระดับปฏิบัติการของ
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
Herzberg, Frederick and others. (1990). The Motivation to work. New York : John Wiley and
Sons.

การประเมินระดับคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลเอกชนประเภทอินเตอร์เนชั่นแนล
ภายใต้วิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย 4.0 ด้วยแบบจำลอง SERVQUAL

: กรณีศึกษาโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์

Service Quality Assessment in International Private Hospital

under Policy of Thailand 4.0 using SERVQUAL Model

: A Case Study of Kasemrad International Hospital Rattanatibeth

ธรรณวิฐ วัฒนาเศรษฐ์¹

Thunnawat Wattanaseth

วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ²

Wilailak Ratanapeantamma

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลเอกชน ประเภท อินเตอร์เนชั่นแนล กรณีศึกษาโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์ โดยใช้แบบจำลอง SERVQUAL ในการวัดผล เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพในการบริการของโรงพยาบาลให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบัน ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ในด้านสาธารณสุข ที่มุ่งหวังให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ของเอเชีย โดยแบบจำลอง SERVQUAL สามารถวัดระดับคุณภาพการบริการจากความแตกต่างของความคาดหวังกับการรับรู้ของผู้รับบริการทั้งห้ามิติ คือ ด้าน ธุรกรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองในการให้บริการ ด้านการสร้าง ความมั่นใจในการบริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจ งานวิจัยนี้เลือกกลุ่มเป้าหมายแบบสุ่มจาก ผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอก รวมแบบสอบถามทั้งสิ้น 455 ชุด จากนั้นทำการวิเคราะห์แบบสอบถามเพื่อลด ปัจจัย โดยใช้วิธี Factor Analysis และใช้สถิติเชิงอนุมาน Paired t-test เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง ความคาดหวังกับการรับรู้

ผลการศึกษาพบว่าผู้รับบริการพึงพอใจกับบริการที่ได้รับทั้งห้ามิติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้ในการบริการมากกว่าระดับความคาดหวัง ซึ่งมีปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor : KSF) ประกอบไปด้วย 1) นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย 2) ความเป็นมืออาชีพและความเชี่ยวชาญของแพทย์เฉพาะทาง 3) ระยะเวลาการรอคอยน้อยกว่า 30 นาที 4) การ

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

² รศ.ดร. คณบดีคณะบริหารธุรกิจ ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก

เข้าถึงและติดต่อโรงพยาบาลได้ง่าย 5) โรงพยาบาลวิชาชีพและผู้ช่วยพยาบาลแสดงความเอาใจใส่และเอื้ออาทรต่อคนไข้ ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโรงพยาบาลแห่งนี้มีคุณภาพในการบริการที่ดี นอกจากนี้ยังพบว่าผู้รับบริการในช่วงอายุ 40-59ปี และอายุ 60ปีขึ้นไป ให้ความสนใจกับเทคโนโลยีเพื่อสุขภาพ ความงามและการชะลอวัย สอดคล้องกับกระแสรักสุขภาพในสังคมโลกปัจจุบัน และเป็นไปในทิศทางเดียวกับวิสัยทัศน์เชิงนโยบายของประเทศไทย4.0

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ; โรงพยาบาลเอกชน; ประเทศไทย4.0

Abstract

The objective of the study is to assess service quality of an international private hospital by using SERVQUAL model. The results can be used to develop guideline to improve service quality of an international private hospital, among the present modernized world, and under policy of Thailand 4.0, which expect to placed Thailand to be a “Medical hub” of Asia. The SERVQUAL model evaluates service quality from the difference between customer's expectation and customer's perception in five different dimensions, which are tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Data collection is conducted in Outpatient (OPD) department by convenience sampling. 455 questionnaires data sets were collected and analyzed by factor analysis and pair t-test.

The results shows the patients reports higher average perception score than average expectation in all five dimensions indicating that patients satisfy with service received. There are five key success factors (KSF) in this hospital, corresponding with five dimensions of SERVQUAL model, consist of 1) High Technology Medical Equipments 2) Professionalism of physicians and staffs 3) Awaiting time less than 30 minutes 4) Easy contact to Hospital and 5) Service mind and empathy of nurses and nurse aids. Moreover, the results show patient's interestings in medical technology, beauty, and anti-aging medicine.

Keywords : Service Quality; Private Hospital; Thailand 4.0

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) มียุทธศาสตร์ของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ในแบบ Thailand 4.0 กล่าวคือ ในด้านการแพทย์และสาธารณสุขนั้น รัฐบาลได้สนับสนุนเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub) ของเอเชียโดยกำหนดและดำเนินการตามแผนพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ. 2559 -2568) ซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวของโรงพยาบาลรัฐ และโรงพยาบาลเอกชน ในการพัฒนาเทคโนโลยีทางการแพทย์และคุณภาพการบริการ สำหรับธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน (ณัฐพล วุฒิวิจักขจร, 2559) พบว่าโรงพยาบาลเอกชนต่างๆในประเทศไทยนั้นเป็นที่นิยมของผู้ป่วยหรือผู้รับบริการชาวต่างชาติมานานกว่า 20 ปี โดยมีโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในมาตรฐานระดับโลก (International Hospital) ได้แก่ โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ โรงพยาบาลบีเอ็นเอช โรงพยาบาลกรุงเทพ เป็นต้น ซึ่งได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน JCI (Joint Commission International) ซึ่งเป็นหน่วยงานอยู่ในการกำกับดูแลของคณะกรรมการสหรัฐอเมริกาที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล

ในขณะเดียวกัน โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์ ซึ่งใช้เป็นกรณีศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ เป็นแบรนด์เกิดใหม่ เมื่อเดือนมกราคม ปี 2561 ท่ามกลางนโยบายไทยแลนด์ 4.0 และมีสถานที่ตั้ง เป็นจุดยุทธศาสตร์ทางการค้า ตรงกับตำแหน่งจุดเริ่มต้นของโครงการก่อสร้างถนนมอเตอร์เวย์ เชื่อมไปยังท่าเรือน้ำลึกทวาย Dawei Development เชื่อมเส้นทางขนส่งไทย-พม่า ตามนโยบาย Logistic Hub ทำให้การคมนาคมระหว่างประเทศเกิดขึ้นได้ง่ายในอนาคต รวมถึงการเข้าถึงบริการทางการแพทย์ระหว่างคนใช้ชาวพม่ากับโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย โดยทางโรงพยาบาล ได้ตั้งใจโปรโมทจุดเด่น 5 ประการในการแข่งขัน ด้านคุณภาพบริการ ซึ่งประกอบไปด้วย 1) นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย 2) ความเป็นมืออาชีพและความเชี่ยวชาญของแพทย์เฉพาะทาง 3) ระยะเวลาการรอคอยรับบริการน้อยกว่า 30 นาที 4) การเข้าถึงและติดต่อโรงพยาบาลได้ง่าย ผ่านทางโทรศัพท์ ไลน์ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก และ 5) พยาบาลและผู้ช่วยพยาบาลมีความเอื้ออาทร

สำหรับงานวิจัยนี้ได้เลือกใช้ SERVQUAL Model (Parasuraman A., 1985: 41-50) ซึ่งเหมาะกับการศึกษาคุณภาพการบริการของโรงพยาบาล (กนกพร ลีลาเทพินทร์, พัชญา มาลือศรี, และปรารถนา ปุณณกิติเกษม, 2554) โดย SERVQUAL นั้นเป็นการวัดคะแนนสองส่วนที่แตกต่างกันคือระดับความคาดหวังของลูกค้าและระดับการรับรู้บริการที่ลูกค้าได้รับ แล้วนำผลต่างมาวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อทราบความพึงพอใจของคุณภาพการบริการ ใน 5 มิติ ด้วยแบบสอบถาม ประกอบด้วย 1) ด้านรูปธรรมของการบริการ 2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้ใจ 3) ด้านการตอบสนองในการให้บริการ 4) ด้านการสร้างเชื่อมั่นใจในการบริการ และ 5) ด้านความเห็นอกเห็นใจ โดยนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เหมาะสมกับโลกปัจจุบัน และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์เชิง

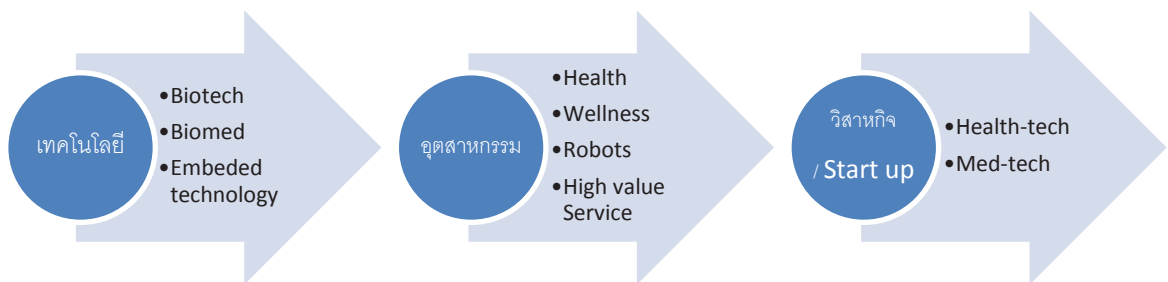
นโยบาย Thailand 4.0 ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่มุ่งหวังให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ของเอเชีย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในงานวิจัยชิ้นนี้ มี 2 เรื่องคือ 1) แนวคิดประเทศไทย 4.0 ด้านสาธารณสุข และ 2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ SERVQUAL model ของพาราซูรามาน (Parasuraman A., et al., 1985) โดยมีประเด็นสำคัญดังนี้

แนวคิด Thailand 4.0 ด้านสาธารณสุข

สำหรับโมเดลประเทศไทย 4.0 ในด้านสาธารณสุข คือการมุ่งเน้นพัฒนาด้านนวัตกรรมทางการแพทย์ ในมิติด้านการวิจัยค้นคว้าและพัฒนาวัคซีนและยารักษาโรค มิติด้านนวัตกรรมหุ่นยนต์ทางการแพทย์ มิติด้านเครื่องมือวินิจฉัยโรคทางการแพทย์ มิติด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และมิติด้านพัฒนาคุณภาพการบริการทางการแพทย์



แผนภาพที่ 1 : แสดงห่วงโซ่การสร้างมูลค่าด้านสาธารณสุขประเทศไทย 4.0

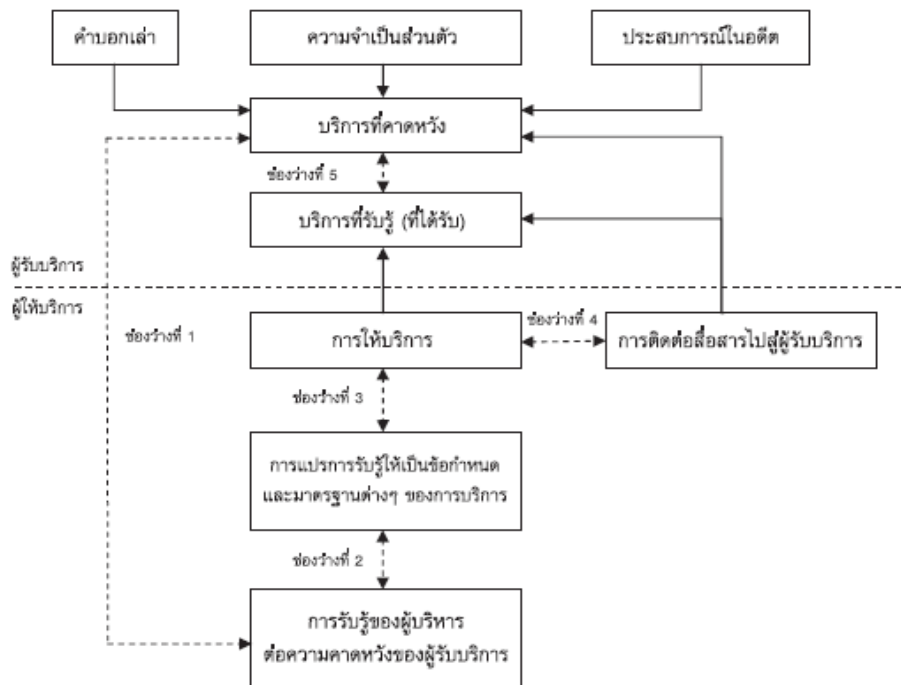
ที่มา : เอกสาร. “สรุป Thailand 4.0 ด้านสาธารณสุข”. กองนโยบายและยุทธศาสตร์. กระทรวงสาธารณสุข, 2560

จากแผนภาพที่ 1 แสดงห่วงโซ่การสร้างมูลค่าภายใต้แนวคิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่การก่อให้เกิด Startup ผู้ประกอบการและเครือข่ายวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมต่างๆ ทางทางการแพทย์

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ SERVQUAL model

แบบจำลอง SERVQUAL หรือ GAP Model เป็นการพัฒนาแบบประเมินที่พัฒนาขึ้นในปี ค.ศ. 1985 โดย พาราซูรามานและคณะ (Parasuraman A., et al., 1985) เป็นแบบประเมินคุณภาพการให้บริการที่มีการวัดคุณภาพจากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการและการได้รับบริการจริง โดยมีแนวคิดมาจากทฤษฎีทางการตลาด “แบบจำลองช่องว่าง” โดยแต่ละช่องว่าง มีนิยามความหมายดังต่อไปนี้ ช่องว่างที่ 1 คือ ช่องว่างของข้อมูลการตลาด (Gap1 - Perception gap) ช่องว่างที่ 2 คือ ช่องว่างของมาตรฐานที่กำหนด (Gap 2- Specification gap) ช่องว่างที่ 3 คือ ช่องว่างของการให้บริการ

(Gap 3- Delivery gap) ช่องว่างที่ 4 คือช่องว่างของการสื่อสาร (Gap 4- Communication gap) ช่องว่างที่ 5 คือ ช่องว่างด้านคุณภาพการบริการ (Gap 5- Perception gap) ตามแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 : แสดงแบบจำลองช่องว่าง หรือ Gap Model ของ Parasuraman

ที่มา : Parasuraman A., et al., 1985 อ้างถึงใน ปรรวณนา ปุณณกิติเกษม, 2554

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

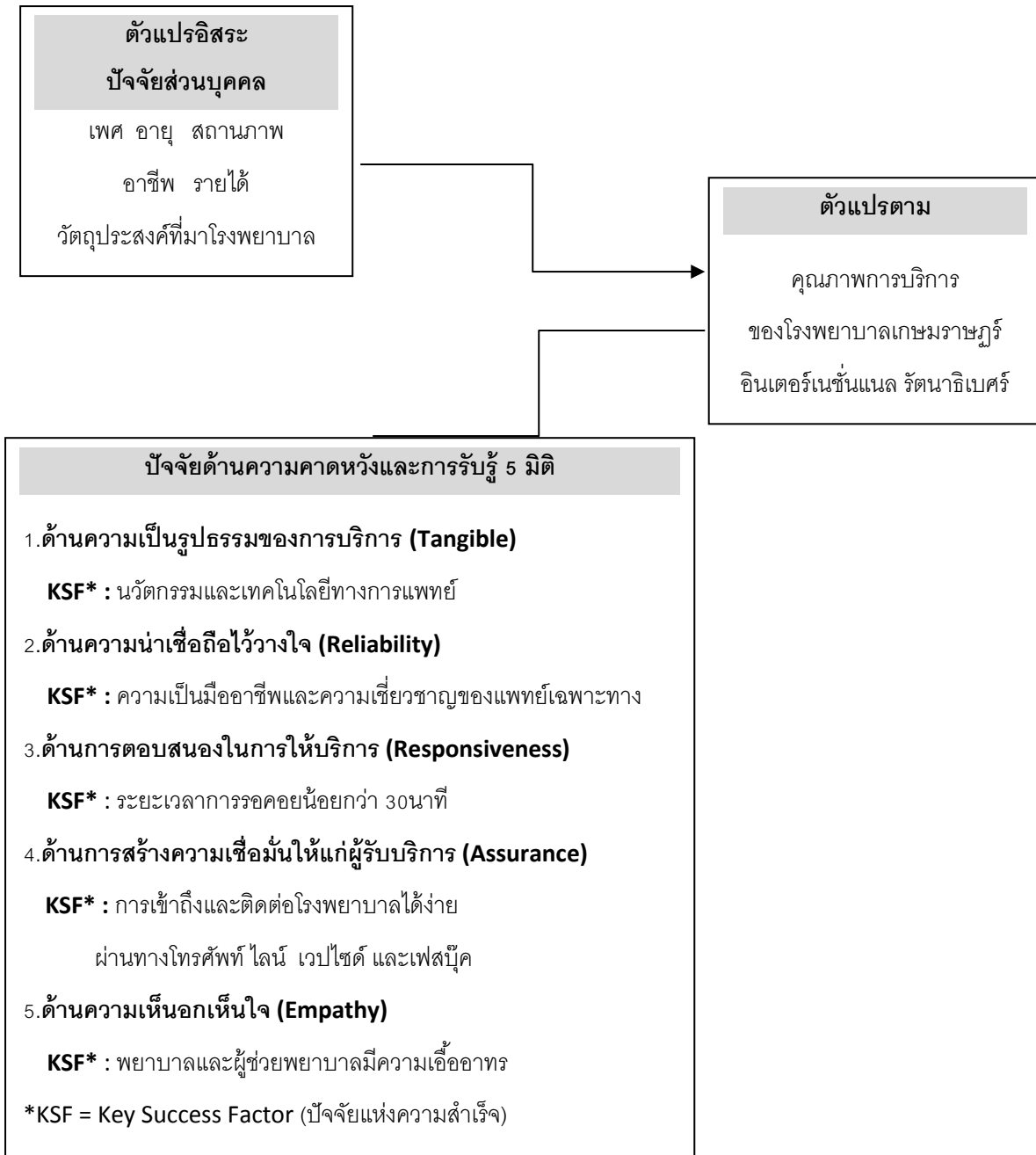
1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการ ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้มาใช้บริการ ณ แผนกผู้ป่วยนอก ของโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์ อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี โดยใช้ SERVQUAL โมเดล

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ผลต่อความคาดหวังและการรับรู้ของผู้มาใช้บริการทั้ง 5 มิติตามแบบจำลอง SERVQUAL โมเดล กล่าวคือ มิติด้านรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองในการให้บริการ ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจ

โดยขอบเขตของการวิจัย คือ ลูกค้ำหรือผู้มาใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกทั้ง 5 แผนกของโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์ อ.บางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย 1)แผนกตรวจสุขภาพ 2) แผนกสูติ-นรีเวช 3) แผนกอายุรกรรม 4) แผนกศัลยกรรม และ 5) แผนกเด็ก ซึ่งมีจำนวนผู้รับบริการทั้ง 5 แผนก รวมเฉลี่ย 662รายต่อวัน (ข้อมูลจากฝ่ายเวชระเบียนสถิติ ของโรงพยาบาล ปี 2560)

กรอบแนวคิดงานวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎี โดยใช้ SERVQUAL model ในการศึกษาปัจจัยความคาดหวังและการรับรู้ ของผู้รับบริการ จะได้กรอบแนวคิดงานวิจัย ดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ 3 กรอบแนวคิดงานวิจัย

จากกรอบแนวคิดข้างต้นจะพบว่าโรงพยาบาลแห่งนี้ได้สร้างปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor : KSF) 5 ประการ เป็นจุดขาย เพื่อสร้างจุดเด่นด้านคุณภาพการบริการ ประกอบไปด้วย 1) นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย 2) ความเป็นมืออาชีพและความเชี่ยวชาญของแพทย์เฉพาะทาง 3) ระยะเวลาการรอคอยน้อยกว่า 30 นาที 4) การเข้าถึงและติดต่อโรงพยาบาลได้ง่าย 5) พยาบาลวิชาชีพและผู้ช่วยพยาบาลแสดงความเอาใจใส่และเอื้ออาทรต่อคนไข้

ผู้วิจัยจึงได้นำปัจจัยแห่งความสำเร็จทั้ง 5 ประการของโรงพยาบาล ผสมเข้ากับแบบสอบถามของ SERVQUAL model ในแต่ละมิติ ตามลำดับ เพื่อใช้เป็นปัจจัยบ่งชี้ (Indicator) ในการวัดระดับความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ ของโรงพยาบาลเอกชนแห่งนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้มุมมองทางจิตวิทยาการบริการและวิทยาศาสตร์การแพทย์ เกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้บริการที่ได้รับจากโรงพยาบาล โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม เพื่ออธิบายผลของระดับการบริการของโรงพยาบาล จากการประเมินโดยตัวผู้รับบริการเอง ในการใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก ของโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์ จ.นนทบุรี

ประชากรที่ใช้ศึกษาคือ ผู้มาใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกทั้ง 5 แผนก รวมเฉลี่ย 662 รายต่อวัน หรือคิดเป็นประชากร 241,630 รายต่อปี (ข้อมูลจากฝ่ายเวชระเบียนสถิติ โรงพยาบาล ปี 2560)

กำหนดขนาดตัวอย่าง ใช้วิธีการของยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) แจกแบบสอบถาม โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิสัดส่วน (stratified sampling) และกระจายแบบสอบถามตามสะดวก (convenience sampling) ในแผนกผู้ป่วยนอก ได้รับการตอบแบบสอบถาม ครบถ้วนทั้งสิ้น 455 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

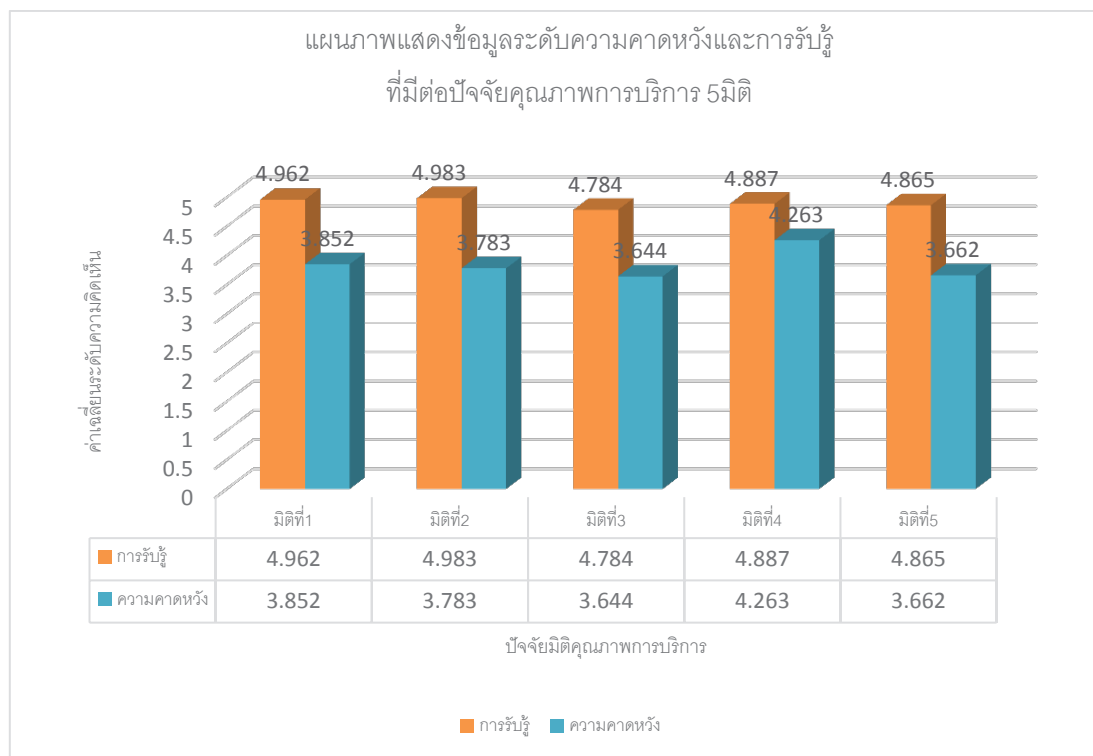
สำหรับสถิติวิเคราะห์ปัจจัยด้านมิติคุณภาพการบริการ จะใช้วิธี Factor analysis พร้อมทั้งตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ โดยใช้ค่า Cronbach's Alpha เป็นตัวชี้วัด จากนั้นจึงนำปัจจัยด้านมิติคุณภาพการบริการมาวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง SERVQUAL โดยการทดสอบความเชื่อมั่นของข้อมูล (Reliability test) ของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha) หากค่าที่ได้จากการวิเคราะห์มีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป แสดงว่าแบบสอบถามที่จัดขึ้นนั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปทดสอบสมมติฐานและนำไปใช้ในกระบวนการวิจัยต่อไปได้

สำหรับการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในการรับรู้และและความคาดหวังของในมิติคุณภาพการบริการของผู้รับบริการจากโรงพยาบาลฯ จะใช้ Paired t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในการรับรู้และความคาดหวัง

ผลการวิจัย

ปัจจัยในส่วนของมิติคุณภาพบริการ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยในส่วนของมิติคุณภาพบริการ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบพบว่าปัจจัยทั้งหมด 5 ปัจจัย คือ ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองในการให้บริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจ โดยตัวแปรทุกปัจจัยมีค่า Factor loading มากกว่า 0.5 แสดงว่าตัวแปรต่างๆ มีความเที่ยงตรง ส่วนความเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบการหาโครงสร้างนั้น ถือว่าผลการวิเคราะห์องค์ประกอบที่ได้มีความเหมาะสมอย่างมาก (Bagozzi R.P., 1998) ส่วนการทดสอบความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha ซึ่งค่าความเชื่อถือได้ของทุกปัจจัยมีค่ามากกว่า 0.7 (Nunnally J.C., 1978) ดังแผนภาพที่ 4 แสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อตัวแปรในปัจจัยด้านความคาดหวังและปัจจัยด้านการรับรู้ของผู้รับบริการ



แผนภาพที่ 4 แสดงข้อมูลระดับความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อปัจจัยคุณภาพการบริการทั้ง 5 มิติ โดยกำหนดให้ มิติที่1 คือด้านรูปธรรมของการบริการ, มิติที่2 คือด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ, มิติที่3 คือด้านการตอบสนองในการให้บริการ, มิติที่4 คือด้านการสร้างเชื่อมั่นในการบริการ, และมิติที่5 คือด้านความเห็นอกเห็นใจ

ปัจจัยด้านความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ

พบว่าปัจจัยด้านการรับรู้มีค่าสูงกว่าความคาดหวัง แสดงว่าผู้รับบริการพึงพอใจกับการบริการที่ได้รับ หรืออีกนัยหนึ่งการให้บริการมีคุณภาพที่ดี นอกจากนี้ค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่าคุณภาพการบริการอยู่ในระดับน่าพอใจ ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยในปัจจัยด้านความคาดหวังรวมกับการรับรู้ของผู้รับบริการในโรงพยาบาล

Gap 5	N	Mean	Std. Deviation	t	Sig. (2-tailed)
P - E	455	1.0554	0.64862	2.807	0.005
Perception	455	4.8962	0.86968		
Expectation	455	3.8408	0.80904		

*ระดับนัยสำคัญ < 0.05

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยด้านมิติคุณภาพการบริการในปัจจัยแต่ละด้านของความคาดหวังกับการรับรู้ของผู้รับบริการในโรงพยาบาล จะได้เป็นตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยในปัจจัยคุณภาพบริการแต่ละด้านของความคาดหวังกับการรับรู้ของผู้รับบริการ

Servqual	Mean	Std. Deviation	t	Sig.(2-tailed)	Service Quality Level
Tangible P – Tangible E	1.110	0.55506	2.781	0.005	Satisfied
Tangible P	4.962	0.93658			
Tangible E	3.852	0.81004			
Reliability P – Reliability E	1.200	0.60012	2.872	0.004	Satisfied
Reliability P	4.983	1.01359			
Reliability E	3.783	0.87554			
Responsive P- Responsive E	1.140	0.57012	2.738	0.007	Satisfied
Responsive P	4.784	0.99798			
Responsive E	3.644	0.86683			
Assurance P- Assurance E	0.624	0.31205	1.965	0.028	Satisfied
Assurance P	4.887	0.86868			
Assurance E	4.263	0.81954			
Empathy P – Empathy E	1.203	0.60159	2.874	0.004	Satisfied
Empathy P	4.865	0.94843			
Empathy E	3.662	0.88687			

*ระดับนัยสำคัญ < 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจุบันด้านมิติคุณภาพการบริการในปัจจุบันแต่ละด้านของความคาดหวังกับการรับรู้ของผู้รับบริการในโรงพยาบาล ตามตารางที่ 2 ได้ผลดังนี้

สมมติฐานที่ 1 พบว่าปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการ (Tangible) มีผลต่อคุณภาพการบริการ เนื่องจากค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน สรุปได้ว่ามีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในมิติด้านรูปธรรมของการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าเฉลี่ยของการรับรู้มากกว่าความคาดหวัง ในกลุ่มอายุ คือ 40-59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป มากที่สุด และโดยมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดในเรื่องนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการแพทย์เกี่ยวกับสุขภาพ ความงามและการชะลอวัย เช่น เครื่องวัดปริมาณไขมันอย่างละเอียดในแต่ละจุดของร่างกาย เพื่อใช้ในการวางแผนการออกกำลังกาย เฉพาะส่วนได้อย่างถูกต้องวิธี เป็นต้น

สมมติฐานที่ 2 พบว่าปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) มีผลต่อคุณภาพการบริการ เนื่องจากค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน สรุปได้ว่ามีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในมิติด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าเฉลี่ยของการรับรู้มากกว่าความคาดหวัง ในกลุ่มอายุ คือ 40-59 ปี มากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดในเรื่องความรู้ความสามารถและการบริการอย่างมืออาชีพของแพทย์และเจ้าหน้าที่ โดยโรงพยาบาลแห่งนี้มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทุกสาขา

สมมติฐานที่ 3 พบว่าปัจจัยด้านการตอบสนองการให้บริการ (Responsiveness) มีผลต่อคุณภาพการบริการ เนื่องจากค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.007 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน สรุปได้ว่ามีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในมิติด้านการตอบสนองการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าเฉลี่ยของการรับรู้มากกว่าความคาดหวัง ในกลุ่มอายุ คือ น้อยกว่า 20 ปี และ 21-39 ปี มากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดในเรื่องระยะเวลาการรอคอยน้อยกว่า 30 นาที เนื่องจากมีระบบการนัดคิวตามเวลาที่กำหนด มีการเตือนทางข้อความโทรศัพท์ (SMS) และการโทรตามทางโทรศัพท์ เป็นต้น

สมมติฐานที่ 4 พบว่าปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในการให้บริการ (Assurance) มีผลต่อคุณภาพการบริการ เนื่องจากค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.028 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน สรุปได้ว่ามีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในมิติด้านความเชื่อมั่นในการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าเฉลี่ยของการรับรู้มากกว่าความคาดหวัง ในกลุ่มอายุ 40-59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป มากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดในเรื่อง การเข้าถึงและติดต่อกับโรงพยาบาลได้ง่าย เช่น การนัดหมายหรือสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ หรือทางไลน์แอด (Line add) ทาง QR code และทาง Facebook เป็นต้น

สมมติฐานที่ 5 พบว่าปัจจัยด้านความเห็นอกเห็นใจในการให้บริการ (Empathy) มีผลต่อคุณภาพการบริการ เนื่องจากค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน สรุปได้ว่ามีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในมิติด้านความเห็นอกเห็นใจในการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

โดยมีค่าเฉลี่ยของการรับรู้มากกว่าความคาดหวัง ในกลุ่มอายุ 40-59ปี และ60ปีขึ้นไป มากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดในเรื่องความเชื่ออาทของพยาบาลและผู้ช่วยพยาบาลที่มีต่อคนไข้

ในส่วนค่าเฉลี่ยการรับรู้รวมที่มีค่ามากที่สุด 5 อันดับแรก ค่าเฉลี่ยรวมความคาดหวังที่มีค่ามากที่สุด 5อันดับแรก ค่าเฉลี่ยการรับรู้รวมที่มีค่าน้อยที่สุด 5 อันดับแรก และค่าเฉลี่ยรวมความคาดหวังที่มีน้อยที่สุด 5อันดับแรก ได้แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยการรับรู้รวม (Perception) ที่มีค่ามากที่สุด 5 อันดับแรก

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ย
ความเป็นมืออาชีพและความเชี่ยวชาญของแพทย์เฉพาะทางฯ (Reliability)	5.00
นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย (Tangible)	4.99
ระยะเวลาการรอคอยรับการรักษาน้อยกว่า 30 นาที (Responsiveness)	4.99
ท่านสามารถเข้าถึงและติดต่อโรงพยาบาลได้ง่าย (Assurance)	4.99
พยาบาลและผู้ช่วยพยาบาลมีความเห็นอกเห็นใจและเอาใจใส่ท่าน (Empathy)	4.98

จากตารางที่ 3 พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีค่าการรับรู้รวมมากที่สุดคือ ความเป็นมืออาชีพและความเชี่ยวชาญของแพทย์เฉพาะทางฯ รองลงมาเท่ากับ 3ปัจจัยคือ นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย ระยะเวลาการรอคอยรับการรักษาน้อยกว่า 30 นาที และ การสามารถเข้าถึงและติดต่อโรงพยาบาลได้ง่าย

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังรวม (Expectation) ที่มีค่ามากที่สุด 5 อันดับแรก

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ย
แพทย์/เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถในการตอบคำถามของท่าน (Assurance)	4.66
ความเป็นมืออาชีพและความเชี่ยวชาญของแพทย์เฉพาะทางฯ (Reliability)	4.58
นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย (Tangible)	4.32
ระยะเวลาการรอคอยรับการรักษาน้อยกว่า 30 นาที (Responsiveness)	4.22
พยาบาลและผู้ช่วยพยาบาลมีความเห็นอกเห็นใจและเอาใจใส่ท่าน (Empathy)	4.14

จากตารางที่ 4 พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีค่าความคาดหวังรวมมากที่สุดคือ แพทย์/เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถในการตอบคำถามของผู้รับบริการ รองลงมาคือ ความเป็นมืออาชีพและความเชี่ยวชาญของแพทย์เฉพาะทางฯ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยการรับรู้รวม (Perception) ที่มีค่าน้อยที่สุด 5 อันดับแรก

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ย
ระยะเวลาการรอคอยรับการรักษาน้อยกว่า 30 นาที (Responsiveness)	4.48
แพทย์/เจ้าหน้าที่ให้บริการตรงเวลา (Responsiveness)	4.67
นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย (Tangible)	4.78
แพทย์/เจ้าหน้าที่ตอบสนองต่อคำร้องขอหรือความต้องการของท่านได้อย่างรวดเร็ว (Responsiveness)	4.88
ท่านสามารถเข้าถึงและติดต่อโรงพยาบาลได้ง่าย (Assurance)	4.92

จากตารางที่ 5 พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีค่ารับรู้รวมน้อยที่สุดคือ ระยะเวลาการรอคอยรับการรักษาน้อยกว่า 30 นาที รองลงมาคือ แพทย์/เจ้าหน้าที่ให้บริการตรงเวลา

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังรวม (Expectation) ที่มีค่าน้อยที่สุด 5 อันดับแรก

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ย
ระยะเวลาการรอคอยรับการรักษาน้อยกว่า 30 นาที (Responsiveness)	3.38
นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย (Tangible)	3.44
แพทย์/เจ้าหน้าที่ตอบสนองต่อคำร้องขอหรือความต้องการของท่านได้อย่างรวดเร็ว (Responsiveness)	3.47
สภาพแวดล้อมที่สะอาด ปลอดภัย มีป้ายแนะนำขั้นตอนและจุดบริการชัดเจน (Reliability)	3.56
แพทย์และบุคลากรทางการแพทย์แต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (Reliability)	3.64

จากตารางที่ 6 พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีค่าความคาดหวังรวมน้อยที่สุดคือ ระยะเวลาการรอคอยรับการรักษาน้อยกว่า 30 นาที รองลงมาคือ นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้ทำให้ทราบว่าคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลเอกชนประเภทอินเตอร์เนชั่นแนล โดยใช้แบบจำลอง SERVQUAL อยู่ในระดับน่าพึงพอใจ โดยการประเมินจากความคาดหวังและการรับรู้การบริการ ในปัจจัย 5 มิติ ได้แก่ 1.ด้านรูปธรรมของการบริการ (Tangible) 2.ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) 3.ด้านการตอบสนองในการให้บริการ (Responsiveness) 4.ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ (Assurance) และ 5.ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) โดยใช้กรณีศึกษาตัวอย่างจากโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์ อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี พบว่าผู้รับบริการพึงพอใจกับบริการที่ได้รับทั้งหมด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้ในการบริการมากกว่าระดับความคาดหวัง ซึ่งมีปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor : KSF) ประกอบไปด้วย 1) นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย 2) ความเป็นมืออาชีพและความเชี่ยวชาญของแพทย์เฉพาะทาง 3) ระยะเวลาการรอน้อยกว่า 30 นาที 4) การเข้าถึงและติดต่อโรงพยาบาลได้ง่าย 5) พยาบาลวิชาชีพและผู้ช่วยพยาบาลแสดงความเอาใจใส่และเอื้ออาทรต่อคนไข้ ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโรงพยาบาลแห่งนี้มีคุณภาพในการบริการที่ดี นอกจากนี้ยังพบว่าผู้รับบริการในช่วงอายุ 40-59 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสนใจกับเทคโนโลยีเพื่อสุขภาพ ความงามและการชะลอวัย สอดคล้องกับกระแสรักสุขภาพของสังคมปัจจุบัน และเป็นไปในทิศทางเดียวกับวิสัยทัศน์เชิงนโยบายของประเทศไทย 4.0

อภิปรายผล

เมื่อพิจารณาผลการประเมินการรับรู้และความคาดหวังของผู้รับบริการ จะพบว่าค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังในทุกมิติ ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้และความคาดหวังสูงใน 4 มิติ คือ ด้านรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองในการให้บริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจ เนื่องด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

ประการแรก แต่เดิมโรงพยาบาลแห่งนี้ ชื่อ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ รัตนานิเบศร์ ซึ่งรับรักษาคนไข้ประกันสังคม คนไข้บัตรทอง และคนไข้บัตร 30 บาท เป็นหลัก ซึ่งภาพลักษณ์เป็นแบบโรงพยาบาลรัฐบาล ดังนั้นเมื่อเปลี่ยนเป็นโรงพยาบาลในระดับอินเตอร์เนชั่นแนล และมีการปรับปรุงคุณภาพการบริการในด้านเครื่องมือเทคโนโลยีทางการแพทย์ เพิ่มจำนวนแพทย์ที่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะทางมากยิ่งขึ้น ปรับปรุงฝ่ายต้อนรับและบริการลูกค้า และการเพิ่มเทคโนโลยีการสื่อสารระหว่างคนไข้กับโรงพยาบาล เช่น ทางไลน์แอด การส่งข้อความ (SMS) หรือ QR code เป็นต้น ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการบริการที่ดีขึ้นได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จูไรรัตน์ ชุตินันท์ (2554) ซึ่งศึกษาเปรียบเทียบการวัดคุณภาพการบริการระหว่างโรงพยาบาลภาคเอกชนและโรงพยาบาลภาครัฐบาลโดยการประยุกต์ใช้ SERVQUAL Model ได้ผลสรุปว่า ระดับคะแนนในทุกมิติของโรงพยาบาลเอกชนมีค่าสูงกว่าโรงพยาบาลรัฐบาล

ประการที่สอง ผลการศึกษานี้พบว่า ค่าความแตกต่างเฉลี่ยของการรับรู้และความคาดหวังในมิติด้านความมั่นใจในการบริการ มีค่าน้อยที่สุด คือ 0.624 เมื่อเทียบกับค่าความแตกต่างเฉลี่ยของอีก 4 มิติซึ่งมีค่าความแตกต่างกันมาก เนื่องจากว่าโรงพยาบาลได้เปิดตัวด้วยการใช้จุดขาย 5 ประการ เพื่อสร้างความมั่นใจในแบรนด์ใหม่ โดยจุดขาย 5 ประการนั้นคือ 1) เรื่องนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย 2) ความเป็นมืออาชีพและความเชี่ยวชาญของแพทย์เฉพาะทาง 3) ระยะเวลาการรอคอยน้อยกว่า 30 นาที 4) การเข้าถึงและติดต่อโรงพยาบาลได้ง่าย 5) พยาบาลวิชาชีพและผู้ช่วยพยาบาลแสดงความเอาใจใส่และเห็นอกเห็นใจต่อคนไข้ ทำให้ประชาชนในพื้นที่ทราบข้อมูลการโฆษณาก่อนที่จะมาใช้บริการจริง จึงมีความคาดหวังสูงใกล้เคียงกับการรับรู้

ประการที่สาม ผลการศึกษพบว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จ หรือ key success factor ของโรงพยาบาลนั้น สามารถสวมเข้ากับ มิติทั้ง 5 ของ Servqual Model ได้ นั่นคือ มิติด้านรูปธรรมการบริการ จับคู่กับนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย มิติด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจกับความเป็นมืออาชีพและความเชี่ยวชาญของแพทย์เฉพาะทาง มิติด้านการตอบสนองการบริการจับคู่กับระยะเวลาการรอคอยน้อยกว่า 30 นาที มิติด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้รับบริการจับคู่กับการเข้าถึงและติดต่อโรงพยาบาลได้ง่าย และมิติด้านความเห็นอกเห็นใจจับคู่กับการแสดงความเอาใจใส่และเห็นอกเห็นใจของพยาบาลและผู้ช่วยพยาบาล ซึ่งพบว่าทั้ง 5 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด 5 อันดับแรก (ตารางที่ 3) แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ทั้ง 5 ประการ เป็นปัจจัยมีผลต่อความคาดหวังและการรับรู้ของผู้มาใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Christian Gronroos (1984) กล่าวถึงพนักงาน

มีความสำคัญอย่างยิ่งในการให้บริการกับผู้บริโภคตามความคาดหวัง และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Valarie Zeithaml (1990) และการศึกษาของ P.C.Lim (2000) ซึ่งให้ความสำคัญกับการปรับสมดุลของความคาดหวังกับการรับรู้ โดยการปรับปรุงคุณภาพบริการทั้ง 5 มิติ อย่างจริงจัง โดยเฉพาะ ลักษณะทางกายภาพ อาหารผู้ป่วย อุปกรณ์ที่ใหม่ ทันสมัย สะอาด และความแม่นยำในการวินิจฉัยโรค

ประการที่สี่ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการอายุน้อยกว่า 20 ปี และอายุ 21-39 ปี ให้คะแนนปัจจัยด้านการรอคอยรับบริการน้อยกว่า 30 นาที มากที่สุด แสดงให้เห็นว่ากลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ในยุคปัจจุบันมีความต้องการการรอคอยในเวลาอันสั้นและพึงพอใจในการได้รับบริการน้อยกว่า 30 นาที ซึ่งสอดคล้องกับ Gap Model (Parasuraman A., et al., 1985) เป็นการลดเวลาการรอคอยจากการปิด Gap ที่ 1 และ 3 นั่นคือ เข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องมีการติดต่อสื่อสารข้อมูลตรงกัน และทำงานกันเป็นทีม ทำให้ผู้ป่วยไม่ต้องเดินไปมาเพื่อติดต่อหลายแผนก และลดระยะเวลาการรอคอย

ประการที่ห้า ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการอายุ อายุ 40-59 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้คะแนนกับเทคโนโลยีเพื่อสุขภาพ ความงามและการชะลอวัย เช่น สเต็มเซลล์ ศัลยกรรมใบหน้า เสริมจมูก ตัดกราม ฉีดโบท็อกซ์ มาร์คหน้าทองคำ และลดไขมันหน้าท้อง โดยคิดเป็นหญิงร้อยละ 68% และชายร้อยละ 32% ทำให้เราทราบทิศทาง สถานการณ์ของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับกระแสความนิยมของโลก ที่ประชากรหันมาใส่ใจสุขภาพและความงามกันมากขึ้น ส่งผลให้โรงพยาบาลต้องกำหนดแผนการตลาดและพัฒนาศักยภาพการบริการในด้านนี้ต่อไป

ประการที่หก ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้คะแนนความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจของพยาบาลและผู้ช่วยพยาบาล ซึ่งทำให้เราทราบว่ากลุ่มลูกค้าสูงวัยนี้ ต้องการการดูแลเอาใจใส่เป็นพิเศษ เป็นไปตามการศึกษาของศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธนาคารออมสิน (ณัฐพล วุฒิรักษ์จร, 2559) ที่พบว่าประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเต็มรูปแบบหรือมีประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศในปี 2564 และธุรกิจสุขภาพที่ตอบสนองของผู้สูงวัยจะแข่งขันกันมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย ในการศึกษาวิจัยในอนาคต หากเพิ่มเติมเรื่องการสัมภาษณ์เชิงลึก ก็จะได้ข้อมูลเพิ่มเติมมากขึ้น และเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงช่องว่าง (Gap Model) ของการบริการได้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ผู้บริหารสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการให้เกินความคาดหวังมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดความประทับใจและความภักดีต่อแบรนด์ และมีแนวทางในการวางแผนจัดทำงบประมาณในการลงทุนเกี่ยวกับนวัตกรรมทางการแพทย์ในด้านส่งเสริมสุขภาพ ความงาม และการชะลอวัย เพื่อตอบสนองของความต้องการของสังคมยุคปัจจุบันและสังคมผู้สูงวัยในอนาคต.

บรรณานุกรม

- กนกพร ลีลาเทพินทร์, พัชฎ มาลีศรี, และปรารถนา ปุณณกิติเกษม. (2554). การประเมินระดับคุณภาพบริการของโรงพยาบาลรัฐบาลในกรุงเทพฯ ด้วยแบบจำลอง SERVQUAL. *วารสารวิจัยและพัฒนา มจร*, 34(4), 443-456.
- กองนโยบายและยุทธศาสตร์.(2560). เอกสารสรุป Thailand 4.0 ด้านสาธารณสุข. *กระทรวงสาธารณสุข*.
- จุไรรัตน์ ชุตินันท์. (2554). การศึกษาเปรียบเทียบการวัดคุณภาพการบริการระหว่างโรงพยาบาลภาคเอกชนและโรงพยาบาลภาครัฐบาลโดยการประยุกต์ใช้ SERVQUAL Model. วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ฝ่ายเวชระเบียนและสถิติ.(2560). สถิติจำนวนผู้รับบริการผู้ป่วยนอกปี2560. *โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์, นนทบุรี*.
- ณัฐพล วุฒิรักษ์จร. *ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน*. หน่วยวิเคราะห์เศรษฐกิจภาคบริการ ส่วนเศรษฐกิจรายสาขา ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจฯ ธนาคารออมสิน (10 พฤษภาคม 2560) สืบค้นจาก https://www.gsb.or.th/getattachment/87cb606/IN_hospital_5_60_detail.aspx
- Gronroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Lim, P. C. and Tang, N.K.H., (2000). A study of patients' expectations and satisfaction in Singapore hospitals. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 13(7), 290-299.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L., (1985). A conceptual model of service Quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49 (1), 41-50.
- Seth N., Deshmukh S.G., and Vrat, P., (2005). Service quality models. *International Journal of Quality & Reliability Management*. 22(9), 913-949.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., and Berry,L.L., (1990). *Delivering quality service : balancing customer perceptions and expectations*. New York : Free Press.

การประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายเทศกิจมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยว ของกรุงเทพมหานคร¹

Evaluate Bangkok Metropolitan Administration's Community Relations Affairs and Tourism
Policy Implementation Efficiency

ธวัชชัย มีอาษา² และ โกวิท กังสนันท์³

Thawatchai Meearsa and Kowit Kangsanant

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่เทศกิจที่ปฏิบัติตามนโยบายเทศกิจมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติตามนโยบายเทศกิจมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อพัฒนาข้อเสนอแนะการแก้ปัญหาการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติตามนโยบายเทศกิจมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เจ้าหน้าที่เทศกิจในสังกัดกรุงเทพมหานคร ใช้การสุ่มหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของเครจซี่และมอร์แกน จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 341 คน และทำการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา โดยกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างอยู่ในพื้นที่ปฏิบัติงาน จำนวน 6 พื้นที่ พื้นที่ละ 57 คน และสุ่มแบบบังเอิญตามพื้นที่ปฏิบัติงานต่างๆ ได้พื้นที่ปฏิบัติงานละ 57 คน จำนวน 5 พื้นที่ และ พื้นที่ปฏิบัติงาน จำนวน 56 คน จำนวน 1 พื้นที่ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล การปฏิบัติงานตามนโยบายเทศกิจมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่เทศกิจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน, ทดสอบค่าที (t-test), วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – way ANOVA) รวมถึงการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนาความผลการศึกษารูปได้ดังต่อไปนี้ เจ้าหน้าที่เทศกิจส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีตำแหน่งงานเป็นลูกจ้างประจำมีอายุการทำงาน 11-20 ปี ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่เทศกิจเกี่ยวกับผลการปฏิบัติตามนโยบายเทศกิจมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่เทศกิจในการปฏิบัติตาม

¹บทความนี้สรุปจากวิทยานิพนธ์เรื่องการประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายเทศกิจมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยว ของกรุงเทพมหานคร

²ธวัชชัย มีอาษา ผู้วิจัย หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

³อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์, รองศาสตราจารย์ ดร.

นโยบายเทศกิจมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด เมื่อพิจารณาผลเป็นรายด้าน พบว่า การปฏิบัติตามนโยบายเทศกิจมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนี้ ด้านองค์กร ด้านทรัพยากรบุคคล ด้านทรัพยากร ด้านความชัดเจนของนโยบายและด้านการมีส่วนร่วม ตามลำดับ

คำสำคัญ: การปฏิบัติตามนโยบาย, เทศกิจ , มวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยว

Abstract

This research has 3 main objectives; first to evaluate Bangkok Metropolitan Administration's Community Relations Affairs (CRA) and Tourism Policy Implementation efficiency, second to identify problems and obstacles related with the policy implementation, and third to generate recommendations that can resolve such policy implementation problems. The target population of the study involve total 2992 CRA officers who are representatively selected by quota and accidental samplings from 6 BMA operational areas as 314 samples. The instrument for data collection is mainly questionnaires. The analysis of data applies statistical procedures such as percentage, mean, standard variation, and One-Way ANOVA to test variation among sampled groups.

The results of this research find that most CRA officers deemed the overall Community Relations Affairs and Tourism Policy was implemented at the most efficiency level, and that when considering into individual policy implementation areas, CRA officers deemed all areas were implemented at the most efficiency level also with a respective order in organization, human resource, material resources, policy clarity and participation.

Keywords: Public policy implementation, BMA community relations affairs, community relations and tourism policy

บทนำ

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยและ เป็นศูนย์กลางด้านการปกครอง ด้านการศึกษา ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านการเงินการธนาคาร ด้านการพาณิชย์ ด้านการสื่อสาร และอื่นๆอีกหลายด้านของประเทศ ประกอบกับแนวนโยบายการพัฒนาระดับประเทศของภาครัฐ มุ่งเน้นการขยายการพัฒนาในด้านต่างๆ และมุ่งเน้นไปในเขตจังหวัดปริมณฑลใกล้เคียง 5 จังหวัด คือ นนทบุรี

ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร และนครปฐม เนื่องจากพื้นที่ของความเป็นเมืองหลวงและ กิจกรรมต่างๆ มีความต่อเนื่องกัน จนเรียกได้ว่า เป็นเมืองเดียวกันในทุกด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก ทางสังคม สาธารณูปโภคต่างๆที่มีอย่างครบสมบูรณ์ การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรม การค้า การ บริการ และได้มีการพัฒนาจนเป็นฐานเศรษฐกิจหลักของประเทศ เป็นศูนย์บริหารเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม ตลอดจนการติดต่อกับนานาชาติ การบริหารกรุงเทพมหานครเป็นเขตการปกครอง พิเศษของประเทศ การดูแลรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยจึงเป็นภาระประการหนึ่งของ กรุงเทพมหานครที่จะทำให้ประชาชนมีความเป็นอยู่อย่างผาสุก มีความความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน และเชื่อมั่นต่อการปฏิบัติหน้าที่ของกรุงเทพมหานคร (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี(ออนไลน์) “กรุงเทพมหานคร”.2561)

ในปัจจุบันกรุงเทพมหานครต้องประสบปัญหามากมาย เช่น ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม การ เพิ่มขึ้นของประชากร การอพยพย้ายถิ่นเข้าสู่เมือง ปัญหาด้านที่อยู่อาศัยไม่เพียงพอ ชุมชนแออัด ปัญหาระบบคมนาคมขนส่งที่ไม่สามารถรองรับการเจริญเติบโต ทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างเพียงพอและ รวมไปถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของ ประชาชนและนักท่องเที่ยว

ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนและนักท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้อง และอยู่ในความรับผิดชอบฝ่ายเทคนิค สำนักเทคนิคและ สำนักเขตทั้ง ๕๐ เขต เป็นหน่วยงานหนึ่งใน สังกัดของกรุงเทพมหานคร เทคนิคจึงมีอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบในการควบคุม ดูแล ตรวจสอบ และบังคับการให้เป็นไปตามกฎหมายที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของกรุงเทพมหานครและกฎหมายอื่นที่ กำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรุงเทพมหานคร ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร การบังคับคดีในส่วน แ่ง รวมทั้งการปฏิบัติงานด้านการดูแล ให้บริการและสนับสนุนการดำเนินการตามนโยบายของ ผู้บริหาร การปฏิบัติงานและส่งเสริมด้านความปลอดภัยและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน การวางแผนปฏิบัติงาน การชี้แจงประชาสัมพันธ์ การประสานงานกับเจ้าหน้าที่ตำรวจในส่วนที่เกี่ยวข้องกับคดี การแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของ ประชาชนที่ร้องเรียน เพื่อให้กรุงเทพฯเป็นมหานครที่น่าอยู่อย่างยั่งยืน เจ้าหน้าที่ทุกคนต้องตระหนักให้ มากเนื่องจากการปฏิบัติหน้าที่ให้ครบถ้วนมากยิ่งขึ้นเท่าใดประชาชนได้รับความปลอดภัยและมีความ ผาสุกมากยิ่งขึ้นเท่านั้น อีกทั้งตอบสนองต่อนโยบายที่แก้ไขปัญหาต่างๆได้เป็นอย่างดี (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี(ออนไลน์) “กรุงเทพมหานคร”.2561)

สำนักเทคนิค (2557,บทนำ) จึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาศักยภาพด้านเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และ การท่องเที่ยว ให้กับเจ้าหน้าที่เทคนิค ในด้านการให้บริการสาธารณะ ด้านการจัดระเบียบเมือง ด้าน

การจัดระเบียบการท่องเที่ยวและความปลอดภัย และนำความรู้และประสบการณ์ดังกล่าวนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เพื่อนำไปพัฒนางานด้านเทคนิค รวมทั้งการดูแลด้านความปลอดภัยให้กับประชาชนและนักท่องเที่ยวพร้อมทั้งเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อกรุงเทพมหานคร รวมถึงการเตรียมความพร้อมขององค์กรและบุคลากรในการเข้าสู่สถานะประชาคมอาเซียน

สำนักเทคนิค (2557,น.18) กรุงเทพมหานคร จึงได้กำหนดนโยบายด้านเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยว โดยดำเนินการจัดทำรูปแบบแผนงานและแผนขั้นตอนการนำนโยบายด้านเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวสู่การปฏิบัติ ซึ่งครอบคลุมด้านต่างๆ เช่น การกำหนดจุดบริการท่องเที่ยวและปลอดภัยเขตละ 1 จุด การจัดชุดปฏิบัติการประจำไม่ว่าจะเป็นการจัดให้มีหน่วยงานสนับสนุน ติดตาม และกำกับดูแล มีการเตรียมแผนการปฏิบัติการเมื่อประสบเหตุ การให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวและให้ความช่วยเหลือ การประชิดตัวอันตราย หรือเอกสารสูญหายโดยอำนวยความสะดวกโดยประสานงานเจ้าหน้าที่ตำรวจในพื้นที่ การประชิดอุบัติเหตุได้รับบาดเจ็บให้ประสานหน่วยแพทย์ฉุกเฉินหรือนำส่งสถานพยาบาลโดยด่วน และการรายงานให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานผ่านศูนย์สื่อสารของกรุงเทพมหานคร

นโยบายเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครดังกล่าวข้างต้น นอกจากจะเป็นการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เทคนิคในด้านมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวแล้ว ยังส่งผลถึงประชาชนทั่วไปรวมถึงนักท่องเที่ยวที่มารับบริการได้มีความเชื่อมั่นในการดูแลอำนวยความสะดวกในด้านของการท่องเที่ยวและในด้านความปลอดภัย ของกรุงเทพมหานคร อย่างไรก็ตามการนำนโยบายไปปฏิบัติทุกด้านมักจะประสบกับปัญหาและข้อจำกัดมากมายซึ่งจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพหรือผลสำเร็จของนโยบาย ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาให้ครบเกี่ยวกับประสิทธิผลหรือกระบวนการ ของการปฏิบัติตามนโยบาย รวมถึงปัญหา อุปสรรคของเจ้าหน้าที่เทคนิคที่ได้ดำเนินการปฏิบัติตามนโยบายเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ทั้งด้านของความชัดเจนของนโยบาย ด้านองค์กร ด้านทรัพยากรบุคคล ด้านทรัพยากร และด้านการมีส่วนร่วม

ความสำคัญและคุณค่าของการศึกษาเรื่องนี้ครอบคลุมหลายประการ ประการแรกการศึกษาระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติตามนโยบายเทคนิคมวลชนสัมพันธ์ และการท่องเที่ยวว่ามีความพร้อม หรือได้รับการสนับสนุนจากการปฏิบัติตามนโยบายมากน้อยเพียงใด ประการที่สองศึกษาปัญหาและอุปสรรคของเจ้าหน้าที่เทคนิคที่ปฏิบัติตามนโยบาย และประการสุดท้าย สำนักเทคนิค กรุงเทพมหานคร สามารถนำผลการศึกษานี้ไปทำการปรับปรุงและแก้ไขตามโครงสร้างและแผนมาปฏิบัติการด้านต่างๆ ให้มีความเกื้อกูลต่อการบรรลุผลสำเร็จของนโยบายได้มากขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

นักวิชาการด้านนโยบายสาธารณะและการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติหลายท่าน ได้วางกรอบแนวคิดเพื่ออธิบายเกี่ยวกับ การนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ (Policy implementation) ไว้ค่อนข้างหลากหลาย อาทิ เช่น จุมพล หนีมพานิช(2549 : 182) อธิบายว่าการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติหมายถึง การบริหารนโยบายที่ คลอบคลุมทั้งการวิเคราะห์พฤติกรรม องค์การ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคล สมรรถนะและความร่วมมือของพนักงานของรัฐและเอกชน สภาพแวดล้อมของระบบ และปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อกระบวนการบรรลุวัตถุประสงค์นโยบาย ส่วนกล้า ทองขาว (2548 :7) ที่ให้เห็นการนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึงกระบวนการจัดการและประสานกิจกรรมเพื่อพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปสู่ผลลัพธ์ที่มุ่งประสงค์ให้บรรลุผลสำเร็จตรงตามเจตจำนงของนโยบาย ขณะเดียวกัน วรเดช จันทรร (2551 : 134) ได้ให้กรอบแนวคิดโดยทั่วไปของการนำนโยบายไปปฏิบัติเกี่ยวข้องกับปัจจัยหลักสมรรถนะขององค์การที่อาจจะแยกแยะออกเป็น คือ โครงสร้าง บุคลากร งบประมาณ สถานที่ และวัสดุอุปกรณ์ จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย การประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายเทศกิจมวชนสัมพันธ์และท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร โดยนำแนวคิดของวรเดช จันทรร (2551) และตัวแบบการนำนโยบายไปปฏิบัติของกล้า ทองขาว (2548) มาเป็นตัวกำหนดผลการปฏิบัติตามนโยบายในด้านต่างๆ ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ด้านความชัดเจนของนโยบาย ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ มีผลต่อความสำเร็จของนโยบายและกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยนโยบายนั้นจะต้องมีความสอดคล้องต่อสภาพปัญหาและความสามารถในการนำนโยบายไปปฏิบัติได้จริง นโยบายจะต้องมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจน ในเรื่องความชัดเจนของนโยบายในทรรณะของวรเดช จันทรร เห็นว่าผลสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติจำเป็นต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่แน่ชัด มีการแปลงวัตถุประสงค์ออกเป็นภารกิจย่อยภายใต้ความรับผิดชอบเฉพาะ เพื่อความสะดวกในการตรวจสอบ ควบคุม และประเมินผล การมีเป้าหมาย และเป้าหมายของการนำนโยบายไปปฏิบัติ จะทำให้ผู้ปฏิบัติเข้าใจว่าอะไรคือเป้าหมายหรือผลลัพธ์ที่ผู้กำหนดนโยบายต้องการ เมื่อผู้ปฏิบัติเข้าใจว่า อะไรคือความต้องการแล้ว ก็จะทำให้เป็นการง่ายที่จะทำให้ผู้บริหารสามารถกำหนดภารกิจที่ชัดเจน มีการมอบหมายงาน กำหนดความรับผิดชอบของแต่ละฝ่าย อันจะเป็นแนวทางให้การประสานงานการทำงานทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เป็นไปโดยง่าย

2. ด้านองค์กร เป็นลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ จะต้องมีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์การหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติ หน่วยงานต่างๆ ควรให้ความช่วยเหลือ

ซึ่งกันและกัน มีการประสานงานระหว่างกัน การได้รับการสนับสนุนการหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดย กล้า
ทองขาว (2548) ได้เสนอตัวแบบกระบวนการการนำนโยบายและแผนไปปฏิบัติ ที่นำไปปฏิบัติแล้ว
บรรลุวัตถุประสงค์ คือ การที่นโยบายได้ระบุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ได้ชัดเจน ผู้ที่ได้รับมอบหมาย
แผนงานเข้าใจเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของนโยบายและแผนชัดเจนตรงกัน เพราะจะได้กำหนด
ภารกิจ มาตรฐานของงาน และมีการมอบหมายงานให้หน่วยงานหรือบุคคลที่มีส่วนร่วมรับผิดชอบได้
อย่างถูกต้องและชัดเจน ปฏิบัติแผนงานได้ตรงตามเจตนารมณ์ของนโยบายและเป้าหมายของแผน
ช่วยให้หน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติพัฒนาศักยภาพ และมีมาตรการกำกับดูแล การตรวจสอบ
การประเมินผล การกระตุ้นเสริมแรงให้กำลังใจแก่ผู้ปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม

3. ด้านทรัพยากรบุคคล โดยเน้นกำลังคนที่มีคุณภาพ ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งในการนำ
นโยบายไปปฏิบัติ เนื่องจากบุคคลขององค์กร คือ ผู้ปฏิบัติตามนโยบายฝ่ายบริหาร หากบุคคลขาด
คุณภาพทำให้นโยบายไม่ประสบความสำเร็จได้ ฉะนั้นในเรื่องบุคลากรมีนักวิชาการหลายท่านให้ความ
สนใจ โดยมีความสนใจเรื่องความรู้ ความสามารถ ความกระตือรือร้น ความตั้งใจจริง ทักษะที่ดี
ถูกต้องในการให้บริการ ความมีมิตรไมตรี ความสุภาพ ความเสมอภาคในการให้บริการ โดยวรเดช
จันทร์ศร (2551) ได้เสนอตัวแบบด้านการพัฒนาองค์การว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติจึงเป็นเรื่องของ
กระบวนการที่ทำให้ผู้ปฏิบัติเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดหรือวางกรอบนโยบายโดยถือว่า
นโยบายเหล่านั้นมาจากตัวผู้ปฏิบัติเองโดยตรง การทำให้ผู้ปฏิบัติตระหนักในความสำคัญของนโยบาย
และเห็นว่าความสำเร็จของนโยบายคือความสำเร็จของผู้ปฏิบัติและผู้เกี่ยวข้องทุกคน

4. ด้านทรัพยากร ปัจจัยด้านนี้ วรเดช จันทร์ศร (2551) ได้เสนอตัวแบบด้านการจัดการมา
ศึกษาในการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยให้ความสนใจสมรรถนะขององค์กร เพื่อเชื่อว่า ความสำเร็จหรือ
ล้มเหลวในการนำนโยบายไปปฏิบัติย่อมขึ้นอยู่กับโครงสร้าง งบประมาณ สถานที่ วัสดุอุปกรณ์
เครื่องมือ เครื่องใช้ รวมถึงบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน

5. ด้านการมีส่วนร่วม ในด้านนี้ ถือว่าเป็นปัจจัยภายนอกอีกประเภทหนึ่งที่ส่งผลต่อ
ความสำเร็จหรือล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ วรเดช จันทร์ศร (2551) ได้เสนอตัวแบบทาง
การเมืองโดยเชื่อว่าความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ เกิดจากความสามารถของผู้เล่นหรือ
บุคคลที่เป็นตัวแทนองค์กร กลุ่ม สถาบัน และความสัมพันธ์กับปัจจัยภายนอกองค์กร ตัวแบบนี้เห็น
การสร้างควมยอมรับและการมีส่วนร่วมเป็นเรื่องยากที่จะเกิดขึ้นได้ หากขาดการได้รับการสนับสนุน
จากประชาชน นักการเมือง สื่อมวลชน รวมถึงกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติตามนโยบายเทศกิจมวชนสัมพันธ์ และการท่องเที่ยว ของกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานตามนโยบายเทศกิจมวชนสัมพันธ์ และการท่องเที่ยว ของกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อพัฒนาข้อเสนอแนะการแก้ปัญหาการตามนโยบายเทศกิจมวชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

สมมุติฐานการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าหน้าที่เทศกิจที่แตกต่างกัน มีความเห็นต่อผลการปฏิบัติตามนโยบายที่เทศกิจมวชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

เนื่องจากพื้นฐานการวิจัยนี้เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์รูปแบบการวิจัยซึ่งเน้นการวิจัยแบบสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม ประชากรเป้าหมายของการศึกษาคั้งนี้ คือเจ้าหน้าที่เทศกิจ สังกัดกรุงเทพมหานคร ที่ได้รับมอบหมายในการนำนโยบายเทศกิจมวชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ ตามพื้นที่ปฏิบัติงาน เป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ พื้นที่กลุ่มกรุงเทพกลาง พื้นที่กลุ่มกรุงเทพเหนือ พื้นที่กลุ่มกรุงเทพตะวันออก พื้นที่กลุ่มกรุงเทพใต้ พื้นที่กลุ่มกรุงเทพใต้ และพื้นที่กลุ่มกรุงเทพเหนือ มีจำนวนรวมทั้งหมด 2,992 คน ผู้วิจัยคำนวณหากลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรทั้งหมด โดยสูตรของเครจซีและมอร์แกน

$$n = \frac{x^2 Np(1-p)}{e^2(N-1)+x^2p(1-p)}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

X^2 = ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95% ($X^2 = 3.841$)

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (p = 0.5)

แทนค่าสูตร ได้ดังนี้

$$n = \frac{3.841 \times 2,992 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 \times (2,992 - 1) + 3.841 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 340.502 \approx 341$$

ผู้วิจัยต้องการให้ข้อมูลเป็นจำนวนเต็ม จึงปัดเศษของกลุ่มตัวอย่างจาก 340.502 คนเป็น 341 คน

เมื่อได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 341 คน จึงทำการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ปฏิบัติงาน จำนวน 6 พื้นที่ มีโอกาสได้รับการคัดเลือกเท่ากัน พื้นที่ละ 57 คน และใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่ ได้แก่ พื้นที่กลุ่มกรุงเทพมหานครกลาง พื้นที่กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ พื้นที่กลุ่มกรุงเทพมหานครตะวันออก พื้นที่กลุ่มกรุงเทพมหานครใต้ พื้นที่กลุ่มกรุงเทพมหานครใต้ ได้จำนวนพื้นที่ละ 57 คน และส่วนพื้นที่กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ ได้จำนวน 56 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามโครงสร้างปลายเปิดที่แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลในด้าน เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่งงาน อายุการทำงาน พื้นที่ปฏิบัติงาน ส่วนที่สองของแบบสอบถามเกี่ยวกับผลการปฏิบัติตามนโยบายเทศกิจมวชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยว ซึ่งครอบคลุมทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความชัดเจนของนโยบาย ด้านองค์กร ด้านทรัพยากร ด้านทรัพยากรบุคคล ด้านการมีส่วนร่วม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบลิเคิลสเกล (Likert Scale) และส่วนที่สามเกี่ยวกับความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการนำนโยบายเทศกิจมวชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ เป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended)

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบหาความเที่ยงตรงโดยนำแบบสอบถาม เสนอผู้เชี่ยวชาญ หลังจากนั้นนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของคำถาม ได้ค่าเท่ากับ 1.00 และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try Out) กับเจ้าหน้าที่เทศกิจของสำนักเทศกิจ จำนวน 30 คน โดยเป็นเจ้าหน้าที่เทศกิจส่วนกลาง ไม่เกี่ยวข้องกับผู้ปฏิบัติงานตามพื้นที่ โดยการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีของ Cronbach's Alpha เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) โดยใช้ Program SPSS ซึ่งผลการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.859

เมื่อได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยแจกแบบสอบถามให้กับเจ้าหน้าที่เทคนิค ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และเก็บข้อมูลเป็นรายบุคคลจำนวน 341 ชุด และให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง ผู้วิจัยรวบรวมเอกสารกลับคืนทั้งสิ้น 341 ชุด และนำมาประมวลผลข้อมูลโดยมีขั้นตอนโดยมีการตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ ความถูกต้อง และความสอดคล้องกันของคำตอบในแต่ละข้อของแบบสอบถามทุกชุด จึงนำแบบสอบถามมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ การประมวลผล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งรวมระยะเวลาการดำเนินการวิจัย 23 วัน ระหว่าง 28 พฤษภาคม – 20 มิถุนายน 2561

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษานี้ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่เน้นการหาค่าสถิติในรูปร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ การวิเคราะห์ One-way-ANOVA เพื่อทดสอบสมมุติฐานก่อนการนำเสนอผลการศึกษานี้ในรูปแบบตารางและค่าสถิติ พร้อมกับคำอธิบายเชิงพรรณนาและวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย

ประการแรกข้อมูลลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามปรากฏว่า เจ้าหน้าที่เทคนิคส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย (ร้อยละ 91.84) มีอายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 43.70) มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ร้อยละ 45.45) มีตำแหน่งงานเป็นลูกจ้างประจำ (ร้อยละ 76.25) มีอายุการทำงาน 11-20 ปี (ร้อยละ 39.88) ประการที่สอง ผลการปฏิบัติตามนโยบายเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร พบว่าเจ้าหน้าที่เทคนิคแสดงความคิดเห็นจากการปฏิบัติตามนโยบายเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครทุกด้านมีความคิดเห็นระดับมากที่สุด คือ ด้านองค์กร ด้านทรัพยากรบุคคล ด้านทรัพยากร ด้านความชัดเจนของนโยบายและด้านการมีส่วนร่วมตามลำดับ

ในด้านองค์กรมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีการกำหนดผู้รับผิดชอบรวมทั้งมีการกำหนดวิธีการติดตามผลไว้อย่างชัดเจน มีการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับสถานการณ์ต่างๆที่เปลี่ยนแปลงไป และ ได้รับการประสานงานระหว่างหน่วยงานของกรุงเทพมหานครได้เป็นอย่างดี สายการบังคับบัญชาอย่างความเหมาะสม และมีการกำหนดหน้าที่ขอบเขตและการจัดทำแผนปฏิบัติงานครอบคลุมทุกหน่วยงาน ตามลำดับ

ในด้านทรัพยากรบุคคลมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวมีความตั้งใจจริงในการให้บริการแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ที่มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ตนเอง เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานมี

ความรู้ความเข้าใจในระเบียบ ข้อบังคับ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้านเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และเจ้าหน้าที่มีการพัฒนาระบบการทำงาน ตามลำดับ

ในด้านทรัพยากร มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีการบำรุงดูแลอุปกรณ์ที่ใช้ในเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวให้พร้อมใช้งาน มีการจัดสรรงบประมาณอย่างเพียงพอวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้มีเพียงพอในการปฏิบัติงาน และบุคลากรเพียงพอในการปฏิบัติงาน ตามลำดับ

ในด้านความชัดเจนของนโยบาย มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นโยบายเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครจัดตั้งขึ้นสอดคล้องกับการดูแลและอำนวยความสะดวกในด้านการท่องเที่ยวและในด้านความปลอดภัยของกรุงเทพมหานคร เจ้าหน้าที่มีความเข้าใจในนโยบาย มีมาตรการติดตามผลและประเมินผล มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน และนโยบายเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครสามารถนำไปปฏิบัติได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ในด้านการมีส่วนร่วมมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า หน่วยงานเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอแนะในการให้บริการด้านเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยว และประชาชนให้ความร่วมมือประสานงานกับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในด้านเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยว

ในส่วนผลการเปรียบเทียบการปฏิบัติตามนโยบายเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่ง อายุการทำงาน กลุ่มเขตพื้นที่ปฏิบัติงาน ที่ต่างกัน มีความคิดเห็นในการปฏิบัติตามนโยบายเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

ในส่วนเจ้าหน้าที่เทคนิคที่ปฏิบัติตามนโยบายเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยว ของกรุงเทพมหานคร มีข้อคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ เพื่อจะช่วยให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย ดังนี้

1. ประเด็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมปรับปรุงในการปฏิบัติตามนโยบายเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยว ของกรุงเทพมหานคร คือ ควรสร้างระบบมาตรฐานป้าย สื่อสัญลักษณ์สำหรับนักท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานตามแบบสากลรวมทั้งพัฒนาระบบขนส่งมวลชนให้ทั่วถึงครอบคลุม อีกทั้งควรมีแผนเพิ่มทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารให้แก่เจ้าหน้าที่เทคนิค เพื่อจะได้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ประเด็นปัญหา และอุปสรรค ต่อการปฏิบัติตามนโยบายเทศกิจมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยว ของกรุงเทพมหานคร คือ เจ้าหน้าที่ยังขาดความรู้ด้านทักษะการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาประเทศเพื่อนบ้านทำให้เป็นอุปสรรคในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว

อภิปรายผลการวิจัย

การจากศึกษาวิจัยเรื่องการปฏิบัติตามนโยบายเทศกิจมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยว ของกรุงเทพมหานครนั้น มีดังนี้

ด้านความชัดเจนของนโยบาย มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด เจ้าหน้าที่เทศกิจที่ปฏิบัติตามนโยบายเทศกิจมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครให้ความเห็นว่านโยบายดังกล่าวจัดตั้งขึ้นสอดคล้องกับการดูแลและอำนวยความสะดวกในด้านการท่องเที่ยวและในด้านความปลอดภัยของกรุงเทพมหานคร และผู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจในนโยบายเทศกิจมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร อีกทั้งนโยบายมีมาตรการติดตามผลและประเมินผล มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน และสามารถนำไปปฏิบัติได้เป็นอย่างดี ซึ่งความชัดเจนของนโยบายนั้นสอดคล้องกับแนวทางในการดำเนินการในการนำนโยบายเทศกิจมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติ โดยมีสำนักงานเขตจัดทำแผนปฏิบัติงานสนับสนุนโครงการ มีการกำหนดจุดบริการท่องเที่ยวเขตละ 1 จุด มีการจัดชุดปฏิบัติการประจำจุด มีการติดตาม กำกับดูแล และแนวทางปฏิบัติเมื่อประสบเหตุ อย่างชัดเจน

ด้านองค์กร มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด เจ้าหน้าที่เทศกิจที่ปฏิบัติตามนโยบายเทศกิจมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครให้ความเห็นว่ามีการกำหนดผู้รับผิดชอบรวมทั้งมีการกำหนดวิธีการติดตามผลไว้อย่างชัดเจน มีการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับสถานการณ์ต่างๆที่เปลี่ยนแปลง อีกทั้งได้รับการประสานงานระหว่างหน่วยงานของกรุงเทพมหานครได้เป็นอย่างดี มีสายการบังคับบัญชาในด้านเทศกิจมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครอย่างเหมาะสม และมีการกำหนดหน้าที่ขอบเขตและการจัดทำแผนปฏิบัติงานครอบคลุมทุกหน่วยงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางในการดำเนินการในการนำนโยบายเทศกิจมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติ โดยมีสำนักงานเขตจัดทำแผนปฏิบัติงานสนับสนุนโครงการ มีการกำหนดจุดบริการท่องเที่ยวเขตละ 1 จุด มีการจัดชุดปฏิบัติการประจำจุด มีการติดตาม กำกับดูแล และแนวทางปฏิบัติเมื่อประสบเหตุ ซึ่งเมื่อนโยบายมีแนวทางอย่างชัดเจนจะส่งผลให้องค์กรที่เกี่ยวข้องในระดับปฏิบัติการ สามารถปฏิบัติงานได้อย่างชัดเจนส่งผลต่อการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการนำนโยบายไปปฏิบัติของวรเดช จันทรศร (2551 : 129-146) ได้ประมวลตัวแบบของนักวิชาการที่ได้

ศึกษาสังเคราะห์แนวคิดที่ได้จากการศึกษาและพัฒนาเป็นต้นแบบทางทฤษฎี ได้แก่ ต้นแบบที่ยึดหลักเหตุผล ซึ่งต้นแบบนี้จะมีหลักการที่มีเหตุผลชัดเจน และมีองค์ประกอบในการดำเนินงานอยู่ 2 ส่วนใหญ่ คือ 1. นโยบายต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ซึ่งหน่วยงานสามารถแปรวัตถุประสงค์ถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม 2. ความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างบรรลุผลใกล้เคียงกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งระดับความสำเร็จของการดำเนินนโยบายหรือโครงการไปสู่การปฏิบัติ จะขึ้นอยู่กับปัจจัย 5 ประการ คือ ความชัดเจนในวัตถุประสงค์นโยบาย การกำหนดภารกิจและมอบหมายอย่างชัดเจน การกำหนดมาตรฐานในการปฏิบัติงาน การสร้างระบบประเมินผลที่เหมาะสม และการสร้างมาตรฐานการจูงใจที่เหมาะสม

ด้านทรัพยากรมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด เจ้าหน้าที่เทคนิคที่ปฏิบัติตามนโยบายเทศกิมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครให้ความเห็นว่าการบำรุงดูแลอุปกรณ์ที่ใช้ให้พร้อมใช้งาน มีการจัดสรรงบประมาณอย่างเพียงพอ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้มีเพียงพอในการปฏิบัติงาน และบุคลากรด้านเทศกิมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวเพียงพอในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับต้นแบบทางทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติ เป็นต้นแบบด้านการจัดการของวอร์ดช จันทรศร (2551 : 134) ซึ่งต้นแบบนี้จะให้ความสำคัญในเรื่องสมรรถนะขององค์กรเป็นหลัก โดยถือว่าความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับหน่วยงานที่รับผิดชอบว่ามีความสามารถที่จะปฏิบัติงานอย่างสอดคล้องกับความคาดหวังของหน่วยงานเพียงใด องค์กรจะต้องมีโครงสร้างที่เหมาะสม มีบุคลากรมีความรู้ความสามารถทั้งทางด้านการบริหารและทางเทคนิคอย่างเพียงพอ มีการวางแผนเตรียมการ มีความพร้อมทั้งด้านวัสดุ อุปกรณ์ สถานที่ เครื่องมือ และงบประมาณ

ด้านทรัพยากรบุคคลมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด เจ้าหน้าที่เทคนิคที่ปฏิบัติตามนโยบายเทศกิมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครให้ความเห็นว่าเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านเทศกิมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวมีความตั้งใจจริงในการให้บริการแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว ความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ตนเอง มีความรู้ความเข้าใจในระเบียบ ข้อบังคับ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้านเทศกิมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยว มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีการพัฒนาการระบบการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับต้นแบบทางทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติของวอร์ดช จันทรศร (2551 : 136) ต้นแบบด้านการพัฒนาองค์กร ซึ่งได้ให้ความสำคัญเฉพาะบุคลากรในหน่วยงานเป็นหลัก โดยมีแนวคิดที่ บุคลากรเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในองค์กร จึงให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม (Participation) ของคนในองค์กร การทำงานเป็นทีม โดยการทำงานในทีมจำเป็นต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมคำนึงถึงการจูงใจการใช้ผู้นำอย่างเหมาะสม การสร้างความรู้สึกรักผูกพันกับองค์กร การยอมรับ การพัฒนาทีมงานมากกว่าการใช้กำลังบังคับควบคุม

ด้านการมีส่วนร่วมมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด เจ้าหน้าที่เทคนิคที่ปฏิบัติตามนโยบาย เทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครให้ความเห็นว่าหน่วยงานเปิดโอกาสให้ ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอแนะในการให้บริการด้านเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการ ท่องเที่ยว และประชาชนให้ความร่วมมือประสานงานกับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในด้านเทคนิคมวลชน สัมพันธ์และการท่องเที่ยว ซึ่งวรเดช จันทรศร (2552, หน้า 43-47) ได้กล่าวถึงบทบาทผู้ที่เกี่ยวข้องมี ผลต่อการผลักดันให้นโยบายนั้นประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว ได้แก่ ฝ่ายการเมือง ระบบราชการ ข้าราชการ ผู้รับบริการหรือผู้ได้รับประโยชน์จากนโยบาย

ผลการเปรียบเทียบการปฏิบัติตามนโยบายเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่งงาน อายุการทำงาน และพื้นที่การปฏิบัติงานที่ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการปฏิบัติตามนโยบายเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ ไม่ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเมธา ยุทธนาโยธิน (2550: บทคัดย่อ) พบว่า ประชาชนที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการนำนโยบายการ กำจัดขยะมูลฝอยไปปฏิบัติ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปและขอเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าการประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายเทคนิค มวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครตั้งอยู่บนพื้นฐานการะบวนการที่มีประสิทธิภาพ และสนับสนุนเป้าหมายนโยบายในระดับสูง อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาในบางด้านสะท้อนให้เห็น นัยสำคัญบางประการ ที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้กระบวนการปฏิบัติตาม นโยบายเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยวในภาพรวมเกื้อกูลต่อผลสำเร็จของนโยบายมากขึ้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะบางประการซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์ต่อการนำนโยบายเทคนิคมวลชนสัมพันธ์และ การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร นั้น โดยแยกเป็น 2 ประการ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 สำนักเทคนิคกรุงเทพมหานคร ควรมีการอบรมความรู้ ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ ภาษาประเทศเพื่อนบ้านให้กับเจ้าหน้าที่เทคนิคเพิ่มขึ้นและจริงจัง

1.2 สำนักเทคนิคกรุงเทพมหานคร ควรจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ทั้ง แบบภาษาไทยและแบบภาษาสากล เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่เทคนิค

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 กรุงเทพมหานคร ควรมีการศึกษาถึงผลผลิตในการนำนโยบายเทศกิจมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยว ของกรุงเทพมหานครในมุมมองของผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการอย่างกว้างขวางมากขึ้น

2.2 กรุงเทพมหานคร ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบปัญหา อุปสรรคในการนำนโยบายเทศกิจมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยว ของกรุงเทพมหานครไปปฏิบัติของสำนักงานเขตต่างๆ

2.3 กรุงเทพมหานครควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อได้ข้อมูลเชิงลึก และสามารถทำการวิเคราะห์หาแนวทางสำหรับการวางแผนการปฏิบัติงานอย่างครบถ้วน

เอกสารอ้างอิง

วรเดช จันทรศร. 2551. **ทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ**. พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพมหานคร: บริษัท พริกหวานกราฟฟิค จำกัด

กล้า ทองขาว. 2548. **การนำนโยบายและแผนการศึกษาไปปฏิบัติ: แนวคิดทฤษฎีและแนวทางการดำเนินงาน**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

บพิธ รัตนบุรี. 2552. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายการให้บริการแบบศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ไปปฏิบัติ ศึกษากรณี สำนักงานเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร**. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ถวัลย์ วรเทพพิพิงษ์. 2537. **การนำนโยบายไปปฏิบัติ (เอกสารประกอบการสอนวิชา รศ.740 การนำนโยบายไปปฏิบัติ ฉบับที่ 1 โครงการเอกสารและตำรา)**. คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ศุภชัย ยาวะประภาษ. 2533. **นโยบายสาธารณะ**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุมพล หนีมพานิช. 2549. **การวิเคราะห์นโยบาย: ขอบข่ายแนวคิด ทฤษฎีและกรณีตัวอย่าง**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ธันยวัฒน์ รัตนศักดิ์. 2546. **นโยบายสาธารณะ**. เชียงใหม่: คณิงนิจการพิมพ์

ประธาน พฤษษ์สว่างวงศ์ และคณะ. 2545. **การนำนโยบายการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไปปฏิบัติ**:

การขอขึ้นทะเบียนตำรับยาแผนปัจจุบันที่มีโซยาใหม่ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. รายงานการวิจัยวิชาสัมมนาเชิงปฏิบัติการว่าด้วยการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ. 2551. **การนำนโยบายไปปฏิบัติ**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท บพิการพิมพ์ จำกัด.

เมธา ยุทธนาโยธิน. 2550. **การนำนโยบายการกำจัดขยะมูลฝอยไปปฏิบัติ: ศึกษาเฉพาะกรณีเขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ประสงค์ กัลยาณะธรรม. (บทคัดย่อ) **การนำนโยบายเรียนฟรี 15 ปี ไปสู่การปฏิบัติในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน: ศึกษากรณีภาคตะวันตกของประเทศไทย**. การประชุมวิชาการแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 9.

สำนักเทศกิจ. 2557. **โครงการพัฒนาด้านเทศกิจมวลชนสัมพันธ์และการท่องเที่ยว ประจำปีงบประมาณ 2557**. กรุงเทพมหานคร

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี “กรุงเทพมหานคร” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://th.wikipedia.org/wiki/กรุงเทพมหานคร>. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2561

**ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับการเข้าสู่
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา กลุ่มธุรกิจการสื่อสารในประเทศไทย**

Factors Affecting the Readiness of Thai Accounting Profession with the entry into the
ASEAN Economic Community Case study Communication Business Group in Thailand

ธัญวรินทร์ นาคสุรินทร์¹

Thanwarin Naksurin

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางในการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของนักบัญชี โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด จากผู้ประกอบการในรูปแบบบริษัทเอกชนระดับกลาง ระดับย่อย และรัฐวิสาหกิจ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อ ความพร้อมของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นๆ(ในกลุ่มประเทศอาเซียน) และความสามารถในการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชี โดยที่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี ส่งผลต่อความพร้อมของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รองลงมา ได้แก่ ด้านภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ (ในกลุ่มประเทศอาเซียน) และความสามารถในการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชี ตามลำดับ ในขณะที่จรรยาบรรณของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชี ไม่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนอกจากนี้ สัมประสิทธิ์การกำหนด ($R^2 = 0.165$) แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่นำมาศึกษา ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนคิดเป็นร้อยละ 16.7

คำสำคัญ : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน วิชาชีพบัญชี ความพร้อม

Abstract

This research was made with the objective to study the guideline in preparing people with accounting profession in Thailand and going into ASEAN Economic Community and to study factor affecting the preparation of people with accounting

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม

profession in Thailand for going into ASEAN Economic Community to create advantage in competition of accountants by using 400 sets of questionnaires from entrepreneurs in the form of medium-size and small size private companies and the data were analyzed by multiple linear regression. From the study, it was found that the factor affecting the preparation of people with accounting profession in Thailand and going into ASEAN Economic Community with statistical significance at the level of 0.05 including the knowledge and understanding on accounting profession, English and other languages in the ASEAN countries and the ability in using information technology system on accounting. The knowledge and understanding on profession affecting the preparation of people with accounting profession in Thailand and going into ASEAN Economic Community. Then it was the aspect of English and other languages in ASEAN countries and the ability in using information technology of accounting respectively whereas the ethics of people with accounting profession did not affect the preparation of people with accounting profession in Thailand and going into ASEAN Economic Community. Moreover, the specified coefficient ($R^2 = 0.165$) showed the studied factor affecting the preparation of people with accounting profession in Thailand and going into ASEAN Economic Community for 16.7%.

Keywords: ASEAN Economic Community, Accounting, Readiness

บทนำ

ในภาวะเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับปัจจุบันการรวมตัวกันของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อนำไปสู่การเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตอย่างเสรี ถือเป็นปัจจัยหนึ่งในการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจการสื่อสารในประเทศไทย นำไปสู่การแข่งขันในระดับสากล ถือเป็นจุดเริ่มต้นของจุดเปลี่ยนแห่งธุรกิจเทคโนโลยีการสื่อสาร เพื่อดำเนินการตามนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลของรัฐบาลไทย แสดงถึงศักยภาพในฐานะผู้นำของอุตสาหกรรมโทรคมนาคมที่พร้อมนำประเทศไทยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ในภูมิภาคโดยเฉพาะความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจที่ประเทศไทย กำลังก้าวเข้าสู่การแข่งขันประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เมื่อพิจารณาถึงกลไกการเตรียมความพร้อมด้านการเคลื่อนย้ายแรงงานวิชาชีพตามข้อตกลงยอมรับร่วมกันในคุณสมบัติวิชาชีพบัญชีของอาเซียน หากมองในด้านมิติขององค์การวิชาชีพบัญชี พบว่า สมาชิวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ มีบทบาทสำคัญในการให้ความรู้ความเข้าใจและกระตุ้น ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีไทยให้ตระหนักถึงความจำเป็นในการพัฒนา

ความรู้ทางวิชาชีพและทักษะที่จำเป็นเพื่อเตรียมความพร้อมกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2557) ความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีซึ่งเป็นหนึ่งในวิชาชีพที่ได้รับผลกระทบจากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจอาเซียน กับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นนับเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยหลีกเลี่ยงและบรรเทาผลกระทบในเชิงลบอันอาจจะเกิดขึ้น อีกทั้งยังสามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสที่มีอยู่ในการสร้างแนวทางและวางแผนนำผลกระทบที่ได้รับนั้นมาปรับสร้างโอกาสให้เกิดเชิงบวกในอนาคต สำหรับการเตรียมความพร้อมในการเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (วัฒนา ศิวะเกื้อ และคณะ. 2551,14)

จากเหตุการณ์ดังกล่าวข้างต้น ทำให้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเปลี่ยนไปส่งผลให้สภาพแวดล้อมการทำงานของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมีความซับซ้อนและเต็มไปด้วยการแข่งขัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษา ถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทยกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา กลุ่มธุรกิจการสื่อสารในประเทศไทย ผู้วิจัยคาดหวังว่าผลการศึกษาที่ได้สามารถเป็นแนวทางในการวางแผนของหน่วยงานทั้งภาคเอกชนและภาครัฐในการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเพื่อจัดการพัฒนาผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีได้มีความพร้อมกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

สมรรถนะ หมายถึง ความสามารถที่ใช้เพื่อให้เกิดการบรรลุผลหรือตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนที่ทำให้เกิดความรู้ (Knowledge) การเรียนรู้ทักษะ (Know-how) และเจตคติ ลักษณะนิสัยหรือบุคลิกภาพต่าง ๆ (Attitude) ที่ช่วยให้สามารถเผชิญและแก้ไขสถานการณ์หรือปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Nadaillac (2003) (อ้างถึงใน ขจรศักดิ์ ศิริมัย และคณะ, 2554) สมรรถนะของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ตามข้อกำหนดสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ได้กำหนดมาตรฐานการศึกษาสำหรับวิชาชีพบัญชี และหลักสูตรซึ่งต้องได้รับการรับรองจากสภาวิชาชีพบัญชี จึงจะขึ้นทะเบียนเป็นผู้ทำบัญชีและผู้สอบบัญชีตามข้อกำหนด ตามมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศได้กำหนดกรอบความรู้ที่ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจะต้องพึงมีคือ

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี ประกอบด้วย ความรู้เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชี และความรู้ที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยความเกี่ยวกับบัญชี การเงิน การรายงานทางการเงิน การบัญชีบริหาร การบัญชีภาษีกร การสอบบัญชีเพื่อเป็นพื้นฐานหลักในการประกอบวิชาชีพบัญชี ทั้งนี้ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงวิธีในการปฏิบัติงานนักบัญชีจะได้มีความเข้าใจและปรับเปลี่ยนวิธีการให้ทันสมัยตามมาตรฐานการบัญชี

จริยธรรมของนักบัญชี ประกอบด้วย จรรยาบรรณในวิชาชีพและค่านิยมทางวิชาชีพบัญชีที่ดี เนื่องจากนักบัญชีเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทางการเงินซึ่งเป็นความลับขององค์กร ดังนั้นจรรยาบรรณของนักบัญชีจึงเป็นสิ่งสำคัญที่นักบัญชีพึงตระหนักและดำรงตนให้มีจริยธรรมและตระหนักถึงคุณค่าของการประกอบวิชาชีพบัญชี

ทักษะด้านภาษาและการสื่อสาร ประกอบด้วย ความสามารถในการฟัง พูด อ่าน และเขียน เพื่อส่งสารและรับข่าวสารข้อมูล ทั้งสามารถสรุปความ ขยายความ และจัดระบบข้อมูล สามารถเลือกใช้วิธีการหรือเครื่องมือในการสื่อสารได้เหมาะสมกับสถานการณ์

ความสามารถในการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชี ประกอบด้วย ทักษะ ความรู้ เพื่อนำมาปรับเปลี่ยนในการประกอบธุรกิจในยุคปัจจุบัน องค์กรธุรกิจใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศในการประมวลผลจัดการข้อมูล นักบัญชีจึงต้องมีความรู้เกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ

แนวความคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพร้อมและการเตรียมความพร้อม

สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์(FAP Newsletter No.7) จำนวนนักวิชาชีพบัญชีไทยในปี ค.ศ. 2015 จำนวนห้าหมื่นคนถือว่าเป็นจุดเด่นของประเทศไทย เมื่อเทียบกับสมาชิกองค์กรวิชาชีพของประเทศอื่นในอาเซียน ด้านการประยุกต์มาตรฐานการรายงานทางการเงิน พบว่านักวิชาชีพบัญชีในเขตอาเซียน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และพม่า รับเอามาตรฐานบัญชีระหว่างประเทศมาใช้โดยไม่ต้องมีการแปล ซึ่งทำให้สามารถติดตามหรือเข้าใจเนื้อหาของมาตรฐานสากลได้มากกว่า ดังนั้น สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ได้เสนอแนะในเรื่องของนักวิชาชีพบัญชีในประชาคมอาเซียนต้องมีการเตรียมความพร้อม ดังนี้

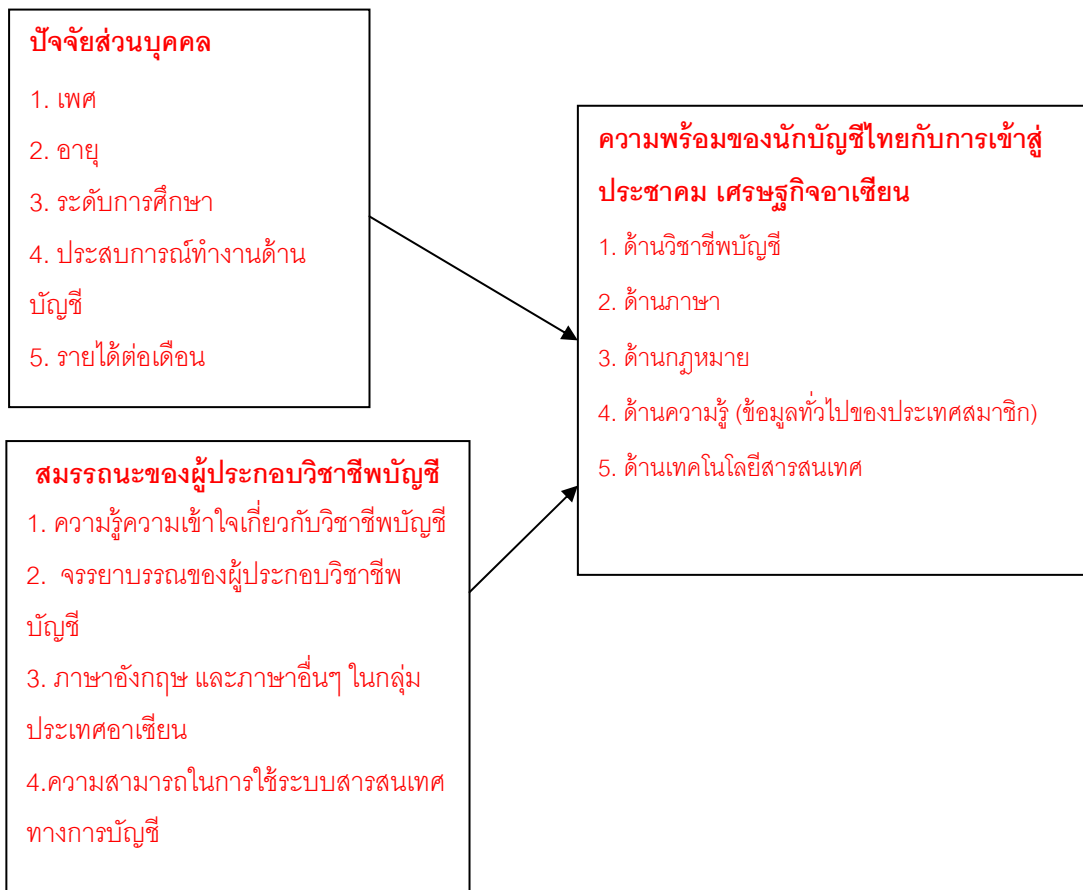
1. ความพร้อมด้านวิชาชีพบัญชีตามมาตรฐานการบัญชีและการสอบบัญชีที่เป็นสากล
2. ความพร้อมในการศึกษากฎหมาย ข้อบังคับ ภาษีอากร ของแต่ละประเทศนั้น ๆ เพื่อให้มีการกระทำตามข้อกฎระเบียบข้อบังคับทำให้สามารถทำธุรกรรมได้อย่างราบรื่น
3. ความพร้อมด้านภาษาและการสื่อสารและการปรับตัว
4. ความพร้อม ด้านความรู้ทั่วไป (ข้อมูลทั่วไปของประเทศสมาชิกอาเซียน) และด้านทัศนคติ จริยธรรม นักบัญชีควรมีคุณลักษณะที่คล่องแคล่ว เข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและสามารถนำเสนอรายงานที่สามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจในธุรกิจได้ทันท่วงที
5. ความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ซึ่งเป็นหนึ่งในวิชาชีพที่ได้รับผลกระทบจากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจอาเซียน ปัจจุบันประเทศไทยได้เข้าสู่เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น สิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่ง คือ ทักษะการใช้ภาษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาอังกฤษ นอกจากนั้นสำหรับนักบัญชี ผู้ที่จะ

สามารถประกอบวิชาชีพบัญชีหรือสามารถแข่งขันในตลาดนักบัญชีได้ ในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จึงจำเป็นต้องมีความพร้อมด้านอื่น ๆ อาทิ ความพร้อมทางด้านกฎหมายความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น เพื่อเตรียมความพร้อมกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปัจจุบัน สำหรับวิชาชีพการบัญชีนั้นเป็นวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการเก็บรวบรวม การบันทึกรายการทางการค้า การสรุปผลรวมถึงการรายงานข้อมูลทางการเงินตามมาตรฐานและหลักเกณฑ์ที่ถูกต้อง(วัฒนา ศิระเกื้อ และคณะ. 2551,14)

ดังนั้น นักบัญชีจึงมีบทบาทและความสำคัญอย่างมากต่อองค์กรยิ่งในยุคโลกาภิวัตน์ที่การเปลี่ยนแปลงและมีปัญหาที่ซับซ้อนทำให้ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชียิ่งสำคัญมากเพราะการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทำให้ผู้บริหารต้องตัดสินใจและวางกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อการแข่งขันที่เติบโตขึ้นวิชาชีพบัญชีถือเป็นอาชีพหนึ่งที่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถเฉพาะทาง

กรอบแนวคิดของการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพร้อมของนักบัญชีไทยกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา กลุ่มธุรกิจการสื่อสารในประเทศไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านสมรรถนะของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา กลุ่มธุรกิจการสื่อสารในประเทศไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสมรรถนะของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านภาษาอังกฤษ ภาษาอื่นๆ (ในกลุ่มสมาชิกประเทศอาเซียน) และด้านความสามารถในการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางในการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทยกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา กลุ่มธุรกิจการสื่อสารในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทยกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา กลุ่มธุรกิจการสื่อสารในประเทศไทย เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของนักบัญชี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

- 1) ประชากร (Population) ที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ ได้แก่จำนวนพนักงานบัญชีและผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชี ประเภทกลุ่มธุรกิจการสื่อสารในประเทศไทย ฐานข้อมูลของ(กสทช. ณ วันที่ 30 พฤศจิกายน 2560)
- 2) กลุ่มตัวอย่าง (Sample)ในการศึกษา คือ จำนวนพนักงานบัญชี และ ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีในกลุ่มบริษัทเอกชนระดับกลาง ระดับย่อย และรัฐวิสาหกิจ กลุ่มธุรกิจการสื่อสารในประเทศไทย วิธีการเลือกตัวอย่างแบบกำหนดขนาดตัวอย่างโดยสูตรของTaro Yamane (รศ.ดร.ธนานินทร์ ศิลป์จารุ :2555:13) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และยอมรับความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่าง 5 % โดยมีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ของ กลุ่มธุรกิจการสื่อสารในประเทศไทยที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ 400 ราย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทยกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา กลุ่มธุรกิจการสื่อสารในประเทศไทย ได้แก่

ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน ด้านบัญชี และรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านสมรรถนะที่มีผลต่อการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทยกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ได้แก่ ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี ด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ (ในกลุ่มประเทศอาเซียน) และด้านความสามารถในการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชี

แปรตาม (Dependent Variable) คือ ความพร้อมของนักบัญชีไทยกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ได้แก่ ด้านวิชาชีพบัญชี ด้านภาษา ด้านกฎหมาย ด้านความรู้(ข้อมูลทั่วไปของประเทศสมาชิกอาเซียน และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

เครื่องมือการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งการสร้างเครื่องมือการวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการและโครงสร้างของตัวแปรที่ต้องการศึกษา โดยผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่น การทดสอบเครื่องมือ 2 ส่วน คือ 1) การตรวจสอบความตรง (Validity) ประกอบด้วย การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา(Content Validity) และ 2) การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) มีค่าคะแนนโดยรวมเท่ากับ 0.8732 ซึ่งมากกว่า 0.5 แสดงถึงคำถามเหล่านี้มีความสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนดและวัตถุประสงค์ของการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยได้ การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ซึ่งได้นำแบบสอบถามปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำไปทำการทดสอบ (Pre-test) จำนวน 30 ชุด ค่าเท่ากับ 0.75 วิธีการทางสถิติ คือ สถิติที่ใช้สำหรับข้อมูลเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าเฉลี่ย ความถี่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้สำหรับข้อมูลเชิงอ้างอิงเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ t-test , F-test และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัย (สรุป อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา กลุ่มธุรกิจการสื่อสารในประเทศไทย ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการศึกษาดังกล่าวได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษากลุ่มธุรกิจการสื่อสารในประเทศไทย

R ² = .165, F= 19.268,*p<0.05				
independent variables	β	std error	t	sig
(constant)	2.867	.105	27.351	.000
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี	.117	.027	4.385	.000
จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี	-.014	.029	-4.79	.632
ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ ในกลุ่มประเทศอาเซียน	.107	.022	4.876	.000
ความสามารถในการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชี	-.059	.020	-2.947	.003

(*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05)

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสมรรถนะของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย มีอิทธิพลต่อความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี (Sig. = 0.000) ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ (ในกลุ่มประเทศอาเซียน)(Sig. = 0.000) และความสามารถในการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชี(Sig. =0.003) โดยที่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพ (β= 0.117) มีอิทธิพลต่อความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รองลงมาได้แก่ ด้านภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ (ในกลุ่มประเทศอาเซียน) (β= 0.107) และความสามารถในการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชี (β= -0.059) ตามลำดับ ในขณะที่จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี(Sig. = 0.632) ไม่อิทธิพลต่อความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทยกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

นอกจากนี้สัมประสิทธิ์การกำหนด (R² = 0.165) แสดงถึงปัจจัยที่นำมาศึกษามีอิทธิพลต่อความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ที่เหลืออีกร้อยละ 83.3 เป็นผลสืบเนื่องจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้นำมาศึกษา

จากผลการทดสอบค่าทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ (Independent) 4 ด้านได้แก่ ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพ (X_1) ด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพ บัญชี (X_2) ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ ในกลุ่มประเทศอาเซียน (X_3) และความสามารถในการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชี (X_4) ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่มีผลต่อความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Y) สามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการเชิงเส้นตรงที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 เพื่อพยากรณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้ ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.702 + 0.117 (X_1) + 0.107 (X_3) - 0.059(X_5)$$

จากสมการเชิงเส้นตรงดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ค่าสัมประสิทธิ์ (b) ของด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพ เท่ากับ 0.117 และด้านภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ (ในกลุ่มประเทศอาเซียน) เท่ากับ 0.107 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก ถือว่ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพร้อมของนักบัญชีไทยกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในทิศทางเดียวกัน ขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์ (b) ด้านความสามารถในการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชี เท่ากับ -0.059 ถือว่ามีอิทธิพลเชิงลบต่อความพร้อมของนักบัญชีไทยในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในทิศทางตรงกันข้าม

การอภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา กลุ่มธุรกิจการสื่อสารในประเทศไทยแตกต่างกัน จากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชี และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามอาจมีความคิดเห็น ทางด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชี และรายได้ต่อเดือนมีผลต่อความพร้อมของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา กลุ่มธุรกิจการสื่อสารในประเทศไทย พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีนั้นเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี การศึกษางานวิจัยนี้จึงศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และ ประสบการณ์การทำงาน

ด้านบัญชี สำหรับปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศนั้นอาจส่งผลกระทบต่อระดับความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ซาลินี บุญยะศัพท์.(2556)พบว่า เพศหญิงมีความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่ นงนภัศ ชื่นพัฒนพงศ์.(2555) พบว่า เพศชายมีความพร้อมต่อการเปิดเสรีอาเซียนมากกว่าเพศหญิง เป็นผู้เปิดรับประสบการณ์ต่าง ๆ อย่างไม่หลีกเลี่ยงชอบแสดงออกมากกว่าที่จะเก็บไว้ Mackinnon, 1960 ในเรื่องความคิดค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมทำให้กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงมีระดับความพร้อมที่ต่างกัน

ด้านอายุ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้แต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันทั้งทางด้านของความคิดและพฤติกรรม รวมถึงการสื่อสารของบุคลากรที่ทำงานร่วมกันในองค์กร ผลการศึกษาของ ทศนีย์วรรณ ภูผ่าน.(2555) พบว่า อายุที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพร้อมของผู้ทำบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล สุมรรค.(2554)ที่พบว่า อายุที่แตกต่างกันของบุคลากรทางบัญชีในสถานประกอบการไม่มีผลต่อความพร้อมในเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ด้านการศึกษาเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน ความรู้ความสามารถในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิธีการกระบวนการและกรรมวิธีในการปฏิบัติงานเป็นทักษะที่สำคัญสำหรับงานด้านปฏิบัติการซึ่งเป็นหนึ่งในทักษะที่ผู้บริหารควรพึงมี Katz.(1995) เช่นเดียวกับผู้ประกอบการวิชาชีพสอบบัญชีที่ควรมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับมาตรฐานการสอบบัญชี เพียงพอต่อการปฏิบัติงานในวิชาชีพ บุคคลที่มีการศึกษาสูงได้เปรียบในการเป็นผู้รับสารที่ดีเนื่องจากเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี ขณะเดียวกันวิชาชีพสอบบัญชีของไทยได้มีการพัฒนาคุณภาพเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในวิชาชีพแก่ผู้มีส่วนได้เสียในปี พ.ศ. 2554 สภาวิชาชีพบัญชี ได้กำหนดให้มีการควบคุม คุณภาพสำหรับสำนักงานที่ให้บริการด้านการตรวจสอบและการสอบทานงบการเงินและงานให้ความเชื่อมั่นตลอดจนบริการที่เกี่ยวข้อง (International Standards on Quality Control : ISQCs) ศิลปพร ศรีจันเพชร และ ธีรชัย อรุณเรือง ศิริเลิศ.(2554) ผู้ประกอบวิชาชีพจึงต้องปรับตัวและพัฒนาตนเองศึกษาหาความรู้เพื่อเตรียมความพร้อมในความเป็นมืออาชีพ จากผลการศึกษาของ นฤมล สุมรรค.(2554) พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของบุคลากรทางบัญชีในสถานประกอบการมีผลต่อความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน ในขณะที่ ทศนีย์ วรรณภูผ่าน.(2555) พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพร้อมของผู้ทำบัญชีในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

ด้านประสบการณ์ทำงานในวิชาชีพบัญชี คือ ความพร้อมทำงานอย่างเต็มที่อันเนื่องมาจากเกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมาสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ มองเห็นแนวทางในการประกอบอาชีพต่อไปในอนาคตซึ่งจะช่วยให้ประเทศสามารถเข้าสู่การแข่งขันกับประชาคมโลก Khan Sanaulah.(2012) ผู้ที่เป็นหัวหน้าหน่วยงาน ผู้บังคับบัญชา ผู้นำทุกระดับ

หากมีคุณสมบัติในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีย่อมแสดงถึงความพร้อมในการปฏิบัติงานและเป็นพลังขับเคลื่อนองค์กรที่ดี จากผลการศึกษาของ นฤมล สุวรรณ.2554 พบว่า ความแตกต่างของประสบการณ์ทำงานบัญชี ต่อความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน ด้านภาษาและด้านกฎหมายของบุคลากรทางบัญชีกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จากผลงานการศึกษาของ ทศนี้อยวรรณ ภูผ่าน.(2555) พบว่า ประสบการณ์ทำงานทางด้านบัญชีที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้จัดทำบัญชี

สมมติฐานที่ 2 พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านสมรรถนะที่มีผลต่อการปฏิบัติงานบัญชี ของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพร้อมของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับการเข้าสู่รับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากสมรรถนะในการทำงานมีผลต่อการปฏิบัติงานบัญชีของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีในประเทศไทยที่แตกต่างกัน เนื่องจากทักษะของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีแบ่งออกเป็น 5 ประเภท โดยเฉพาะทักษะทางปัญญาแบ่งเป็น 6 ระดับ คือ ความรู้ ความเข้าใจ การนำไปใช้ การวิเคราะห์ และการประเมินผล

สภาวิชาชีพบัญชี.(2556) มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศได้กำหนดกรอบความรู้ที่ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีจะต้องมีคือ ความรู้ทั่วไป ความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพ การเงิน ความรู้ด้านองค์กรธุรกิจ และความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะความสามารถในการประยุกต์ใช้โปรแกรมพื้นฐานเพื่อนำเสนอข้อมูลที่ต้องเข้าใจแก่ฝ่ายบริหารตลอดจนทักษะในการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีซึ่งมีความจำเป็นในการปฏิบัติงานบัญชีในยุคปัจจุบัน

กุสุมา คำพิทักษ์.(2556) มาตรฐานการบัญชี เปรียบเสมือนส่วนประกอบที่สำคัญของเนื้อหาและกระบวนการศึกษาและพัฒนาเพื่อให้ได้รับการยอมรับและนำไปปฏิบัติตามนานาประเทศได้ ด้านทักษะของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีมีองค์ประกอบของคุณสมบัติที่เป็นไปตามที่ผู้ประกอบการหรือภาคธุรกิจต้องการ ซึ่งเมื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ

องค์ประกอบที่ 1 มีคุณสมบัติตาม พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2547

องค์ประกอบที่ 2 มีคุณสมบัติด้านทักษะทางวิชาชีพ

องค์ประกอบที่ 3 มีคุณสมบัติด้านการควบคุมการประกอบวิชาชีพบัญชี

สุพัตรา เนื่องวัง.(2556) คุณสมบัติความพร้อมสำหรับนักบัญชีของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชี กับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (AEC) ได้แก่ ความพร้อม ตามมาตรฐานการบัญชีและการสอบบัญชีที่เป็นสากล ความพร้อมในการศึกษากฎหมาย ข้อบังคับทางภาษีอากร ความพร้อมด้านการสื่อสารและการปรับตัว ความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ความพร้อมด้านทัศนคติ จริยธรรม

สภาวิชาชีพบัญชี.(2557) ทั้งนี้เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมเบื้องต้นให้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เมื่อมีการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ASEAN Economic Community : AEC เป็นความร่วมมือทางเศรษฐกิจของประเทศสมาชิกต่าง ๆ ในอาเซียนจำนวน 10 ประเทศ ได้แก่ บรูไน กัมพูชา อินโดนีเซีย ลาว มาเลเซีย พม่า ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม โดยมีเป้าหมายหลักในการรวม 10 ประเทศให้เป็นตลาดและฐานผลิตเดียวเพื่อส่งเสริมการค้าการลงทุนภายในกลุ่ม AEC และสร้างอำนาจต่อรองทางการค้าการลงทุนกับประเทศนอกกลุ่ม AEC ให้มีการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือเสรีโดยได้ทำข้อตกลงยอมรับร่วม (MRAs) ในวิชาชีพหลัก โดยยอมรับร่วมกัน เรื่องคุณสมบัติที่เป็นเงื่อนไขในการได้รับอนุญาตให้ประกอบวิชาชีพ หมายถึง นักวิชาชีพประเทศหนึ่งในกลุ่มจะสามารถประกอบวิชาชีพในประเทศอาเซียนอื่น ๆ และจากการจัดทำข้อตกลงการยอมรับ (MRAs) ด้านการบริการวิชาชีพบัญชีเป็นหนึ่งในวิชาชีพที่มีการทำข้อตกลงในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสมรรถนะของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทยที่ ด้านความรู้ความเข้าใจ จรรยาบรรณ ภาษาอังกฤษ ภาษาอื่น ๆ (ในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน) และความสามารถในการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชี ที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทยกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทยนั้นมีความสำคัญจึงนำมาใช้ในการพิจารณา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัลลภ บัวชุม.(2554) พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีและการเงินมีความคาดหวังต่อความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของนักบัญชี สูงกว่าระดับความสามารถของนักบัญชีในปัจจุบัน โดยส่วนใหญ่ วิจารณ์ถึงอนาคตองค์กรควรสรรหานักบัญชีที่มีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วีรยุทธ์ สุขมาก และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินีพันธ์.(2556) พบว่าเทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน งานวิจัยของ นฤมล สุวรรณคา.(2554) พบว่า ความรู้ความเข้าใจของบุคลากรทางบัญชีเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีความสัมพันธ์กับความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทั้งในด้านวิชาชีพบัญชีและทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

1) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับสมรรถนะ เช่น ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นในกลุ่มประเทศอาเซียน ความรู้ความสามารถทางกฎหมาย ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และความสามารถในการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชี เพื่อที่
ให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้สำเร็จลุล่วงตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย แผนงานและ
โครงการต่าง ๆ ขององค์กร

2) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทยควรมีการเพิ่มพูนเกี่ยวกับสมรรถนะเช่น ความรู้
ความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ด้านภาษาอังกฤษ และ
ภาษาอื่น(ในกลุ่มประเทศอาเซียน) ความรู้ความสามารถทางกฎหมาย ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และความสามารถในการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีให้สูงขึ้น
เนื่องจากสามารถเสริมสร้างประสิทธิภาพการทำงานและความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคม
เศรษฐกิจอาเซียนให้มากยิ่งขึ้น ภายใต้ระบบการควบคุมคุณภาพภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ
อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรและต่อผู้ใช้งบการเงินต่อไป

3) ในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับบัญชีผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทยควรให้
ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพในด้านสมรรถนะ เช่น ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี
จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีและความสามารถในการใช้ระบบสารสนเทศทาง
การบัญชี ที่มีผลต่อการสร้างประสิทธิภาพการทำงานและความพร้อมกับการเข้าสู่ประชาคม
เศรษฐกิจอาเซียนเพื่อนำไปสร้างข้อได้เปรียบในปฏิบัติงานด้านบัญชีต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

จากการศึกษางานวิจัยปัจจุบันที่มีผลต่อความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีใน
ประเทศไทยกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา กลุ่มธุรกิจการสื่อสารในประเทศ
ไทย เพื่อให้ได้ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นประโยชน์และสามารถขยายต่อไปในทัศนะที่กว้างขึ้นผู้วิจัย
ขอเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาผลกระทบของสมรรถนะ เช่น ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพ
บัญชี จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น(ในกลุ่มประเทศ
อาเซียน)ความรู้ความสามารถทางกฎหมาย ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจ
อาเซียนและความสามารถในการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีผลต่อประสิทธิภาพการ
ทำงานและความพร้อมกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีกลุ่ม
ธุรกิจอื่น เช่น นักวิชาการภาษี นักวิชาการสรรพสามิต เจ้าพนักงานสรรพสามิตเพื่อเป็นแนวทางใน
การปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ของสมรรถนะ เช่น ความรู้ ความเข้าใจ
เกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น
(ในกลุ่มประเทศอาเซียน) ความรู้ความสามารถทางกฎหมาย ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและความสามารถในการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีต่อประสิทธิภาพการทำงานและความพร้อมกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3. การศึกษาตัวแปรแทรกอื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานและความพร้อมในการรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับระบบบัญชีภาครัฐ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเบิกจ่ายเงิน ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานความละเอียดรอบคอบครบทุกขณะในการให้คำปรึกษา เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

จิตติมา อัศวศิริพิงค์. (2556). เอกสารประกอบการสอนวิชาการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน (Efficiency Development). พระนครศรีอยุธยา: คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

ชูเกียรติ ยิ้มพวง. (2554). แรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา บริษัท บางกอกก๊าส จำกัด โรงงานปทุมธานี. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการวิศวกรรมธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

จิตติมา เสริมวิวัฒน์วงศ์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ของบุคลากรบัญชี การเงิน ของ บริษัทในกลุ่มโทรคมนาคม. (สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สาขาวิชาการจัดการ.

ทัศนีย์ อุปการ. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรของสำนักงานตรวจเงินแผ่นดินภูมิภาคที่ 3 จังหวัดนครราชสีมา. (สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

นีนรุช หนูนุกดี. (2551). ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลตำบลสามโก้อำเภอสามโก้จังหวัดอ่างทอง, วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.

โชคชัย ชนะ และศิลป์ประพร ศรีจันเพชร, (2552) ทฤษฎีการบัญชี กรุงเทพมหานคร : หจก. ทีพีเอ็น เพรส.

ปภาวีย์ สุขมณีและฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์. (2551). ความรู้ความสามารถของนักบัญชีที่มีต่อประสิทธิผลการทำงานของนักบัญชีธุรกิจ SMEs ในจังหวัดกาฬสินธุ์. กาฬสินธุ์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน. บริหารธุรกิจ คณะเทคโนโลยีสังคม.

สุรพงษ์ คงศักดิ์. (ม.ป.ป.). การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC). [On line].

Available <http://www.pongkongsat.com/index.php?mo=3&art=330156>

(2561, พฤษภาคม 15).

การรับรู้ความยุติธรรมในองค์การกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของข้าราชการเรือนจำกลางบางขวาง

PERCEPTION OF ORGANIZATIONAL JUSTICE AND ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR OF BANGKWANG CENTRAL PRISON OFFICIAL

ธีรพันธ์ พลับพลึง (Teeraphan Plubplung)¹

อุษณี มงคลพิทักษ์สุข (Usanee Mongkolpitaksuk)²

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การรับรู้ความยุติธรรมในองค์การ 2) พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความยุติธรรมในองค์การกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของข้าราชการเรือนจำกลางบางขวางจำนวน 209 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความยุติธรรมในองค์การมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ส่วนพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของข้าราชการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ความยุติธรรมในองค์การมีสหสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของข้าราชการเรือนจำกลางบางขวาง ($r = .487$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยด้านปฏิสัมพันธ์ ($r = .514$) ด้านกระบวนการ ($r = .457$) และด้านผลตอบแทน ($r = .256$) มีสหสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี ตามลำดับ

คำสำคัญ: การรับรู้ความยุติธรรมในองค์การ/ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

Abstract

This article aimed to study 1) perception of organizational justice 2) organizational citizenship behavior and 3) The relationship between perception of organizational justice and organizational citizenship behavior of Bangkwang Central Prison Official. Population was 209. Data were collected by questionnaire, and analysed by the descriptive statistic and the Pearson's Correlation. The results of the study, that the mean of perception of organizational justice was 3.33 and the mean of organizational citizenship behavior was 4.22. The result of hypotheses test showed that the positive correlation between perception of organizational justice and organizational citizenship behavior of Bangkwang Central Prison Official ($r = .487$) was a statistically significant at level of 0.01. In addition, interactional ($r = .514$), procedural ($r = .457$) and distributive ($r = 0.256$) were correlated with organizational citizenship behavior.

Keyword: Perception of organizational justice/ Organizational citizenship behavior

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก พ.ศ. 2561

² อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

บทนำ

ในปัจจุบันองค์การเปรียบเสมือนระบบทางสังคม ที่สลับซับซ้อนมีระบบย่อยหลายระบบที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ด้วยการวางแผน การกำหนดหน้าที่ ความรับผิดชอบ การแบ่งงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายขององค์การ ซึ่งการดำเนินการนั้นความยุติธรรมเป็นคุณธรรมพื้นฐานสำคัญอย่างหนึ่งในองค์การที่จะทำให้บุคลากรอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข และส่งผลให้องค์การมีความเจริญก้าวหน้า หนึ่ง การรับรู้ความยุติธรรมในองค์การมาจากหลายแนวทาง เช่น ผลตอบแทนที่ได้รับ ความเสมอภาค ความโปร่งใส ความเท่าเทียมกัน ฯลฯ การรับรู้ความยุติธรรม จึงมีผลต่อพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรในองค์การ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ พึงตระหนักว่า พฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ เป็นพฤติกรรมที่บุคลากรเต็มใจและเลือกที่จะปฏิบัติด้วยตนเอง แต่บุคลากรจะมีพฤติกรรมเชิงบวกหรือเชิงลบ ย่อมขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของบุคลากรว่า องค์การปฏิบัติต่อพวกเขาอย่างไร หากบุคลากรเห็นว่าองค์การปฏิบัติต่อพวกเขาด้วยความยุติธรรมเป็นการเสริมสร้างและจูงใจให้บุคลากรมีพฤติกรรมต่างๆที่ดีและเป็นประโยชน์ต่อองค์การ แต่หากบุคลากรรับรู้ว่าจะปฏิบัติต่อบุคลากรอย่างไม่ยุติธรรม บุคลากรก็จะลดพฤติกรรมที่ดีและการเป็นประโยชน์ขององค์การลง

อย่างไรก็ตาม ในการปฏิบัติงานของข้าราชการเรือนจำกลางบางขวางนั้น ยังไม่ประสบผลเท่าที่ควร ทั้งนี้เนื่องจากบุคลากรยังไม่รับรู้ถึงความยุติธรรมในองค์การ ทั้งในด้านผลตอบแทน กล่าวคือ ผลตอบแทนจากการปฏิบัติงานยังไม่มี ความสมดุล เหมาะสม และความไม่เป็นธรรมกับการความทุ่มเทของบุคลากร เมื่อเปรียบเทียบผลตอบแทนระหว่างตนเองกับบุคลากรอื่น อาทิ ข้าราชการที่รับเข้าใหม่ได้ค่าตอบแทนเท่าเทียมหรือสูงกว่าข้าราชการเก่าที่ปฏิบัติหน้าที่มานาน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ ประสบการณ์ ความชำนาญในการปฏิบัติงานด้านราชทัณฑ์ ประกอบกับการปรับเงินเดือน การเลื่อนขั้นหรือการเลื่อนตำแหน่งยังขาดความชัดเจน อีกทั้งไม่มีมาตรฐานที่แน่นอน ข้าราชการที่ตั้งใจปฏิบัติหน้าที่มักถูกโยกย้ายสับเปลี่ยนหน้าที่ไม่สมเหตุผล เช่นเดียวกับ ด้านกระบวนการ กล่าวคือ กระบวนการพิจารณาตัดสินใจประเมินผลในการกำหนดจัดสรรผลตอบแทนให้กับข้าราชการยังขาดความถูกต้อง และโปร่งใส โดยเฉพาะข้อมูลก็นำมาใช้ประกอบกระบวนการกำหนดผลตอบแทนมักขาดการตรวจสอบ ทำให้เกิดอคติหรือถูกครอบงำจากข้าราชการที่มีอิทธิพลในกระบวนการนั้น ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ พบว่า ข้าราชการส่วนใหญ่ได้รับการปฏิบัติจากผู้บังคับบัญชาอย่างไม่มีความเสมอภาค ขาดความชัดเจน การติดต่อสื่อสาร และการประสานงานระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้บังคับบัญชาไม่ยอมรับความคิดเห็นของผู้ใต้บังคับบัญชาในการตัดสินใจ มีการแบ่งพรรคแบ่งพวก ผู้ใต้บังคับบัญชาไม่ได้รับความจริงใจและ ความช่วยเหลือจากผู้บังคับบัญชาเท่าที่ควร เป็นต้น

ทำให้ข้าราชการขาดขวัญกำลังใจในการปฏิบัติตนเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ทั้งในด้านการให้ความช่วยเหลือ ด้านการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ด้านการอดทนอดกลั้น ด้านการให้ความร่วมมือ และด้านความสำนึกในหน้าที่ ดังจะพบว่า ข้าราชการมักจะปฏิบัติงานตามหน้าที่ของตนเท่านั้น เมื่อมีการสับเปลี่ยนหน้าที่หรือการเข้ารับราชการใหม่ ข้าราชการทุกคนต่างต้องขวนขวายเรียนรู้ด้วยตนเองไม่ได้รับคำแนะนำในการปฏิบัติงาน มีความพยายามหลีกเลี่ยงหรือให้ความร่วมมือในกิจกรรมของเรือนจำค่อนข้างน้อย ไม่อุทิศเวลาให้กับทางราชการ และปฏิบัติหน้าที่ไม่ตรงต่อเวลา

ฉะนั้น หากต้องการให้เรือนจำกลางบางขวางขับเคลื่อนองค์การหรือดำเนินงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสนใจกับการรับรู้ความยุติธรรมขององค์การ เนื่องจากเมื่อข้าราชการรับรู้ว่าตนเองไม่ได้รับความยุติธรรมก็จะส่งผลต่อพฤติกรรมของข้าราชการ ซึ่งทำให้ไม่มีแรงจูงใจที่จะทำงาน เกิดความเครียดความเบื่อหน่าย ไม่มีสมาธิในการทำงาน มีพฤติกรรมหลักหนี ผัดวันประกันพรุ่ง ขาดงานมาสาย สุขภาพร่างกายเปลี่ยนแปลงเกิดความเจ็บป่วย เป็นต้น ผู้ศึกษาจึงมุ่งที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความยุติธรรมขององค์การกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของข้าราชการเรือนจำกลางบางขวางว่าอยู่ในระดับใด เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุง เช่น การบริหารค่าตอบแทน การเลื่อนขั้น การเลื่อนตำแหน่ง การประเมินผลการปฏิบัติงาน การปฏิบัติต่อผู้ใต้บังคับบัญชา และวิธีการติดต่อประสานงาน ให้เกิดพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของข้าราชการ อันจะส่งผลโดยตรงกับประสิทธิภาพประสิทธิผล และการพัฒนาองค์การที่ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษา 1) การรับรู้ความยุติธรรมในองค์การ 2) พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของข้าราชการเรือนจำกลางบางขวาง 3) ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความยุติธรรมในองค์การกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของข้าราชการเรือนจำกลางบางขวาง

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ มีตัวแปรต้น คือ การรับรู้ความยุติธรรมในองค์การ ผู้ศึกษาใช้แนวคิด Folger and Cropanzano (1998) ด้านผลตอบแทน ด้านกระบวนการ และด้านปฏิสัมพันธ์ และตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ผู้ศึกษาใช้แนวคิด Organ (1988) ด้านการให้ความช่วยเหลือ ด้านการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ด้านการอดทนอดกลั้น ด้านการให้ความร่วมมือ และด้านความสำนึกในหน้าที่ จากกลุ่มประชากรที่เป็นข้าราชการเรือนจำกลางบางขวาง จำนวน 209 คน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการรับรู้ความยุติธรรมในองค์การ

จากการรวบรวมทบทวนแนวคิดวรรณกรรมต่าง ๆ สามารถสรุปได้ว่า การที่รับรู้ว่าคุณได้รับการปฏิบัติอย่างมีความยุติธรรมจากองค์การในด้านผลตอบแทนที่เหมาะสมตามที่คาดหวังไว้ โดยพนักงาน จะเปรียบเทียบจากผลตอบแทนที่ได้รับและสิ่งที่ตนได้ลงทุนให้กับการทำงาน ความยุติธรรมของกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจเพื่อพิจารณากำหนดการจัดสรรผลตอบแทน หรือการประเมินผลการปฏิบัติงานต้องมีความยุติธรรมถูกต้อง เสมอภาค เท่าเทียมกับพนักงานทุกคน ซึ่งจะต้องเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วม ตรวจสอบ ปราศจากอคติ อีกทั้งไม่ถูกรวบงำโดยบุคคลใดบุคคลหนึ่ง การมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และระบบต่างๆภายในองค์การ ที่มีความสัมพันธ์อันดีอย่างชัดเจนทั่วถึงกัน รวมทั้งอธิบายข้อมูลข่าวสารขององค์การ ให้กับพนักงานอย่างเพียงพอเพื่อให้ปรากฏตามความเป็นจริง

ผู้ศึกษานำองค์ประกอบสำหรับบทความนี้ของการรับรู้ความยุติธรรมในองค์การ ตามแนวความคิดของ Folger and Cropanzano (1998) มาเป็นแนวทางในการศึกษา ประกอบด้วย

1. การรับรู้ความยุติธรรมด้านผลตอบแทน คือ การรับรู้ของพนักงานจากสิ่งที่ตนได้รับเป็นค่าตอบแทน ได้แก่ เงินเดือน สวัสดิการ ค่าครองชีพ การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งและค่าตอบแทนอื่นๆ อย่างถูกต้อง เป็นธรรม และเท่าเทียมกัน ซึ่งเป็นผลมาจากการปฏิบัติงานและการลงทุนในการทำงานของบุคคล โดยเปรียบเทียบจากความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ ความรับผิดชอบ ความทุ่มเทในงาน และผลการปฏิบัติงาน

2. การรับรู้ความยุติธรรมด้านกระบวนการ คือ วิธีการ กลไก หรือกระบวนการพิจารณาการประเมินผล และการตัดสินใจ เพื่อกำหนดการจัดสรรผลตอบแทนของพนักงานตามความเป็นจริง สอดคล้องกับนโยบายขององค์การได้อย่างถูกต้อง โปร่งใสตรวจสอบได้

3. การรับรู้ความยุติธรรมด้านปฏิสัมพันธ์ คือ การรับรู้ของพนักงานต่อการติดต่อประสานงานจากองค์การที่ชัดเจน เท่าเทียมอย่างทั่วถึง รวมถึงการสร้างสัมพันธ์อันดีในการแสดงออกทางสัมพันธ์ของผู้บริหารกับพนักงานภายในองค์การ

แนวคิดพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

จากการรวบรวมทบทวนแนวคิดวรรณกรรมต่าง ๆ สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ เป็นพฤติกรรมของพนักงานที่องค์การไม่ได้กำหนดหรือระบุไว้ว่าเป็นภาระหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติ แต่พนักงานจะปฏิบัติด้วยความเต็มใจ อีกทั้งสนับสนุนส่งเสริมที่จะทำเพื่อประโยชน์ขององค์การให้องค์การดำเนินงานไปได้อย่างราบรื่นมีประสิทธิภาพ ประสบความสำเร็จได้ อีกทั้งเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการตัดสินใจด้วยตัวของพนักงานเอง ไม่ได้

เกี่ยวข้องกับการให้รางวัล ผลตอบแทน ความดีความชอบหรือการลงโทษโดยตรง และเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

ผู้ศึกษานำองค์ประกอบสำหรับบทความนี้ของพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ตามแนวความคิดของ Organ (1988) มาเป็นแนวทางในการศึกษา ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้

1. พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือ หมายถึง การให้ความช่วยเหลือ เช่น ช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานทันทีที่เกิดปัญหาในการปฏิบัติงาน ช่วยแนะนำพนักงานใหม่เกี่ยวกับวิธีการใช้อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ

2. พฤติกรรมการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ หมายถึง การคำนึงถึงผู้อื่นเพื่อป้องกันการเกิดปัญหาการกระทบกระทั่งที่อาจเกิดตามมา เนื่องจากการปฏิบัติงานในองค์กรนั้นต้องอาศัยการพึ่งพาซึ่งกันและกัน การกระทำและการตัดสินใจของบุคคลหนึ่ง อาจมีผลกระทบต่อคนอื่น จึงควรคำนึงถึงบุคคลอื่นด้วย เช่น การเคารพสิทธิของบุคคลอื่นในการใช้สมบัติร่วมกัน

3. พฤติกรรมกรอดทนอดกลั้น หมายถึง การมีความอดทนอดกลั้นต่อความคับข้องใจ การถูกรบกวน หรือความเครียด ความกดดันต่างๆ ด้วยความเต็มใจ เนื่องจากการปฏิบัติงานนั้นจำเป็นต้องมีการพึ่งพาซึ่งกันและกัน ทั้งที่มีสิทธิ์ที่จะเรียกร้องสิทธิและความเป็นธรรม หรือร้องทุกข์ได้ แต่เนื่องจากการร้องทุกข์จะเพิ่มภาระให้กับผู้บริหารและจะเกิดการโต้เถียงกัน ยึดเยื้อ จนละเลยความสนใจในการปฏิบัติงาน จึงต้องอดทนด้วยความเต็มใจ

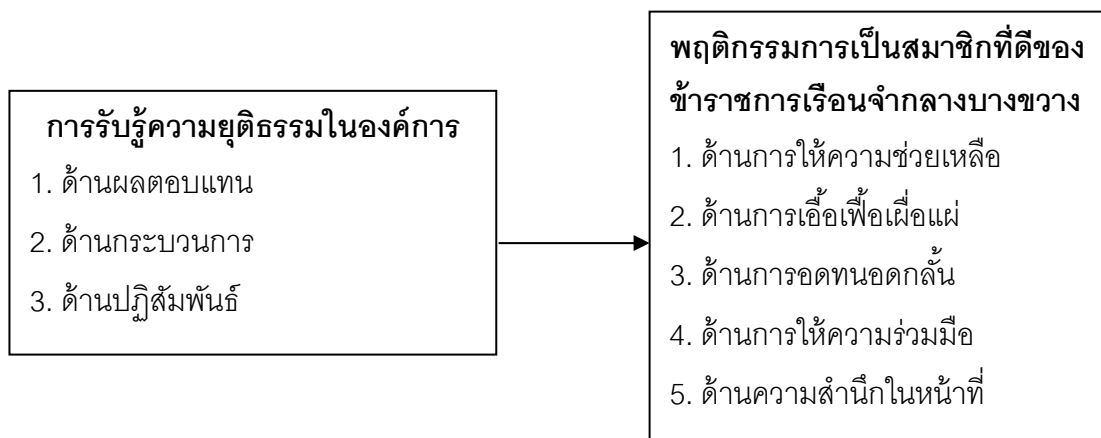
4. พฤติกรรมกรให้ความร่วมมือ หมายถึง ความรับผิดชอบและมีส่วนร่วมในการดำเนินงานในองค์กร เช่น การมีส่วนร่วมและสนใจเข้าร่วมประชุม การเก็บความลับ มีความรู้สึกต้องการพัฒนาองค์กร และมีการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เหมาะสมกับองค์กร

5. พฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่ หมายถึง การปฏิบัติตามระเบียบและสวอนนโยบายขององค์กร ความตรงต่อเวลา การดูแลรักษาเครื่องมือเครื่องใช้ขององค์กร ไม่ใช่เวลาในการปฏิบัติงานไปกับงานส่วนตัว ซึ่งคนที่มีสำนึกในหน้าที่จะปฏิบัติตามกฎระเบียบ และนโยบายขององค์กรได้เป็นอย่างดี

กรอบแนวคิดในการศึกษา

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



สมมติฐานในการศึกษา

การรับรู้ความยุติธรรมในองค์กร ด้านผลตอบแทน ด้านกระบวนการ และด้านปฏิสัมพันธ์ มีสหสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีของข้าราชการเรือนจำกลางบางขวาง

ผลการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้การความยุติธรรมในองค์กรของข้าราชการเรือนจำกลางบางขวาง พบว่า การรับรู้การความยุติธรรมในองค์กรของข้าราชการเรือนจำกลางบางขวาง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 โดยด้านปฏิสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($M = 3.58$) รองลงมาด้านผลตอบแทน ($M = 3.36$) และด้านกระบวนการ ($M = 3.04$) ปราบกฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความยุติธรรมในองค์กร

การรับรู้ความยุติธรรมในองค์กร	M	SD	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านผลตอบแทน	3.36	0.689	ปานกลาง
2. ด้านกระบวนการ	3.04	0.701	ปานกลาง
3. ด้านปฏิสัมพันธ์	3.58	0.651	สูง
รวม	3.33	0.569	ปานกลาง

ในด้านพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีของข้าราชการเรือนจำกลางบางขวาง พบว่า พฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีของข้าราชการเรือนจำกลางบางขวางโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.02 โดยด้านการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($M = 4.21$) รองลงมา ด้านการอดทนอดกลั้น ($M = 4.01$) ด้านความสำนึกในหน้าที่ ($M = 3.98$) ด้านการให้ความช่วยเหลือ ($M = 3.96$) และด้านการให้ความร่วมมือ ($M = 3.92$) ปราบกฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

พฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของ องค์การ	M	SD	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการให้ความช่วยเหลือ	3.96	0.529	สูง
2. ด้านการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่	4.21	0.488	สูงสุด
3. ด้านการอดทนอดกลั้น	4.01	0.500	สูง
4. ด้านการให้ความร่วมมือ	3.92	0.503	สูง
5. ด้านความสำนึกในหน้าที่	3.98	0.563	สูง
รวม	4.02	0.433	สูง

อภิปรายผล

การรับรู้ความยุติธรรมในองค์การ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความยุติธรรมในองค์การโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยรับรู้ได้ว่าองค์การมีความยุติธรรมในการจ่ายผลตอบแทน และผลตอบแทนที่ได้รับมีแค่ความเพียงพอต่อการดำรงชีวิตเท่านั้น อีกทั้งกระบวนการจัดสรรผลตอบแทนบางครั้งอาจจะยังไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่องค์การได้กำหนดไว้ รวมถึงการได้รับการปฏิบัติจากผู้บังคับบัญชาอย่างมีความยุติธรรม ทั้งการได้รับข่าวสารการเคารพในสิทธิ ให้เกียรติซึ่งกันและกัน ทำให้ข้าราชการเกิดเป็นพฤติกรรมที่ดีในองค์การ ซึ่งเมื่อพิจารณาแยกในแต่ละด้าน สามารถอภิปรายผลแต่ละด้านได้ ดังนี้

ด้านปฏิสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความยุติธรรมในองค์การด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาในระดับสูง ทั้งนี้เนื่องจาก ภารกิจหลักของข้าราชการเรือนจำกลางบางขวาง คือ การปฏิบัติต่อผู้กระทำความผิด และกำหนดแนวทางปฏิบัติต่อผู้ต้องขังให้สอดคล้องกับกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เป็นต้น การทำงานจึงต้องใช้ความถูกต้อง แม่นยำละเอียด รอบคอบ และความระมัดระวังระดับสูง หากมีข้อผิดพลาดประการใดผู้ปฏิบัติงานทุกคนจะต้องปรึกษาหารือหรือขอคำแนะนำจากผู้บังคับบัญชา ดังนั้น หากผู้บังคับบัญชาปฏิบัติงานด้วยความสุภาพ ให้เกียรติ ปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญอย่างเพียงพอชัดเจน และมีการตัดสินใจในการแก้ไขปัญหาคืออย่างรวดเร็ว การทำงานก็จะเป็นไปได้ อย่างราบรื่นมีประสิทธิภาพ ซึ่งพบว่าผู้ใต้บังคับบัญชาในเรือนจำกลางบางขวาง ต่างยอมรับในความสามารถของผู้บังคับบัญชา เชื่อมั่นในการควบคุม ดูแล สั่งการ อันส่งผลทำให้งานของผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นไปตามมาตรฐานที่เรือนจำได้กำหนดไว้ นอกจากนี้ ยังลดความสงสัยในการตัดสินใจของผู้บังคับบัญชา และความขัดแย้งในการทำงานที่อาจเกิดขึ้นระหว่างผู้ปฏิบัติงาน

เนื่องจากผู้บังคับบัญชาสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้อง มีเหตุผล หากผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความสงสัยก็
จะให้คำอธิบายได้เป็นที่พอใจ ดังจะเห็นได้จาก ผู้บังคับบัญชามักประชุมเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน
โดยให้ผู้บังคับตำแหน่งแต่ละคนเข้าร่วมประชุมเพื่อแจกแจงปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหาต่างๆ
เหล่านั้น การสอบถามปัญหาอุปสรรคกับผู้ปฏิบัติงานเพื่อให้การปฏิบัติงานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี
และเมื่อเกิดปัญหาในการติดต่อประสานงานระหว่างแผนกผู้บังคับบัญชาก็จะดำเนินการหรือสั่งการ
โดยตรงเพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดผลสัมฤทธิ์ อาทิ การปฏิบัติงานบางอย่างต้องกระทำโดยเร่งด่วน
ไม่สามารถจะปฏิบัติตามขั้นตอนได้ ผู้บังคับบัญชาก็จะดำเนินการและรับผิดชอบเพื่อไม่ให้เกิด
ปัญหากับผู้ใต้บังคับบัญชาแต่อย่างใด ในด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานก็เช่นกัน ผู้บังคับบัญชา
จะนำผลการปฏิบัติงานมาประกอบในการกำหนดผลตอบแทนทุกครั้ง และเมื่อมีข้อร้องเรียน
เกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติงานผู้บังคับบัญชาจะยินดีรับฟังจากผู้ใต้บังคับบัญชาและแก้ไข
ให้เป็นที่ถูกต้อง สิ่งเหล่านี้จึงส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา
และทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชารับรู้ถึงความยุติธรรมในองค์การเพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ
ธิดา เขื่อนแก้ว (2554), อัจฉรา เนียมหอม (2551), สุกาญจน์ ชัยณรงค์ (2550), Farh, Podsakoff
and Organ (1990 อ้างถึงใน บุศรารัตน์ บัวงาม 2556) พบว่า ผู้ใต้บังคับบัญชาต่างรับรู้ว่ใน
ระหว่างที่ปฏิบัติงานด้วยกันผู้บังคับบัญชาปฏิบัติงานด้วยความยุติธรรม ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าการที่
ข้าราชการเรือนจำกลางบางขวางมีระดับการรับรู้ความยุติธรรมในองค์การ ด้านการมีปฏิสัมพันธ์
ต่อกันในระดับสูง เป็นผลสืบเนื่องมาจากผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาทำงานร่วมกันแบบที่
นี้เอง หากเกิดการทำผิดพลาดก็จะเลือกใช้วิธีพูดคุยหรือว่ากล่าวตักเตือนก่อน เพื่อให้เกิดการ
ปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการปฏิบัติหน้าที่ให้เคร่งครัดขึ้น แทนที่จะดำเนินการทางวินัยตาม
ระเบียบของเรือนจำอย่างเด็ดขาด

ด้านผลตอบแทน พบว่าผลตอบแทนที่ข้าราชการเรือนจำกลางบางขวางได้รับ มีความ
ถูกต้องเหมาะสมกับปริมาณงานและภาระหน้าที่ความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติ
ดังจะเห็นจากการที่ข้าราชการเรือนจำกลางบางขวางได้รับเงินเพิ่มจากการปฏิบัติหน้าที่
นอกเหนือจากเงินเดือน เช่น เงินค่าตอบแทนพิเศษ(ค่าเสี่ยงภัย) และเงินค่าตอบแทนปฏิบัติงาน
นอกเวลาราชการ(ค่าปฏิบัติหน้าที่เวรรักษาการณ์) หรือข้าราชการที่มีผลการปฏิบัติงานเหมือนกัน
จะได้รับค่าตอบแทนที่มีมูลค่าเท่าเทียมกัน ทั้งยังรับรู้ว่ค่าตอบแทนที่ได้รับมีความยุติธรรมเมื่อ
เปรียบเทียบกับระดับความรู้ ความสามารถ ความมานะพยายาม ความอุทิศทุ่มเทที่มีให้กับงาน
แม้อัตราค่าตอบแทนแตกต่างกันขึ้นอยู่กับวุฒิการศึกษาของข้าราชการที่บรรจุเข้ารับราชการ
ฉะนั้นข้าราชการที่ใช้วุฒิกศศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีเข้ารับราชการจะได้รับค่าตอบแทนที่
น้อยกว่าข้าราชการที่ใช้วุฒิกศศึกษาระดับปริญญาตรีบรรจุเข้ามารับราชการ ส่งผลให้การคิด
ฐานการคำนวณขั้นเงินเดือนจะมีความแตกต่างกัน ซึ่งพบว่าข้าราชการเรือนจำกลางบางขวางต่าง

ยอมรับในความยุติธรรมของกฎเกณฑ์ตามมาตรฐานที่องค์การได้กำหนดไว้ สอดคล้องกับการศึกษาของ สุกาญจน์ ชัยณรงค์ (2550), อัจฉรา เนียมหอม (2551) พบว่า พนักงานมีการรับรู้ ว่าผลตอบแทนที่องค์การมอบให้นั้นมีความเหมาะสมและมีความยุติธรรม ทั้งยังรับรู้ ว่าผลตอบแทนที่ตนได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับพนักงานคนอื่นก็มีการจัดสรรได้อย่างเหมาะสม อย่างไรก็ตาม ข้าราชการส่วนใหญ่ยังมีความรู้สึกว่าการที่รับได้จากเรื่อนจำควรจะได้มากกว่าที่ได้รับในปัจจุบัน เช่น บ้านพักข้าราชการ เครื่องอุปโภคบริโภค เนื่องจากลักษณะการปฏิบัติงานที่ต่อเนื่องตลอด 24 ชั่วโมง ข้าราชการต่างต้องสลับเปลี่ยนหมุนเวียนกันปฏิบัติหน้าที่ ทำให้ผู้ปฏิบัติต้องเตรียมพร้อมการปฏิบัติหน้าที่อยู่ตลอดเวลา แต่ข้าราชการบางคนยังไม่มีบ้านพัก ต้องเช่าที่พักอาศัยและอยู่ห่างไกลจากสถานที่ทำงาน ทำให้การเดินทางไม่สะดวกหากต้องปฏิบัติหน้าที่ในกรณีมีเหตุราชการที่เร่งด่วน

ด้านกระบวนการ กล่าวคือ กระบวนการในการจัดสรรผลตอบแทนผู้บังคับบัญชาใน เรือนจำกลางบางขวาง มีหลักเกณฑ์การพิจารณาเลื่อนขั้นเงินเดือนในแต่ละรอบการประเมิน ที่เป็นไปตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ ขั้นตอนที่กำหนดไว้ ตั้งแต่การประชุมหารือร่วมกันของผู้บังคับบัญชาเพื่อประเมินผลการปฏิบัติงานของข้าราชการ การมีแนวทางหรือมาตรการให้ ข้าราชการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลการประเมินการพิจารณาเลื่อนขั้นเงินเดือน เพื่อให้กระบวนการมีความเป็นจริงไม่มีบิดเบือน แม้ทางเรือนจำยังมีได้ให้ข้าราชการเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นในการ ประเมินผลการปฏิบัติงานก็ตาม ข้าราชการเรือนจำกลางบางขวางส่วนใหญ่ต่างให้การยอมรับ และเชื่อมั่นในกระบวนการจัดสรรผลตอบแทนที่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การพิจารณาเลื่อนขั้น เงินเดือนอย่างถูกต้อง สอดคล้องกับการศึกษาของ ตุลยา เจริญทอง (2550), อัจฉรา เนียมหอม (2551), มาร์ตินัศศิริ ลิมาภรณ์วิเศษ (2551) พบว่า ข้อมูล วิธีการ กลไก หรือกระบวนการ ตัดสินใจเพื่อกำหนดปริมาณและการจัดสรรให้รางวัลหรือค่าตอบแทนที่มีความถูกต้อง เหมาะสม แม่นยำ ปราศจากอคติ ย่อมทำให้บุคคลรู้สึกถึงความยุติธรรมในองค์การด้านกระบวนการ กำหนดผลตอบแทนทั้งสิ้น

พฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีของข้าราชการเรือนจำกลางบางขวาง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ พบว่า ข้าราชการมีพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีโดยรวมอยู่ในระดับสูง ทั้งในด้านการให้ความช่วยเหลือ การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การอดทนอดกลั้น การให้ความร่วมมือ และความสำนึกในหน้าที่ ซึ่งเมื่อพิจารณาแยกในแต่ละด้าน สามารถอภิปรายผล แต่ละด้านได้ ดังนี้

ด้านการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ กล่าวคือ ข้าราชการที่ปฏิบัติงานในเรือนจำกลางบางขวาง จะมีภาระหน้าที่แตกต่างกันไป แต่ทุกหน้าที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน คือ การควบคุมผู้กระทำความผิดและพัฒนาพฤตินิสัย ตลอดจนการปล่อยตัวพ้นโทษผู้กระทำความผิดไปสู่สังคมภายนอก ทำให้ข้าราชการต้องปฏิบัติงานเป็นทีม มีการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลข่าวสารวัตถุประสงค์ที่

จำเป็นในการปฏิบัติงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานนั้นเกิดผลสัมฤทธิ์ มีการเคารพให้เกียรติ ทั้งยังไม่ใช้วาจาที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งหรือผลกระทบซึ่งกันและกัน มีการให้คำปรึกษา แนะนำ ชี้แนะ ให้หายข้อสงสัยในการปฏิบัติหน้าที่ สิ่งต่างๆเหล่านี้ล้วนสะท้อนให้เห็นว่า ข้าราชการในเรือนจำกลางบางขวางมีคุณลักษณะของความเป็นผู้เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ สอดคล้องกับการศึกษาของ อัครมณี จิรภัทรคุณันท์ (2556), ยุพดี ธัมมิกะกุล (2556) พบว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ด้านการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่อยู่ในระดับสูง

ด้านการอดทนอดกลั้น เนื่องมาจากข้าราชการเรือนจำกลางบางขวางต้องปฏิบัติงานภายใต้สภาวะแวดล้อมที่มีความกดดัน บรรยากาศเป็นไปอย่างไม่แน่นอน และเสี่ยงต่ออันตราย ดังจะเห็นได้จาก ผู้ต้องขังที่อยู่ในการควบคุมของเรือนจำมาจากหลายถิ่นฐาน รวมถึงผู้ต้องขังต่างชาติที่มีกำหนดโทษสูงและคดีอุกฉกรรจ์จำนวนมาก ซึ่งมักก่อการวุ่นวายหรือทะเลาะวิวาท ผู้ปฏิบัติงานต้องระงับอารมณ์ไม่ใช้กำลังทำร้ายผู้ต้องขัง และต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามหลักสิทธิมนุษยชนที่กฎหมายได้กำหนดไว้ ขณะที่ลักษณะของงานที่ไม่สามารถหยุดพักได้ต้องกระทำอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ข้าราชการต้องปฏิบัติหน้าที่เฝ้ารักษาการณ์นอกเหนือจากเวลาราชการ โดยเรือนจำไม่อนุญาตให้นำเครื่องมือสื่อสารทุกชนิดเข้าไปภายในเรือนจำ หากจำเป็นต้องมีการติดต่อสื่อสารระหว่างข้าราชการกับบุคคลภายนอกก็ไม่สามารถกระทำได้ ความอดทนอดกลั้นต่อความตึงเครียด ระเบียบ กฎเกณฑ์ ของข้าราชการเรือนจำกลางบางขวางจึงมีระดับมากเมื่อเปรียบเทียบกับหน่วยงานราชการอื่น ในการนี้ยังสะท้อนให้เห็นได้จากการไม่ได้เกี่ยวข้องกับผู้บังคับบัญชา หากทำงานผิดพลาดและถูกผู้บังคับบัญชาตำหนิเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานหรือไม่แสดงอาการไม่พอใจหรือทอดทิ้งในการปฏิบัติงาน แต่พร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขทันที พฤติกรรมที่มุ่งมั่นอดทนเต็มใจต่อการทำงานเหล่านี้ อาจกล่าวได้ว่า เป็นผลสืบเนื่องจากการได้รับการถูกปลูกฝัง หล่อหลอม ให้ทำหน้าที่ควบคุมผู้ต้องขังไม่ให้หลบหนี อบรม แก้ไขพฤติกรรมเสียของผู้ต้องขังให้กลับตนเป็นคนดี ตามปรัชญาขององค์การที่ว่า “ควบคุมด้วยใจ แก้ไขด้วยเมตตา มุ่งพัฒนาสู่สากล” ผลการศึกษาครั้งนี้จึงสอดคล้องกับการศึกษาของ สมศรี จันท์เทวี (2555), มาร์ธันธศิริ ลิมาภรณ์วณิชย์ (2551) พบว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ด้านการอดทนอดกลั้นอยู่ในระดับสูง

ด้านการให้ความช่วยเหลือ กล่าวคือ หากข้าราชการเรือนจำกลางบางขวางคนใดมีปริมาณงานและภาระหน้าที่จำนวนมาก เพื่อนร่วมงานจะยินดีช่วยเหลือโดยไม่ต้องร้องขอแม้ไม่ใช่หน้าที่ของตน ดังจะเห็นได้จาก การนำผู้ต้องขังเข้าห้องคุมขัง(การปิดตึกขัง) แต่ละแดน จำนวนห้องคุมขัง 48 ห้อง จะมีผู้ต้องขังอยู่ในการควบคุมมากกว่า 900 คน ปกติจะใช้อัตรากำลัง 2 นาย โดยคนหนึ่งทำหน้าที่ปิดห้องคุมขังนับจำนวนผู้ต้องขังให้ครบถ้วน และอีกคนมีหน้าที่ตรวจค้นร่างกาย เพื่อป้องกันการนำสิ่งผิดกฎหมายเข้าห้องคุมขัง แต่ด้วยผู้ต้องขังที่มีจำนวนมาก และการ

ตรวจค้นเป็นสิ่งสำคัญในการควบคุมผู้ต้องขัง ข้าราชการอื่นที่ปฏิบัติงานภายในแดน ก็มักช่วยเหลือตรวจค้นมิให้ผู้ต้องขังซุกซ่อนสิ่งของต้องห้ามหรือสิ่งผิดกฎหมายเข้าไปในห้องคุมขังได้นอกจากนี้ยังพบว่า เมื่อเพื่อนร่วมงานต้องนำผู้ต้องขังออกนอกแดนซึ่งต้องควบคุมอย่างใกล้ชิดไม่ให้ติดต่อสื่อสารกับผู้ต้องขังคนใด เพื่อรับการเยี่ยมญาติ พบพนักงานสอบสวน พบทนายความหรือพบแพทย์ที่โรงพยาบาล ก็มักให้ความช่วยเหลือด้วยความเต็มใจ สอดคล้องกับการศึกษาของ ยูพตี ธัมมิกะกุล (2556), บุศรารัตน์ บัวงาม (2556) พบว่า พฤติกรรมที่มีน้ำใจไม่ตรีลักษณะช่วยเหลือให้คำปรึกษาเกื้อกูลกัน เต็มใจที่จะสนับสนุนเพื่อนร่วมงานแม้ไม่ใช่หน้าที่ของตน โดยไม่ได้รับผลตอบแทนก็ถือเป็นรางวัลจากองค์กรเช่นกัน นอกจากนี้เมื่อเกิดปัญหาความขัดแย้งกับเพื่อนร่วมงานข้าราชการทุกคนยินดีไกล่เกลี่ย แก้ปัญหา รับฟังความคิดเห็น เพื่อหาข้อยุติมิให้เกิดปัญหาวนปลาย ทำให้ข้าราชการมีความสุขในการทำงาน และส่งผลให้มีความเต็มใจในการช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน

ด้านความสำนึกในหน้าที่ กล่าวคือ เรือนจำกลางบางขวางเป็นหน่วยงานที่ใช้สำหรับควบคุมผู้กระทำความผิด จึงส่งผลให้มีกฎระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรการในการควบคุมการเข้า-ออกเรือนจำของข้าราชการและบุคคลภายนอกเป็นไปอย่างเคร่งครัดและเข้มงวด ดังนั้นในการปฏิบัติหน้าที่จึงห้ามข้าราชการนำสิ่งของติดตัวเข้ามาภายในเรือนจำเด็ดขาด โดยเฉพาะเงินสด และโทรศัพท์มือถือ ยกเว้นสิ่งของที่ใช้ในราชการเท่านั้น ซึ่งข้าราชการเรือนจำกลางบางขวางต่างสำนึกในการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าว รวมถึงไม่เอื้อหรือรับผลประโยชน์จากผู้ต้องขังทั้งทางตรงและทางอ้อม พร้อมกับทุ่มเทอุทิศเวลาและไม่ปฏิบัติสิ่งอื่นใดนอกเหนือหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติ แต่จะปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ เพื่อบรรลุผลสำเร็จตามกำหนดเวลาโดยไม่เห็นแก่ความเหนื่อยยาก มีการเอาใจใส่ดูแลทรัพย์สินของทางราชการให้พร้อมปฏิบัติหน้าที่ได้ตลอดเวลา เช่น ตรวจเช็คจำนวนไม้ตะบองให้เพียงพอต่อการปฏิบัติหน้าที่มิให้เกิดการชำรุด ตรวจสอบกล่องวงจรปิด สัญญาณกริ่งฉุกเฉิน และวิทยุสื่อสาร เพื่อให้สามารถใช้งานได้ตลอดเวลาหากเกิดเหตุฉุกเฉินหรือเหตุไม่คาดคิดภายในเรือนจำ สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า ข้าราชการเรือนจำกลางบางขวางมีลักษณะเป็นผู้มีความสำนึกในหน้าที่ สอดคล้องกับการศึกษาของ อัครมณี จิรภัทรภูมินันท์ (2556), สมศรี จันทรเทวี (2555) พบว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ด้านการความสำนึกในหน้าที่อยู่ในระดับสูง

ด้านการให้ความร่วมมือ เนื่องจากเรือนจำกลางบางขวางมีภารกิจหลัก คือ การควบคุมผู้ต้องขังไม่ให้หลบหนี เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เป็นไปตามภารกิจที่เรือนจำกำหนดไว้ หน่วยงานจึงให้ความสำคัญกับการจูงใจตรวจค้นทั้งในเวลาราชการและนอกเวลาราชการ โดยการจูงใจตรวจค้นแต่ละครั้งข้าราชการจะร่วมกันปฏิบัติหน้าที่ตรวจค้นผู้ต้องขังและพื้นที่โดยรอบในเขตควบคุมเพื่อป้องกันและตัดโอกาสมิให้ผู้ต้องขังซุกซ่อนสิ่งของผิดกฎหมายไว้ภายในเรือนจำ

นอกจากนั้นยังมีความสนใจติดตามความเคลื่อนไหวขององค์การที่นำเทคโนโลยีมาใช้ควบคุมผู้ต้องขัง เช่น เครื่องตัดสัญญาณโทรศัพท์มือถือ เครื่องดักฟังการสนทนาเมื่อผู้ต้องขังออกรับการเยี่ยมญาติ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้การปฏิบัติงานตามภารกิจเกิดประสิทธิผลสูงสุด อย่างไรก็ตามการให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ ที่นอกเหนือจากลักษณะงาน อาทิ การฝึกอบรมวินัยของข้าราชการ กิจกรรมประกอบพิธีวันสำคัญทางศาสนา และการสวดมนต์ข้ามปีในเทศกาลวันขึ้นปีใหม่ ก็พบว่าข้าราชการเรือนจำกลางบางขวางต่างให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมกิจกรรมที่องค์การจัดขึ้นเป็นอย่างดี มีการเผยแพร่ข่าวสารให้กับประชาชนหรือญาติผู้ต้องขังในเชิงบวก ตลอดจนการเก็บความลับ และการประพฤติปฏิบัติตนไปในทางที่ดี เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์การ เมื่อองค์การมีปัญหาผู้ปฏิบัติจะหาแนวทางแก้ไข และเสนอแนะให้กับผู้บังคับบัญชาตลอดเวลา พฤติกรรมเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าข้าราชการเรือนจำกลางบางขวางมีลักษณะเป็นผู้ให้ความร่วมมือ สอดคล้องกับการศึกษาของ สุกาญจน์ ชัยณรงค์ (2550), บุศรารัตน์ บัวงาม (2556), ธิดา เชื้อนแก้ว (2554) และพบว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ด้านการโดยให้ความร่วมมืออยู่ในระดับสูง

สหสัมพันธ์ของการรับรู้ความยุติธรรมในองค์การกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของข้าราชการเรือนจำกลางบางขวาง

จากผลการทดสอบสมมติฐาน การรับรู้ความยุติธรรมในองค์การมีสหสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของข้าราชการเรือนจำกลางบางขวาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในระดับปานกลาง ($r = 0.487$) แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ความยุติธรรมในองค์การทำให้ข้าราชการเรือนจำกลางบางขวางเป็นพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีได้ ตามนัยยะนี้ หมายถึง เมื่อข้าราชการรับรู้ถึงความยุติธรรมในด้านค่าตอบแทน ด้านกระบวนการ และด้านปฏิสัมพันธ์ ข้าราชการเรือนจำกลางบางขวางจะมีพฤติกรรมในการให้ความช่วยเหลือ ทั้งความกระตือรือร้น และ อุทิศ แรงกาย แรงใจ ในการปฏิบัติหน้าที่แม้จะเป็นงานที่เสี่ยงอันตรายก็ตาม และไม่เพิกเฉยเมื่อเห็นเพื่อนร่วมงานมีงานล้นมือ มีการสับเปลี่ยนแทนเวรรักษาการณ์เมื่อเพื่อนร่วมงานมีกิจธุระจำเป็น สอดคล้องกับ Moorman (1991 อ้างถึงใน บุศรารัตน์ บัวงาม, 2556) พบว่า พฤติกรรมให้ความช่วยเหลือของพนักงานจะเพิ่มมากขึ้นถ้าเขาได้รับการปฏิบัติที่เป็นธรรมจากองค์การ มีการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ แนะนำวิธีการปฏิบัติงานที่ถูกต้องให้กับเพื่อนร่วมงาน ตลอดจนประสานงานกับแผนกต่างๆ เพื่อร่วมกันหาข่าว ตรวจสอบ ตรวจสอบ สอดส่อง และติดตามพฤติกรรมผู้ต้องขัง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์และเกิดประสิทธิภาพการควบคุมผู้ต้องขัง มีความสำนึกในหน้าที่วิชาชีพราชทัณฑ์ ซื่อตรง ซื่อสัตย์ มีมนุษยธรรม ใช้หลักเมตตาธรรมในการทำงาน ไม่เป็นสื่อกลางติดต่อระหว่างผู้ต้องขังกับบุคคลภายนอก มีความอดทนอดกลั้นต่อการปฏิบัติหน้าที่แม้จะเกิดความเหนื่อยล้า ตลอดจนมีการอดกลั้นต่อการยั่วเยงของผู้ต้องขังที่มักจะกระทำผิดวินัยลักษณะทำความผิดซึ่งหน้า และผู้ต้องขังจะแสดงกิริยาวาจาที่ไม่

เหมาะสมหรือให้ร้องทำทนายข้าราชการให้ลงโทษตามระเบียบของเรือนจำ แม้จะเกิดความเหน็ดเหนื่อย
จากการปฏิบัติหน้าที่เวรรักษาการณ์กลางคืนที่ต้องเริ่มปฏิบัติหลังเลิกงานประจำโดยทันที คือ
ตั้งแต่เวลา 16.30 น.- 08.30 น. ซึ่งเท่ากับเป็นการปฏิบัติงาน 24 ชั่วโมงอย่างต่อเนื่อง และบางครั้ง
อาจต้องปฏิบัติงานประจำหลังจากปฏิบัติงานมาแล้ว 24 ชั่วโมงก็ตาม พบว่า ข้าราชการจะเต็มใจ
ปฏิบัติหน้าที่ อย่างมานะ อุตสาหะ เพื่อควบคุมผู้ต้องขังให้อยู่ในระเบียบวินัย สอดคล้องกับ
การศึกษาของ ตุลยา เจริญทอง (2550), มาร์ตินซ์ศิริ ลิมาภรณ์วิเศษ (2551) พบว่า การรับรู้
ความยุติธรรมในองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ หาก
พนักงานประเมินว่าสิ่งที่ได้รับจากองค์การมีความสมดุลกับสิ่งที่ตนลงทุนไป ก็จะช่วยให้นักงานมี
ทัศนคติที่ดีกับองค์การและเป็นสิ่งจูงใจให้พนักงานมีพฤติกรรมที่ดีและเป็นประโยชน์แก่องค์การ ยัง
รวมถึงพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การด้วย

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

จากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า เรือนจำกลางบางขวางควรให้ความสำคัญต่อการ
เสริมสร้างการรับรู้ความยุติธรรมในองค์การให้มากขึ้น เพื่อให้ข้าราชการมีพฤติกรรมการเป็น
สมาชิกที่ดีต่อองค์การมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งจะส่งผลดีต่อขวัญและกำลังใจของข้าราชการรวมถึง
ประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์การ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนะการเสริมสร้างการรับรู้
ความยุติธรรมและพฤติกรรมการเป็นสมาชิก ที่ดีขององค์การในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านผลตอบแทน แม้เรือนจำกลางบางขวางได้จัดสรรค่าตอบแทนเพียงพอต่อการ
ดำรงชีวิตของข้าราชการ แต่ในเรื่องสวัสดิการโดยเฉพาะบ้านพักราชการ ผู้บริหารควรหาวิธีการ
จัดสรรสวัสดิการบ้านพักข้าราชการ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ ระเบียบ ข้อบังคับอย่างเคร่งครัด
โดยแจกแจงรายละเอียดจำนวนบ้านพัก จำนวนข้าราชการที่พักอาศัย จัดทำบัญชีแสดง
เรียงลำดับก่อนหลัง และปิดประกาศไว้อย่างเปิดเผย ให้ข้าราชการในองค์การได้ทราบทั่วกัน
และเมื่อมีข้าราชการโยกย้ายหรือเกษียณอายุราชการ เรือนจำต้องมีมาตรการคืนบ้านพัก
ข้าราชการภายในกำหนดเวลาที่ชัดเจนและแจ้งให้ข้าราชการที่พักอาศัยทราบ หากฝ่าฝืนต้อง
ได้รับการลงโทษตามระเบียบที่เรือนจำกำหนดไว้

ด้านกระบวนการ เรือนจำกลางบางขวางควรมีวิธีการกระจายอำนาจกระบวนการ
คัดค้านการตัดสินใจต่างๆขององค์การให้กับข้าราชการ โดยการจัดการประชุมให้ข้าราชการได้มี
โอกาสชี้แจงแสดงข้อเสนอแนะ จัดทำแบบแสดงความคิดเห็นแจกให้ข้าราชการทุกระดับชั้นหรือ
จัดทำกล่องรับความคิดเห็นแก่ข้าราชการที่ไม่ต้องการลงชื่อผู้แสดงความคิดเห็น เพื่อให้ข้าราชการ
สามารถส่งข้อเสนอแนะต่างๆได้สะดวกขึ้น แล้วรวบรวมจัดทำเป็นรายงานแจ้งให้ข้าราชการทราบ
เพื่อให้ได้ข้อยุติของปัญหาและการตัดสินใจที่มีความยุติธรรม

ด้านปฏิสัมพันธ์ เรือนจำกลางบางขวางควรจัดกิจกรรมด้านสันติภาพ ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาทุกระดับ ให้เกิดความสัมพันธ์ไมตรีระหว่างบุคคล อาทิ จัดการแข่งขันกีฬาภายในองค์กร โดยเฉพาะกีฬาที่ต้องทำการแข่งขันเป็นทีม หรืองานเลี้ยงในโอกาสสำคัญ เพื่อเป็นการละลายพฤติกรรม ส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดี มีความจริงใจต่อกัน ปราศจากอคติที่อาจเกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน

ด้านการให้ความช่วยเหลือ เรือนจำกลางบางขวางมีลักษณะงานที่มีความละเอียด ซับซ้อน และมีปริมาณมาก ผู้บริหารควรจัดประชุม ร่วมกันหารือ ในการจัดสรรแจกจ่ายปริมาณงาน มีการจำแนกลักษณะงานระดับความยากง่ายตามตำแหน่งสายงาน และจำนวนอัตราของข้าราชการ ให้มีความเหมาะสมตรงกับความรู้ความสามารถของข้าราชการผู้นั้น เพื่อมิให้ข้าราชการมีปริมาณงานที่มากจนล้นมือในการปฏิบัติงาน

ด้านการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ด้วยการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการเรือนจำกลางบางขวางจะกระทำเฉพาะแดน ทำให้ข้าราชการรู้จักคุ้นเคยกับข้าราชการภายในแดนเท่านั้น ผู้บริหารควรสลับปรับเปลี่ยนข้าราชการให้หมุนเวียนปฏิบัติหน้าที่ไปตามแดนต่างๆ เพื่อให้ข้าราชการได้รู้จัก พี่พว อาศัย มีความสนิทสนม และมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กันเพิ่มมากขึ้น

ด้านการอดทนอดกลั้น เรือนจำกลางบางขวางมีจำนวนอัตราข้าราชการที่ไม่เพียงพอ ทำให้มีความถี่ในการปฏิบัติหน้าที่เวรรักษาการณ์มาก ผู้บริหารควรสรรหาอัตรากำลังข้าราชการ ให้มีจำนวนที่เหมาะสมเพียงพอต่อการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อเพิ่มระยะเวลาห่างของการปฏิบัติหน้าที่เวรรักษาการณ์ของข้าราชการขึ้น ส่งผลให้ลดความตรากตรำ และความตึงเครียดของข้าราชการลงได้

ด้านการให้ความร่วมมือ เรือนจำกลางบางขวางควรมีคำสั่ง ข้อบังคับที่เคร่งครัด ในเรื่องการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆที่เรือนจำจัดขึ้น โดยให้ถือว่าเป็นภาระหน้าที่ความรับผิดชอบของข้าราชการทุกคน เพื่อส่งเสริมสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

ด้านความสำนึกในหน้าที่ เรือนจำกลางบางขวางควรสร้างจิตสำนึก และอบรมข้าราชการให้มีความตั้งใจในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเคร่งครัด หากเกิดความผิดพลาดควรกำหนดบทลงโทษทางวินัย รวมถึงการสร้างค่านิยมภายในองค์กรให้ข้าราชการมีความร่วมมือร่วมใจกันปฏิบัติหน้าที่ ทั้งนี้ผู้บังคับบัญชาจะต้องเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับข้าราชการ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จเป็นไปตามภารกิจของเรือนจำ

เอกสารอ้างอิง

ตุลยา เหยี่ยวทอง. (2550). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความยุติธรรมในองค์กร พฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และความเครียดในการทำงาน: กรณีศึกษาพนักงาน การไฟฟ้าฝ่ายผลิต. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

- ธิดา เชื้อนแก้ว. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความยุติธรรมในองค์การ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของพนักงานระดับปฏิบัติการ: กรณีศึกษาโรงงานผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์แห่งหนึ่ง. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- บุศรรัตน์ บัวงาม. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความยุติธรรมในองค์การ ความผูกพันต่อองค์การ และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของพนักงานเทศบาลเมืองระพีร่มเกล้าจังหวัดนครปฐม. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- มาร์ตินซ์ศิริ ลิมาภรณ์วณิชย์. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างเชาวน์อารมณ์ การรับรู้ความยุติธรรมในองค์การและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ: ศึกษากรณีสำนักงานใหญ่ของบริษัทหลักทรัพย์แห่งหนึ่ง. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- วิษณุลดดา ลดาวัลย์. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมในการทำงานกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของบุคลากรสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- อัครมณี จิรภัทรภูมินันท์. (2556). ค่านิยม การรับรู้ความยุติธรรมในองค์กรและความเครียดที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร: กรณีศึกษาบุคลากรด้านบัญชี บริษัท เอ จำกัด (มหาชน). วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี
- อัจฉรา เนียมหอม. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความยุติธรรมในองค์การ คุณภาพชีวิตการทำงานและความผูกพันต่อองค์การ: กรณีศึกษาธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมในนาฏยศาลาหุ่นละครเล็กเพื่อการพัฒนา¹

The Satisfaction of tourists towards the marketing mix of cultural tourism in the puppet
theater for development

ธีระชัย ชุกกลิ่นขจร²

Teerachai Chuklinkajorn

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่องนี้มุ่งเสนอเรื่องของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดทางการท่องเที่ยวของนาฏยศาลาหุ่นละครเล็กใจหูลุยส์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันของนาฏยศาลาหุ่นละครเล็กมีวัตถุประสงค์ดังนี้ คือ (1) เพื่อศึกษาการดำเนินงานด้านการตลาดท่องเที่ยวของนาฏยศาลาหุ่นละครเล็กในระยะเวลาที่ผ่านมา (2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการทำตลาดการท่องเที่ยว (3) เพื่อศึกษาแนวทางในนำส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวมาพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมในตลาดการท่องเที่ยวปัจจุบันเพื่อปรับใช้กับนาฏยศาลาหุ่นละครเล็ก กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการร้านอาหารใจหูลุยส์และรับชมการแสดงหุ่นละครเล็ก เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแจกแจงความถี่ ผลการศึกษา พบว่า 1) องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการในระดับระดับมาก 2) ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของร้านอาหารใจหูลุยส์และการแสดงหุ่นละครเล็กมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) แนวทางในการปรับปรุงเพื่อเพิ่มนักท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยวที่ปรับปรุงด้านโครงสร้างพื้นฐาน ปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์และการเดินทางให้สะดวก พัฒนาแหล่งดึงดูดใจให้เพิ่มมากขึ้นและการบริการที่ต้องได้รับการพัฒนา ในส่วนขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ต้องได้รับการพัฒนาเพิ่มมากขึ้นคือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

คำสำคัญ : นาฏยศาลา, ส่วนประสมตลาดท่องเที่ยว, วัฒนธรรม

Abstract

This article discusses the development of the tourism market of the puppet theater Joe Louis. The current cultural tourism marketing of the Puppet Theater is as

follows: (1) to study the marketing of tourism. (2) To study the problems and obstacles associated with tourism marketing; (3) To study the approach to integrate tourism marketing to develop appropriate strategies in the current tourism market to adapt to the Nattayasala puppet theater .The sample is Visitors to the restaurant Joe Louis and see the puppet show. The research instrument was Questionnaires and interviews the statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation Frequency distribution and empirical data analysis.

The study found that: 1) tourist compositions had a positive effect on the satisfaction of tourists who came to use the service at the high level. 2) Marketing mix, cultural tourism of Joe Louis restaurant and puppet show 3) Improved ways to increase tourists by using strategies. The marketing mix to improve tourism infrastructure. Improve product and travel. Develop more attractive sources and services that need to be developed. In terms of tourism elements that need to be developed more and more facilities.

Keywords: Nattayasala, Cultural Marketing Mix, Culture

บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่เริ่มมีความสำคัญมากขึ้นในการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศโดยที่รัฐบาลหลายประเทศต่างเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นภายใต้การพัฒนาดังกล่าวที่ถูกยึดโยงกับนโยบายและยุทธศาสตร์ชาติ โดยนำเรื่องอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้าไปผูกพันทุกมิติไม่ว่าจะเป็น เรื่องสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) จากสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นดังกล่าวทำให้ประเทศไทย ซึ่งถือว่ามีต้นทุนทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายพยายามสร้างความได้เปรียบให้เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวด้วยการวางแผนทางยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่อดึงนักท่องเที่ยวเข้ามายังประเทศไทยให้มากที่สุด แต่ด้วยภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นประกอบกับหลายๆประเทศได้พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเพื่อสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศของตนเพื่อดึงนักท่องเที่ยว แต่อัตลักษณ์หนึ่งที่เป็นสิ่งที่เป็นประเทศไทยได้เปรียบอย่างมากคือ การท่องเที่ยวเชิงมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage Tourism) ซึ่งประเทศไทยมี

มรดกทางวัฒนธรรมที่ล้ำค่ามากมายหลายประการ Pigran (1992) ได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการแสวงหาวิถีอันเรียบง่าย ความเข้าใจความลึกซึ้งถึงความแตกต่างของวิถีชีวิตภายใต้ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล เป็นต้น นอกจากนี้ยังอธิบายองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ควรเรียนรู้และดึงดูดใจนั้นมีองค์ประกอบหลายประการซึ่งประกอบไปด้วย 1) โบราณคดีและพิพิธภัณฑสถาน 2) สถาปัตยกรรมและสิ่งปลูกสร้าง 3) ศิลปะหัตถกรรม ประติมากรรม ประเพณีและเทศกาล 4) ความน่าสนใจทางดนตรี สุนทรียภาพทางดนตรี 5) การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพ 6) ภาษาและวรรณกรรม 7) ความเชื่อทางศาสนา และ 8) วัฒนธรรมเก่า โบราณสถาน (วาลิกา แสนคำ, 2545) จากบริบทขององค์ประกอบข้างต้นที่กล่าวมาในบทความนี้ได้้นำแหล่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านการแสดงละคร มหรสพและภาพยนตร์ มาใช้ในการมองถึงการพัฒนาและสร้างความคงอยู่ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประเทศไทยโดยเลือก การแสดงหุ่นละครเล็กอันมีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ในบทความดังกล่าวผู้เขียนบทความได้เห็นความสำคัญของมหรสพการแสดงอันเป็นอัตลักษณ์ที่สวยงามและควรค่าแก่การอนุรักษ์สืบสานให้คงอยู่ภายใต้นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว “ท่องเที่ยว 4.0” ที่ต้องการเพิ่มมูลค่าให้เกิดขึ้น

หุ่นละครเล็กถือกำเนิดขึ้นในรัชกาลที่ 4 โดยครูแกร ศัพทวนิช เป็นการแสดงที่ผสมผสานระหว่างโขนและการขีดหนังใหญ่เข้าด้วยกัน ตัวหุ่นมีความสลบซับซ้อนในการสร้างและมีการเคลื่อนไหวท่วงท่าที่เหมือนมนุษย์ การแสดงดังกล่าวเฟื่องฟูรุ่งเรืองในราชสำนักไทยมาเป็นเวลานานจนถึงปี พ.ศ. 2468 ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดการยุบกรมมหรสพให้รวมกับกรมวังหรือกระทรวงวังเกิดการทำลายศิลปวัตถุจำนวนมาก หุ่นละครเล็กถูกพินาศในช่วงปี พ.ศ. 2528 นายสาคร ยังเขียวสด ได้กลับมาฟื้นฟูการแสดงหุ่นละครเล็กในนาม “หุ่นละครเล็กคณะสาครนาฏศิลป์ ละครเล็กหลานครูแกร” อันเป็นจุดเริ่มต้นของการฟื้นฟูและเผยแพร่การแสดงหุ่นละครเล็กมาจนกระทั่งในปี พ.ศ. 2545 ได้รับพระมหากรุณาธิคุณจาก สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ประธานชื่ออันเหมาะสมกับการแสดงที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมนี้ว่า “นาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก (ใจหุยส์)” การแสดงต่าง ๆ ได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากทางรัฐบาลและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทางมรดกวัฒนธรรม (อ้างอิงจากบทความของ เมตตาทิพย์อุทัย ซึ่งอ้างอิงจาก ศักดิ์ดา บันเหน่งเพชร, 2535:83) แต่ด้วยกระแสของวัฒนธรรมต่างชาติและปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับสถานที่และการเวนคืนที่ดินดังกล่าวนำมาสู่ ในวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2547 ปัญหาเศรษฐกิจที่รุนแรงและสภาวะการสนับสนุนที่ลดน้อยลง นำมาสู่การปิดตัวลงของ

นาฏยศาลาหุ่นละครเล็ก โจหลุยส์ที่ สีสลมคอมเพลค อย่างถาวรด้วยความไม่ย่อท้อของ บุตร ธิดาของครูสาคร ยังเขียวสด จึงได้พยายามและพัฒนาให้เกิดการแสดงหุ่นละครเล็กเพื่อไม่ให้เกิดการสูญหายโดยการจัดตั้งเป็นรูปแบบ บริษัทโจหลุยส์ เทียร์เตอร์จำกัด ในเอเชียทีค เดอะริเวอร์ ฟรอนท์ ด้วยการปรับปรุงรูปแบบทางการแสดง ปรับปรุงวิธีการในการจัดการที่จะคงไว้ซึ่งศิลปะแขนงนี้ต่อไปยาวนาน

ซึ่งผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนาฏยศาลาหุ่นละครเล็กโจหลุยส์ในปัจจุบัน และศึกษาถึงสภาพปัญหาของตลาดท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อนาฏยศาลาหุ่นละครเล็กโจหลุยส์ พร้อมทั้งการนำส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาปรับปรุงและพัฒนานาฏยศาลาหุ่นละครเล็กโจหลุยส์ อันเป็นลักษณะธุรกิจทางวัฒนธรรมของไทยที่ต้องมีการพัฒนาเพื่อให้ต่อสู้กับกระแสวัฒนธรรมต่างชาติที่เข้ามาในไทย จึงเป็นที่มาของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดเรื่ององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวของนักทฤษฎีหลายท่านเป็นแนวคิดหลักในการศึกษาดังนี้

1. Collier and Hardaway (1997:18) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ประกอบที่จะบรรลุความสำเร็จหรือวัตถุประสงค์ขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการหรือ 3As ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเข้าชมหรือใช้บริการนั้นต้องมีองค์ประกอบอันสำคัญหลายประการคือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เช่นความสวยงามตามธรรมชาติศิลปวัฒนธรรมโบราณสถานฯอันเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปเยี่ยมเยือน

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึงสิ่งที่จะบริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจสะดวกและอยากมาท่องเที่ยวอีกหรือพักอยู่นานขึ้น

3. การเข้าถึงพื้นที่ (Accessibility) หมายถึงการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ ต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายคมนาคมที่สามารถเข้าถึงพื้นที่นั้นตลอด จนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณใกล้เคียงจะเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงได้

2. Dickman (1996) กล่าวถึงองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไว้ว่า แหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourist Destination and Tourism Product) จำเป็นต้องประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลักหรือองค์ประกอบ 5A คือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) จัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่งเพราะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นซึ่งแหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งแยกเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนาหาดทรายชายหาดภูเขาอุทยานแห่งชาติเทศกาลต่างๆหรือสถานที่ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์และเป็นทีโด่งดังและโดยทั่วไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมักจะมีสิ่งดึงดูดใจมากกว่า 1 อย่างเช่นภูเก็ตซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายเช่นหาดทรายกิจกรรมทางน้ำสถานบันเทิงต่างๆรวมทั้งสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ

2. สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) ความสะดวกสบายทำให้นักท่องเที่ยวหรือคนเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้รวดเร็วปลอดภัยและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้นแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบขนส่งซึ่งประกอบด้วยเส้นทางพาหนะสถานีและผู้ประกอบการขนส่งมีวัตถุประสงค์ในการลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง

3. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Amenity) ซึ่งหมายถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานต่อนักท่องเที่ยวเช่นสาธารณูปโภคน้ำไฟโทรศัพท์ห้องสุขาและสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องใช้เช่นโรงพยาบาลธนาคารสำนักงานไปรษณีย์การบริการในกรณีฉุกเฉินก็มีความสำคัญเช่นกัน

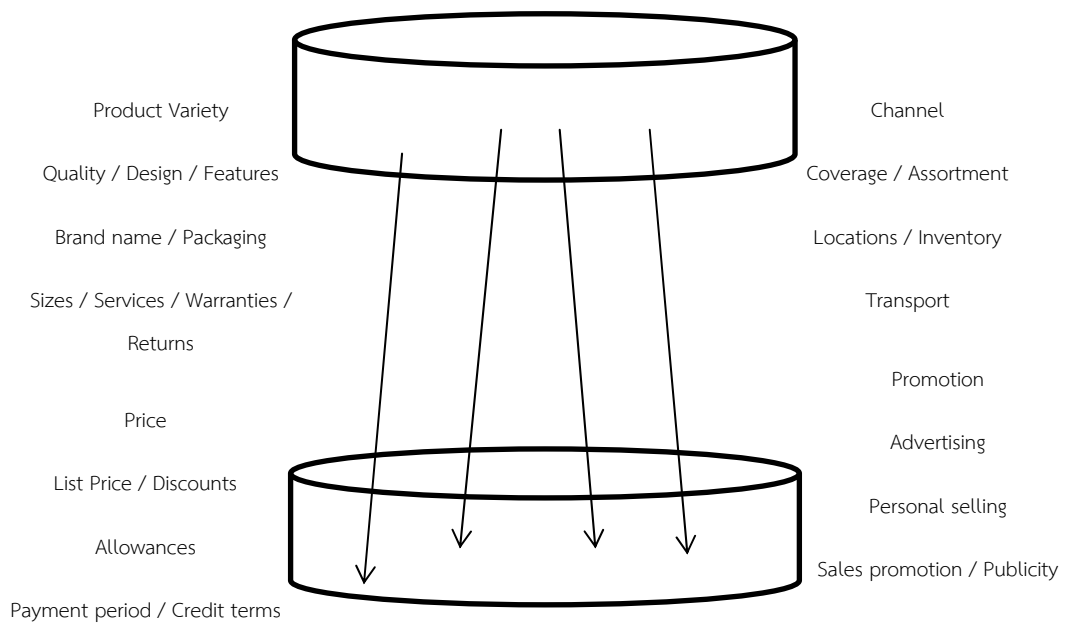
4. ที่พัก (Accommodation) แหล่งท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอพร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและการบริการที่เหมาะสมต่อสถานที่และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก

5. กิจกรรมต่างๆ (Activity) ที่นักท่องเที่ยวสามารถกระทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นเพื่อทำให้การท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยวน่าสนใจมากขึ้นและกิจกรรมต่างๆควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเช่นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการจับจ่ายใช้สอยกิจกรรมทางทะเลเช่นดำน้ำว่ายน้ำ เป็นต้น

จากแนวคิดหลักดังกล่าวข้างต้นนำมาสู่การสรุปแนวคิดองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่นำมาใช้ในบทความนี้ของ นาวุฑฒิสาลาหุณะครุฑเล็ก ในบริบทของการศึกษาเพื่อนำไปสู่การพัฒนาในการแก้ปัญหา ปรับปรุงเปลี่ยนแปลง

3.แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่นำมาผสมรวมกันเพื่อสร้างสิ่งที่ตอบสนองความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งประกอบไปด้วย สินค้า (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด สามารถแสดงออกเป็นแผนภูมิดังนี้

ภาพที่ 1 : แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด



ที่มา: Kotler, P. & Armstrong, G. (1994)

Kotler Philip (1994) ให้ความหมายของส่วนประสมของการตลาด (Marketing Mix) คือ ตัวแปรด้านการตลาดที่สามารถควบคุมได้ 4 ประการ ซึ่งต้องมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการให้กับตลาดเป้าหมาย ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่สามารถสนองความจำเป็น และความต้องการของมนุษย์ได้

2. ราคา (Price) สิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้า หรือ บริการในรูปแบบเงินตราเกี่ยวข้องกับวิธีการกำหนดราคา นโยบาย และกลยุทธ์ต่างๆ

3. การจัดจำหน่าย (Place) หรือ Distribution การนำผลิตภัณฑ์ออกสู่เป้าหมาย ประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution or Distribution) หมายถึงกลุ่มของสถาบัน หรือ บุคคลที่ทำหน้าที่นำผลิตภัณฑ์จากผลิตไปยังผู้บริโภค หรือ ผู้ใช้คือ การพิจารณาเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตผ่านคนกลางไปยังลูกค้า และการกระจายสินค้า หมายถึง กิจกรรมเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายสินค้าที่มีปริมาณถูกต้องไปยังสถานที่ที่ต้องการ และเวลาที่เหมาะสม

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จำหน่ายและตลาดเป้าหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีจุดมุ่งหมาย แจ่มชัด ชัดเจน ชักจูง ให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมซื้อ ซึ่งสามารถทำได้ 4 แบบ เรียกว่า ส่วนประสมส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) หรือส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร (Communication Mix) เช่น การโฆษณา (Advertising) การติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคล (Non-personal) โดยผ่านสื่อต่างๆ และเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณา เช่น การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา การโฆษณาในโรงภาพยนตร์ การขายโดยใช้บุคคล (Personal Selling) จากแนวคิดที่ถูกนำเสนอตั้งกล่าวนำมาสู่การวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อนำไปสู่การวิจัยในเรื่องของการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดทางการท่องเที่ยวของนาฏยศาลาหุ่นละครเล็กโจหลุยส์โดยได้นำแนวคิดทฤษฎีของนักคิดมาปรับให้เข้ากับบริบทของการศึกษาในสถานที่จริง และนอกจากนั้นได้ทำการสร้างกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาให้เหมาะสมกับสภาวะแวดล้อมของพื้นที่ศึกษาให้สามารถได้ข้อเท็จจริงที่น่าสนใจและนำเสนอผลลัพธ์ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมแนวคิดในการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยววัฒนธรรมในนาฏยศาลาหุ่นละครเล็กเพื่อการพัฒนา

INPUT

สถานการณ์ของนิตยสถานสำหรับเด็กและบริษัทในปัจจุบัน
ปัจจัยภายใน
 1. นโยบายของนิตยสถานสำหรับเด็กและบริษัทในเครือ
 2. นโยบายของผู้บริหารนิตยสถานสำหรับเด็กและบริษัทในเครือ
 3. โครงสร้างและรูปแบบธุรกิจของบริษัท
ปัจจัยภายนอก
 1. การท่องเที่ยวและสถานการณ์การท่องเที่ยวปัจจุบันของประเทศไทย
 2. สถานะทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและการแข่งขันในธุรกิจตลาดท่องเที่ยว
 3. การสนับสนุนส่งเสริมจากภาคส่วนต่างๆที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

PROCESS

หลักการและแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดท่องเที่ยวของนิตยสถานสำหรับเด็ก (ทูลและครีเอทีฟ) และการท่องเที่ยวและการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 Pond (1993:35), Colman (1989:3), Davidson (1993:2), Collier and Hardaway (1997:18), Dickman (1996)
 1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)
 2. สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility)
 3. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Amenity)
 4. กิจกรรมต่างๆ (Activity)
 การตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 Kotler and Armstrong (1994), Kotler Philip (1998), ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ (2546:59), Seaton and Bennett (2004), Ducan (2005)
 1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
 2. ราคา (Price)
 3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Process of Delivery)
 4. การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)
 5. การสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication)
 6. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment)
 7. บุคลากรด้านการท่องเที่ยว (Personal)

OUTPUT

รูปแบบการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนิตยสถานสำหรับเด็ก (ทูลและครีเอทีฟ)
 1. การสร้างสิ่งดึงดูดใจท่องเที่ยวที่ใช้บริการนิตยสถาน
 2. การพัฒนาสื่ออำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว
 3. การจัดกิจกรรมที่น่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวเพิ่มเติมค่าทางการตลาด
 4. การพัฒนาบุคลากรของนิตยสถานสอดคล้องกับการตลาดที่เปลี่ยนแปลง
 5. การร่วมมือกับหน่วยงานอื่นเพื่อเพิ่มการจัดกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยว
 6. การพัฒนารูปแบบการจัดการบริการสอดคล้องกับการตลาดที่เปลี่ยนแปลง

OUTCOME

การพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวของนิตยสถานสำหรับเด็กแต่ละครีเอทีฟยั่งยืนและมั่นคง
 1. นิตยสถานสำหรับเด็กมีความมั่นคงทางธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 2. นักท่องเที่ยวมีความสุขกับประสบการณ์และพึงพอใจในการใช้บริการนิตยสถานสำหรับเด็ก
 3. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถนำเสนอขายรูปแบบและกิจการร่วมสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการ แสดงไปวางแผนที่ทำการตลาดและส่งเสริมการขายแก่นักท่องเที่ยวได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการดำเนินงานด้านการตลาดท่องเที่ยวของนาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก ในระยะตั้งแต่ปี 2560 - 2561
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการทำตลาดการท่องเที่ยวของนาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก ที่เกิดขึ้น
3. เพื่อศึกษาแนวทางในนำส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวมาพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมในตลาดการท่องเที่ยวปัจจุบันเพื่อปรับใช้กับนาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการร้านอาหารและชมการแสดงหุ่นละครเล็กใจหุ่ยส์ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการจำนวน 1,700 คน ต่อเดือนโดยประมาณ เนื่องจากประชากรมีจำนวนแน่นอน (Finite Population) จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การเปรียบเทียบจากตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ R. V. Krejcie และ D.W. Morgan (1970, p. 607 – 610 อ้างถึงใน บุชรา ประกอบธรรม, 2554 : 37) ได้กลุ่มตัวอย่างสูงสุดจำนวน 313 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 289 คน ผู้บริหารและคณะกรรมการของ นาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก (ใจหุ่ยส์) พร้อมธุรกิจในเครือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) มีจำนวน 4 คน และหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องที่เข้าร่วมสนับสนุนส่งเสริม เช่น กระทรวงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมการโรงแรม และกลุ่มกิจการโรงแรม กลุ่มบริษัททัวร์ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 20 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ดำเนินการเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยตามลักษณะของข้อมูลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา บทความ ผลงานวิจัย และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยนำข้อมูลปฐมภูมิจัดทำเป็นแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล โดยมีการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ของการวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งได้ผ่านผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบและประเมินแบบสอบถามโดยผ่านการตรวจสอบแก้ไขได้รับอนุญาตจากประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ให้ทำการสำรวจกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้มาใช้บริการร้านอาหารและชมการแสดงหุ่นละครเล็ก
นาฏยศาลา หุ่นละครเล็กโจหลุยส์ และการสัมภาษณ์จากผู้บริหาร

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป
โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ โดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูล
ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) และ
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว และองค์ประกอบทางการ
ท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการร้านอาหารและชมการแสดงหุ่น
ละครเล็ก นาฏยศาลาหุ่นละครเล็กโจหลุยส์ จะใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
(Standard Deviation) และข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษา
ด้วยการจำแนกประเด็นการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวการศึกษาที่ตั้งไว้ โดยใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่
ได้จากการรวบรวมจากเอกสารและข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึกนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการเชิง
พรรณนา

ผลการวิจัย

จากการศึกษาและลงพื้นที่สำรวจวิจัย ที่เกิดขึ้นนั้นทำให้เห็นบริบทและข้อมูลอันน่าสนใจ
ในการทำตลาดทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในปัจจุบันของนาฏยศาลาหุ่นละครเล็กนั้น
ผลการศึกษาที่ได้ดังนี้

1. ในส่วนขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ของ นาฏยศาลาหุ่นละครเล็กนั้น มีผล
การศึกษาคือ นักท่องเที่ยวให้ความเห็นในเรื่องของกิจกรรมต่างๆ ($\bar{x} = 3.63$) ที่เกิดขึ้นนั้นจะเป็น
สิ่งที่ทำให้เกิดความน่าสนใจและเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการมาชมในระดับมาก
ที่สุด รองลงมาคือเรื่องสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.56$) ซึ่งถือว่าเป็นจุดสำคัญของการ
พัฒนาหุ่นละครเล็กให้มีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น ต่อมาคือเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง
ท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.50$) นักท่องเที่ยวได้ให้ความเห็นไว้อย่างน่าสนใจในเรื่องของการเดินทางที่ต้อง
มีความสะดวกสบาย และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ($\bar{x} = 3.46$)

สิ่งที่ได้มาดังกล่าวข้างต้นจะสามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่
นักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการมองเห็นความสำคัญมากที่สุดนั่นคือ เรื่องของกิจกรรมต่างๆที่ ทาง
ร้านอาหารและการแสดงต้องจัดเพิ่มขึ้นเพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการเข้าใช้บริการเพิ่มมากขึ้น
รองลงมาคือเรื่องของสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวซึ่งอาจต้องเพิ่มสิ่งดึงดูดใจที่สอดคล้องกับความ
ต้องการของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในเรื่องของความสะดวกในการเดินทางนั้น มีบางข้อใน

คำถามที่ต้องได้รับการแก้ไขให้ดีขึ้นเช่น ข้อ 2. ความรวดเร็วของการใช้เส้นทางเพื่อเข้าถึงร้านอาหารใจหุ่ยส์เรสเตอร์รอง ($\bar{x} = 3.36$) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ สิทธิรัตนสุนทร (2547) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเรื่องด้านสถานที่ อันได้แก่สถานที่จอดรถสะดวกเพียงพอจำเป็นต้องได้รับการปรับปรุง อันเป็นปัจจัยที่เล็งได้ยากเนื่องจากเส้นทางในการเดินทางมายังร้านนั้นมีเส้นทางคับแคบ ประกอบกับ บริเวณเอเชียทีค ริเวอร์ฟรอน มีร้านอาหารและการแสดงที่มากมายจึงเป็นจุดดึงดูดผู้คนเข้ามาใช้บริการมากทำให้เกิดปัญหาการจราจรเป็นอย่างมากซึ่งแก้ไขได้ยาก อาจพัฒนายุทธศาสตร์การจัดรับส่งรถมายังพื้นที่การแสดงได้ และร้านอาหารได้เป็นต้น อีกด้านหนึ่งคือการแสดงที่ต้องเพิ่มกิจกรรมทางการแสดงให้ผู้ชมได้เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นข้อที่ 1. มีกิจกรรมร่วมกับกิจกรรมกับการแสดงหุ่นละครเล็ก ($\bar{x} = 3.40$) ในปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลางซึ่งอาจจะต้องเพิ่มในส่วนนี้เพื่อเพิ่มยอดขายและการเข้าใช้บริการ

2. ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของร้านอาหารใจหุ่ยส์และการแสดงหุ่นละครเล็กโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวพบว่า 3 อันดับที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 4.07$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.91$) และด้านราคา ($\bar{x} = 3.85$) นักท่องเที่ยวพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม น้อยที่สุดคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{x} = 3.48$) จากสิ่งที่ได้มาดังกล่าวข้างต้นจะสามารถอธิบายได้ว่า กิจกรรมส่วนประสมทางการตลาดเชิงวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจและให้ความสำคัญสามอันดับแรกคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 4.07$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.91$) และด้านราคา ($\bar{x} = 3.85$) เป็นสิ่งที่ร้านอาหารและการแสดงต้องรักษาและปรับปรุงสิ่งเหล่านี้ให้ดียิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มยอดขายและการใช้บริการอย่างต่อเนื่องของผู้ใช้บริการเดิมและผู้เข้ามาใช้บริการแบบ Walk In ให้เพิ่มมากขึ้น ขึ้น มีความสอดคล้องกับงานศึกษาของ ธนิตา พรหมเทพ (2557) ความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านหยก มังมีศรีสุข จังหวัดเชียงใหม่ นั้น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพของสินค้าด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ด้านกระบวนการให้บริการ คือ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ สินค้าของร้านมีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ง่ายต่อการเลือกซื้อ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ลดราคาช่วง Low season เทศกาลสำคัญ หรือ การแจกของสมนาคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น ด้านบุคลากร คือ

พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้และ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ คือ ความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของร้าน ตามลำดับ

ผลจากการสัมภาษณ์และบทสรุปของผู้บริหารที่มองถึงวิธีการในการเพิ่มความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นกับนาฏยศาลาหุ่นละครเล็กใจหุ่ยสีในองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ผู้บริหารต้องวางแผนเรื่องการตลาดใหม่เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มยอดขายของร้าน จัดกิจกรรม ต่างๆเพิ่มเติมเช่น การใช้สถานที่ในการจัดเวดดิ้งการแสดงหุ่นและจัดแพ็คเกจอาหารร่วม การจัด กิจกรรมทางการตลาดเพิ่มเติมให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

2. การจัดทำโปรโมชั่นพิเศษเพื่อเพิ่มยอดขายได้ให้กับร้านอาหารและการแสดงหุ่นอาทิเช่น การลดราคาการแสดงหุ่นเพื่อเพิ่ม Value การจัดแพ็คเกจการแสดงหุ่นพร้อมอาหารในราคาพิเศษ การจัดคอร์สการสอนเชิดหุ่นกับการทานอาหาร เป็นต้น

3. การจัดการร้านเพื่อรองรับการจัดนิทรรศการและการประชุมขนาดเล็กที่ต้องการใช้พื้นที่ ขนาดเล็กเพื่อการจัดนิทรรศการ การแต่งงาน ประชุมสัมมนา ขนาดเล็กในพื้นที่ของร้านอาหารชั้น สองพร้อมอาหารและการแสดง

4. การจัดทำบัตรสมาชิกและบัตรส่วนลดให้กับลูกค้าผู้ใช้บริการเพื่อเป็นแรงจูงใจในการ เข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

5. เนื่องด้วยบริษัทนั้นมีการแสดงหุ่นเป็นหลักในการแสดงและพื้นฐานของผู้แสดงหุ่นส่วนใหญ่เรียนนาฏศิลป์สามารถรับการแสดงอื่น ๆเพิ่มเติมเช่น การรำโขม รำฉุยฉาย Event การแสดง ด้านวัฒนธรรมได้เพิ่มเติมหรือรับเป็น Outsources ในกิจกรรมทางนาฏศิลป์ไทยเพื่อเพิ่มรายได้ และกิจกรรมการฝึกให้กับนักแสดงให้เกิดความชำนาญ

6. การเพิ่มงบประมาณในการประชาสัมพันธ์เส้นทางทางการเดินทาง ความสะดวกสบายในการ เดินทางจัดรถรับส่งเพื่อให้แขกที่ใช้บริการและนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและสะดวกในการ เข้ามาใช้บริการพร้อมทั้งมีการเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่องในเรื่องของความประทับใจในการ ให้บริการ

7. มุ่งเน้นการจัด packages tours ดำเนินการทางการตลาดกับบริษัทจัดท่องเที่ยวทั้งใน และต่างประเทศเพื่อเพิ่มผู้เข้าชมให้มากยิ่งขึ้น

8. มีการจัดทำโครงการเสนอทางรัฐบาลและกระทรวงหรือค้นหาเสนองาน ขอรับความช่วยเหลือ หาพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศในการร่วมลงทุนพัฒนาการแสดง ร้านอาหาร และ การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น การใช้สื่อทางออนไลน์ในการเสนอผลงานที่โดดเด่นของตนเองให้ประจักษ์และสร้าง Story Museum ให้เกิดขึ้นเพื่อดึงดูดความสนใจของ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

9. การจัดทำของที่ระลึกเพื่อเป็นจุดขายให้กับทางร้านอาหารและการแสดงเพิ่มรายได้

จากบทสรุปของการศึกษาข้างต้นนั้นทำให้เห็นว่า สิ่งหนึ่งที่นาฏยศาลาหุ่นละครเล็กใจหลุยส์ต้องทำนั้นคือบริบทเรื่องของการทำการตลาดที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาถึงแม้ศิลปวัฒนธรรมของไทยจะมีความวิจิตรบรรจงสวยงามอย่างไรก็ตามถ้าขาดซึ่งกระบวนการวางแผนทางการตลาด การสร้างสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Amenity) ให้เกิดขึ้นแล้วนั้น พร้อมทั้งกิจกรรมต่างๆ (Activity) ที่สนับสนุนให้ก่อเกิดรายได้เพื่อให้นาฏยศาลาหุ่นละครเล็ก ดำเนินงานด้านวัฒนธรรมให้คงอยู่ได้ก็จักเหมือนการลี้มเลือนสูญหายไปตามกาลเวลา แต่ถ้าเรามองในเชิงของการพัฒนาแล้วนั้นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญเป็นที่สุดคือเอกลักษณ์ความเป็นไทย ที่ในปัจจุบันยังเป็นจุดเด่นที่สามารถเป็นสินค้าที่ดึงดูดความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ อีกเรื่องหนึ่งคือความพร้อมในการพัฒนาของตัวบุคลากรให้ก้าวล้ำความคิดและปรับบริบทของธุรกิจด้านการแสดงศิลปวัฒนธรรมต้องมองว่าสิ่งนี้คือสิ่งสำคัญ ปัจจัยสำคัญของการพัฒนาองค์กรคือ ปัจจัยทรัพยากร มนุษย์เพราะทรัพยากรมนุษย์คือหัวใจหลักของการพัฒนาไม่ว่าจะเป็นองค์กร หรือหน่วยงานใดก็ตาม บริบทด้านทรัพยากรมนุษย์จึงมีความสำคัญยิ่งต่อนาฏยศาลาหุ่นละครเล็กใจหลุยส์มากเพราะ ทั้งการแสดงหุ่นละครเล็กนั้นต้องใช้ผู้แสดงที่มีความสามารถอย่างแท้จริงและฝึกฝนอย่างเชี่ยวชาญ ทั้งการประดิษฐ์หุ่นก็ต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญด้านการเย็บปักที่มีความชำนาญสูงยิ่ง จึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทรัพยากรมนุษย์ของหน่วยงานนี้ต้องมีการคัดสรรเป็นพิเศษ พร้อมการพัฒนาแนวคิดใหม่ในการแสดงให้มีความหลากหลายด้วยเช่นกัน

เอกสารอ้างอิง

Coltman, M. M. (1989). *Tourism marketing*. Van Nostrand Reinhold.

_____ (1989). *Introduction to travel and tourism. An international approach*. Van Nostrand Reinhold.

Cowell, D. W., & Communication Advertising. (1984). *The marketing of services* (pp. 12-15). London: Heinemann.

Kotler, P., & Armstrong, G. (1996). *Dasar-Dasar Pemasaran: Principles of Marketing 7e* Jilid 1.

Kotler, P., & Armstrong, G. (1996). *Principles of marketing. Mercadotecnia* (No. 658.8 K87mE 1996). Prentice Hall.

Pigram, J. J. (1992). Alternative tourism: Tourism and sustainable resource management. *Tourism alternatives: potentials and problems in the development of tourism*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 76-87.

จุฑามาศ สิทธีรัตนสุนทร.(2547).ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารทะเล ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์.(2542).การวางแผนตลาดการท่องเที่ยว.กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

_____. (2544).การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว(พิมพ์ครั้งที่3).กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

_____.(2546).การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว(พิมพ์ครั้งที่4).กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธนิดา พรหมเทพ.(2557).ความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านหยก มั่งมี ศรีสุข จังหวัดเชียงใหม่.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

วาสิกา แสนคำ.(2545).การพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

การเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชม
ตลาดน้ำขวัญเรียมของชาวกรุงเทพมหานคร

Exposure of tourism promotion materials to tourism behavior.
Floating Market of Bangkok

ธีศิษฐ์ ณะทัษ¹
Teesit thanatak

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องการเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชมตลาดน้ำขวัญเรียมของชาวกรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานครเพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานครเพื่อศึกษาเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานครเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวการเที่ยวชมตลาดน้ำขวัญเรียมของชาวกรุงเทพมหานคร 400 คน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้การแจกแจงความถี่ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่ออธิบายการเปิดรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชมตลาดน้ำขวัญเรียมของชาวกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย รองลงมาเป็นเพศหญิง โดยส่วนใหญ่มี 26 - 35 ปี และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพประกอบอาชีพส่วนตัว/ค้าขาย และส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-30,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวจากครอบครัว/ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก ช่องทางหลักที่เปิดรับสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมาคือ อินเทอร์เน็ต (Website/ Social Media) สถานีโทรทัศน์ที่รับชมบ่อยที่สุด คือช่อง 7 การใช้งานสื่ออินเทอร์เน็ตคือ Facebook การเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชนใน 1 สัปดาห์คือทุกวัน สื่อที่ทำให้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำขวัญเรียมจากอินเทอร์เน็ต (Website/ Social Media) และการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำขวัญเรียมก่อนมาเที่ยวจากเพจรีวิวจากเฟสบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำขวัญเรียม คือมาเป็นครั้งแรก พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำขวัญเรียม คือรถยนต์ส่วนตัว ลักษณะการมาเที่ยวในครั้งนี้ มากับมากับญาติ/คนในครอบครัว ส่วนใหญ่ วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการมาเที่ยวที่ตลาดน้ำขวัญเรียม คือมาเพื่อ

¹ นักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์,หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต,คณะนิเทศศาสตร์,มหาวิทยาลัยเกริก

พักผ่อน บุคคลที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจให้ท่านเดินทางมาตลาดน้ำขวัญเรียมคือญาติ/คนในครอบครัว การเลือกซื้อสินค้าในครั้งนี้ได้ซื้อสินค้าใดกลับบ้านคือของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้า 1,000-1,500 บาท และกิจกรรมที่ทำในการมาเที่ยวที่แห่งนี้คือซื้อสินค้าและอาหาร

คำสำคัญ: เปิดรับสื่อ, พฤติกรรมการของนักท่องเที่ยว

ABSTRACT

A study on the promotion of tourism promotion media and the behavior of the Bangkok metropolitan market. The purpose of this study was to study the promotion of tourism marketing media at Khumriam Floating Market. To study tourism behavior at Khumriam Floating Market. Bangkok. To study the relationship between demographic data and exposure to marketing promotion materials at the Khamiam floating market. To study the relationship between demographic data and tourism behavior at Khamiam Floating Market. Bangkok Metropolis to study the relationship between exposure to marketing promotion media and tourism behavior at Khumriam Floating Market. Bangkok. This research was used as a tool to collect data. The sample used in this research was the tourists who came to visit the market of Khumriam floating market of 400 Bangkok residents. The frequency, percentage, mean, and standard deviation were used to describe exposure to tourism promotion media. These Kuanriam visit the floating market of Bangkok.

The results showed that the sample was mostly male. Secondary is female. There are 26 - 35 years old and have a bachelor degree. Mostly private career / trade And most of them earn 10,001-30,000 baht.

Most of the respondents searched for travel information from their relatives / relatives / friends / acquaintances. The main channels for media exposure during the past three months were the Internet (Website / Social Media). The most visited channel is Channel 7. The Internet is Facebook. Media exposure in a week is daily. The media made known the floating market of the Internet from the Internet (Website / Social Media) and the search of floating market information before the visit from Facebook page. Experienced in visiting the floating market. Is coming for the first time Vehicles used to travel at the market. Is a private car This visit. Come with your family / relatives most important purpose is to visit the floating market. Is coming to rest. The person who has an important part in making the decision to come to Khamiam Floating Market is a relative / family member. The purchase of this product was bought back home is a gift. The average purchase price is 1,000-1,500 baht and the activities to do in this trip is to buy food and food.

บทนำ

การท่องเที่ยวในปัจจุบันมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยในปี 2559 แม้นักท่องเที่ยวไทยเดินทางเที่ยวในประเทศชะลอตัวต่ำกว่าเป้าหมายที่วางไว้เล็กน้อย จากเป้าหมาย 139.4 ล้านคน-ครั้ง เหลือ 138.8 ล้าน คน-ครั้ง สร้างรายได้ 7.9 แสนล้านบาท ไม่ถึง 8 แสนล้านบาท ที่ตั้งเป้าไว้แต่ก็พบว่าคนไทยมีการกระจายจังหวัด ในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยวันละ 5 พันบาท เพิ่มขึ้น 6 % ส่งผล ให้ภาพรวมในแง่ของรายได้จากการท่องเที่ยวจึงสูงกว่าเป้าหมายที่วางไว้และการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว กว่า 20% สืบเนื่องจากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเกือบทุกภูมิภาค โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียง เช่น จีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ ไต้หวัน และอาเซียน ซึ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยว แม้ว่าจะมีวันพักผ่อนกว่า นักท่องเที่ยวจากยุโรป แต่มีการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ทำให้รายได้ขยายตัวเพิ่มขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) การแข่งขันทางการท่องเที่ยวก็มีแนวโน้มทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขันจึงเป็นเรื่องที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องและต้องปรับเปลี่ยนให้มีความทันสมัย โดยการนำเสนอจุดขายที่แตกต่างกับคู่แข่งและ แพลกใหม่อยู่เสมอ จากข้อมูลที่กำลังมาข้างหน้า จะเห็นได้ว่าไม่ว่าสถานะของโลกจะเป็นอย่างไรแต่ธุรกิจการท่องเที่ยว ยังคงมีบทบาทสำคัญ และสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศที่ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว เนื่องจาก พฤติกรรมของมนุษย์โลกมีความต้องการในการท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับชีวิต จากแนวโน้มที่ เติบโตของการท่องเที่ยวและการผลักดันที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวในทุกระดับของประเทศ นวัตกรรมทางการท่องเที่ยวจึงเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้กลายมาเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลกไปแล้ว เป็นที่ยอมรับกันเกือบจะทุกประเทศในโลกนี้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ เจริญเติบโตจนกลายเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว และในหลายประเทศ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอยู่ในระดับที่ 1-3 ของ 10 อันดับแรกใน อุตสาหกรรมสำคัญของประเทศนั้นๆ อีกด้วย ข้อเท็จจริงดังกล่าวนี้ สอดคล้องกับความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ซึ่งในรอบทศวรรษที่ผ่านมารายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอยู่ในลำดับ 1 หรือ 2 มาโดยตลอด เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากการส่งออกอื่นๆ เป็นที่ตระหนักดีว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยได้เป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่ แสดงบทบาทเด่นชัดในตลอดสี่ทศวรรษที่ผ่านมา ความสำเร็จโดยรวมหรือบางส่วนนั้น ย่อมมาจากพลังของฟันเฟืองหรือพลังขับเคลื่อนทั้งส่วนเล็กและส่วนน้อยที่ช่วยกันผลักดันให้อุตสาหกรรมนี้เคลื่อนไหว ไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง และแสดงบทบาทนำในการเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจซึ่ง นำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพ การกระจายรายได้และการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องมากมายหลายร้อย สาขา เป็นการสร้างความมั่งคั่งให้กับประชาชน และประเทศชาติอย่างเอนกอนันต์ และนำไปสู่ความสำเร็จ ในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนชาวไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550) การท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ หรือนันทนาการรูปแบบหนึ่งของมนุษย์ที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ซึ่งมักหมายถึงการเดินทางจากที่อยู่อาศัยที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง ซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยไม่คำนึงวาระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการพักผ่อนค้างคืนหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อการเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการทางกายภาพเพื่อสนองความต้องการในแง่การพักผ่อนคลายเครียดในชีวิตประจำวัน และตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น อีกทั้งยังเป็นกระบวนการพัฒนาคนในแง่การเรียนรู้ สร้างสมประสบการณ์และวิสัยทัศน์จากการเดินทางท่องเที่ยวได้อีกด้วย (สุธิตี ชิดชอบ, 2558) ในปัจจุบันความต้องการด้านการท่องเที่ยวของมนุษย์มีเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีปัจจัยที่เอื้ออำนวยหลาย ประการ เช่น การคมนาคม

ขนส่งที่สะดวกขึ้น การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเพื่อรองรับการ ท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ที่ดึงดูดใจ ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่ง ทรัพยากรการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ 1. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา ทะเล ป่าไม้ เกาะแก่ง เป็นต้น 2. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ได้แก่แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์ สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ หรือเพื่อประโยชน์ของมนุษย์เอง เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน ชุมชนโบราณ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น 3. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์ สร้างขึ้นอีกประเภทหนึ่ง เป็นรูปแบบของการดำเนินชีวิตผู้คนในสังคม ซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดกันมา เช่น สถาปัตยกรรมในชนบท หมู่บ้านชาวเขา งานแสดงสินค้า ประเพณี เป็นต้น จากทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเภท นักท่องเที่ยวสามารถเลือกท่องเที่ยวได้ตามความสนใจ

สำหรับตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ถือได้ว่าเป็นทรัพยากรท่องเที่ยว ที่มีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจไปเยี่ยมชม เพราะสามารถเข้าถึงแหล่งได้ง่ายและเป็นสิ่งที่มีคุณค่าตามธรรมชาติ และเรื่องเล่าแฝงเก่า จึงไม่จำเป็นต้องใช้ความชำนาญ ความสนใจเป็นพิเศษในการชื่นชมความงาม และทรัพยากรท่องเที่ยวประเภท ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ซึ่งเป็นรูปแบบที่นักท่องเที่ยวในปัจจุบันนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว หรือศึกษาสภาพชีวิตความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมกันมากขึ้นเรื่อยๆ การท่องเที่ยววิถีไทยนั้น มีความหลากหลาย ตามวัฒนธรรมและประเพณีในแต่ละท้องถิ่น ปัจจุบันพบว่า การท่องเที่ยวตลาดน้ำ ถือเป็นหนึ่งในการท่องเที่ยววิถีไทยที่มีกระแสความนิยมอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ซึ่งตลาดน้ำที่ได้รับความนิยม ในระดับต้นๆ และเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง จาก รายงานผลการศึกษาค้นคว้าสำเร็จ พบว่า ตลาดน้ำขวัญเรียม ถือเป็นตลาดน้ำที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานจึงทำให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ ได้รับความนิยม ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความตั้งใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการศึกษาที่ ได้มาพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ให้เป็นที่นิยมแพร่หลายไปในวงกว้างขึ้นอีก เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น รวมทั้งเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะ รู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งใน สภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในเมืองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรม จะต้องมีความหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวในกลุ่มอนุรักษ์ต้องการ เกียรติยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวในกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมโตเขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่ง ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรเป็นเวลาให้นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้น นักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมือง มุมไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) จึงเป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดที่ท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

4. เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนถึงพฤษภาคมเดือนมิถุนายน ซึ่งมีจำนวน 61,900 คน (สถิตินักท่องเที่ยวตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ปี 2560, ตลาดน้ำขวัญเรียม)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในบริเวณ ตลาดน้ำขวัญเรียม โดยใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973, pp. 725 - 727) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กำหนดขอบเขตความคลาดเคลื่อน .05 จากการคำนวณขนาดตัวอย่างจากสูตรได้จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 399.76 คน แต่เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูลและการตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้จำนวนตัวอย่างในการเก็บ รวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ในการเลือกตัวอย่างเพื่อนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ในการเลือกตัวอย่างเพื่อนำมาเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งเป็น 5 ตอนดังนี้ **ตอนที่ 1** เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด แบบเลือกตอบ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน **ตอนที่ 2** เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ / การให้บริการ **ตอนที่ 3** เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวครั้งนี้ ส่วนใหญ่ท่านค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวจากแหล่งใดภายในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมาท่านเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจากช่องทางใดบ่อยที่สุด สถานีโทรทัศน์ที่ท่านรับชมบ่อยที่สุด ท่านเปิดรับชมรายการทางโทรทัศน์มากที่สุดช่วงใด ส่วนใหญ่ท่านใช้งานท่านใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในรูปแบบใด ใน 1 สัปดาห์ ท่านเปิดรับสื่อต่างๆ (รวมทั้งสื่อมวลชน และสื่ออินเทอร์เน็ตด้วย) มากน้อยเพียงใด ท่านรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเมืองโบราณครั้งแรกสุดจากสื่อใด ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานครจากสื่อใดบ้าง ส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานครก่อนมาเที่ยวครั้งนี้จากสื่อใด ท่านค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับรายการท่องเที่ยวและโปรโมชั่นที่สนใจของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานครจากช่องทางดังต่อไปนี้หรือไม่ (ระบุเฉพาะช่องทางที่เคยค้นหาข้อมูล) **ตอนที่ 4** เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นคำถามปลายปิด แบบเลือกตอบ ได้แก่ ประสบการณ์ในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการ

มาเที่ยวที่ตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ลักษณะการมาเที่ยวในครั้งนี้ ระยะเวลาของการมาท่องเที่ยวของท่านในครั้งนี้ สิ่งที่ท่านประทับใจมากที่สุดในการมาเที่ยวตลาดน้ำขวัญเรียม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

การวิเคราะห์ทางสถิติ

1)วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง พร้อมการบรรยาย โดยจำแนกตามตัวแปรอิสระที่ศึกษา 2) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดโดยได้แจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง พร้อมการบรรยาย โดยจำแนกตามตัวแปรอิสระที่จะศึกษา 3) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการมาท่องเที่ยว โดยได้แจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง พร้อมการบรรยาย โดยจำแนกตามตัวแปรอิสระที่จะศึกษา 4) ทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้สถิติ Chi-Square

ผลการวิจัย

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 47.5 รองลงมาเป็นเพศหญิงร้อยละ 52.5 โดยส่วนใหญ่มี 26 - 35 ปี ร้อยละ 40.5 และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 74.3 ส่วนใหญ่มีอาชีพประกอบอาชีพส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 30.0 และส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-30,000 บาท ร้อยละ 70.8

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวจากครอบครัว/ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก ร้อยละ 59.8 ช่องทางหลักที่เปิดรับสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมาคือ อินเทอร์เน็ต (Website/ Social Media) ร้อยละ 69.0 สถานีโทรทัศน์ที่รับชมบ่อยที่สุด คือช่อง 7 ร้อยละ 45.0 การใช้งานสื่ออินเทอร์เน็ตคือ Facebook ร้อยละ 80.5 การเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชนใน 1 สัปดาห์คือทุกวัน ร้อยละ 84.3 สื่อที่ทำให้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำขวัญเรียมจากอินเทอร์เน็ต (Website/ Social Media) ร้อยละ 49.8 และการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำขวัญเรียมก่อนมาเที่ยวจากเพจรีวิวจากเฟซบุ๊ก ร้อยละ 59.8

พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำขวัญเรียม คือมาเป็นครั้งแรก ร้อยละ 51.0 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำขวัญเรียม คือรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 62.5 ลักษณะการมาเที่ยวในครั้งนี้ มากับมากับญาติ/คนในครอบครัว ร้อยละ 47.3 ส่วนใหญ่ วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการมาเที่ยวที่ตลาดน้ำขวัญเรียม คือมาเพื่อพักผ่อน ร้อยละ 32.0 บุคคลที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจให้ท่านเดินทางมาตลาดน้ำขวัญเรียมคือญาติ/คนในครอบครัว ร้อยละ 47.3 การเลือกซื้อสินค้าในครั้งนี้ได้ซื้อสินค้าใดกลับบ้านคือของที่ระลึก ร้อยละ 44.3 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้า 1,000-1,500 บาท ร้อยละ 48.0 และกิจกรรมที่ทำในการมาเที่ยวที่แห่งนี้คือซื้อสินค้าและอาหาร ร้อยละ 46.8

อภิปรายผล

ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย รองลงมาเป็นเพศหญิง โดยส่วนใหญ่มี 26 - 35 ปี และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพประกอบอาชีพส่วนตัว/ค้าขาย และส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-30,000 บาท ใหญ่ ค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวจากครอบครัว/ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก ช่องทางหลักที่เปิดรับสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมาคือ อินเทอร์เน็ต (Website/ Social Media) สถานีโทรทัศน์ที่รับชมบ่อยที่สุด คือช่อง 7 การใช้งานสื่ออินเทอร์เน็ตคือ Facebook การเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชนใน 1 สัปดาห์คือทุกวัน สื่อที่ทำให้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำขวัญเรียมจากอินเทอร์เน็ต (Website/ Social Media) และการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำขวัญเรียมก่อนมาเที่ยวจากเพจรีวิวจากเฟซบุ๊ก มีประสบการณ์ในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำขวัญเรียม คือมาเป็นครั้งแรก พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำขวัญเรียม คือรถยนต์ส่วนตัว ลักษณะการมาเที่ยวในครั้งนี้ มากับมากับญาติ/คนในครอบครัว ส่วนใหญ่ วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการมาเที่ยวที่ตลาดน้ำขวัญเรียม คือมาเพื่อพักผ่อน บุคคลที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจให้ท่านเดินทางมาตลาดน้ำขวัญเรียมคือญาติ/คนในครอบครัว การเลือกซื้อสินค้าในครั้งนี้ได้ซื้อสินค้ากลับบ้านคือของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้า 1,000-1,500 บาท และกิจกรรมที่ทำในการมาเที่ยวที่แห่งนี้คือซื้อสินค้าและอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับ พิมลพรรณ จันทร์เจริญ (2558) ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อส่งเสริมการตลาดของสถาบันแนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่” เพื่อศึกษา กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการตลาดของสถาบันแนะแนวการศึกษาต่อ ต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษานำแนวคิดการสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการไปใช้ของผู้บริหารและผูปฏิบัติงานด้านการสื่อสารการตลาดของสถาบันแนะแนว การศึกษาต่อต่างประเทศใน จังหวัดเชียงใหม่ (2) เพื่อศึกษาการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการของผู้บริหารและผูปฏิบัติงานด้านการสื่อสารการตลาดของสถาบันแนะแนวการศึกษา ต่อต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ (3) เพื่อการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการนำแนวคิดการ สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการไปใช้ของผู้บริหารและผูปฏิบัติงานด้านการสื่อสารการตลาดของ สถาบันแนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยนี้เป็นเชิงวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารและผูปฏิบัติงานด้านการสื่อสารการตลาดของสถาบันแนะแนว การศึกษาต่อต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 3 บริษัท จำนวน 6 คน โดยใช้กรอบคำถาม ปลายเปิด และการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายน พ.ศ.2557- เดือนมีนาคม พ.ศ.2558 ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารและผูปฏิบัติงานด้านการสื่อสารการตลาดของสถาบันแนะแนว การศึกษาต่อต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่มีการนำแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการไปใช้ เพื่อวางแผนกลยุทธ์ การสื่อสารการตลาด โดยผสมเครื่องมือการสื่อสารแต่ละประเภทเพื่อเข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกระบวนการสื่อสารของสถาบันมีความแข็งแกร่ง ส่งผลให้ภาพลักษณ์ขององค์กรมี แนวโน้มที่ดียิ่งขึ้น ตลอดจนสามารถบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ จำทำให้ปัญหาและอุปสรรคส่วนใหญ่ ไม่ได้เกิดจากปัญหาภายใน แต่ขึ้นอยู่กับนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

1. การแข่งขันด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากปัจจุบันมีแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำรวมถึง แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เกิดขึ้นมากมาย ส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น

2. ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนั้นควรได้รับความร่วมมือจาก ภาครัฐ ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึง แสดงความคิดเห็น เสนอแนะแนวทางและนโยบายในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตลาดน้ำร่วมกัน อย่างต่อเนื่อง

1. การส่งเสริมให้มีการพัฒนาการการท่องเที่ยวตลาดน้ำอื่น ๆ นั้น หากต้องการจะพัฒนา พื้นฟูตลาด ชุมชนเก่าให้เป็นที่ยอมรับอีกครั้งหรือ การสร้างตลาดแห่งใหม่ แต่ละชุมชนที่ จัดการท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำควร หารูปแบบกิจกรรมที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของวิถีชีวิต ในชุมชนของตนมากกว่าจะเลียนแบบกิจกรรมให้ เหมือนกันไปหมด เพราะอัตลักษณ์จะ ทำให้เกิดความแตกต่าง และนำไปสู่การตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวตลาด น้ำนั้นๆ

2. ผู้ประกอบกิจการตลาดน้ำควรเพิ่มช่องทางเผยแพร่ข่าวสารทางสื่อออนไลน์ ประกอบ กับจัดทำ กิจกรรมออนไลน์ ให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสค้นหาข้อมูล แบ่งปันข้อมูล และมี ปฏิสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ หรือ ห้องสนทนาของตลาดน้ำ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว ช่วยทำหน้าที่เป็นผู้กระจายข้อมูลข่าวสารด้วยการบอก ต่อในสื่อออนไลน์ไปยังกลุ่มอื่นๆ ซึ่งจะเป็นการรักษาความสัมพันธ์กับผู้ บริโภคกลุ่มเป้าหมายปัจจุบัน และ ขยาย กลุ่มเป้าหมายซึ่งจะเป็นผู้บริโภคในอนาคตพร้อมๆ กัน และสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว ทางสังคม ออนไลน์

3. เพื่อพัฒนาให้ตลาดน้ำขวัญเรียมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนั้น ควรจะมีการหมั่น ปรับเปลี่ยนอัต ลักษณ์ส่วนขยายให้ตลาดเกิดความน่าตื่นตื้น ความเร้าใจเป็นเรื่องราว ใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของ กลุ่มนักท่องเที่ยวได้ อาทิ ควรจะต้องหารูปแบบ ใหม่ๆ มาดึงดูดใจให้เกิดเรื่องราว เป็นพื้นที่เพื่อการเล่าเรื่อง มี บรรยากาศที่เหมาะสมแก่ การถ่ายภาพ แบ่งปัน บอกต่อไปยังกลุ่มคนอื่นๆ ที่เป็นนักท่องเที่ยวโดยตรง

เอกสารอ้างอิง

มนัสสินี บุญมีศรีสง่าและคณะ. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาว ไทยที่มีต่อตลาดฉัตรศิลาในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย ศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.

สิญาทิพย์ เพ็ญนภักตร. (2554). เครือข่ายการสื่อสารกับการพัฒนาชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

เสรี วงษ์มณฑา. (2548). หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. เอกสารประกอบการสอน สำนักพิมพ์: มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช.

อรรวรรณ เลิศสุนทรนท. (2553). ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองบางนอย อำเภอบางคนที จังหวัด สมุทรสงคราม. การศึกษาคนควาด้วยตนเอง ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.

พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
The Behavior of the Healthy Food Consumers in Khlong Luang District, Pathum Thani Province

นางนภา ท้าวแก้ว¹

Nongnapa Thawkeaw

วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ²

Wilailak Ratanapeantamma

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพจากสื่อประเภทอินเทอร์เน็ต และพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี มากที่สุดอันดับแรก คือ ด้านการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ รองลงมาคือด้านประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพ และอันดับสุดท้ายคือด้านรูปแบบการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ตามลำดับ

คำสำคัญ : พฤติกรรม การบริโภค อาหารเพื่อสุขภาพ

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

² ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก

Abstract

The objectives of this research were to 1) investigate the behavior of the healthy food consumers in Khlong Luang District, Pathum Thani Province, and 2) compare the behavior of the healthy food consumers in Khlong Luang District, Pathum Thani Province, classifying according to personal factors. The population used in this research were four hundred healthy food consumers living in Khlong Luang District, Pathum Thani Province. The research tool was the questionnaire. The data received were analyzed by descriptive analysis, these were frequency, percentage, mean and standard deviation.

The results showed that the majority of the respondents received the information about healthy food from internet. In terms of their overall healthy food consumption behavior, it was found at good level. When considering at each factor, the factor of purchasing healthy food received the highest mean. Next on down were the factors of types of healthy food, and patterns of the healthy food consumption, respectively.

Key Words: Behavior; Consumption; Healthy Food

บทนำ

ในปัจจุบันมีการรณรงค์ให้ผู้คนสนใจในเรื่องของสุขภาพ และเน้นในเรื่องความปลอดภัยของอาหารมากขึ้นยังรวมถึงการมีชีวิตที่ปกติสุขทั้งร่างกายและจิตใจด้วย สุขภาพที่ดีย่อมเกิดจากร่างกายที่สามารถทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และจิตใจที่พร้อมเผชิญความไม่แน่นอนแห่งชีวิต ด้วยการเรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นด้วยความรัก การแบ่งปัน การรู้จักแบ่งเวลาให้เหมาะสม และมองโลกในแง่ดี สุขภาพของแต่ละคนนั้นถูกกำหนดด้วยสิ่งต่าง ๆ มากมาย ทั้งจากลักษณะทางพันธุกรรมและปัจจัยภายนอกอีกหลายประการ ดังนั้นแม้ว่าจะเกิดมาพร้อมร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรง แต่หากปล่อยปละละเลยไม่ปฏิบัติตัวตามหนทางสู่การมีสุขภาพที่ดี หรือใช้ชีวิตอย่างตรากตรำจนเกินไป สุขภาพก็จะทรุดโทรมลงอย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคต่างหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ ประกอบกับการมีความรู้ความเข้าใจในการรักษาสุขภาพมากขึ้น แนวคิดในการดูแลสุขภาพจึงมุ่งเน้นในเชิงส่งเสริมป้องกันมากกว่าการรักษาโรค รูปแบบของการดูแลสุขภาพ

พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อสุขภาพ การบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการและมีความปลอดภัย ย่อมเกิดผลดีต่อการเจริญเติบโตและสุขภาพอนามัย (อุทัยวรรณ ศิลปะพิพัฒน์ และ สมศักดิ์ พันธุ์ธรรม.2543 : 25) ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและการบริโภคอาหารของคนไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนในเขตเมืองที่มีวิถีชีวิตต้องเร่งรีบมากขึ้นผนวกกับสังคมในยุคไร้พรมแดนก่อให้เกิดการรับรู้ข่าวสารอย่างรวดเร็วและหลากหลาย ส่งผลต่อทัศนคติด้านสุขภาพและความเชื่อด้านสุขภาพ กล่าวคือ พฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะในเขตเมืองมีความเร่งรีบในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้ไม่มีเวลาปรุงอาหารเอง จึงมีความต้องการสะดวก สะดวก และปลอดภัยมากขึ้น

การรับประทานอาหารประเภทไขมันอิ่มตัวมากเกินไปจะเป็นสาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดไขมันในเส้นเลือด ซึ่งคอเลสเตอรอลหรือไขมันในเส้นเลือดนี้มีลักษณะเหมือนไขมันเป็นสารที่เราสามารถพบได้ในไขมันอิ่มตัวของสัตว์และน้ำมัน ไขมันอิ่มตัวคือไขมันที่มักจะแข็งในอุณหภูมิห้องปกติ ตัวอย่างเช่น ไขมันในเนื้อที่ปรุงแล้วจะแข็งหรือเป็นสีขาว ถ้าวางไว้ในห้องครัวสำหรับไขมันไม่อิ่มตัวนั้นจะยังเหลวอยู่ในอุณหภูมิห้องปกติ ไขมันไม่อิ่มตัวจะลดระดับไขมันในเลือดได้

ปัญหาด้านโภชนาการนับว่าเป็นปัญหาสำคัญที่ควรพิจารณาเป็นอย่างยิ่งและจำเป็นต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพราะวิถีชีวิตประจำวันของคนไทยทุกวันนี้ได้รับผลกระทบโดยตรงจากกระแสโลกาภิวัตน์ที่เข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหาร ซึ่งพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของคนทุกวัยชอบการดำเนินชีวิตแบบสังคมตะวันตกที่เป็นสังคมที่เร่งรีบ การบริโภคอาหารจึงต้องปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคมนั้นๆ เช่น การบริโภคอาหารฟาส์ฟู้ด งดบริโภคอาหารบางมื้อหรือแม้กระทั่งบริโภคตามกระแสนิยม

การเลือกอาหารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชีวิตที่เร่งรีบควรที่จะเลือกบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายและต้องครบถ้วนด้วยคุณค่าทางโภชนาการ ให้พลังงานเพียงพอตามที่ร่างกายต้องการ

การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เช่น ผัก ผลไม้ ธัญพืช นอกจากจะเป็นแหล่งอาหารที่ให้วิตามินต่างๆแล้วยังได้รับใยอาหารหรือกากอาหาร ซึ่งสามารถดูดซับเอาสิ่งเป็นพิษต่างๆของร่างกายในลำไส้ใหญ่ทำให้ลดโอกาสที่สารพิษต่างๆจะสัมผัสกับผนังลำไส้ซึ่งการกินอาหารที่มีเส้นใยน้อยจึงมีโอกาสเกิดภาวะต่างๆที่เกี่ยวกับโภชนาการ เช่น โรคอ้วน ไขมันในเส้นเลือด ความดันโลหิต และท้องผูก การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพนอกจากที่จะช่วยเสริมสร้างสุขภาพแล้วยังเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการดูแลอาการเจ็บป่วย

ดังนั้นผู้วิจัยได้ตระหนักถึงปัญหาดังกล่าวจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตอำเภอคลองหลวง ซึ่งผลในการวิจัยครั้งนี้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานในการปรับปรุงกระบวนการเรียนรู้ให้เกิดผลในทางปฏิบัติที่มุ่งส่งเสริมให้มีความรู้ ความเข้าใจและมีการบริโภคอาหารที่ถูกต้องต่อไป

วัตถุประสงค์งานวิจัย

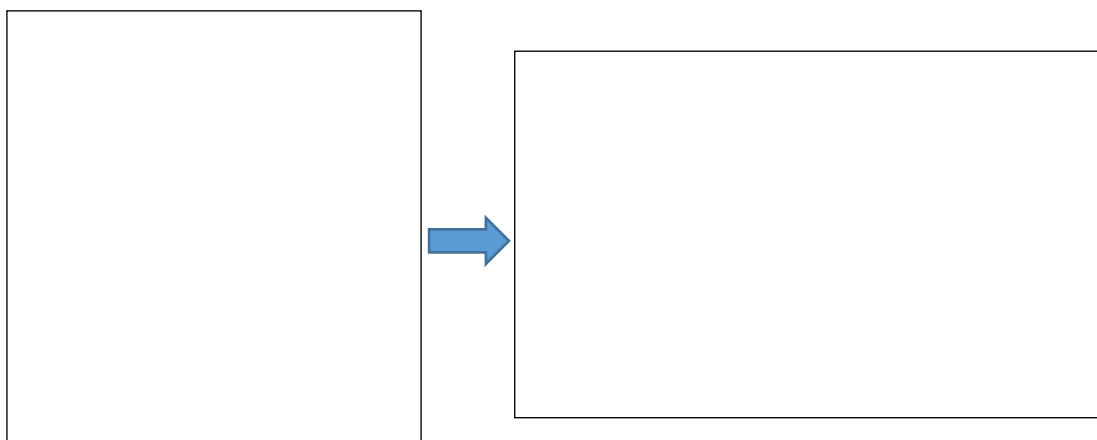
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

กรอบแนวคิดของงานวิจัย

กรอบแนวคิดของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้าเอกสาร ตำรา ผลงานวิจัยแนวคิดของนักวิชาการหลายท่านและนำมาบูรณาการ พบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยการวิจัยครั้งนี้จะนำปัจจัยข้อมูลพื้นฐาน

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยประชากรที่ใช้ศึกษา คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากร (Infinite Population) จากสูตรการคำนวณของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ธานินทร์ ศิลป์จารุ 2551) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องส่งอย่างน้อย 385 คน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นได้จากความไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คนแจกแบบสอบถามและกระจายแบบสอบถามตามสะดวกในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ได้รับการตอบแบบสอบถาม ครบถ้วนทั้งสิ้น 400 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้วิธีทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และแหล่งข้อมูลในการรับรู้ข่าวสารเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และนำเสนอด้วยค่าสถิติร้อยละ (percentage) วิเคราะห์ระดับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพโดยคิดค่าเฉลี่ยของคะแนนรวม นำเสนอโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย (mean) ของคะแนนรวม ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และจำแนกระดับพฤติกรรมตามเกณฑ์ของคะแนนเฉลี่ย ใช้วิธีคำนวณความกว้างของ

ผลการวิจัย

พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ในด้านต่างๆ 3 ด้านด้วยกัน ประกอบด้วย ด้านประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านรูปแบบการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และด้านการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ เมื่อนำมาคำนวณเพื่อหาค่าเฉลี่ยจากการให้ความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีผลดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ทั้งหมด 3 ด้านโดยภาพรวมดังนี้

พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	\bar{X}	SD.	ระดับพฤติกรรม	อันดับที่
ด้านประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพ	2.52	0.400	ดี	2
ด้านรูปแบบการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	2.23	0.471	พอใช้	3
ด้านการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	3.31	0.501	ดีมาก	1
รวม	2.68	0.348	ดี	

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 2.68) ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี มากที่สุดอันดับแรก คือ ด้านการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.31) รองลงมาคือด้านประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.52) และอันดับสุดท้ายคือด้านรูปแบบการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.23) ตามลำดับ

พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีในด้านต่างๆ โดยสรุปดังนี้

ผู้บริโภคมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี มากที่สุดอันดับแรก คือ ด้านการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ รองลงมาคือด้านประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพ และอันดับสุดท้ายคือด้านรูปแบบการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ตามลำดับ สรุปได้ดังนี้

ด้านประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับดี อันดับแรก คือ ด้านอาหารหมู่ที่ 1 รองลงมาคือ ด้านอาหารหมู่ที่ 4 ด้านอาหารหมู่ที่ 3 ส่วนด้านอาหารหมู่ที่ 2 และอันดับสุดท้ายคือด้านอาหารหมู่ที่ 5 อยู่ในระดับพอใช้ ตามลำดับ และรายละเอียดประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพ สรุปได้ดังนี้

อาหารหมู่ที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อ คือ รับประทานอาหารครบ 5 หมู่ในแต่ละมื้อและมีความหลากหลาย รับประทานปลาและเนื้อสัตว์ไม่ติดมัน รับประทานไข่ทุกมื้อ ดื่มนมขาดไขมันต่ำ นมพร่องไขมัน และสุดท้ายคือรับประทานเต้าหู้อ่อน เต้าหู้แข็ง เต้าเจี้ยว โปรตีนเกษตร ตามลำดับ

อาหารหมู่ที่ 2 ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ รับประทานข้าวเป็นหลัก สลับกับอาหารประเภทแป้ง เช่น ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน เป็นบางมื้อ รับประทานข้าวกล้อง/ข้าวซ้อมมือทุกมื้อ รับประทานข้าวโพดต้ม ถั่วลิสง เมล็ดทานตะวัน และรับประทานงาดำ เม็ดบัว ลูกเดือย ข้าวโอ๊ต ตามลำดับ

อาหารหมู่ที่ 3 ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ รับประทานผักสีเขียว เช่น คะน้า ผักบุ้ง กวางตุ้ง โหระพา กะเพรา สาระแหน่ แมงลัก รับประทานผักขาว เช่น ดอกแค ผักกาดขาว มะเขือเปราะขาว รับประทานผักสีเหลือง/ส้ม เช่น ฟักทอง แครอท และรับประทานผักสีม่วง เช่น กะหล่ำม่วง ดอกแค ม่วง มะเขือม่วง ตามลำดับ

อาหารหมู่ที่ 4 ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ รับประทานผลไม้ที่มีเบต้าแคโรทีนสูง เช่น ส้ม ขนุน แคนตาลูปเนื้อสีเหลือง กัลฉ่ำ สับปะรด และรับประทานผลไม้ที่มีวิตามินอีสูง เช่น มะม่วงเขียวเสวย

ด้านรูปแบบการบริโภคอาหาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี รูปแบบการบริโภคอาหาร อยู่ในระดับดี อันดับแรกคือด้านอาหารมีอุปถัมภ์ รองลงมาคือด้านอาหารหวาน ด้านเครื่องดื่ม และอันดับสุดท้ายคือด้านอาหารว่าง อยู่ในระดับพอใช้ ตามลำดับ และรายละเอียดรูปแบบการบริโภคอาหาร สรุปได้ดังนี้

อาหารมีอุปถัมภ์ พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ รับประทานข้าวธัญพืช แกงจืดเต้าหู้ แกงจืดใบตำลึง รับประทานข้าวกล้อง ผักฝักรวม เต้าหู้ตุ๋น น้ำพริก ผักสด รับประทานใจักข้าวกล้อง ข้าวซ้อมมือ กาแฟธัญพืช ธัญญาหารรวม และรับประทานขนมปังธัญพืช ข้าวโอ๊ต ชูปังดำ ชูปลูกเด็อยตามลำดับ

อาหารว่าง พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ รับประทานผลไม้ เป็นอาหารว่าง รับประทาน ถั่วต้ม เป็นอาหารว่าง รับประทาน ผลไม้แห้ง เป็นอาหารว่าง และรับประทานผัก เช่น แตงกวา แครอท เป็นอาหารว่าง ตามลำดับ

ของหวาน พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ รับประทานผลไม้ คุกกี้ธัญพืช ขนมปังธัญพืช และรับประทานข้าวตังข้าวกล้อง เป็นของหวาน

เครื่องดื่ม พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ รับประทานน้ำผลไม้เป็นเครื่องดื่ม รับประทานน้ำผลไม้คั้นสดเป็นเครื่องดื่ม รับประทานน้ำผักเป็นเครื่องดื่มและรับประทานน้ำชาสมุนไพรเป็นเครื่องดื่ม ตามลำดับ

ด้านการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี เกี่ยวกับการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ อันดับแรก คือ ด้านคุณค่า/ความสะอาด และด้านฉลาก/บรรจุภัณฑ์/ตราสินค้า และรายละเอียดการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ สรุปได้ดังนี้

ด้านคุณค่า/ความสะอาด พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ พิจารณาความสะอาดของอาหาร พิจารณาความสดใหม่ของอาหาร พิจารณาคุณค่าอาหารเพื่อสุขภาพในแต่ละชนิด พิจารณาราคาของอาหาร และพิจารณาความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่วางจำหน่ายอาหาร ตามลำดับ

ด้านฉลาก/บรรจุภัณฑ์/ตราสินค้า พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ พิจารณา วัน/เดือน/ปีที่หมดอายุจากฉลากอาหาร พิจารณา วัน/เดือน/ปีที่ผลิตจากฉลากอาหาร พิจารณาความเรียบร้อยของบรรจุภัณฑ์อาหาร พิจารณาเครื่องหมาย “อย.” และพิจารณายี่ห้อหรือตราสินค้าอาหาร ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากสรุปผลการวิจัยพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี มากที่สุดอันดับแรก คือ ด้านการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ รองลงมาคือด้านประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพ และอันดับสุดท้ายคือด้านรูปแบบการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ตามลำดับ

ด้านประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพ ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ พบว่า ปัจจุบันการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพนั้นได้รับความสนใจอย่างแพร่หลายโดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุหรือผู้บริโภคที่รักการดูแลสุขภาพ ซึ่งผู้สูงอายุต้องดูแลสุขภาพมากกว่าวัยอายุอื่นๆ ทั้งนี้ เนื่องจากผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับอาหารและสุขภาพมากขึ้นจึงสังเกตเห็นความสำคัญในการเลือกรับประทานอาหารครบ 5 หมู่ ,ด้านโภชนาการอาหารเป็นสิ่งสำคัญ เพราะร่างกายจำเป็นต้องได้รับสารอาหารที่มีประโยชน์ เพื่อนำไปใช้เป็นพลังงานให้กับอวัยวะต่างๆ เป็นส่วนสำคัญเพื่อการซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอและช่วยให้ร่างกายมีภูมิคุ้มกัน ส่งผลให้

และในยุคการแข่งขันที่กำลังประสบอยู่ในปัจจุบัน ชีวิตมีแต่ความรีบเร่งมากขึ้น จนทำให้ผู้บริโภคไม่ค่อยมีเวลาที่จะให้ความสำคัญกับอาหารการกินหรือความสมดุลของอาหารที่จะรับประทาน รวมทั้งค่านิยมวัฒนธรรมต่างๆที่เข้ามา ใหม่ๆและทำให้ไม่มีเวลาในการจัดเตรียมอาหารที่มีประโยชน์อย่างครบถ้วนให้กับตัวเอง และจึงมีผลทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการเผชิญโรคขาดสารอาหาร ทำให้ร่างกายอ่อนแอและจะตามมาด้วยความเจ็บป่วยที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักมองข้ามไป ดังนั้น การทำอาหารแบบไม่ยุ่งยาก ประหยัดเวลาการจัดเตรียม และได้สารอาหารอย่างครบถ้วน โดยส่วนใหญ่จะเน้นเป็นเมนู "อาหารจานเดียวหรืออาหารจานด่วน" ที่เรียบง่ายอร่อยและได้ประโยชน์ไปพร้อมๆ กัน เพราะอาหารทั้ง 5 หมู่ เป็นสารอาหารที่มีความสำคัญต่อร่างกายเป็นอย่างมาก

โดยสำหรับอาหารหมู่ที่ 1 เป็นอาหารประเภทเนื้อสัตว์ นม ไข่ และถั่วต่างๆ ซึ่งอาหารจำพวกนี้จะให้สารอาหารประเภทโปรตีนแก่ร่างกาย เพื่อให้ร่างกายมีความเจริญเติบโตและซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอทำให้ร่างกายมีความแข็งแรงขึ้น รวมถึงมันยังทำหน้าที่ช่วยเสริมภูมิคุ้มกันต้านทานเพื่อป้องกันโรคให้แก่ร่างกายได้เป็นอย่างดี

อาหารหมู่ที่ 2 เป็นประเภทข้าว น้ำตาล แป้ง มัน และเผือก เป็นต้น ซึ่งจะให้สารอาหารประเภทคาร์โบไฮเดรตหรือให้พลังงานแก่ร่างกาย ซึ่งมีผลทำให้ร่างกายของผู้บริโภคสามารถทำงานได้อย่างเต็มที่

อาหารหมู่ที่ 3 เป็นผักต่างๆ เช่น ผักตำลึง ผักกาด ผักบุ้ง ผักใบเขียวต่างๆ และผักชนิดอื่นๆ ที่สามารถนำมาทำอาหารรับประทานได้โดยไม่ก่อให้เกิดอันตราย ซึ่งอาหารประเภทนี้จะมีส่วนช่วยในการให้วิตามินและเกลือแร่ รวมถึงช่วยเสริมสร้างเพื่อให้ร่างกายมีความแข็งแรงมากยิ่งขึ้น มีแรงต้านทานต่อเชื้อโรคชนิดต่างๆ

อาหารหมู่ที่ 4 ประกอบไปด้วยผลไม้ชนิดต่างๆ เช่น กล้วย ส้ม มะละกอ แอปเปิ้ล ลำไย มังคุด และอื่นๆ ซึ่งผลไม้จะให้สารอาหารประเภทวิตามินและเกลือแร่ที่จะช่วยทำให้ร่างกายของผู้บริโภคมีความแข็งแรงและสามารถต้านทานโรคได้ รวมถึงกากใยอาหารที่จะช่วยทำให้การขับถ่ายของลำไส้เป็นไปตามปกติอีกด้วย

และอาหารหมู่ที่ 5 หมู่นี้ประกอบไปด้วย กะทิมะพร้าว น้ำมันรำ น้ำมันถั่วเหลือง และน้ำมันปาล์ม เป็นต้น ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการให้สารอาหารประเภทไขมันแก่ร่างกาย ซึ่งจะทำให้ร่างกายมีการเจริญเติบโต และอีกทั้งร่างกายจะเกิดการสะสมพลังงานที่ได้จากอาหารประเภทนี้ไว้ใต้ผิวหนัง

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) ซึ่งอาหารเป็นสิ่งที่ผู้บริโภครับประทานเข้าไปแล้วเกิดประโยชน์ต่อร่างกายในด้านต่างๆไม่ทำให้เกิดโทษ เช่น เนื้อสัตว์ ข้าว แป้ง ผัก ผลไม้ นม ฯลฯ ยกเว้นยารักษาโรค ดังนั้น เพื่อร่างกายมีสุขภาพที่ดีและแข็งแรง ควรจะได้รับสารอาหารไปใช้งานอย่างเต็มประสิทธิภาพและเพื่อนำไปเสริมสร้างความสมบูรณ์ให้สุขภาพต่อไป นอกจากนี้แล้วผู้บริโภคต้องคำนึงถึงและใส่ใจเรื่องการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์สูง โดยเลือกทานอาหารที่เน้นสารอาหารให้ครบถ้วน 5 หมู่เป็นประจำทุกมื้อจะดีที่สุด เพื่อป้องกันโรคภัยไข้เจ็บได้และยังทำให้ร่างกายแข็งแรงและอายุยืนยาวได้อีกด้วย

ด้านรูปแบบการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก พบว่า ผู้บริโภคมีรูปแบบการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่เป็นที่นิยมของคนในสังคมเร่งรีบ เช่น อาหารจานด่วนที่อาจจะมีผักสีเขียวเป็นส่วนประกอบเพียงเล็กน้อยจะเป็นอาหารมื้อปกติ หลังจากรับประทานอาหารมื้อหลักเรียบร้อยแล้ว ตามด้วยอาหารว่าง ซึ่งหาซื้อได้ง่ายตามท้องถนนหรือตามท้องตลาดเป็นที่นิยมจะให้พลังงานเป็นหลัก เช่น กลัวยว แซก ขนมทอด ผู้บริโภคควรมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมากินผักและผลไม้เป็นของว่างแทน ส่วนของหวาน ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในยุคเร่งรีบมักชอบรับประทานขนมประเภทแป้งเป็นของหวาน ซึ่งจะเป็นขนมที่มีแป้งและน้ำตาลเป็นส่วนผสมหลัก

ดังนั้น ผู้บริโภคควรปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาเป็นผลไม้ของไทย เช่น มังคุด แตงโม ฝรั่ง สับปะรด ซึ่งเป็นผลไม้ที่มีใยอาหารที่เป็นประโยชน์หรือรับประทานอาหารประเภทธัญพืชเป็นของหวาน เช่น ข้าวตังจากข้าวกล้อง ขนมปังหรือคุกกี้จากธัญพืช แทน และเครื่องดื่ม มีอิทธิพลมาจากสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เฟสบุ๊ก ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมการบริโภคอาหารประเภทเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลสูง เช่น น้ำอัดลม น้ำผักและผลไม้กระป๋องแช่แข็ง ซึ่งอาหารประเภทนี้จะทำให้คุณค่าทางอาหารของผักและผลไม้ลดน้อยลง แล้วยังพบว่ามีสารเจือปนจำพวกสารแต่งกลิ่น สี สารกันบูดที่สะสมเป็นอันตรายต่อร่างกาย และสอดคล้องกับแนวคิดรูปแบบการบริโภคอาหาร ของ รศตพรณ ยงพานิช, 2544 : 7 อ้างถึงในวนิดา บุญพร 2552 : 26) กล่าวถึง รูปแบบการบริโภคอาหารของคนไทยในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ แบ่งเป็น มื้ออาหารปกติ อาหารว่าง ของหวาน และเครื่องดื่ม เป็นการทำให้ผู้บริโภคตื่นตัวหันมาสนใจเรื่องอาหารการกินอยู่มากขึ้น ทำให้เกิดกระแสการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะเมื่อผู้บริโภคต้องออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ส่วนใหญ่จะคำนึงถึงเรื่องคุณค่าทางโภชนาการของอาหารในแต่ละมื้อมาเป็นอันดับต้นๆ ดังนั้น

ด้านการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการทราบข้อมูลด้านคุณค่าทางโภชนาการก่อนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยจะเลือกรับประทานอาหารที่มีคุณประโยชน์และดีต่อสุขภาพร่างกาย โดยการพิจารณาความสะอาด ความสดใหม่ของอาหาร และที่สำคัญในการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะการอ่านฉลากผลิตภัณฑ์พิจารณา วัน/เดือน/ปี ที่หมดอายุจากฉลากอาหาร พิจารณา วัน/เดือน/ปี ที่ผลิต รวมถึงการพิจารณาความเรียบร้อยของบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องหมาย “อย.” และพิจารณาเยื่อหรือตราสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพ และดูตารางข้อมูลโภชนาการที่บรรจุภัณฑ์ เพื่อให้รู้ว่าปริมาณคุณค่าในผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคได้รับรู้คุณค่าทางโภชนาการที่บอกถึงปริมาณพลังงานทั้งหมดและปริมาณสารอาหารต่างๆ เช่น ไขมัน โคเลสเตอรอล โปรตีน คาร์โบไฮเดรต โยอาหาร น้ำตาล โซเดียม รวมถึงวิตามินและแร่ธาตุต่างๆ ที่จะได้จากการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพนั้น

ข้อมูลนี้ยังจะช่วยให้ผู้บริโภคเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสุขภาพได้เป็นอย่างดี และสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) ผู้บริโภคมีพฤติกรรมก่อนการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ จะเป็นการรวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้า โดยจากการรับรู้ การค้นหาข้อมูล รวมถึงการประเมินคุณค่าทางโภชนาการอาหารเพื่อสุขภาพ เพราะฉะนั้น เพื่อสุขภาพที่ดีในการเลือกผลิตภัณฑ์ด้านอาหารและโภชนาการ ผู้บริโภคจึงเลือกที่จะอ่านฉลากผลิตภัณฑ์ และคุณค่าอาหารเพื่อสุขภาพให้ถี่ถ้วนก่อนที่จะตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ รวมถึงการพิจารณาราคาของอาหาร และพิจารณาความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่วางจำหน่ายอาหารด้วย และผู้บริโภคจะได้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่มีความปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการ และเพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย จากแหล่งผลิตอาหารที่ปลอดภัยพิษปนเปื้อนได้มาตรฐานสุขอนามัยและผ่านหลักเกณฑ์กรรมวิธีผลิตที่ดี

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ดังนี้

1. ด้านประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพ หมู่ที่ 1) ควรรับประทานอาหารครบ 5 หมู่ในแต่ละมื้อและมีความหลากหลาย เช่น เนื้อปลาและเนื้อสัตว์ไม่ติดมัน เต้าหู้อ่อน เต้าหู้แข็ง เต้าเจี้ยว โปรตีนเกษตร มีการรับประทานไข่ทุกมื้อ และควรดื่มนมขาดไขมันต่ำ นมพร่องไขมัน หมู่ที่ 2) ควรรับประทานข้าวเป็นหลัก สลับกับอาหารประเภทแป้ง เช่น ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน เป็นบางมื้อ และข้าวกล้อง/ข้าวซ้อมมือทุกมื้อ ข้าวโพดต้ม ถั่วลิสง เมล็ดทานตะวัน งาดำ เม็ดบัว ลูกเดือย และข้าวโอ๊ต หมู่ที่ 3) ควรรับประทานผักสีเขียว เช่น คื่นช่าย ผักบุ้ง กวางตุ้ง โหระพา กะเพรา สะระแหน่ แมงลัก ผักสีเหลือง/ส้ม เช่น ฟักทอง แครอท ส่วนผักสีม่วง เช่น กะหล่ำม่วง ดอกแคม่วง มะเขือม่วง และผักขาว เช่น ดอกแค ผักกาดขาว มะเขือเปราะขาว เป็นต้น หมู่ที่ 4) ควรรับประทานผลไม้ที่มีวิตามินซีสูง เช่น ฝรั่งไร้เมล็ด มะขามป้อม สาลี่ ฝรั่ง ผลไม้ที่มีเบต้าแคโรทีนสูง เช่น ส้ม ขนุน แคนตาลูปเนื้อสีเหลือง กัลฉ่าย สับปะรด หรือผลไม้ที่มีวิตามินอีสูง เช่น มะม่วงเขียวเสวยสุก กัลฉ่ายไข่ ขนุนหนึ่งรวมถึงรับประทานผลไม้ เช่น มะพร้าว ทับทิม มะละกอ แตงโม เป็นต้น และ หมู่ที่ 5) ควรรับประทานน้ำมันจากพืชจากน้ำมันรำข้าว น้ำมันจากพืชจากน้ำมันดอกทานตะวัน น้ำมันจากพืช น้ำมันถั่วเหลือง น้ำมันจากพืชจากปาล์ม และน้ำมันจากไขมันสัตว์จากน้ำมันหมู

2. ด้านรูปแบบการบริโภคอาหาร ควรรับประทาน 1) อาหารมื้อปกติ เช่น ขนมปังธัญพืช ข้าวโอ๊ต ชูปังดำ ชูปลุกเดือย โจ๊กข้าวกล้อง ข้าวซ้อมมือ กาแฟธัญพืช ธัญญาหารรวม ข้าวกล้อง ผัดผักรวม เต้าหู้ตุ๋น น้ำพริก ผักสดข้าวธัญพืช แกงจืดเต้าหู้ และแกงจืดใบตำลึง 2) อาหารว่าง ควรรับประทานผลไม้ ผลไม้แห้ง ถั่วต้ม และรับประทานผัก เช่น แตงกวา แครอท เป็นต้น 3) ของหวาน ควรรับประทานผลไม้ คุกกี้ธัญพืช ข้าวตังข้าวกล้อง และขนมปังธัญพืช 4) เครื่องดื่ม ควรรับประทานน้ำผลไม้ น้ำผลไม้คั้นสด น้ำชาสมุนไพรและน้ำผักเป็นเครื่องดื่ม

3. ด้านการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ควรพิจารณาถึงคุณค่า/ความสะอาดของอาหารเพื่อสุขภาพในแต่ละชนิด จากความสะอาด ความสดใหม่ของอาหาร ความน่าเชื่อถือของร้านค้าที่วางจำหน่ายอาหาร รวมถึงพิจารณาราคาของอาหารด้วย ส่วนด้านฉลาก/บรรจุภัณฑ์/ตราสินค้า ควรพิจารณา วัน/เดือน/ปี ที่ผลิตจากฉลากอาหาร วันหมดอายุจากฉลากอาหาร ความเรียบร้อยของบรรจุภัณฑ์อาหาร ยี่ห้อหรือตราสินค้าอาหาร และเครื่องหมาย “อย.” รวมถึงควรพิจารณาความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพของสมาชิกในครอบครัวเป็นหลักในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอแนะ ให้ทำการวิจัยปัจจัยอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องต่อเนื่องกัน ดังนี้

1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค

2. ควรใช้เครื่องมือการศึกษาวิจัยประเภทอื่นด้วย เช่น การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคที่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งจะส่งผลให้งานวิจัยเกิดความสมบูรณ์มากขึ้นด้วย

3. ควรศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตอื่นๆของกรุงเทพมหานคร เนื่องจากมุมมองความคิดและการตัดสินใจของผู้บริโภคเขตอื่นๆอาจแตกต่างกันไปเพื่อเป็นแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในการวางแผนและแก้ไขปัญหาการบริโภคอาหารของประชาชนให้ดีขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ข้อมูลภาพรวมผู้ป่วยจากโรค 298 กลุ่มโรค. (สืบค้นวันที่ 13/05/2561) สืบค้นข้อมูลจาก สถิติสาธารณสุข สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข.

ประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพ (สืบค้นวันที่ 13/05/2561) สืบค้นข้อมูลจาก www.nanosearch.co.th

ชูชัย สมितिไกร. (2553). **พฤติกรรมผู้บริโภค**, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธานินทร์ ศิลป์ จารุ. (2551). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS**. พิมพ์ครั้งที่ 10 สำนักพิมพ์บิสมิเนสซอร์แอนดีดี, กรุงเทพฯ

ธีรวิทย์ วราธรไพบูลย์. (2557). **พฤติกรรมการบริโภค : อาหารนิยมบริโภคกับอาหารเพื่อสุขภาพ**, คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.

นำพร อินสิน. (2555). **อาหารเพื่อสุขภาพ**, กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปณิศา มีจินดา. (2553). **พฤติกรรมผู้บริโภค**, กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

รชตพรรณ ยงพานิช. (2544). **การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน ธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ (ปรัชญานิพนธ์) สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

วนิดา บุญพร. (2552). **พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**.วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาคหกรรมศาสตร์ เพื่อพัฒนาชุมชน) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วิภาวี ปั่นนพศรี. (2551). **พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ของประชากรในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี**.วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการตลาด) มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.(2552). **พฤติกรรมการผู้บริโภค. ประเภทอาหารเพื่อสุขภาพ. การเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ**.กรุงเทพฯ.

สถิติจำนวนประชากรที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี(สืบค้นวันที่ 13/05/2561) สืบค้นข้อมูลจาก สำนักงานบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.

สุวรรณา เขียงขุนทดและคณะ. (2556). **พฤติกรรมการบริโภคอาหารของประชาชนในเขตภาษีเจริญกรุงเทพมหานคร**.คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม.

อุทัยวรรณ ศิลปะพิพัฒน์ และ สมศักดิ์ พันธุ์ธรรม.(2543). **พฤติกรรมการบริโภคอาหาร**. กรุงเทพฯ.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคณะ. (2549). **พฤติกรรมการบริโภคฉบับมาตรฐาน**, กรุงเทพมหานคร: บริษัท วิรัตน์ เอ็ดดูเคชั่น จำกัด.

อาหารหลัก 5 หมู่ (สืบค้นวันที่ 26/05/2561) สืบค้นข้อมูลจาก สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มูลนิธิหัวใจแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์.

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหาร
มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี

Factors Affecting Student Satisfaction with Cafeteria Service,
Asia - Pacific International University, Muak Lek, Saraburi

นงลักษณ์ เข็มทอง¹

Nongluck Hemthong

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหารและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผล ต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหาร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ ชั้นปี สัญชาติ และศาสนา โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษา มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก จำนวน 304 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ one-way-ANOVA ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใช้การทดสอบรายคู่โดยวิธี LSD

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักศึกษามีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้าน บุคลากรมากที่สุด รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้าน กระบวนการ ด้านสินค้า ด้านราคา และน้อยที่สุดคือด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการทดสอบ สมมติฐานพบว่า นักศึกษาที่มีอายุและชั้นปีการศึกษาต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรีแตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านเพศ สัญชาติและศาสนาต่างก็มีระดับความพึงพอใจ ในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ ; การให้บริการ ; โรงอาหารมหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชียแปซิฟิก

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

Abstract

The research on the factors affecting satisfaction to use the cafeteria service, Asia Pacific International University, Muak Lek, Saraburi. Aims to study the satisfaction and Comparison of factors affecting cafeteria service satisfaction classified by personal factors, sex, age, nationality, and religion. Questionnaires were used to collect information from students at Asia Pacific International University amount 304 sets. The statistics used for data analysis were descriptive statistics, percentage, frequency, mean, standard deviation, independent samples t-test, one-way ANOVA (F-test), and Chi-square and Least Significant Difference (LSD)

The results are as follows: the factors affecting satisfaction to use the cafeteria service, Asia - Pacific International University, Muak Lek, Saraburi overall is moderate. When considering at each factor, ranging in order from the highest average to the lowest, it was found that the people was received the highest average. Next on down were place, physical evidence, process, product, price and promotion, respectively.

The results of the hypothetical testing revealed that who were from different age and academic year the level of satisfaction with the service cafeteria different at statistical significance of 0.05. In addition, who were from different sex, nationality and religion the level of satisfaction with the service cafeteria different at no statistical significance of 0.05.

Key words : Satisfaction; Service; Asia Pacific International University's Cafeteria

บทนำ

การศึกษามีความจำเป็นต่อชีวิต นอกเหนือจากความจำเป็นด้านปัจจัย 4 แล้วการศึกษาเป็นปัจจัยที่ 5 ที่จะช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ด้านของชีวิต การศึกษาสามารถที่จะหาได้จากแหล่งเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา ซึ่งสถานศึกษาเป็นหน่วยงานที่ตั้งขึ้นตามกฎหมาย มีวัตถุประสงค์เพื่อให้การศึกษา เช่น โรงเรียน วิทยาลัย และมหาวิทยาลัย เป็นต้น

ผู้ที่ได้รับอาหารที่มีปริมาณและคุณค่าครบถ้วน เพียงพอและเหมาะสม จะช่วยให้มีสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรง และทำให้การดำเนินชีวิตเป็นไปอย่างมีความสุข ในการเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย จะช่วยให้สุขภาพร่างกายมีความแข็งแรง เราควรรับประทานอาหารที่มีคุณภาพ ในปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย จะเห็นได้ว่าอาหารมีความสำคัญกับทุกเพศ ทุกวัย โดยเฉพาะในวัยที่กำลังศึกษาเล่าเรียน ดังนั้นอาหารที่จำหน่ายในสถาบันการศึกษาจึงควรที่จะให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ในเรื่องของการให้บริการที่ดีมีคุณภาพ จำเป็นที่จะต้องรู้ถึงพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ถือเป็นหัวใจสำคัญในการให้บริการของธุรกิจร้านอาหาร ถ้าผลที่ลูกค้าได้รับจากสินค้าและบริการ ตรงกับความคาดหวังของลูกค้า ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ จะทำให้เกิดความประทับใจ เลือกที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำหรือบอกต่อประสบการณ์ความประทับใจที่ได้รับไปสู่บุคคลอื่น หากผลที่ได้รับจากการใช้สินค้าและบริการต่ำกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ อาจจะบอกต่อปัญหานั้นไปยังบุคคลอื่นและทำให้เสียลูกค้ารวมทั้งภาพลักษณ์ของร้านได้

มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนของคริสตจักรเซเว่นธ์-เดย์แอ็ดเวนติส ภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จัดตั้งภายใต้มูลนิธิคริสเตียนเมดิคอลของเซเว่นธ์-เดย์แอ็ดเวนติส มีวัตถุประสงค์การก่อตั้งเพื่อการสาธารณกุศลด้านการศึกษา การแพทย์ การศาสนา การพัฒนาชุมชน และอื่นๆ มีการดำเนินงานแบบมหาวิทยาลัยที่อยู่อาศัย โดยให้นักศึกษาทุกคนพักอยู่ในหอพักของมหาวิทยาลัย นักศึกษาบางคนอาจได้รับอนุญาตให้กลับไปพักอาศัยอยู่กับบิดามารดาหรือญาติสนิทที่อยู่ภายในบริเวณมหาวิทยาลัยหรือชุมชนใกล้เคียง เพื่อให้การดำเนินการในทุกด้านมีความสอดคล้องกับปรัชญาและความเชื่อของมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะในเรื่องของการมีสุขภาพดี การส่งเสริมสุขภาพและการป้องกันโรค ทางมหาวิทยาลัยจึงจัดอาหารมังสวิรัตินานาชาติที่มีคุณค่าทางโภชนาการครบ 5 หมู่ไว้บริการนักศึกษาที่โรงอาหารของมหาวิทยาลัย เพื่อให้บริการสำหรับนักศึกษาและเจ้าหน้าที่

ผู้วิจัยเป็นผู้อำนวยการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอ มวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี จึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้ บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก ในด้านต่าง ๆ 7 ด้านคือ ด้านสินค้า ด้าน ราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนการดำเนินงานและปรับปรุงรูปแบบ การให้บริการให้มีความเหมาะสม และมีประสิทธิภาพนำไปสู่การให้บริการที่ดีขึ้นภายในโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอ มวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการและคุณภาพการให้บริการ การบรรลุความเป็น เลิศในด้านการตลาดและอุตสาหกรรมบริการ ได้มุ่งเน้นความสำคัญด้านการตลาด ว่าจะต้องมี ความเป็นเลิศ ด้านการตลาดภายนอก ได้แก่ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมด้าน การบริการให้กับลูกค้า และมีความเป็นเลิศด้านการตลาดภายใน ได้แก่ มีการฝึกอบรม การสร้าง แรงจูงใจและความเชื่อมั่นให้แก่พนักงานที่จะให้บริการลูกค้าเพื่อผลงานที่ดีมีคุณภาพ และมีการ วางแผนการปฏิบัติการด้านการตลาด รวมไปถึงการคัดเลือกบุคคลที่เหมาะสมเข้าทำงานใน องค์การ

แนวคิดที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด

วัตถุประสงค์การทำวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหารมหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี 7 ด้านคือ ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ

2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหารมหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

กรอบแนวคิดของการวิจัย

กรอบแนวคิดของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าตำรา เอกสาร ผลงานวิจัย แนวคิดทฤษฎีของนักวิชาการหลายท่านและนำมาบูรณาการ ซึ่งจะทำให้การศึกษาเฉพาะปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหารมหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี โดยนำแนวคิดทฤษฎีของ

ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่หรือช่องทางการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร การบริหารจัดการและลักษณะทางกายภาพ มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

(Independent Variables)

ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ
2. อายุ
3. ชั้นปีการศึกษา
4. สัญชาติ
5. ศาสนา



ตัวแปรตาม

(Dependent Variables)

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหารมหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี

1. ด้านคุณภาพสินค้า
2. ด้านราคา
3. ด้านสถานที่
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ด้านบุคลากร
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ
7. ด้านกระบวนการ

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป็นนักศึกษาที่ใช้บริการโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอเมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี จำนวน 709 คน โดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane (1973, อ้างถึงใน <https://greedisgoods.com/taro-yamane/>) สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากสูตร	n	=	$\frac{N}{1 + N(e)^2}$
	n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	=	ขนาดของประชากร
	e	=	ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง
แทนค่าได้	n	=	$\frac{709}{1 + 709(0.05)^2}$
		=	256

จากจำนวนประชากรทั้งหมด 709 คน กำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องสุ่มอย่างน้อย 256 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้จากความไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 312 ตัวอย่างและได้ทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ที่สุดได้จำนวน 304 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ในลักษณะของการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับสถิติที่ใช้ในวิเคราะห์เปรียบเทียบจำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล คือค่า t- test เพื่อทดสอบสมมติฐานสำหรับกรณีกลุ่มตัวแปรอิสระ 2 กลุ่ม คือ เพศ และสัญชาติ ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ตามตัวแปร อายุ ชั้นปี และศาสนาของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one - way ANOVA) และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมหกเหล็ก จังหวัดสระบุรี

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมหกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ในภาพรวม ทั้ง 7 ด้าน

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ	\bar{X}	SD.	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
ด้านสินค้า	3.10	0.050	ปานกลาง	5
ด้านราคา	2.88	0.054	ปานกลาง	6
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.47	0.052	มาก	2
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.85	0.055	ปานกลาง	7
ด้านบุคลากร	3.53	0.052	มาก	1
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.38	0.052	ปานกลาง	3
ด้านกระบวนการ	3.28	0.049	ปานกลาง	4
รวม	3.21	0.052	ปานกลาง	

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมหกเหล็ก จังหวัดสระบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.21)

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหาร มากที่สุดคือปัจจัยด้านบุคลากรโดยมี (ค่าเฉลี่ย = 3.53) รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 3.47) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย = 3.38) ด้านกระบวนการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ชั้นปี เชื้อชาติ และศาสนา ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี สรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าค่า sig. มากกว่า 0.05 ทุกด้าน คือด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ แสดงว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติ เอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรีแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 พบว่านักศึกษาที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี พบว่านักศึกษาที่มีช่วงอายุ ระหว่าง 17-20 ปี และ 21-25 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัย นานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรีในระดับปานกลาง นักศึกษาที่มีช่วงอายุ 25 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรีในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจ พบว่า นักศึกษาที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในด้านบุคลากรและด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ LSD ส่วนด้านอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 พบว่านักศึกษาที่มีชั้นปีต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรีแตกต่างกัน โดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลางทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจพบว่า นักศึกษาที่มีชั้น ปีต่างกันมีความพึงพอใจในด้านกระบวนการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 พบว่านักศึกษาที่มีสัญชาติต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าค่า sig. มากกว่า 0.05 ทุกด้าน คือด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ แสดงว่านักศึกษาที่มีสัญชาติต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรีแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 5 พบว่านักศึกษาที่มีศาสนาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรีแตกต่างกัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจพบว่า นักศึกษาที่มีศาสนาต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าค่า sig. มากกว่า 0.05 ทุกด้าน คือด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ แสดงว่านักศึกษาที่มีศาสนาต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรีแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี มีการทดสอบสมมติฐานซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหารมหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อันดับแรกคือด้านบุคลากร รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านสินค้า ด้านราคา และน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ด้านบุคลากร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหารมหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ด้านบุคลากรโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นุชนาถ ทรัพย์สง (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการห้องอาหารบนชั้นดาดฟ้าของโรงแรม 5 ดาว ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Christian Grooos (1990 อ้างถึงใน สุรเดช บัวพันธ์วิไล. 2557) กล่าวว่า พนักงานมีความสำคัญอย่างยิ่งกับความสำเร็จของกิจการในสภาพแวดล้อมที่ผู้บริโภคมีความคาดหวังกับสินค้าและบริการที่สูงขึ้น และมีความจงรักภักดีกับตราสินค้าลดน้อยลง พนักงานจึงเป็นส่วนสำคัญในการให้บริการกับผู้บริโภคตามความคาดหวัง

ด้านสินค้า ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหารมหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ด้านสินค้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง จากการพิจารณาพบว่านักศึกษามีความพึงพอใจด้านรสชาติอาหารน้อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากนักศึกษาในมหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรีเป็นนักศึกษาที่มาจากหลายประเทศ รสชาติอาหารที่รับประทานจึงมีความแตกต่างกันมาก ดังนั้นนโยบายของทางโรงอาหารคือจัดทำอาหารที่มีรสชาติจี๊ดเพื่อให้นักศึกษาทุกคนสามารถรับประทานได้ และสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาดของ ศิริวรรณ เสรี รัตน์ (2552) ที่กล่าวว่า ด้านสินค้าเป็นสิ่งที่ตอบสนองของความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ เป็นสิ่งที่ผู้ขายมอบให้แก่ผู้บริโภคและผู้บริโภคจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ สอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมการตลาดของ Philip Kotler (2012) ที่กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ไว้ว่าเป็นเครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ และธุรกิจต้องใช้เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หรือเพื่อเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการ เช่นผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่ทันสมัย สีสดใสสวยงาม เพื่อสร้างความแตกต่าง ความ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหารมหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เป็นปัจจัยด้านที่นักศึกษามีความพึงพอใจน้อยที่สุด จากการพิจารณารายด้านพบว่านักศึกษามีความพึงพอใจการนำเสนอเมนูใหม่ๆ อยู่เสมอน้อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องมาจากโรงอาหารของมหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี จำหน่ายเฉพาะอาหารมังสวิรัตินั้น เมนูอาหารส่วนใหญ่จึงประกอบด้วยผักเป็นหลัก อีกทั้งนักศึกษาจะเป็นนักศึกษาประจำที่พักอยู่ในหอพักของมหาวิทยาลัยเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นนักศึกษาจึงต้องรับประทานอาหารจากโรงอาหารทั้ง 3 มื้อ ทำให้นักศึกษาเกิดความไม่พึงพอใจกับเมนูอาหารที่ซ้ำๆ และสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาดของ ธนวรรณ แสงสุวรรณ (2555) ที่กล่าวว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นกิจกรรมสนับสนุนให้กระบวนการสื่อสารทางการตลาดให้แน่ใจว่าตลาดและผู้บริโภคเข้าใจและให้คุณค่าในสิ่งที่ผู้ขายเสนอโดยมีเครื่องมือที่สำคัญ ได้แก่การขายโดยใช้พนักงานขาย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เน้นวัตถุประสงค์การให้บริการแก่สังคม เพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ หรือชดเชย เบี่ยงเบนความรู้สึกของผู้บริโภคต่อตัวผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมการตลาด Philip Kotler (2012) ที่กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดไว้ว่า กิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และช่วยกระตุ้นดึงดูดความสนใจผู้บริโภคให้หันมาซื้อผลิตภัณฑ์ได้

ด้านราคา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหารมหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ด้านราคาโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เป็นปัจจัยด้านที่นักศึกษามีความพึงพอใจน้อยที่สุดอันดับที่สอง รองลงมาจากการส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้เนื่องมาจากวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารเป็นอาหารมังสวิรัตินั้นซึ่งมีราคาสูงกว่าเนื้อสัตว์ ทำให้ราคาอาหารที่จำหน่ายในโรงอาหารมีราคาสูงขึ้นตามไปด้วย และยังขาดการให้ความรู้ความเข้าใจกับนักศึกษาเกี่ยวกับต้นทุนวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหาร และสอดคล้องกับแนวคิดของ Armstrong and Kotler (2009) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา คือ จำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ผู้ใช้บริการรับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คุ้มกับเงินที่จ่ายไป ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่า

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อให้โรงอาหารมหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรีดำเนินการปรับปรุง แก้ไขปัญหาและพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพและเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่นักศึกษาที่มาใช้บริการ ดังนี้

1. ด้านสินค้า ควรมีการปรับปรุงเรื่องรสชาติของอาหารให้มีมาตรฐานและรสชาติคงที่ ให้ความสำคัญกับการเลือกใช้วัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหาร ควรใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีความสะอาดและถูกหลักอนามัย มีพัฒนาความสามารถในการเก็บรักษาวัตถุดิบให้ดูสด สะอาดอยู่ตลอดเวลา ควรมีการพัฒนาหรือคิดค้นเมนูอาหารใหม่ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกเพิ่มขึ้น ควรจัดให้มีการฝึกอบรมการประกอบอาหารเพื่อพัฒนาทักษะและความชำนาญให้แก่ผู้ประกอบอาหาร

2. ด้านราคา ควรให้ความสำคัญในเรื่องการตั้งราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพ ปริมาณ และรสชาติของสินค้า (อาหาร) หรือวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการประกอบอาหาร ควรมี นโยบายในการตั้งราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม มีการระบุถึงสาเหตุของการตั้งราคาสินค้าบาง ชนิดที่มีราคาแพง และควรมีสินค้า (อาหาร) ที่มีหลากหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรให้ความสำคัญในเรื่องความเหมาะสมของเวลาการ เปิด-ปิดบริการให้เป็นอย่างเหมาะสมและให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการสร้างสรรค์เมนูใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา มีการให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของอาหารมังสวิวัตติ จัดทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยใช้อินเทอร์เน็ต เป็นตัวช่วยในการขยายตลาดเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น จัดให้มี รายการอาหารพิเศษสำหรับวันสำคัญหรือเทศกาลต่างๆ

5. ด้านบุคลากร ควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษในการคัดเลือกพนักงานหรือการรับพนักงาน เข้ามาปฏิบัติงาน เนื่องจากโรงอาหารเน้นในเรื่องการให้บริการ ซึ่งการให้บริการที่ดีนั้นจะเป็นการ สร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค พนักงานจึงจะต้องเป็นคนที่มีความสุภาพเรียบร้อย มีการทักทาย อย่างเป็นมิตร มีการพูดจาที่สุภาพกับลูกค้า รวมถึงจะต้องมีมารยาทที่ดี มีความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ และมีการให้บริการได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังต้องสามารถแก้ปัญหาในเบื้องต้นให้กับ ลูกค้าได้ สามารถแนะนำได้ว่าอาหารแต่ละอย่างมีรสชาติอย่างไร ทำมาจากอะไร รวมถึงแนะนำ อาหารที่เป็นที่นิยมกับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ควรมีการจัดหลักสูตรสำหรับการอบรมพัฒนาการ ให้บริการที่เป็นเลิศแก่พนักงาน และมีการปลูกฝังให้ใส่ใจที่รักบริการกับพนักงาน

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรให้ความสำคัญในด้านความสะอาดโดยรวมของร้าน ให้ ร้านมีสภาพดูสะอาดทั้งภายในและภายนอก เนื่องจากความสะอาดของร้านเป็นสิ่งที่ผู้บริโภค สามารถสัมผัสได้ตั้งแต่เข้าร้าน หากร้านดูสะอาดก็จะเป็นการสร้าง confianza ให้กับผู้บริโภคใน การเข้ามาใช้บริการ อีกทั้งการจัดร้านที่ดูทันสมัย มีเหมาะสมและสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มี จาน ชาม ช้อน ส้อมที่สวยงาม การจัดบรรยากาศที่ดีภายในร้าน มีอากาศที่ถ่ายเทได้สะดวกก็เป็น สิ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ด้วย

7. ด้านกระบวนการ ควรเปิดรับข้อเสนอแสดงความคิดเห็นจากผู้บริโภค เพื่อนำข้อคิดเห็นต่างๆ มาปรับปรุงแก้ไขปัญหาเพื่อให้เกิดความพอใจสูงสุดผู้บริโภค มีการจัดระบบการให้บริการที่เป็น มาตรฐานเพื่อความสะดวกและรวดเร็ว มีการตรวจเช็คความถูกต้องแม่นยำและความรวดเร็วของ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอเมืองหลัก จังหวัดสระบุรี ควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์ในเชิงลึก (In-Depth Interview) และการสนทนากลุ่ม หรือ การทำ Focus Group เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของนักศึกษา และศึกษาเกี่ยวกับการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการโรงอาหาร มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก อำเภอเมืองหลัก จังหวัดสระบุรี ซึ่งจะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการของนักศึกษา ทำให้ผู้บริหารสามารถปรับปรุงการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). *การตลาดบริหาร*. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร :

บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

_____ . (2550). *การจัดการและพฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพมหานคร :

ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

_____ . (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร :

บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

เสรี วงศ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด*. กรุงเทพมหานคร : ธีรฟิล์ม

และไซเท็กซ์การพิมพ์.

งานวิจัย

กฤษฎา ตริวิเชียร (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหาร*

ญี่ปุ่นในศูนย์การค้า เซ็นทรัลเวิลด์. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- กรมมล ดิลลาธีร์ภัทร. (2556). ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ขนมไทยเก่าพื้นเมือง. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก.
- ธนดล บุญคุ้ม. (2556). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของตรวจคนเข้าเมือง จังหวัดพังงา. วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นุชนาถ ททรัพย์สง. (2559). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการห้องอาหารบนชั้นดาดฟ้าของโรงแรม 5 ดาวในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- นัฐพล จำกำจร. (2558). อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดบริการคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของแบรนด์ต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารบุฟเฟต์ญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รัตติญา สิทธิศักดิ์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเอสแอนด์พีของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลัดดาวัลย์ สีนประเสริฐพร. (2560). การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก.
- สามารถ มูลพิมาย (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทสวนอาหารของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครราชสีมา. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- อัญญิกา แก้วศิริ (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- เอื้องฟ้า กายธัญลักษณ์ (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการและบริโภคเครื่องดื่มร้านสตาร์บัคส์ (Starbucks). คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เว็บไซต์

Taro Yamane. (18 มีนาคม 2561) สืบค้นจาก <https://greedisgoods.com/taro-yamane/>
7Ps. (24 เมษายน 2561) สืบค้นจาก <http://www.thaipt.org>.

Book

Kotler, Philip. (2012). *Marketing Management*. Eleventh Edition. Pearson Education Inc.

Kotler. (1977). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*.

Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Philip T. Kotler. (2015). *Framework for Marketing Management*. Pearson Education.

การมีส่วนร่วมของประชาชน : ผู้พิพากษาสมทบในการพิจารณาคดีของ
ศาลเยาวชนและครอบครัว

Citizen Participation: Lay Judge in trail of Trial of Juvenile and Family Court.

นนทนวันันท์ ตั้งตรงจิตต์ (Nontanavanan Tanktrongjit)¹

เฉลิม เกิดโมลี (Chalerm Gerdomoli)²

บทคัดย่อ

ศาลเยาวชนและครอบครัวนอกจากจะมีหน้าที่อำนวยความยุติธรรมในสังคมเช่นเดียวกับศาลอื่น ๆ แล้ว ยังต้องมีบทบาทในการแก้ไข บำบัด ฟื้นฟูให้เด็ก เยาวชนและครอบครัวประพฤติตนไปในทางที่ปรารถนามากกว่าจะมุ่งลงโทษ ด้วยเหตุนี้เองประชาชนจึงต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการปัญหาและปกป้องสิทธิของเยาวชนและครอบครัว สำหรับศาลเยาวชนและครอบครัวได้มีแนวทางดำเนินการตาม พระราชบัญญัติศาลเยาวชนและวิธีพิจารณาเยาวชนและครอบครัว พ.ศ. 2553 มาตรา 23 คือการมีผู้พิพากษาสมทบร่วมพิจารณาคดี อย่างไรก็ตามเรื่องนี้ยังไม่มีการศึกษาวิจัยว่าการมีส่วนร่วมของผู้พิพากษาสมทบบมีลักษณะอย่างไรและส่งผลต่อความเชื่อมั่นในกระบวนการยุติธรรมมากน้อยเพียงใด การศึกษานี้จะใช้วิธีการเชิงคุณภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้ให้ข่าวสารสำคัญ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการเชื่อมโยงเชิงเหตุผลเป็นหลัก ผลการศึกษาพบว่า ผู้พิพากษาสมทบเข้าร่วมในกระบวนการพิจารณาอย่างแท้จริงค่อนข้างต่ำ กระนั้นก็ตามกระบวนการพิจารณาของศาลก็สร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้เกี่ยวข้องได้ในระดับสูง

ABSTRACT

Juvenile and Family Court have duty to being justice in the society as same as other courts. In addition, Juvenile and Family Court have the role of remedy and rehabilitation for children Juvenile and family in the rehabilitation of children. Youth and families behave in a more desirable way than to punish. For this reason, citizen must take part in problem management and protect the rights of Juvenile and families. For the Juvenile and Family Court have guidelines, that follow Juvenile Court Act and Procedures for Considering Juveniles and Families, 2010, Section 23, that have participation of the Lay Judge's in contribution to Trial. However, there has been no research on how the participation of judges and impact to confidence in the judicial process is relevant. This study uses qualitative methods, by collects information from documents and interviews with key informants. Analyze data by logical principle. The study indicated that the lay judges participating in the process of judging truly are quite

low. Nevertheless, the court's process has created a high degree of confidence among stakeholders.

คำสำคัญ : การมีส่วนร่วม / ผู้พิพากษาสมทบ / ศาลเยาวชนและครอบครัว

Key words: Participation / Judges, Juvenile / Juvenile Court

ในสังคมไทยทุกวันนี้ ประชาชนได้ให้ความสนใจและคอยจับตาดูการดำเนินงานของศาลเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะศาลยุติธรรมหรือศาลอื่น เมื่อมีคดีความที่เป็นที่สนใจของประชาชนก็มักจะมีการนำเสนอข้อเท็จจริงวิเคราะห์เรื่องราวและคาดการณ์ผ่านสื่อมวลชน โดยเฉพาะเรื่องการเมือง การกระทำผิดทางเพศ สิทธิสตรี เด็กและเยาวชน และการใช้ความรุนแรงในครอบครัว ฯลฯ อันเป็นเรื่องละเอียดอ่อนที่ประชาชนให้ความสนใจมากเป็นพิเศษกลายเป็นกระแสของสังคมที่กดดันผู้พิพากษาผู้พิจารณาคดีนั้น โดยบางกรณีก็มีผู้พยายามใช้กระแสสังคมบีบบังคับและกดดันศาลให้พิจารณาพิพากษาคดีไปในทางที่เป็นประโยชน์แก่ตน ผู้พิพากษาผู้พิจารณาคดีจะต้องมีจิตใจตั้งตรงและเป็นกลาง ปราศจากอคติ และใช้ความระมัดระวังและถี่ถ้วนเป็นพิเศษในการพิจารณาพิพากษาคดี การเรียบเรียงคำพิพากษาก็ต้องให้เหตุและผลอย่างแจ่มชัด รัดกุม มีพยานหลักฐานและต่อบทกฎหมายสนับสนุนคำพิพากษาอย่างครบถ้วน ไม่เปิดช่องให้สาธารณชนมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัยในความเป็นธรรมของคำพิพากษา

ผู้วิจัยเลือกใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มาเป็นเครื่องมือในการศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพิจารณาคดีของศาล และใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ

(Quantitative Research) อธิบายความพึงพอใจของประชาชน และความเชื่อมั่นประชาชนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมเซอร์ อีสไตน์ (Arnstein, 1960 : 216 - 224) ได้เสนอตัวแบบขั้นบันไดการมีส่วนร่วมของประชาชนในบันได 8 ขั้น ซึ่งได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องแบ่งระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนคือ ตัวแบบขั้นบันไดการมีส่วนร่วมของพลเมือง (Ladder of Citiizen Participation) ซึ่ง เป็นตัวแบบที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ได้แบ่งระดับขั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนออกเป็น 8 ขั้นบันได ได้แก่ (1) ควบคุม (Manipulation) (2) รักษา (Therapy) (3) ให้ข้อมูล (Informing) (4) ปรีกษาหารือ (Consultation) (5) รับฟัง (Placation) (6) เป็นหุ้นส่วน (Partnership) (7) มอบอำนาจ (Delegated Power) และ (8) อำนาจพลเมือง (Citizen Control) ทั้งนี้ มีตัวแบบผังบันได 8 ขั้น ตามแนวคิดของ Arnstein ที่แสดงระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ Arnstein (1969) ได้แบ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนมีลักษณะเป็นขั้นบันได (Participation Leader) 8 ขั้น ดังภาพประกอบ ต่อไปนี้

แผนภาพที่ 1 แสดงระดับการมีส่วนร่วมตามแนวคิดบันได 8 ขั้น ของ Arnstein

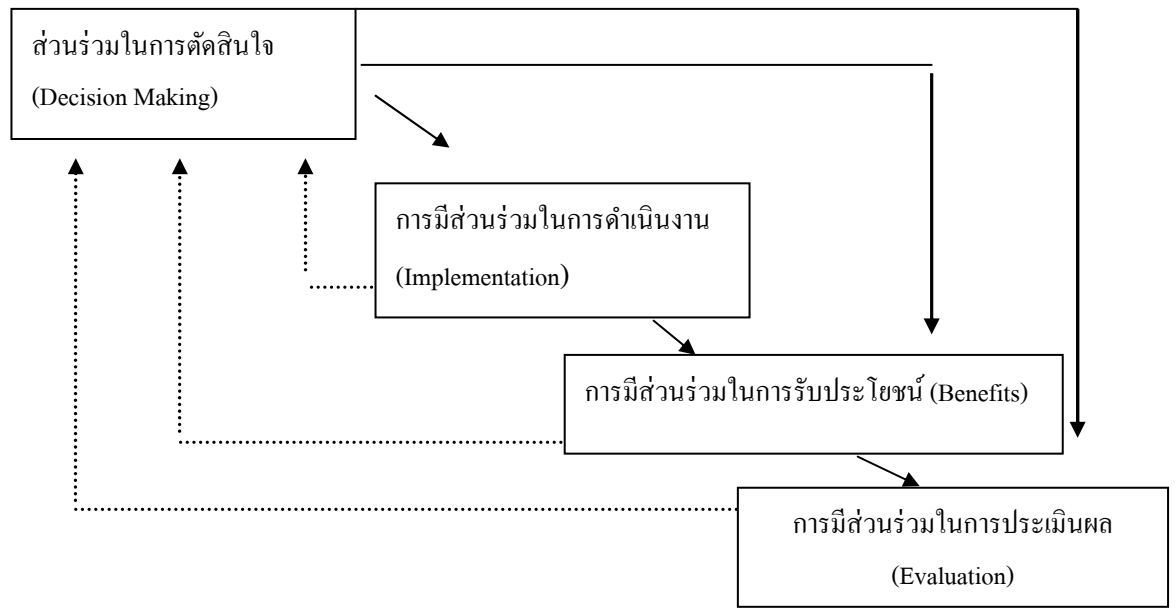
ขั้นที่ 8 ขั้นควบคุมโดยประชาชน (Citizen Control)	} การมีส่วนร่วมระดับอำนาจเป็นของประชาชน (Degree of Citizen)
ขั้นที่ 7 ขั้นใช้อำนาจผ่านตัวแทน (Delegated Power)	
ขั้นที่ 6 ขั้นเป็นหุ้นส่วน (Partnership)	} การมีส่วนร่วมระดับพิธีกรรมหรือการมีส่วนร่วมบางส่วน (Degree of tokenism partial participation)
ขั้นที่ 5 ขั้นรับฟัง (Placation)	
ขั้นที่ 4 ขั้นปรึกษา (Consultation)	} การมีส่วนร่วมเทียมหรือไม่มีส่วน (Pseudo-participation or non-participation)
ขั้นที่ 3 ขั้นให้ข้อมูล (Informing)	
ขั้นที่ 2 ขั้นบำบัดรักษา (Therapy)	
ขั้นที่ 1 ขั้นควบคุม (Manipulation)	

ที่มา : การมีส่วนร่วม 8 ขั้นของ Arnstein (1969)

Cohen and Uphoff (1980) เสนอรูปแบบการมีส่วนร่วมเป็น 4 แบบ

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ในกระบวนการของการตัดสินใจนั้นประการแรกสุด คือ การกำหนดความต้องการและจัดลำดับความสำคัญ จากนั้นเลือกนโยบายและประชากรที่เกี่ยวข้อง การตัดสินใจในช่วงเริ่มต้น การตัดสินใจในช่วงดำเนินการวางแผนและตัดสินใจในช่วงการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้
2. การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน (Implementation) ในส่วนที่เป็นองค์ประกอบของการดำเนินงานตามโครงการนั้นจะได้มาจากคำถามที่ว่า ใครจะทำประโยชน์ให้แก่โครงการได้บ้าง และทำให้ประโยชน์โดยวิธีใด เช่น การสนับสนุนด้านทรัพยากร การบริหารงาน การประสานงาน และการขอความช่วยเหลือ
3. การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ (Benefits) ในส่วนที่เกี่ยวกับผลประโยชน์นอกจากความสำคัญและผลประโยชน์ในเชิงปริมาณและคุณภาพแล้ว ยังต้องพิจารณาถึงการกระจายผลประโยชน์ภายในกลุ่ม ผลประโยชน์ของโครงการนี้รวมทั้งผลประโยชน์ในทางบวกและผลที่เกิดขึ้นในทางลบที่เป็นผลเสียของโครงการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์และเป็นโทษต่อบุคคลในสังคม
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) สิ่งสำคัญที่ต้องสังเกต คือ ความเห็นชอบ ความชอบ และความคาดหวัง ซึ่งมีอิทธิพลสามารถแปรเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่มได้

แผนภาพที่ 2 : แสดงระดับการมีส่วนร่วมตามแนวคิดของ Cohen and Uphoff (1980)



ที่มา : Cohen and Uphoff

- หมายถึง การส่งผลโดยตรง
- หมายถึง การส่งผลย้อนกลับ

ภาพที่ 1 วงจรการมีส่วนร่วมตามแนวคิดของ Cohen and Uphoff (1980)

ศ.ดร.บวรศักดิ์ อุวรรณโณ และ ดร.ถวิลวดี บุรีกุล (2548) กล่าวว่า การแบ่งระดับขั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนอาจแบ่งได้หลายวิธีขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และความละเอียดของการแบ่งเป็นสำคัญ การแบ่งระดับขั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนอาจแบ่งได้จากระดับต่ำสุดไปหาระดับสูงสุดออกเป็น 7 ระดับและจำนวนประชาชนที่เข้ามีส่วนร่วมในแต่ละระดับจะเป็นปฏิภาคกับระดับของการมีส่วนร่วม กล่าวคือถ้าระดับการมีส่วนร่วมต่ำจำนวนประชาชนที่เข้ามีส่วนร่วมจะมากและยิ่งระดับการมีส่วนร่วมสูงขึ้นเพียงใดจำนวนประชาชนที่เข้ามีส่วนร่วมก็จะลดลงตามลำดับระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนเรียงตามลำดับจากต่ำสุดไปหาสูงสุดได้แก่ (1) ระดับการให้ข้อมูล (2) ระดับการเปิดรับความคิดเห็นของประชาชน (3) ระดับการปรึกษาหารือ (4) ระดับการวางแผนร่วมกัน (5) ระดับการร่วมปฏิบัติ (6) ร่วมติดตามตรวจสอบและ (7) ระดับการควบคุมโดยประชาชนกษกร เป้าสุวรรณ และคณะ (2550) สืบค้นจาก <http://ird.stou.ac.th/dbresearch/uploads/91/> เมื่อวันที่ 18 เมษายน 2561 ให้หมายความว่า สิ่งที่ดีควรจะเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตไปใช้ทางบวกหรือลบ แต่เมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ก็เกิดความรู้สึกบวกเป็นความรู้สึกที่พอใจ แต่ในทางตรงข้ามถ้ารู้สึกผิดหวังไม่ถูกได้ก็ทำให้รู้สึกเป็นลบ

เป็นความรู้สึกไม่พอใจ ความพอใจต่อการให้บริการ หรือ ความไม่พอใจในบริการด้านใดด้านหนึ่ง ขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้าได้รับ สิ่งที่ลูกค้าปรารถนาซึ่งสิ่งที่ลูกค้าได้รับ ถึงระดับต่ำสุดที่สามารถตอบสนองความต้องการของเขาได้ ลูกค้าจะเกิดความพอใจต่อเมื่อไม่มีความแตกต่างระหว่างความปรารถนากับสภาพความเป็นจริงและเกิดความไม่พอใจต่อการให้บริการจากการได้รับบริการหรือผลตอบแทนที่น้อยกว่าที่ต้องการและลูกค้าปริมาณมากต้องการมีความไม่พอใจก็จะมากขึ้นด้วย

สุเมธ สุระคำแหงและคณะ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมของศาล ผลการศึกษา พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในอดีตมีอยู่น้อยหลังจากมีการศึกษา “กระบวนการยุติธรรมทางเลือก” ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการยุติธรรมในทุกขั้นตอนไม่ว่าจะเป็นการป้องกันอาชญากรรม การสอบสวน การฟ้องร้อง การพิจารณาคดี หรือแม้กระทั่งการบำบัดฟื้นฟูผู้กระทำผิด เพราะต้องถือว่าสังคมส่วนรวมจะต้องผู้กำหนดทิศทางและแสวงหาความยุติธรรมด้วยตนเอง ผู้มีข้อขัดแย้งเริ่มสนใจวิธีการระงับข้อพิพาทดังกล่าว แต่กระบวนการยุติธรรมทางเลือกต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของประชาชน ดังนั้นจึงต้องหาวิธีที่จะดึงให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นดังนี้ 1. การประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบถึงความจำเป็นที่ต้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม 2. จัดสรรงบประมาณเพื่อดึงให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ 3. การอบรมเพื่อให้ประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วมสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ปฏิบัติได้จริงและมีมาตรฐานเดียวกัน

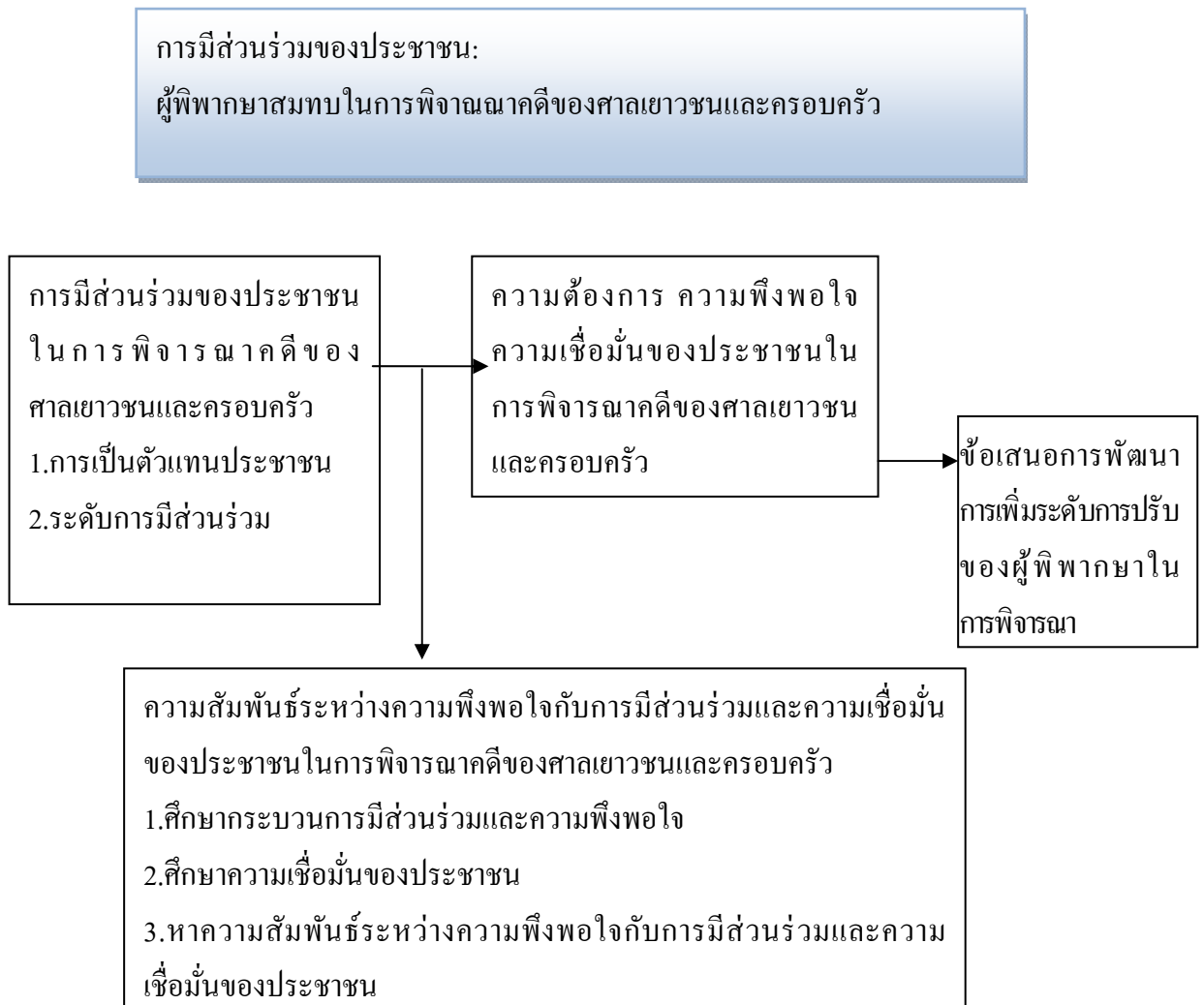
สถุชัย กิริตติกฤตยานนท์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ศาลกับศรัทธา กรณีศึกษา การดำรงตนในศาลและนอกศาลของผู้พิพากษาและคู่สมรส ผลการศึกษา พบว่า ในอดีตบรรพบุรุษการสร้างความเชื่อถือ

Philip Kotler 2003 (2551, 7) สืบค้นจาก <http://digi.library.tu.ac.th/thesis/it/0749/07bibliography-biography.pdf> เมื่อวันที่ 18 เมษายน 2561 สามารถวัดระดับความรู้สึกของบุคคลว่า รู้สึกพอใจหรือผิดหวังเป็นผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลรวมกับความคาดหวังหรือความต้องการ ดังนั้นระดับความพอใจจะสัมพันธ์กับความต้องการงานวิจัยและบทความในต่างประเทศ

บทความเรื่อง CITIZEN PARTICIPATION IN CRIMINAL JAPAN ในบทความดังกล่าวได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพิจารณาคดี โดย Siloan – in ซึ่งเกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อวันที่ 7 กันยายน 2522 ณ เมืองโกเบ โดยมีหลักการประชาธิปไตยในการร้องการมีส่วนร่วมจาก 2 ระบบ คือ จากบัญชีรายชื่อผู้มีสิทธิเลือกตั้งและทดลองใช้เหยื่อในคดีอาญา Siloan – in โดยความพยายามของครอบครัวผู้

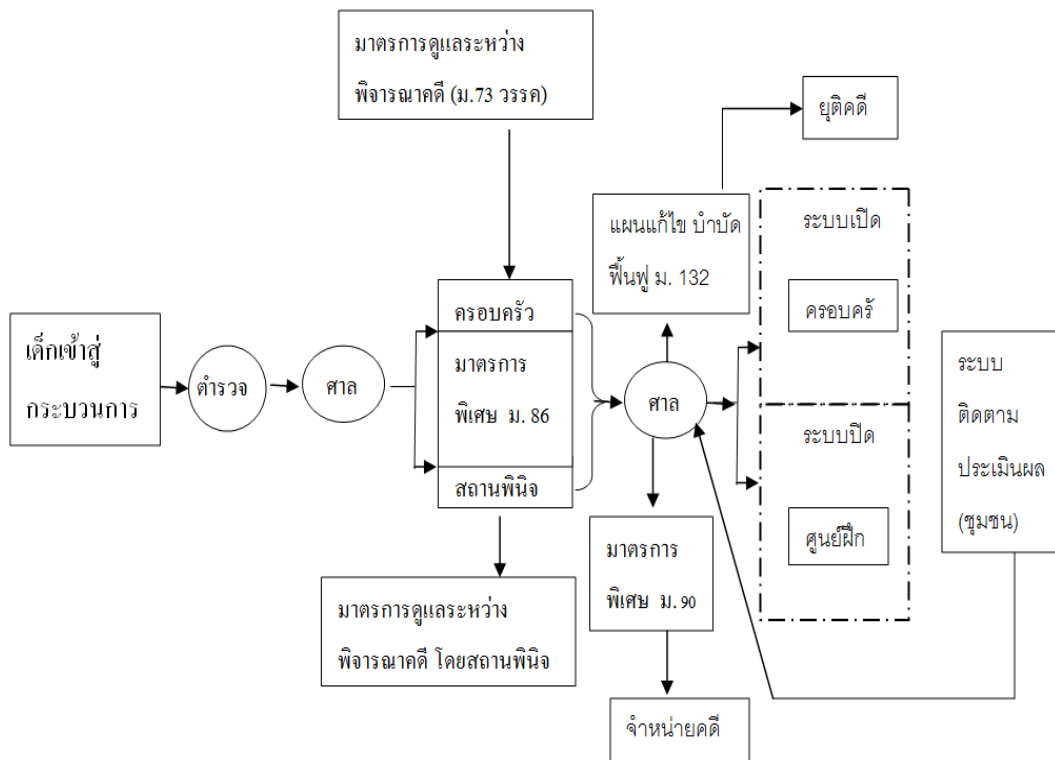
เป็นเหยื่อ สืบค้นจาก <http://Japan.kantci.go.jp/nolicy/sihou/990612.html> เข้าแล้วเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2561

กรอบแนวคิดในการวิจัย Conceptual framework



ศาลเยาวชนและครอบครัวเป็นศาลชั้นต้นในระบบศาลยุติธรรม มีกระบวนการพิจารณาที่พิเศษที่แตกต่างจากศาลชั้นต้นทั่วไป มีจุดมุ่งหมายในการคุ้มครองสวัสดิภาพของเด็ก/เยาวชน ที่กระทำผิด โดยการดำเนินกระบวนการพิจารณาคดีอาญาของศาลเยาวชนและครอบครัวมุ่งเน้นการหาปัจจัยที่ทำให้เด็ก/เยาวชนผู้กระทำผิด ทั้งตัวเด็ก/เยาวชนและครอบครัว โดยเน้นให้มีการจัดกิจกรรม แขนงบำบัด แก้ไข ฟื้นฟู ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ใช้มาตรการแทนการลงโทษ เป็นต้น โดยกระบวนการพิจารณาพิพากษาคดีเป็นไปตามพระราชบัญญัติศาลเยาวชนและครอบครัวสำหรับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพิจารณาคดี เป็นไปตามมาตรา 23 “องคคณะมีอำนาจพิจารณา

พิพากษาคดี ประกอบด้วยผู้พิพากษาอย่างน้อย 2 คน และผู้พิพากษาสมทบอีก 2 คน ซึ่ง 1 คน ต้องเป็นสตรี การดำเนินกระบวนการเป็นไปตามแผนภูมิ ดังนี้



ที่มา : รพชชา รักษาโคตร ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของศาลเยาวชนและครอบครัวจังหวัดมหาสารคาม

ปัจจุบันศาลเยาวชนและครอบครัวทั่วประเทศมีจำนวน 78 ศาล มีผู้พิพากษาสมทบจำนวน 2,356 คน สถิติคดีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 – 2560 มีจำนวนเฉลี่ยปีละ 27,961 คดี (ข้อมูล ณ สิงหาคม 2561 : ที่มา ศาลเยาวชนและครอบครัวกลาง)

การดำเนินงานของศาลเยาวชนและครอบครัว

คดีอาญา หมายถึง

1. เด็กหรือเยาวชนมีถิ่นที่อยู่ปกติในเขตท้องที่ศาลเยาวชนและครอบครัว
2. เด็กหรือเยาวชนกระทำความผิดในเขตท้องที่ศาลเยาวชนและครอบครัว
3. เด็กหรือเยาวชนมีถิ่นที่อยู่ปกติในเขตท้องที่ศาลเยาวชนและครอบครัวได้

กระทำความผิดในท้องที่ที่มีศาลเยาวชนและครอบครัวแห่งหนึ่ง

ถิ่นที่อยู่ปกติ หมายถึง สถานที่ซึ่งเด็กหรือเยาวชนนั้นอาศัยกินอยู่หลับนอนเป็นประจำและไม่จำเป็นต้องเป็นที่แห่งเดียวกับภูมิลำเนาเกิดหรือที่อยู่ตามทะเบียนบ้าน

การจับกุมห้ามจับกุมเด็กซึ่งต้องหาว่ากระทำความผิด เว้นแต่

1. เมื่อเด็กกระทำความผิดซึ่งหน้า หรือ
2. เมื่อมีผู้เสียหายชี้ตัว และยืนยันให้จับ หรือ
3. เมื่อมีผู้ขอให้จับแจ้งว่าได้ร้องทุกข์แล้ว หรือ
4. มีหมายจับ

การแจ้งจับกุม กฎหมายกำหนดให้เจ้าพนักงานผู้จับกุมแจ้งการจับกุมไปยังผู้อำนวยการสถานพินิจที่เด็กหรือเยาวชนนั้นอยู่ในเขตอำนาจและบิดามารดา ผู้ปกครอง หรือบุคคลที่เด็กหรือเยาวชนอาศัยอยู่โดยไม่ชักช้าการสอบปากคำ พนักงานสอบสวนจะต้องสอบปากคำเด็กหรือเยาวชนให้เสร็จภายในเวลา 24 ชั่วโมงนับแต่วันเวลาเด็กหรือเยาวชนมาถึงสถานที่ทำการของพนักงานสอบสวน หลังจากนั้นแล้วจะต้องส่งตัวเด็กหรือเยาวชนไปยังสถานพินิจฯ และผู้อำนวยการสถานพินิจฯ จะควบคุมตัวเด็กหรือเยาวชนไว้หรือจะปล่อยตัวไปชั่วคราว โดยมอบตัวเด็กหรือเยาวชนให้แก่บิดามารดาผู้ปกครองโดยไม่มีประกัน หรือมีประกันหรือมีประกันและหลักประกันก็ได้ส่วนการสอบสวนคดีดำเนินการต่อไปตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา หากไม่เห็นสมควรอนุญาต ให้ส่งไปให้ผู้พิพากษาหัวหน้าศาลเยาวชนและครอบครัว เพื่อพิจารณาสั่ง แต่ถ้าวัยเด็กหรือเยาวชนนั้นถูกพิพากษาลงโทษ ศาลจะคิดหักวันที่ถูกควบคุมในสถานพินิจฯ ให้ก็ได้

เมื่อศาลพิจารณาคดีแล้ว พึงได้ว่า เด็กหรือเยาวชนนั้นกระทำความผิดกฎหมายจริง ศาลจะมีคำพิพากษาว่าเด็กหรือเยาวชนนั้นมีความผิดตามตัวบทกฎหมายบัญญัติไว้ ส่วนวิธีการดำเนินการต่อเด็กหรือเยาวชนที่มีความผิดอาจแยกพิจารณาได้ดังนี้

1. กรณีที่ศาลมีคำพิพากษาหรือสั่งตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 56 มาตรา 74 มาตรา 75 และมาตรา 78 กรณีที่เด็กอายุเจ็ดปีบริบูรณ์แต่ยังไม่เกิน 14 ปี บริบูรณ์ กระทำความผิดไม่ต้องรับโทษแต่ศาลมีอำนาจว่ากล่าวตักเตือนเด็กหรือบิดามารดา ผู้ปกครองหรือบุคคลที่อาศัยอยู่ด้วยก็ได้ถ้าเห็นว่ายังสามารถปกครองดูแลเด็กนั้น ศาลอาจกำหนดเงื่อนไขเพื่อคุมประพฤติเด็ก โดยให้ไปรายงานตัวต่อพนักงานคุมประพฤติของสถานพินิจฯ หรือพนักงานที่ศาลระบุไว้เป็นครั้งคราวก็ได้

2. กรณีผู้กระทำความผิดมีอายุกว่า 14 ปีบริบูรณ์ แต่ยังไม่ถึง 17 ปีบริบูรณ์ศาลจะพิจารณาถึงความรู้ผิดชอบและสิ่งอันทั้งปวงเกี่ยวกับตัวผู้นั้น ถ้าเห็นว่ายังไม่สมควรพิพากษาลงโทษ ก็ให้ศาลจัดการอย่างเดียวกันกับกรณีเด็กอายุเกิน 7 ปีบริบูรณ์แต่ยังไม่เกิน 14 ปีบริบูรณ์ แต่ถ้าศาลเห็นว่าควรพิพากษาลงโทษ ให้ศาลรณมาตราส่วนโทษที่กำหนดไว้สำหรับความผิดนั้นกึ่งหนึ่ง ในกรณีที่ศาลเห็นสมควรลงโทษศาลอาจจะระงับโทษอาญาซึ่งได้แก่การรณกำหนดโทษหรือกำหนดโทษ

แต่รอการลงโทษไว้ภายในระยะเวลาที่ศาลกำหนดแต่ไม่เกินห้าปีนับแต่วันที่ศาลมีคำพิพากษาโดยศาลจะกำหนดเงื่อนไขและคุมประพฤติด้วยก็ได้

3. สำหรับบุคคลที่มีอายุมากกว่า 17 ปีบริบูรณ์กระทำความผิดอาญาถ้าศาลเห็นสมควรจะลดมาตราส่วนโทษที่กำหนดไว้สำหรับความผิดนั้นลงหนึ่งในสามหรือกึ่งหนึ่งก็ได้ และศาลใช้วิธีการรอลงอาญา โดยรอการกำหนดโทษหรือกำหนดโทษแต่รอการลงโทษหรือภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 ปีนับแต่วันที่ศาลมีคำพิพากษา พร้อมกับวางเงื่อนไขคุมประพฤติไว้ด้วยก็ได้ การรอการกำหนดโทษ หรือกำหนดโทษแต่รอการลงโทษไว้ภายในระยะเวลาที่ศาลกำหนด โดยปล่อยตัวผู้กระทำความผิดไป แต่ว่าเงื่อนไขคุมประพฤติด้วยนี้ ถ้าภายหลังปรากฏว่าพฤติการณ์เกี่ยวกับการควบคุมประพฤติของผู้กระทำความผิดได้เปลี่ยนแปลงไป ศาลอาจแก้ไขเพิ่มเติมหรือเพิกถอนเงื่อนไขคุมประพฤติก่อนหนึ่งข้อใดเสียก็ได้

การลงโทษ การเปลี่ยนโทษ และการใช้วิธีการสำหรับเด็กและเยาวชนในกรณีศาลเยาวชนและครอบครัวพิพากษาว่า เด็กและเยาวชนมีความผิดและลงโทษทางอาญา หรือใช้วิธีการเพื่อความปลอดภัยตามประมวลกฎหมายอาญา ศาลเยาวชนและครอบครัวมีอำนาจใช้วิธีการสำหรับเด็กและเยาวชนได้โดยการเปลี่ยนโทษจำคุกหรือวิธีการเพื่อความปลอดภัยเฉพาะการกักกันเป็นการกักและอบรมซึ่งจะต้องกักและอบรมนสถานที่ที่มีไข้เรือนจำ เป็นเวลาตามที่ศาลกำหนดไม่เกินกว่าเวลาที่ผู้นั้นมีอายุ 24 ปีบริบูรณ์หรือเปลี่ยนโทษจำคุกเป็นส่งตัวไปยังโรงเรียนหรือสถานฝึกและอบรม เป็นเวลาตามที่ศาลกำหนด แต่ไม่เกินกว่าเวลาที่ผู้นั้นมีอายุครบ 24 ปีบริบูรณ์หรือเปลี่ยนโทษปรับเป็นการคุมความประพฤติ โดยกำหนดเงื่อนไขข้อเดียวหรือหลายข้อก็ได้ ถ้าศาลเห็นว่าใช้วิธีการสำหรับเด็กและเยาวชนโดยการควบคุมตัวผู้นั้นไว้จะมีอายุครบ 24 ปีบริบูรณ์แล้วควรจะควบคุมตัวผู้ไหนไวต่อไปก็ให้ศาลมีอำนาจระบุในคำพิพากษา ให้ส่งตัวผู้นั้นไปจำคุกไว้ในเรือนจำตามเวลาที่ศาลกำหนดก็ได้

การดำเนินการแก่เด็กและเยาวชนเมื่อศาลพิพากษายกฟ้อง กรณีที่ศาลพิพากษายกฟ้องปล่อยตัวเด็กหรือเยาวชนไปเพราะไม่มีความผิด ถ้าศาลเห็นว่าควรจะกำหนดเงื่อนไขคุมความประพฤติของเด็กหรือเยาวชนนั้นไว้เพื่อสวัสดิภาพและอนาคตของเด็กหรือเยาวชน ก็ให้ศาลมีอำนาจที่จะห้ามมิให้เด็ก หรือเยาวชนเข้าไปในสถานที่ใดอันจูงใจให้ประพฤติชั่วห้ามออกจากสถานที่อยู่อาศัยในเวลาค่าคืนเงินแต่มีเหตุจำเป็น ห้ามคบหาสมาคมกับบุคคลที่ไม่สมควรห้ามกระทำการใดอันจะจูงใจให้ประพฤติชั่วให้ไปรายงานตัวต่อพนักงานคุมประพฤติเป็นครั้งคราว ให้ศึกษาหรือประกอบอาชีพเป็นกิจจะลักษณะระยะเวลาที่ศาลกำหนดเงื่อนไขให้ปฏิบัตินี้ต้องไม่เกินกว่าเด็กหรือเยาวชนนั้นจะมีอายุครบ 24 ปีบริบูรณ์ และให้พนักงานคุมประพฤตินี้มีอำนาจสอดส่องการปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนด ศาลจะสั่งให้เด็กหรือเยาวชนไปรับการอบรมในสถานพินิจฯ แห่งหนึ่งแห่งใดได้เป็นเวลาไม่เกินหนึ่งปีก็ได้แต่ตั้งไม่เกิน กว่าเด็กหรือเยาวชนมีอายุ 20 ปีบริบูรณ์

ผู้วิจัยได้จัดทำตารางเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมกับปัจจัยการมีส่วนร่วม ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วม		ตัวแปรร่วม			
Cohen and Uphoff (1980)	การมีส่วนร่วมแบ่งออกเป็น 4 ประการ				
	1. ส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making)	**			
	2. การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน (Implementation)			****	
	3. การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ (Benefits)				
	4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation)				
Arnstein (1969)	การมีส่วนร่วมของประชาชนชั้นบันได (Participation leader)				
	1. ขั้นถูกจัดการกระทำ (manipulation) } ระดับต่ำ				
	2. ขั้นบำบัดรักษา (Therapy) }				
	3. ขั้นรับฟังข่าวสาร (Information) } * ระดับกลาง	*			
	4. ขั้นปรึกษา (Consultation) }		***		
	5. ขั้นรับฟัง (Placation)				
	6. ขั้นเป็นหุ้นส่วน (Partnership) }			****	
	7. ขั้นใช้อำนาจผ่านตัวแทน (Delegate power) } ระดับสูง				
	8. ขั้นควบคุมโดยประชาชน (Citizen control)				*****
ศ.ดร.บวรศักดิ์ สุวรรณโณ	การมีส่วนร่วมของประชาชน 7 ระดับ				
และ ดร.ถวิลวดี บุรีกุล	1. การให้ข้อมูล	*			
	2. เปิดรับความคิดเห็นของประชาชน	**			
	3. ปรึกษาหารือ		***		
	4. วางแผนร่วมกัน			****	
	5. ร่วมปฏิบัติ				
	6. ร่วมติดตามตรวจสอบ				
	7. ควบคุมโดยประชาชน				*****
พัชรี สีโรรส	การมีส่วนร่วม 5 ระดับ				
	1. การให้ข้อมูลข่าวสาร	*			
	2. การหารือ		***		
	3. การเข้ามามีบทบาท				
	4. สร้างความร่วมมือ			****	

แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วม		ตัวแปรร่วม				
	5. ให้อำนาจแก่ประชาชน					*****
สม ฤ ดี นิ โค ร วัฒนยิ่งยง	ระดับชั้นการมีส่วนร่วม 6 ระดับ					
	1. รัฐบาลใช้อำนาจ					
	2. ประชาชนรับทราบ		*			
	3. ประชาชนแสดงความคิดเห็น		**			
	4. เป็นที่ปรึกษา			*		
	5. ประชาชนมีส่วนร่วม				****	****
	6. ประชาชนเป็นผู้ใช้อำนาจ					*****

หมายเหตุ: * หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสาร

** หมายถึง การร่วมแสดงความคิดเห็นของประชาชน

*** หมายถึง การปรึกษาหารือ

**** หมายถึง ประชาชนมีส่วนร่วม

***** หมายถึง ประชาชนเป็นผู้ใช้อำนาจ

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แนวทางของ Sherry Arnstein เป็นรูปแบบในการวิเคราะห์ตามแบบ การมีส่วนร่วมแบบขั้นบันได (participation leader) 8 ขั้น โดยผู้พิพากษาสมทบอยู่ในฐานะที่เป็นประชาชน มีส่วนร่วมในการพิจารณาพิพากษาของคดีศาลเยาวชน เมื่อวิเคราะห์การมีส่วนร่วมโดยพิจารณาจากระดับการมีส่วนร่วมแบบขั้นบันได ได้แก่ การมีส่วนร่วมระดับต่ำ ระดับกลาง และการมีส่วนร่วมระดับสูง ดังนี้

1. ระดับต่ำ อยู่ในชั้นการมีส่วนร่วมที่ถือว่าไม่เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนหรือ Non-Participation ได้แก่ การเข้าร่วมประชุม สัมมนา การร่วมกิจกรรมที่ไม่เกี่ยวกับการพิจารณาคดี

2. ระดับกลาง อยู่ในชั้นให้ข้อมูล (Informing) ชั้นปรึกษาหารือ (Consultation) ชั้นการมีส่วนร่วมแบบบางส่วน (Tokenism) จัดอยู่ในกลุ่มที่มีภารกิจที่ผู้พิพากษาสมทบต้องสอดส่องข้อมูลและปฏิบัติหน้าที่ในการรวบรวมข้อมูลในกลุ่มครอบครัวสัมพันธ์ การให้คำปรึกษาแก่เด็กเยาวชนและครอบครัวเพื่อจัดทำแผนบำบัดฟื้นฟู การให้คำปรึกษาในศูนย์แนะนำและให้คำปรึกษานอกจากนี้ผู้พิพากษาสมทบบยังมีอำนาจหน้าที่ในการให้คำปรึกษาในด้านข้อเท็จจริงในการพิจารณาของผู้พิพากษา

3. ระดับสูง อยู่ในชั้นตัวแทนใช้อำนาจผ่านตัวแทนอยู่ในระดับที่สำคัญผู้พิพากษาสมทบมีบทบาทในการออกเสียงในฐานะองค์คณะในการพิจารณาตามมาตรา 23 แห่งพระราชบัญญัติศาลเยาวชนและครอบครัว พ.ศ. 2553 “ศาลเยาวชนและครอบครัวต้องมีผู้พิพากษาไม่น้อยกว่าสอง

คนและผู้พิพากษาสมทบอีกสองคนซึ่งอย่างน้อยต้องเป็นสตรีหนึ่งคนจึงจะเป็นองค์คณะพิจารณาพิพากษาคดีได้ ส่วนการทำคำพิพากษาหรือคำสั่งของศาลนั้นถ้าคำพิพากษาหรือคำสั่งจะต้องทำโดยองค์คณะพิพากษา คำสั่งหรือคำพิพากษานั้นจะต้องบังคับตามคะแนนเสียงข้างมากและผู้พิพากษาสมทบซึ่งเป็นองค์คณะพิจารณาคดีนั้น”

สรุป อภิปรายผล

แนวคิดในการเพิ่มระดับการมีส่วนร่วมของผู้พิพากษาสมทบในการพิจารณาคดีจากการศึกษาทฤษฎีการมีส่วนร่วมเป็นไปตามหลักทฤษฎีและแนวทางหลักประชาธิปไตย หลักนิติธรรม หลักการบริหารบ้านเมืองที่ดี ล้วนแล้วแต่มีส่วนของการมีส่วนร่วม ประกอบกับบทสัมภาษณ์บุคคลสำคัญระดับผู้บริหารหรือเคยเป็นผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายหรือการปฏิบัติงานของศาลเยาวชนและครอบครัว ได้ขอค้นพบว่า การมีส่วนร่วมของผู้พิพากษาสมทบเป็นประชาชนที่มีส่วนร่วมในการพิจารณาคดีตามที่กฎหมายกำหนดมีทั้งระดับสูง ระดับกลาง และระดับต่ำ แต่มีข้อจำกัดกล่าวคือ ผู้พิพากษาสมทบมีบทบาทในเรื่องการให้ข้อมูลด้านข้อเท็จจริงการปรึกษาหารือ การให้คำแนะนำ แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ในการมีส่วนร่วมที่เป็นทางการในการมีส่วนร่วมในการพิจารณาเป็นองค์คณะ จึงวิเคราะห์ว่าอยู่ในเกณฑ์ต่ำ ส่วนหน้าที่การมีส่วนร่วมระดับกลางและระดับต่ำ ได้แก่ การมีส่วนร่วมในศูนย์ให้คำปรึกษาแนะนำการจัดกิจกรรม ก่อน ระหว่างและหลังการพิจารณาคดี เช่น การจัดกลุ่มครอบครัวสัมพันธ์ ทั้งในมิติการพิจารณาคดีก่อน ระหว่างและหลังการพิจารณาคดีอยู่ในเกณฑ์สูง โดยแบ่งการมีส่วนร่วมเป็นภายใน ภายนอกและอย่างเป็นทางการ และไม่ใช่วางการ ตามตัวแบบและตัวอย่างแนวทาง ตลอดจนข้อเสนอแนะ ดังนี้

ตารางแสดงความสัมพันธ์ของระดับการมีส่วนร่วมกับการปฏิบัติงานจริงของผู้พิพากษาสมทบ

ระดับการมีส่วนร่วม	การมีส่วนร่วมตามที่กฎหมายกำหนด	การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานจริง	ข้อเสนอแนะ
ระดับสูง ได้แก่ กระบวนการตัดสินใจคดี โดยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจพิพากษาคดี	มาตรา 23 ศาลเยาวชนและครอบครัวต้องมีผู้พิพากษาอย่างน้อย 2 คน และผู้พิพากษาสมทบอีก 2 คน อย่างน้อยต้องเป็นสตรี 1 คน ทำหน้าที่เป็นองค์คณะมีสิทธิออกเสียงและจัดทำคำพิพากษาหรือคำสั่งตามเสียงข้าง	พบว่า การมีส่วนร่วม (ระดับสูง) อยู่ในเกณฑ์ต่ำ	ควรจัดกิจกรรมและรูปแบบการมีส่วนร่วมให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนได้แก่ 1. จัดทำคู่มือการมีส่วนร่วม 2. จัดระดับการมีส่วนร่วม เช่น ระดับโทษที่มี ความเหมาะสมกับการมีส่วนร่วมทั้งเป็น ทางการและไม่เป็นทางการ

	มาก		3. จัดให้มีการมีส่วนร่วมของ เครือข่าย และครอบครัวอย่าง ครบถ้วน โดยระบุหน้าที่ 4. จัดระดับการมีส่วนร่วมให้ ครบทุกระดับ ตั้งแต่ก่อน ระหว่าง และหลัง การพิจารณาตาม เจตนารมณ์ของกฎหมาย 5. จัดให้มีการประเมินการมี ส่วนร่วมในระดับ บุคคลของผู้พิพากษาสมทบ โดยเป็นตัวชี้วัด แสดงเป็นผลงาน ความสำเร็จ
ระดับกลาง ได้แก่ การมอบ อำนาจ หรือ มอบหมายให้ ดำเนินการใด ๆ นอกเหนือจากการ พิพากษาคดี	การดำเนินการก่อนและ หลังพิจารณาคดี เช่น การ มอบหมายให้ผู้พิพากษา สมทบแสวงหาข้อเท็จจริง เพื่อใช้ในการพิจารณาคดี การให้คำปรึกษาหารือ ด้านข้อเท็จจริง การ มอบหมายให้เป็นที่ ปรึกษาด้านการจัด กิจกรรมครอบครัวสัมพันธ์ แผนแก้ไขบำบัดฟื้นฟู การ ใช้มาตรการแทนการ กำหนดโทษ ตามมาตรา 90,132	พบว่า การมีส่วนร่วม (ระดับกลาง) อยู่ในเกณฑ์สูง	
ระดับต่ำ ได้แก่ การมีส่วน ร่วมแบบไม่เป็น ทางการรูปแบบต่าง ๆ ในการพัฒนางาน แต่ไม่มีผลในการ พิจารณาคดี	การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ การจัด นิทรรศการให้ความรู้แก่ ประชาชน การจัดกิจกรรม จิตอาสา การประชุม ประจำปีของผู้พิพากษา สมทบ	พบว่า การมีส่วนร่วม (ระดับต่ำ) อยู่ในเกณฑ์สูง	

ข้อสรุปความต้องการ ความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น

พบว่า ความต้องการ ความพึงพอใจ และความเชื่อมั่นอยู่ในระดับมาก เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งยังปรากฏจากข้อเท็จจริงตามแบบสอบถามว่า ประชาชนให้ความเชื่อมั่นในศาลอยู่แล้วและระดับการมีส่วนร่วมของผู้พิพากษาสมทบ เครือข่ายภาคประชาชน ครอบครัว ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่นเพิ่มขึ้น โดยมีข้อมูลสรุปแล้วดังนี้

ความต้องการ ประกอบด้วย ความต้องการให้ได้รับข้อมูล ข้อเท็จจริงเพื่อใช้ในการพิจารณาคดี การได้รับความเท่าเทียมกัน ความเชี่ยวชาญของผู้พิพากษาสมทบและเครือข่าย ทำให้เกิดความเชื่อมั่นสูงขึ้น

ความพึงพอใจ ได้แก่ การจัดระบบเครือข่าย การจัดให้ผู้พิพากษาสมทบบมีส่วนร่วมในการพิจารณาคดี การสืบเสาะข้อเท็จจริง การทำความเข้าใจกับประชาชนเรื่องการจัดทำแผนแก้ไขบำบัดฟื้นฟู การจัดทำศูนย์ช่วยเหลือตลอด 24 ชั่วโมง การทำความเข้าใจให้รับทราบขั้นตอน วิธีปฏิบัติ การฝึกอบรมภายหลังคำพิพากษา ความพอใจในการมีส่วนร่วม ล้วนทำให้เกิดความไว้วางใจ นำไปสู่ความเชื่อมั่นและคุณภาพของการตัดสินใจ

ความเชื่อมั่น ปัจจัยที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่น ได้แก่ ความเชื่อมั่นในการมีส่วนร่วม ความคาดหวังว่าจะได้รับความเป็นธรรมโดยอาศัยการมีส่วนร่วม การติดตามคดีโดยผู้พิพากษาสมทบ การกำหนดมาตรการและการคุ้มครองเด็กและเยาวชน การได้รับความช่วยเหลือ ตลอดจนการมีส่วนร่วมของครอบครัวและชุมชนในความรับผิดชอบการกระทำผิดของเด็กมีส่วนร่วมสำคัญทำให้เกิดการมีส่วนร่วมที่ทำให้มีผลให้เกิดความเชื่อมั่นนำไปสู่ความยุติธรรมในสังคม (Social Justice)

เอกสารอ้างอิง

1. สญชัย กิริติกฤตยานนท์. “ศาลกับศรัทธา กรณีศึกษา การดำรงตนในศาลและนอกศาลของผู้พิพากษาและคู่สมรส”. ผลงานส่วนบุคคลผู้พิพากษา ผู้บริหารในศาลชั้นต้น สถาบันพัฒนาข้าราชการฝ่ายตุลาการและศาลยุติธรรม , 2555.

2. บวรศักดิ์ อุวรรณโณ และคณะ. ประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร: สถาบันพระปกเกล้า, 2548.

3. สุเมธ สุระคำแหงและคณะ. “การพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมของศาล”. งานวิจัยหลักสูตรสถิตย์ ไพเราะ และคณะ. “โครงการวิจัยสำรวจความคิดเห็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบศาลยุติธรรม”. รายงานการประชุมเชิงปฏิบัติการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

BOOKS

- Arnstien, Sherry R. “A ladder of citizen participation. JAFP, VDL. 35, No.4 July 1969
- Cohen, J.M. & UP Hoft, N.T. (1980) Participation jerkily though specificity, world development. New York Cornell University.
- Hthh/www.: “Japan kantei go.jp policy sihou 990612.html” วันที่ 3 สิงหาคม 2561

- Andrea Ortolani. Reflection on citizen participation in criminal justice in Jan: July, Saiban – in system and legal reform.
Htth//www.:“file:///C:/Users/COJ_/Downloads/133-Artikeltext-220-1-10-20150205%20(1).pdf”

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
อุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร¹

Tourism Behavior and Media Exposure of Thai Tourists on The Phu Pha Thoep National Park
Mukdahan Province

โดย นภัสวรรณ สกุนครุ²

Napassawan Sakunkru

ปรีชา พันธุ์แน่น³

Preecha Phannan

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร 2) เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร และ 3) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร เครื่องมือในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างได้แก่นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร จำนวน 400 คน และใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ประกอบไปด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เพื่อทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร โดยใช้สถิติ t-test และ One way ANOVA (F-test)

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21- 25 ปี มีอาชีพพนักงาน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท และมีสถานภาพสมรส มีประสบการณ์ที่เคยมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร โดยมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน มีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวโดยมาด้วยมากกว่า 2 คน เลือกวันที่สะดวกมาท่องเที่ยว เป็นวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และฤดูกาลในการมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร ชอบฤดูหนาว

¹บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร

²นักศึกษาลัทธิสุตรนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารท่องเที่ยวและบันเทิง

³อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว การเลือกวันที่สะดวกมาท่องเที่ยว และการขอฤดูกาลในการมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับสื่อที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่าง

คำสำคัญ : พฤติกรรมการท่องเที่ยว การเปิดรับสื่อ อุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร

Abstract

The purpose of this study was to study the tourist behavior of Thai tourists visiting Phu Pha Thoep National Park. 2) To study media exposure of Thai tourists to Phu Pha Thoep National Park. Mukdahan Province and 3) to compare the differences between tourist behavior and media exposure of Thai tourists to Phu Pha Thoep National Park. Mukdahan The research instruments were questionnaires, including Thai tourists who came to Phu Pha Thoep National Park. Mukdahan Province, Thailand. The data were analyzed by descriptive analysis, percentage, arithmetic mean, standard deviation And inferential statistics. To test the hypothesis of research. At the statistical significance level of 0.05, the difference between t-test and one way ANOVA (F-test)

The study found that most of the tourists were female. Age between 21-25 years old. Bachelor's degree Earnings per month 15,001-20,000 and have a marital status. Have experience traveling to Phu Pha Thoep National Park Mukdahan. The first visit. The purpose is to travel. The number of people traveling with more than 2 people to choose a day to travel. It's a Saturday-Sunday holiday. And the season to visit the park in Phu Pha Tho. Mukdahan likes winter.

The hypothesis test compares the differences between tourist behavior and media exposure of Thai tourists to Phu Pha Thoep National Park. In Mukdahan, it was found that the number of people traveling to travel Select a convenient day to visit. And like the season to travel. Thai tourists have the media exposure to Phu Pha Thoep National Park Mukdahan Province. The difference was statistically significant at 0.05.

Key words : tourism behavior; Media exposure; Phu Pha Thoep NP Mukdaha Province

บทนำ

การสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์ในสังคมปัจจุบัน ทุกคนต้องใช้การสื่อสารเพื่อให้ชีวิตและสังคมดำรงอยู่และดำเนินต่อไป เมื่อใดไม่มีการสื่อสารเมื่อนั้นก็จะไม่มีสังคม ในทางตรงกันข้าม หากไม่มีสังคมก็จะไม่มีการสื่อสารเช่นเดียวกัน ปัจจุบันการสื่อสารมวลชนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญประการหนึ่งต่อการพัฒนาในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการท่องเที่ยว การศึกษา การสาธารณสุข การเกษตร การเมือง สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และอุตสาหกรรม จะเห็นได้ว่าการสื่อสารมวลชนมีศักยภาพมาก เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชนกลุ่มใหญ่ของประเทศได้อย่างกว้างขวาง รวดเร็ว และทรงประสิทธิภาพยิ่ง ทั้งในด้านการให้ความรู้ ความบันเทิง อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารได้อย่างทั่วถึงจนทำให้ผู้รับสารเกิดความคิดเห็นคล้ายตาม อันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง ความคิด และทัศนคติได้ในที่สุด ด้วยเหตุนี้เองจึงมีการหันมาใช้ประโยชน์จากสื่อสารมวลชนแขนงต่างๆ กันอย่างกว้างขวาง ทั้งในด้านการเผยแพร่ข่าวสาร การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร รวมทั้งการโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (พิรุณี เลขกิจสุนทร, 2545 : 1)

ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากและมีความหลากหลายน่าสนใจ ซึ่งแบ่งเป็นส่วนที่เป็นธรรมชาติและส่วนที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งในส่วนที่เป็นธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า สวนพฤกษศาสตร์ และสวนรุกขชาติ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติจะมีองค์ประกอบพื้นฐานที่รวม ลักษณะภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ น้ำ พืชพันธุ์และสัตว์ป่า ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ และอื่นๆ เป็นต้น ซึ่งองค์ประกอบในส่วนที่เป็นธรรมชาตินี้เอง มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อแหล่งท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยว ก็มักจะมีการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบที่เป็นธรรมชาติดังกล่าวข้างต้น เช่น ลักษณะภูมิประเทศ ไม่ว่าจะเป็นภูเขา หุบเขา เกาะ ที่ราบสูง เนินทราย หน้าผา หาดทราย ถ้ำ ภูเขาไฟ และฟอสซิล เป็นต้น ก็จะมีนักท่องเที่ยวไปเยือน ไปสัมผัสกับสิ่งเหล่านี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภูเขานับเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งที่สำคัญมาก ที่นักท่องเที่ยวสนใจในความสูง ความงดงามของพันธุ์พืช และสัตว์ป่าที่มี ก็จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว อากาศก็นับว่ามีความสำคัญเพราะการได้ไปพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นชายหาดหรือภูเขา นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสอากาศที่เย็นสบายต่างจากอากาศร้อนที่อยู่ในเมืองขณะเดียวกัน อากาศที่หนาวเย็น ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวมุ่งสู่พื้นที่ที่มีอากาศอบอุ่นกว่า ซึ่งขึ้นอยู่กับฤดูกาลที่แตกต่างของแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมที่ต้องอาศัยฤดูกาลด้วย ในส่วนของน้ำ นักท่องเที่ยวมักจะชอบกิจกรรมทางน้ำ ด้วยการล่องเรือ ล่องแพพายเรือ ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีน้ำ เช่น ห้วย หนอง คลอง บึง อ่างเก็บน้ำ ทะเลสาบ เป็นต้น ส่วนพืชพันธุ์และสัตว์ป่า ก็จะมีการดูแลให้คงอยู่ในสภาพธรรมชาติและเกิดเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น การดูนก ดำน้ำดูปะการัง เป็นต้น ส่วนปรากฏการณ์หรือเหตุการณ์ตามธรรมชาติเช่น ปรากฏการณ์เกิดจันทรุปราคา สุริยุปราคา การทะเลของภูเขาไฟ การเกิดแม่คะนึ่ง การอพยพของนกหนีหนาวจากไซบีเรีย เป็นต้น (สุวัฒน์ จูฑากากรณ์ และรุ่งทิพย์ ว่องปฏิการ, 2548 : 153-154)

ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติดังกล่าวจึงทำให้เป็นแหล่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางเข้ามาสัมผัสกับธรรมชาติและมีกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว และมีพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นอุทยานแห่งชาติ จะเป็นแหล่งให้นักท่องเที่ยวได้มาพักผ่อนหย่อนใจและได้รับความรู้ เกี่ยวกับธรรมชาติ พืชพันธุ์และสัตว์ป่า ขณะที่ทางแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นอุทยานแห่งชาติ ก็ต้องให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ ที่สอดคล้องกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้ข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับพฤติกรรมมาท่องเที่ยว และวางแผนการเดินทางมาท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง

อุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ เดิมชื่อ อุทยานแห่งชาติมุกดาหาร เป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 59 ของประเทศไทย มีเนื้อที่ 48.5 ตารางกิโลเมตร หรือ 30,312.5 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่อำเภอเมืองมุกดาหารและอำเภอดอนตาล ลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาหินทรายประกอบด้วยเทือกเขาน้อยใหญ่หลายลูกติดต่อกันแบบลูกคลื่นและเป็นส่วนปลายสุดของเทือกเขาภูพาน เทือกเขาเหล่านี้วางตัวในลักษณะแนวเหนือ-ใต้ขนานและห่างจากชายฝั่งแม่น้ำโขงประมาณ 4 กิโลเมตร มีความสูง 170-420 เมตรจากระดับน้ำทะเล โดยมีภูจอมศรีเป็นยอดเขาสูงสุด สภาพป่าส่วนใหญ่เป็นป่าเต็งรัง มีป่าเบญจพรรณและป่าดิบแล้งปะปนอยู่บ้างภายในอุทยานภูผาเทิบมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่น่าสนใจ ได้แก่ ภูผาเทิบ เป็นกลุ่มหินแปลกรูปร่างลักษณะต่างๆ เกิดจากการกัดเซาะของลม ฝน แสงแดด นานนับล้านปี ลานมัจฉรินทร์ เป็นลานหินเรียบที่ทอดยาว ล้อมรอบด้วยป่าเต็งรัง มีพรรณไม้เล็กๆ เช่น ดุสิตา สร้อยสุวรรณมา หยาดน้ำค้าง ขึ้นอยู่ทั่วบริเวณผาอูฐ เป็นหน้าผาที่มีหินรูปร่างคล้ายอูฐ เป็นจุดชมทิวทัศน์ เพราะสามารถมองเห็นหุบเขาเบื้องล่างได้กว้างไกล ภูถ้ำพระ ลักษณะเป็นเพิงผา มีช่องอนหินประดิษฐานพระพุทธรูปโบราณจำนวนมาก เป็นพระพุทธรูปไม้ซึ่งเป็นศิลปะเฉพาะถิ่น ถ้ำฝ่ามือแดง ลักษณะเป็นเพิงหินกว้าง มีรูปฝ่ามือสีแดง และรูปคนสันนิษฐานว่าภาพเหล่านี้มีอายุไม่ต่ำกว่า 5,000 ปี (พรหมเมธ นาถมทอง, 2548 : 192)

ด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวเมื่อได้มีการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวจากอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร จึงได้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวกันมากแตกต่างกันไปตามพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาว่า พฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหารเป็นอย่างไร มีการเปิดรับสื่อที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหารในระดับใด และการเปิดรับสื่อที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบจังหวัดมุกดาหาร มีความแตกต่างกันตามลักษณะพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างไรหรือไม่ เพื่อจะได้นำข้อค้นพบให้กับผู้ที่สนใจหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการสื่อสารการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวและการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่อไป

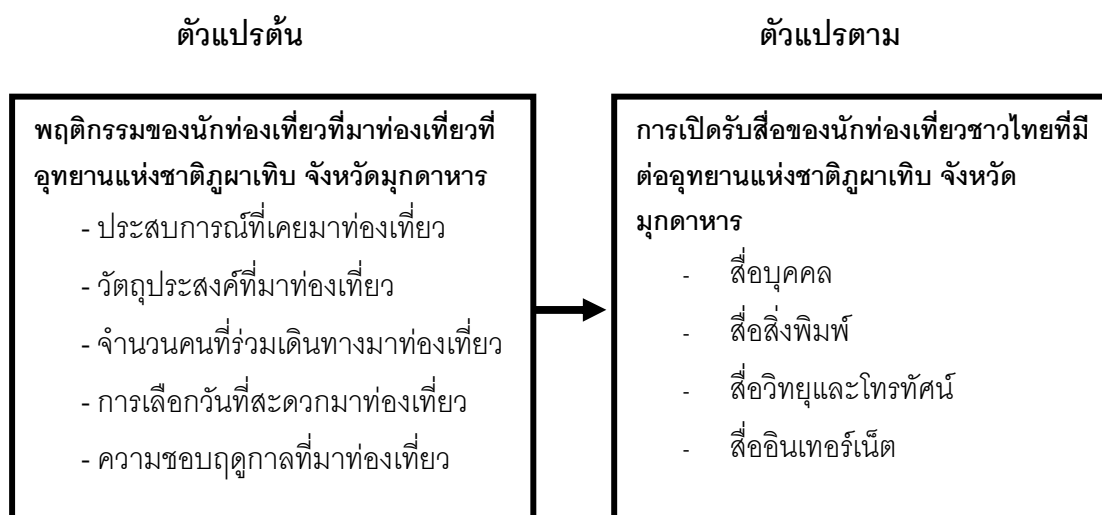
วัตถุประสงค์ในการวิจัย

ในบทความนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวศึกษาการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร

และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหารภายใต้ขอบเขตการวิจัยเฉพาะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร ทางด้าน ประสิทธิภาพที่เคยมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ที่มาท่องเที่ยว จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว การเลือกวันที่สะดวกมาท่องเที่ยว และความชอบฤดูกาลที่มาท่องเที่ยว รวมทั้งศึกษาเฉพาะการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร ทางด้านสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต เท่านั้น ภายใต้สมมติฐานที่ว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด้านประสิทธิภาพที่เคยมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ที่มาท่องเที่ยว จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว การเลือกวันที่สะดวกมาท่องเที่ยว และความชอบฤดูกาลที่มาท่องเที่ยว ที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร แตกต่างกัน

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อมุ่งศึกษาพฤติกรรมท่องเที่ยวและการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร โดยใช้แบบสอบถาม ที่มีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กรอบแนวคิดในการวิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎี และงาน วิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากเอกสารวิชาการ ในแง่มุ่งของความหมาย ลักษณะ ความสำคัญ ประเภท ประโยชน์และหลักการ เพื่อนำแนวคิดที่ได้มาสังเคราะห์และสรุปเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิด พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร โดยกำหนดเป็นตัวแปรอิสระ ได้แก่ ประสิทธิภาพที่เคยมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ที่มาท่องเที่ยว จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว การเลือกวันที่สะดวกมาท่องเที่ยว และความชอบฤดูกาลที่มาท่องเที่ยว ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ การเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร ทางด้านสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร จำนวน 1,733,043 คน (ข้อมูลจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมุกดาหารปี พ.ศ.2559, www.motsgoth) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร ซึ่งคำนวณได้โดยใช้สูตรของ ยามาเน่ (Yamane, 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541) และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Selection) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคั้งนี้ คือแบบสอบถาม ที่มีลักษณะเป็นโครงสร้างสอดคล้องกับหัวข้อและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องพร้อมทั้งแนะนำและแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม โดยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องของภาษา (Wording) การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ โดยการหาความตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบก่อน (Pre-test) กับนักท่องเที่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1990 : 202-204) ได้เท่ากับ 0.740 ซึ่งอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการศึกษพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร มีการแจกแบบสอบถามให้กับนักถ่ายภาพ เพื่อให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว, แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ และแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารโดยอาศัยการค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ในช่วงเดือนเมษายน – พฤษภาคม พ.ศ. 2560 จากนั้นนำแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางด้านสังคมศาสตร์ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ใช้การสรุปหรือบรรยายคุณลักษณะ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม โดยใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test และ One- way ANOVA (F-test)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ที่เคยมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร โดยมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก (ร้อยละ 59.3) มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน (ร้อยละ 37.0) มีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวโดยมาด้วยมากกว่า 2 คน (ร้อยละ 30.3) เลือกวันที่สะดวกมาท่องเที่ยวเป็นวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ (ร้อยละ 45.0) ฤดูกาลในการมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร ชอบฤดูหนาว (ร้อยละ 43.3) ดังตารางที่ 1

(n = 400)

พฤติกรรมมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ประสบการณ์ที่เคยมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร		
มาเป็นครั้งแรก	237	59.3
เคยมาแล้ว	163	40.8
วัตถุประสงค์ที่มาอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร		
ท่องเที่ยวพักผ่อน	148	37.0
ทำธุรกิจ	93	23.3
มาอบรมสัมมนา	47	11.8
มาหาญาติ/เพื่อน	112	28.0
จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร		
มาเพียงคนเดียว	53	13.3
มาด้วย 1 คน	112	28.0
มาด้วย 2 คน	121	30.3
มาด้วยกันมากกว่า 2 คน	114	28.5
การเลือกวันที่สะดวกมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร มากที่สุด		
วันหยุดเสาร์-อาทิตย์	180	45.0
วันหยุดนักขัตฤกษ์	138	34.5
วันธรรมดา จันทร์ – ศุกร์	82	20.5
ฤดูกาลที่ชอบเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร		
ฤดูหนาว	173	43.3
ฤดูร้อน	123	30.8
ฤดูฝน	104	26.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร จากสื่อทั้ง 4 ด้าน ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร ระดับมากที่สุด ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 4.25$) ส่วนการเปิดรับสื่อในระดับมาก ได้แก่ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ ($\bar{X} = 3.91$) และสื่อบุคคล ($\bar{X} = 3.88$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

การเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย	\bar{X}	S.D	แปลผล
ด้านสื่อบุคคล	3.88	0.402	มาก
ด้านสื่อสิ่งพิมพ์	3.91	0.357	มาก
ด้านสื่อวิทยุและโทรทัศน์	4.18	0.398	มาก
ด้านสื่ออินเทอร์เน็ต	4.25	0.286	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.05	0.233	มาก

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร ในภาพรวม

การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว การเลือกวันที่สะดวกมาท่องเที่ยว และการชอบฤดูกาลในการมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับสื่อที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่าง

อภิปรายผล

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหารเพื่อมาพักผ่อน (ร้อยละ 37.0) ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับการศึกษาของพงกฤษ บูรณะพิมพ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของอุทยานแห่งชาติ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเฉลิมรัตนโกสินทร์ (ถ้าธารลอด) จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาเที่ยวอุทยานฯ เพื่อมาท่องเที่ยวและพักผ่อน ซึ่งอธิบายได้ว่านักท่องเที่ยวที่ประเภทแสวงหาการพักผ่อน (Rest-seekers) ใช้เวลาไปกับการนอนพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าการทำกิจกรรมอื่นๆ (Swarbrook & Horner 1999) ดังนั้นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติภูผาเทิบจึงต้องการมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจชื่นชมกับความงามของธรรมชาติ โดยไม่เน้นกิจกรรมอื่นๆ

2. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร โดยเลือกวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ (ร้อยละ 45.0) ซึ่งข้อค้นพบนี้ สอดคล้องใกล้เคียงกับการศึกษาของสุชญา โตมา (2557) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสื่อที่ใช้ในการสื่อความหมายเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติกึ่งแม่ป่า อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกวันเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นวันหยุดยาวนักชัตฤกษ์ ซึ่งอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวที่ชอบการเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ ซึ่งมักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย (Perreault & Dorden, 1979) ดังนั้นการที่นักท่องเที่ยวเลือกวันหยุดเสาร์-อาทิตย์มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จึงเป็นกลุ่มที่มีรายได้ไม่มากนักและใช้เวลาระยะสั้นๆ ท่องเที่ยวกันส่วนตัวเป็นกลุ่มเล็กเท่านั้น

3. การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร ระดับมากที่สุด ได้แก่ ก่อนเดินทางมาเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ ได้หาข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ตมาก่อน ($\bar{X} = 4.39$) สอดคล้องกับการศึกษาของจิรภิญญา สุขสำราญ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสภาพลักษณะคุณค่าทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิตที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ดก่อนเดินทางจาก อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งอธิบายได้ว่า ปัจจุบันความต้องการใช้บริการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีมากขึ้น จึงต้องการบริการที่ดีและข้อมูลที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวทั่วโลกจะนิยมการเดินทางท่องเที่ยวที่ใช้เวลาสั้นลงในแต่ละครั้ง และจะเป็นการเดินทางในรูปแบบที่นักท่องเที่ยวจะวางแผนการเดินทางเองมากขึ้น ทำให้ต้องมีการค้นหาข้อมูลที่เป็นในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น (อุดม ศิลปอาชา (2548, 158-160) ดังนั้นการที่นักท่องเที่ยวก่อนเดินทางมาเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ ได้หาข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ตมาก่อน จึงเป็นการต้องการใช้เวลาให้สั้นลงในการวางแผนการท่องเที่ยวนั่นเอง

4. การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร ระดับมากที่สุด ได้แก่ ได้รับชมเรื่องราวของอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ ผ่านรายการสารคดีทางโทรทัศน์ ($\bar{X} = 4.30$) สอดคล้องกับการศึกษาของบุญชัย จาตุรงค์สาโรช (2555) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวรวมของอุทยานแห่งชาติป่าหินงาม จังหวัดชัยภูมิ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อจากสื่อโทรทัศน์จากช่องฟรีทีวี 3, 5, 7, 9, NBT กรมประชาสัมพันธ์ และไทยพีบีเอส ซึ่งอธิบายได้ว่า วิทยุโทรทัศน์ เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถสื่อได้ทั้งภาพและเสียง และสามารถเข้าถึงกลุ่มสาธารณชนเป็นจำนวนมาก เพราะในปัจจุบันแทบทุกครัวเรือนสามารถเป็นเจ้าของโทรทัศน์ได้ในราคาถูก ประชาชนสามารถรับชมข่าวสารความรู้ ความบันเทิง รวมถึงรับชมเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสดๆ ได้อย่างสะดวกสบายอยู่ภายในที่พักอาศัยได้

(ประภาศรี สวัสดิ์อำไพรักษ์ (2546 : 273-281) ดังนั้นการที่นักท่องเที่ยวได้รับชมเรื่องราวของอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ ผ่านรายการสารคดีทางโทรทัศน์ จึงเป็นเพราะสามารถดูได้ง่ายอยู่แล้วแทบทุกครัวเรือนให้ความสนใจดูโทรทัศน์จึงได้พบเห็นสารคดีท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ

5. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว การเลือกวันที่สะดวกมาท่องเที่ยว และการขอฤดูกาลในการมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับสื่อที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของธนันท์ธร สิริพัชรังกูร (2552) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับความคิดเห็นต่อสื่อการประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ ด้านสื่ออินเทอร์เน็ต พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จำแนกด้านการรับประทานอาหาร มีความสัมพันธ์กับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ ด้านสื่อวิทยุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์ ซึ่งอธิบายได้ว่า โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะคือเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล และเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการเลือกบริโภคตามความต้องการหรือแรงจูงใจตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจในการใช้ประโยชน์ จึงทำให้มีความแตกต่างกัน (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544 : 13 – 14) ดังนั้นการที่นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ ด้านจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว การเลือกวันที่สะดวกมาท่องเที่ยว และการขอฤดูกาลในการมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับสื่อที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร แตกต่างกัน จึงเป็นเพราะมีวัตถุประสงค์และแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1) นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ชอบที่จะเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ในช่วงฤดูหนาว จึงควรจัดสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้นั่งพักกับจุดชมวิวหลายๆ จุด ขณะที่ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์และอาทิตย์ จึงควรจัดสถานที่รองรับให้เพียงพอเกี่ยวกับสถานที่จอดรถ การให้บริการอาหารน้ำดื่ม และให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวที่มาเป็นครั้งแรกให้เกิดความประทับใจ ในส่วนที่วันธรรมดาจันทร์-ศุกร์มีนักท่องเที่ยวมาน้อย รวมทั้งในฤดูฝนด้วย จึงควรให้มีการจัดกิจกรรมในช่วงวันเวลาดังกล่าวเพิ่มขึ้น หรือนำภาพความสวยงามของฤดูฝนออกนำเสนอให้เห็นความสวยงามแปลกตาออกมา จูงใจนักท่องเที่ยว

2) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคลที่เป็นเพื่อนหรือคนรู้จัก จึงควรให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวที่มาแล้วสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นและ ได้นำไปบอกต่อ

แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ต่อไป ขณะที่ข้อมูลเปิดรับสื่อจากหน่วยงานที่ทำงานอยู่กลับมีการเปิดรับสื่อน้อยกว่าข้ออื่นๆ จึงควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภูมิภาคที่เผยแพร่ไปยังหน่วยงานหรือองค์กรอื่นๆ เพิ่มขึ้น

3) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นคู่มือการท่องเที่ยวของอุทยานฯ จึงควรจัดพิมพ์ให้เพียงพอและมีการปรับปรุงให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ด้วย ขณะที่ตามหน่วยงานต่างๆ ไม่มีการรับแจกเอกสาร แผ่นพับ โบรชัวร์ จึงควรทำแจกในช่วงเทศกาลต่างๆ ที่สำคัญ ให้มีการพบเห็นและสนใจแนะนำบุคลากรให้เดินทางมาท่องเที่ยว

4) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุแลโทรทัศน์ จากการชมรายการสารคดีทางโทรทัศน์ จึงควรให้มีการเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวของอุทยานผ่านทางช่องรายการโทรทัศน์หลายๆ ช่อง และให้หลากหลายมุมมองแต่ละฤดูกาล จะทำให้มีการมองเห็นเพิ่มขึ้น ขณะที่ละครทางโทรทัศน์อาจให้ความสนใจเข้ามาหาสถานที่ในการถ่ายทำการผลิตรายการตามมาได้

5) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวทุกครั้ง จึงควรมีการให้ข้อมูลของอุทยานผ่านทางเว็บไซต์ท่องเที่ยวต่างๆ ที่เผยแพร่ข้อมูลได้ ซึ่งนอกจากข้อมูลความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวแล้ว กิจกรรมตามช่วงเทศกาลต่างๆ ควรนำเสนอเพิ่มเติมเข้าไปด้วย ให้สอดคล้องกับช่วงปัจจุบัน

6) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว การเลือกวันที่สะดวกมาท่องเที่ยว และการชอบฤดูกาลในการมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวจะมีการเปิดรับสื่อของอุทยานแตกต่างกัน จึงควรให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของอุทยานเผยแพร่ไปยังองค์กรหน่วยงานของกลุ่มเป้าหมายทั่วไป และให้มองเห็นว่า อุทยานสามารถให้บริการได้ทุกวันทุกฤดูกาล ด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่หลากหลายสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม

สรุป

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติภูผาเทิบมักมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ด้วยต้องการสัมผัสกับอากาศที่เย็นสบายตามป่าเขาของอุทยานแห่งชาติ จึงมักนิยมมากันในวันเสาร์อาทิตย์ซึ่งเป็นวันหยุด เห็นได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจะเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวตลอดกาล เห็นได้จากที่ส่วนใหญ่ักท่องเที่ยวจะมีประสบการณ์ในการมาเป็นครั้งแรก ในส่วนของการเปิดรับสื่อเพื่อหาข้อมูลก่อนมาท่องเที่ยว สื่ออินเทอร์เน็ตจะเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยมในการค้นหาข้อมูลเนื่องจากว่ามีทั้งภาพและเสียงข้อความที่กระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจ จึงทำให้มีความสะดวกในการค้นหาข้อมูลก่อนตัดสินใจมาท่องเที่ยว ทำให้มองเห็นได้ว่า การที่นักท่องเที่ยวจะได้ประโยชน์จากการค้นหาข้อมูลมาท่องเที่ยว ทางอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบก็จะต้องมีการพัฒนาข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของอุทยานส่งผ่านไปทางสื่ออินเทอร์เน็ตด้วยเช่นกันเพื่อให้สอดคล้องกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยว ดังนั้นการเผยแพร่ข้อมูลด้วย สื่อโซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ยูทูบ หรือแอปพลิเคชันไลน์ ก็

จะเป็นทางเลือกที่สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว ที่จะค้นหาข้อมูลได้โดยง่าย เพราะนอกจากเป็นข้อมูลที่ทางอุทยานแห่งชาติจะสร้างหรือผลิตเพื่อสื่อสารให้กับนักท่องเที่ยวแล้ว กลุ่มของนักท่องเที่ยวเองก็ยังสามารถเป็นผู้สื่อสารข้อมูลเหล่านี้ส่งต่อไปให้กับเพื่อนๆ ได้อีกด้วย

บรรณานุกรม

- ประภาศรี สวัสดิ์อำไพรักษ์ . (2546) **การส่งเสริมการตลาดและพันธมิตรธุรกิจ**. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการจัดการธุรกิจในแหล่งท่องเที่ยว. หน่วยที่ 1-8 นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พรหมเมธ นาถมทอง. (2548) **ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ**. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย. หน่วยที่ 5 นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2541) **สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.
- สุวัฒน์ จุฑากรณ์ และรุ่งทิพย์ ว่องปฏิการ. (2548) **ทรัพยากรการท่องเที่ยว**. เอกสารประกอบสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. หน่วยที่ 3 . นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อุดม ศิลปะอาษา. (2548) **การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการท่องเที่ยว**. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการกลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. หน่วยที่ 9-15. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สารนิพนธ์, วิทยานิพนธ์, งานวิจัย และบทความทางวิชาการ**
- จิรภิญญา สุขสำราญ. (2555) “พฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อภาพลักษณ์คุณค่าทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิตที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี”. สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
- ธันท์ธร สิริพัชรพงศ์กูร. (2552) “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับความคิดเห็นต่อสื่อการประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่”. สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก.
- บุญชัย จาตุรงค์สาโรช. (2555) “การเปิดรับข่าวสารกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวรวมของอุทยานแห่งชาติป่าหินงาม จังหวัดชัยภูมิ”. สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก.

พงกฤษ บุรณะพิมพ์. (2553) “พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของอุทยานแห่งชาติ : กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติเฉลิมรัตนโกสินทร์ (ถ้ำธารลอด) จังหวัดกาญจนบุรี”. สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก.

พิรุณี เลขกิจสุนทร. (2545) “บทบาทสปอตตรณรงค์ทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ต่อการสมัครใจเข้ารับราชการทหารของพลทหารกองประจำการ ผลัดที่ 1/44 ศ”. หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียง.

สุชญา ไตมา. (2557) “พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสื่อที่ใช้ในการสื่อความหมายเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติกิ่วแม่ปาน อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่”. สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก.

Books

Berlo, David K. (1960). *The Process of Communication*. New York : The Free Press.

Cronbach, L. J (1990). *Essentials of psychological testing (5th ed.)*. New York: Harper Collins, 1990.

Perreault, W.D., Dorden, D.K. and Dorden, W.R. (1979) “A Psychological Classification of Vacation Life-styles”, *Journal of Leisure Research*.

Swarbrooke, J. & Horner, S.H. (1999) *Consumer Behavior in Tourism*. Oxford : Butterworth Heinemann.

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

Website

www.motsgoth. สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวจังหวัดมุกดาหารปี พ.ศ.2559, เข้าถึงเมื่อ 10 ตุลาคม 2560.

