



มหาวิทยาลัยเกริก

การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2561

การนับเคลื่อนงานวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ



2

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

มหาวิทยาลัยเกริก การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2561
การนับเคลื่อนงานวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ

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 และท่านผู้มีเกียรติทุกท่าน

มหาวิทยาลัยเกริกได้จัดงานเกริกวิชาการ เป็นประจำทุกปี เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2548 และในปีนี้เป็นปีที่ 14 โดยใช้ชื่อ การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ.2561 เรื่อง “ การขับเคลื่อนงานวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ ”

วัตถุประสงค์ในการจัดงาน มีดังนี้

1. เพื่อเป็นการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ประจำ และเป็นเวทีสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการของคณาจารย์และบุคคลภายนอกมหาวิทยาลัย อีกทั้งเป็นการส่งเสริมการบริการวิชาการสู่สังคมในการพัฒนาประเทศ
2. เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาได้มีส่วนร่วมในการแสดงผลงานทางวิชาการและได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัยจากวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ
3. เพื่อพัฒนาศักยภาพทางด้านวิชาการ พัฒนางานวิจัย และเพื่อการประกันคุณภาพการศึกษาของคณะวิชาและมหาวิทยาลัย

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.ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจี๊วงส์ เรื่อง นวัตกรรมกระบวนการผลิตและรูปแบบรายการด้าน

สิ่งแวดล้อม : ศึกษาสำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษา

การนำเสนองานวิจัยของคณาจารย์และบุคลากรภายนอก (ต่อ)

3. อาจารย์ปัทมาภรณ์ เจริญนนท์ เรื่อง คุณลักษณะทางประสาทสัมผัสของน้ำสมุนไพรไทยที่ใช้สารให้ความหวาน
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นักรบ นาคประสม เรื่อง อิทธิพลของปัจจัยในการถนอมบร๊นดื่มมะเขีง และการประเมินคุณภาพทางประสาทสัมผัส
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 แห่งพระราชบัญญัติ
สถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ. ๒๕๔๖ แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๐ จึงแต่งตั้งกองบรรณาธิการจัดทำรายงาน
การประชุม 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

	ผู้แต่ง	เรื่อง	หน้า
51	นภาพรรัตน์ สุคันธปริย์	ปัจจัยด้านการรับรู้การสื่อสาร Corporate Identity ของแบรนด์ MSI กรณีศึกษา MSI Shop สาขาพันธุ์ทิพย์ ประตูน้ำ	740
52	นภาพวัลย์ ชื่นภิรมณ์	ปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดีและคุณภาพบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐม	754
53	นักรบ นาคประสม และคณะ	อิทธิพลของปัจจัยในการกลั่นกรองมติและระเบียบคุณภาพทางประสาทสัมผัส	768
54	นันทวัน จันเจ็ก	ชายหญิงในนิทานพื้นบ้านเขมร	779
55	บุญทิกา ธีระโรจนพงษ์	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกล่องวงจรปิดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	793
56	ปฐมพร หอยสังข์	ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานกับพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร : กรณีศึกษา ศูนย์รักษาความปลอดภัยกองบัญชาการกองทัพไทย	808
57	ประนอม อักษร	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ตำบลลำไทร อำเภอน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	826
58	ประยุทธ์ ศิริลั่น	สมรรถนะในงานกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่สำนักอำนวยการประจำศาลอาญา	837
59	ประสิทธิ์ ชุนอินทร์	การมีส่วนร่วมของประชาชนกับประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน: ศึกษากรณีชุมชนอุทิศอนุสรณ์	852
60	ประสิทธิ์ สมนึก	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร หมวดหมู่กระป๋องโลหะจังหวัดสมุทรสาคร	867
61	ปรารค์ทอง ไตรยุทธ	ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อคุณภาพบริการของถนนมัจฉิตต์แมนชั่น	884
62	ปรารทิพย์ ยูวานนท์ และศนิษฐ สวัสดิโกศล	การวิเคราะห์กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยไทยสู่ความยั่งยืน	894
63	ปรีดา บุญภา	ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานขององค์การ : กรณีศึกษาสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ จังหวัดชลบุรี 2	906
64	ปัญจพร ทองเล็ก	การพัฒนาแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพบัญชีของนักบัญชีในกรุงเทพฯ และปริมณฑล	928
65	ปณิตรุจน์ ธาตรีสกุลวัฒน์	ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรกับการตัดสินใจซื้อทาวนโฮมมือสองของลูกค้า บริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด ในกรุงเทพมหานคร	942

	ผู้แต่ง	เรื่อง	หน้า
66	ปัทมาภรณ์ เจริญนนท์ และ ศกุนตลา มานะกล้า	คุณลักษณะทางประสาทสัมผัสของน้ำสมุนไพรไทยที่ใช้สารให้ความหวาน	954
67	ปิยะ จันทรังสิกุล	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของสถานบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรัง ภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง	963
68	บุญศรีสมิ์ บริรักษ์เจริญกิจ	อิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านระหว่างมูลค่าลูกค้าและความภักดีของนักลงทุนไทย	976
69	บุญญพัฒน์ ระไล	มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการโฆษณา :ศึกษากรณี การโฆษณาเกินจริงสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร	990
70	บุญทริภ วสุวัต	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุดของผู้บริโภค ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร	998
71	พงศ์ธวัช จันทบุลย์	แนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์และบรรยากาศองค์การมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี	1012
72	พรชัย บุตรพันธ์	หลักธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน	1026
73	พระมหาถนุฐานันท์ อนุบาลโย (กุลจรัสโกคิน)	บทบาทสตรีในการพัฒนาสังคมตามหลักพหุศาสนา	1041
74	พระศรีสุวงศ์ สิริภทโท	พุทธทำนาย สะท้อนบทบาทหน้าที่สตรีในยุคปัจจุบัน :	1056
75	พระอุกฤษ ชาติญาโณ (ทวี)	รูปแบบการเสริมสร้างสุขภาพของผู้สูงอายุเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงของจังหวัดศรีสะเกษ	1067
76	พลกร วงศ์ลา และ สนั่น พรหมศิลา	ความสนใจศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เขตจังหวัดเลย จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดชัยภูมิ จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดชัยภูมิ	1082
77	พัชราวดี ตีร์ชัย และ สุภาพร สอนอินทร์	การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามนโยบายเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดนครนายก	1096
78	พัชรี อนุสิทธิ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง	1108
79	พิตตินันท์ แสนสิงห์	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขภาพิบาลอาหารของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขภาพิบาลอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร	1122

	ผู้แต่ง	เรื่อง	หน้า
80	พูนศักดิ์ พูลเมืองรัตน์ ชยาภรณ์ แสงเฟื่อง และ อาภาภญา กันนุลา	ผลกระทบของความเคยชินกับการชำระเงินสด ความกลัวการ สูญเสียมูลค่า ความเฉยชาต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ ของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	1134
81	เพ็ญแข ขุนจง	การประเมินผลและปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรข่าวกรองทาง ยุทธศาสตร์ ของศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการ กองทัพไทยให้สอดคล้องกับบริบททางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ยุคใหม่	1153
82	เพ็ญนิภา ยิ้มแย้ม	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อ การเช่าถนนอมจิตรต์แมนชั่น	1168
83	โพธิ์ศิษฏ์ สอนักดี	บทบาทและการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ : ศึกษาในห้วงเวลาปี พ.ศ. 2511-2541	1179
84	ไพรัตน์ สัมฤทธิ์	การเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ	1194
85	ภควรรณ วิมลศรี	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน : กรณีศึกษา บริษัท ไทย เอ็นไอเค จำกัด	1206
86	ภาสกร คุ่มศิริ	ความสัมพันธ์ระหว่างการตีตราบาททางสังคม เจตคติ และการ สนับสนุนทางสังคมในเด็กสมาธิสั้น	1219
87	ภูมิสิทธิ์ ขุนสิทธิ์	การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกตัวแทน ให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการส่งออก และนำเข้าในประเทศไทย	1234
88	มนัสนันท์ ดั่งเงิน	แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครวังสิต อำเภออัญบุรี จังหวัดปทุมธานี	1247
89	มัทฐิณี เหลาคนม	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงานและปัจจัยด้าน ประสบการณ์ในการทำงานกับความผูกพันในองค์กรของ พนักงานบริษัท คูโบต้า พรินซ์ แมชชีนเนอร์รี่ (ประเทศไทย) จำกัด	1260
90	มาฤทธิ สุขขัง	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนส ในเขตเทศบาลนครวังสิต	1276
91	มูทิตา อารยะเศรษฐากร	พฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ถ่ายภาพที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความ สนใจพิเศษที่บ้านสองนก อ่างกระจาน จังหวัดเพชรบุรี.	1290
92	เมธี ทองศรีเกตุ	พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาว ไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติ สวนหินผางาม จังหวัดเลย	1307

ปัจจัยด้านการรับรู้การสื่อสารเอกลักษณ์ของแบรนด์ MSI กรณีศึกษา MSI Shop สาขา
พันธุ์ทิพย์ ประตูน้ำ

Brand Identity Factor of MSI Brand Case Study of Pantip Pratunam

นภรัตน์ สุคันธปริย์¹

บทคัดย่อ

เนื่องจากในปัจจุบันนี้มีผู้คนจำนวนมากไม่น้อยที่ผ่อนคลายด้วยการเล่นเกม ไม่ว่าจะเป็นเกมในโทรศัพท์หรือแม้แต่เล่นจริงจังผ่านคอมพิวเตอร์ กระแสสังคมในยุคใหม่จะสะท้อนให้เห็นว่าคนเล่นเกมไม่จำเป็นจะต้องโดนต่อว่าหรือโดนสังคมรังเกียจอย่างเชงก่อก่อน เพราะตอนนี้มีคนบางกลุ่มที่เล่นเกมและสามารถสร้างอาชีพได้ ยกตัวอย่างการแข่งขันเกมระดับประเทศ E-Sport เรียกได้ว่าปัจจุบันการเล่นเกม โดยเฉพาะเกมแนว E-Sport นั้นสามารถสร้างรายได้อย่างมหาศาลให้กับทั้งผู้แข่งขันและเหล่าสปอนเซอร์เป็นอย่างมาก และยังสามารถช่วยในการพัฒนาทักษะต่าง ๆ ของคุณได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านภาษา ซึ่งถ้าใครอยากเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในด้านกีฬา E-Sport นั้น บอกได้เลยว่ามันไม่ได้ง่ายอย่างที่คิด เพราะทุก ๆ คนจะต้องมีการจัดแบ่งเวลาในการซ้อม ซ้อม และซ้อม รวมไปถึงการวางแผนก่อนเล่น, ระหว่างเล่น และวิเคราะห์การเล่นหลังจบทุกครั้ง เพื่อศึกษากฎการเล่นของคุณออกมาให้ได้มากที่สุด เพราะคนทุกคนมีความสามารถจำกัด แต่การเล่นเป็นทีมนั้นจะดึงความสามารถของคุณออกมาได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด และแบรนด์ MSI เป็นแบรนด์ที่คนเล่นเกมคุ้นหูว่าเป็น 1 ในสเปคที่คนเล่นเกมหรือสปอนเซอร์ให้ความสนใจ เนื่องจากสเปคที่สูงและรองรับได้ทุกเกมผ่านโน้ตบุ๊กแบรนด์ MSI ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในแบรนด์นี้และต้องการที่จะศึกษาประโยชน์ในอนาคตของคนเล่นเกมว่าจะสามารถต่อยอด สร้างรายได้เป็นอาชีพต่อไปได้อย่างไร หรือสามารถพัฒนาศักยภาพของคนเล่นเกมในอนาคตได้อย่างไร คือสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการจัดผัง Layout Plan เลือกวัดสดุ้ในร้าน MSI สาขาพันธุ์ทิพย์ประตูน้ำต่อไป

Abstract

Because today there are a lot of people who relax by playing games. Be it a game on the phone or even a serious play through the computer. This new generation of social media reflects on people playing the game. No need to hit that or socially disgusted like

¹ ภาควิชาการบริหารจัดการ สาขาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
cherrynapharat@gmail.com

before. Now there are some people who play games and can make a career. For example, the national E-Sport game is known as the current game. Especially the E-Sport game can make a tremendous contribution to both the contestants and the sponsors. It also helps to improve your skills, especially in the language. If anyone wants to be successful in sports, E-Sport can say that it is not as easy as you think, because everyone will have to spend time in rehearsals and rehearsals as well. Plan before play, play and analyze play after finish. To get the most out of your game play out. Because all people have limited abilities. But playing a team will pull you out endlessly, and the MSI brand is a brand that people are familiar with. That is one of the specs that players or sponsors pay attention. Because of the high specification and support for all games through MSI notebooks, the researchers are interested in this brand and want to study the future benefits of the gamers to be able to expand. How to make money as a career? Or can you develop the potential of future gamers? This is what the researcher wants to study in order to benefit Layout Plan layout, Select materials in MSI branch Pantip Pratunam.

1. บทนำ

MSI Brand คือแบรนด์ที่ผลิตคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กสำหรับคนเล่นเกมโดยเฉพาะด้วยสเปคที่สูงกว่าแบรนด์อื่นๆ เหล่าเกมเมอร์จึงเลือกใช้แบรนด์ MSI นอกจากนี้จะเจาะกลุ่มคนเล่นเกมแล้วยังมีอีก 1 กลุ่มคือ ผู้ที่ใช้โปรแกรมที่ต้องการสเปคสูงเช่น 3D MAX ในการเรนเดอร์ภาพเหมือนจริง

ทั้งนี้ MSI Brand จะมี Corporate Identity ในการออกแบบชั้นวางสินค้าและร้านค้าเพื่อให้คนเข้าเลือกซื้อหรือแม้แต่การทดลองเล่น เนื่องจากผู้วิจัยคือคนที่ออกแบบ Shop /Corner จึงทำให้ทราบถึงปัญหาของ Corporate identity คือคนที่เล่นเกมส่วนใหญ่ไม่นอกจากจะดูสินค้าจากชั้นวางของแล้ว ยังต้องการที่จะเข้าไปทำการทดลองเล่นเกมจริงๆ เพื่อทดลองสเปคของตัวเครื่อง แต่เนื่องจากพื้นที่ที่ดึงดูดให้กลุ่มคนเหล่านี้เข้ามาภายในร้านของ MSI Brand ยังมีไม่มากนัก ทำให้คนเหล่านี้ไม่กล้าที่จะเดินเข้าไปทดลองเล่นเกมกับคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของแบรนด์ MSI และอีกทั้งบางคนไม่ทราบว่าทางร้านของ MSI นั้นสามารถให้เข้าไปทดลองเล่นเกมได้ จึงต้องการที่จะสร้างความน่าดึงดูดของ MSI จากการออกแบบชั้นวางสินค้าให้มีมากยิ่งขึ้นไปอีก ให้มีความน่าตื่นเต้นและผู้วิจัยยังมีความต้องการให้กลุ่มคนเหล่านี้เข้าไปทดลองเล่นสินค้าจากชั้นวางสินค้านอกจากชั้นวางสินค้านั้นๆ

ผู้วิจัยจึงตระหนักการที่มีร้านค้า MSI จะช่วยให้ลูกค้าเข้าถึงเอกลักษณ์ของ MSI ได้ และยังช่วยให้กลุ่มลูกค้าเข้ามาให้ร้านและทดลองใช้สินค้าก่อนเลือกซื้อกลับไปใช้งาน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้เข้าใช้บริการในร้านค้า MSI ว่าผู้ใช้สินค้าแบรนด์นี้มีความต้องการอย่างไร
- 2.2 เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมและบริบทของร้านค้า MSI ทำอย่างไรจะสามารถดึงดูดลูกค้าให้สามารถเข้ามาซื้อสินค้าภายในร้าน
- 2.3 เพื่อเปรียบเทียบชั้นวางสินค้าของแบรนด์ MSI ระหว่างชั้นวางสินค้าแบบ Stand alone และแบบ Shop สำหรับคนเล่นเกมว่าแบบไหนจะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากกว่ากัน
- 2.4 เพื่อค้นคว้าหา Corporate Identity ของแบรนด์ MSI ที่จะสามารถส่งเสริมยอดขายของแบรนด์ MSI

3. ขอบเขตการวิจัย

- 3.1 การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาไปที่ Corporate Identity ของแบรนด์ MSI คือทำให้ผู้ใช้มีทิศทาง การจดจำเป็นไปในทางเดียวกันและส่งผลให้แบรนด์ MSI มีอัตลักษณ์
- 3.2 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาสภาพแวดล้อมและพฤติกรรมของคนเล่นเกมทำให้ทราบถึงการไม่กล้าเข้ามา ทดลองการใช้สินค้า ดังนั้นทางผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าอัตลักษณ์ของแบรนด์ MSI จะทำให้ผู้ใช้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น
- 3.3 วิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งของคู่แข่งที่เข้ามามีบทบาทและส่งผลต่อยอดขายของแบรนด์ MSI
- 3.4 เทคโนโลยีหรือเทรนด์ใหม่ๆที่เข้ามาและทำให้คนเล่นเกมมีความตื่นตาตื่นใจและมีความสนใจ
- 3.5 การหาข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องของ Corporate Identity และข้อมูลของการจัดงานแข่งขันเกมระดับโลกไม่ว่าจะเป็น League of Legend at Korea, Tokyo Game show at Japan, Street Fighter Big Festival.

4. ระเบียบวิธีวิจัย

4.1 กลุ่มตัวอย่าง : ลูกค้ายุคเก่าของแบรนด์ MSI ช่วงอายุ 18-30 ปี และลูกค้าใหม่ของแบรนด์ MSI ช่วงอายุเดียวกันจำนวน 100 คน

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. แบบสำรวจกายภาพพื้นที่ขายสินค้าของแบรนด์ MSI ใช้ในการจัดบันทึกด้านกายภาพการออกแบบร้านที่แสดงถึงความพรีเมียม และสภาพแวดล้อมการออกแบบร้านค้าทั่วไปจากการเก็บภาพถ่ายส่วนที่เป็นพื้นที่ขาย

2. แบบสอบถามเพื่อให้ทราบถึงปัญหาและความคิดเห็นด้านการรับรู้ของกายภาพร้านค้า MSI สาขาพันธุ์ทิพย์ ประตูน้ำ เรื่องของพื้นที่ภายในร้าน ว่ามีความต้องการแบบไหนและต้องการจะเปลี่ยนแปลงอะไร

3. แบบสัมภาษณ์เหล่าเกมเมอร์ที่มีชื่อเสียงในยุคนี้ และสัมภาษณ์เหล่า Game Caster ในด้านการเล่นเกม ว่าต้องการพื้นที่แบบไหนที่เป็นประโยชน์ต่อคนเล่นเกมทั้งในอนาคตและในปัจจุบัน

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล นำแบบสำรวจที่ได้ออกมาเป็นนามธรรมโดยการแจกแจงความต้องการของเหล่าเกมเมอร์จากนั้นนำมาขึ้นเป็นรูป perspective

4.4 ตัวแปรในการสำรวจและวิจัย

จากภาพ Perspective แบบที่ 1



ภาพที่ 4.4.1 ภาพ Perspective แบบที่ 1

ตารางที่ 4.4.1 แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับความเพียงพอของพื้นที่ภายในร้าน

- โซน VR One

ผลลัพธ์	จำนวนลูกค้าที่ตอบ	เฉลี่ยเป็นร้อยละ
พื้นที่เยอะ	35	35
พื้นที่ปานกลาง	37	37
พื้นที่น้อย	28	28
Total	100	100

- โซน Mini Tournament

ผลลัพธ์	จำนวนลูกค้าที่ตอบ	เฉลี่ยเป็นร้อยละ
พื้นที่เยอะ	2	2
พื้นที่ปานกลาง	15	15
พื้นที่น้อย	83	83
Total	100	100

- โซน Racing

ผลลัพธ์	จำนวนลูกค้าที่ตอบ	เฉลี่ยเป็นร้อยละ
พื้นที่เยอะ	85	85
พื้นที่ปานกลาง	15	15
พื้นที่น้อย	0	0
Total	100	100

สรุปจากภาพ Perspective แบบที่ 1 จำนวนกลุ่มลูกค้าทั้งหมด 100 คน

การจัดวาง Lay-out Plan และโซนต่างๆภายในร้าน ยังไม่มีความสมดุลนัก ทำให้ความพึงพอใจของลูกค้ายังไม่ดีเท่าที่ควร เนื่องจากโซน Racing น้อยเกินไปถ้าหากเทียบกับจำนวนคนที่เล่นเกมแข่งรถ (Need for Speed)

ผลสรุปจากแบบสอบถาม

จากภาพ Perspective แบบที่2



ภาพที่ 4.4.2 Perspective แบบที่2

ตารางที่ 4.4.2 แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับความเพียงพอของพื้นที่ภายในร้าน

- โซน VR One

ผลลัพธ์	จำนวนลูกค้าที่ตอบ	เฉลี่ยเป็นร้อยละ
พื้นที่เยอะ	0	0
พื้นที่ปานกลาง	4	4
พื้นที่น้อย	96	96
Total	100	100

- โซน Mini Tournament

ผลลัพธ์	จำนวนลูกค้าที่ตอบ	เฉลี่ยเป็นร้อยละ
พื้นที่เยอะ	95	95
พื้นที่ปานกลาง	4	4
พื้นที่น้อย	1	1
Total	100	100

- โซน Racing

ผลลัพธ์	จำนวนลูกค้าที่ตอบ	เฉลี่ยเป็นร้อยละ
พื้นที่เยอะ	0	0
พื้นที่ปานกลาง	0	0
พื้นที่น้อย	100	100
Total	100	100

สรุปจากภาพ Perspective แบบที่ 2 จำนวนกลุ่มลูกค้าทั้งหมด 100 คน

การจัดวางเฟอร์นิเจอร์ภายในร้านเข้าถึงลูกค้าได้ดี เนื่องจากมีโต๊ะเก้าอี้เหมาะกับการทดลองสินค้าและหากในอนาคตมี Mini Tournament ยังสามารถเข้ามาใช้บริการได้อีกด้วย ส่วนโซน VR และ Racing นั้น หากต้องการใช้พื้นที่จะต้องเคลื่อนย้ายโต๊ะและเก้าอี้เข้าไปในห้องเก็บของก่อน

ผลสรุปจากแบบสอบถาม

จากภาพ Perspective แบบที่3



ภาพที่ 4.4.3 Perspective แบบที่3

- โซน VR One

ผลลัพธ์	จำนวนลูกค้าที่ตอบ	เฉลี่ยเป็นร้อยละ
พื้นที่เยอะ	100	100
พื้นที่ปานกลาง	0	0
พื้นที่น้อย	0	0
Total	0	0

- โซน Mini Tournament

ผลลัพธ์	จำนวนลูกค้าที่ตอบ	เฉลี่ยเป็นร้อยละ
พื้นที่เยอะ	98	98
พื้นที่ปานกลาง	1	1
พื้นที่น้อย	1	1
Total	100	100

- โชน Racing

ผลลัพธ์	จำนวนลูกค้าที่ตอบ	เฉลี่ยเป็นร้อยละ
พื้นที่เยอะ	93	93
พื้นที่ปานกลาง	5	5
พื้นที่น้อย	2	2
Total	100	100

สรุปจากภาพ Perspective แบบที่ 3 จำนวนกลุ่มลูกค้าทั้งหมด 100 คน

ภายในร้านโล่งเกินไป จนไม่มีจุดดึงดูดความสนใจเท่าไรหรอก สำหรับคนที่ชื่นชอบการเล่น VR มีความพึงพอใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีพื้นที่มากพอที่จะเล่น และอีกทั้งยังสามารถชวนเพื่อนมาเล่นได้อีกด้วย ถ้าหากจะต้องจัดเป็น Mini Tournament ในอนาคตก็ยังสามารถนำโต๊ะมาวางได้

5. ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นการรับรู้การสื่อสารของ MSI SHOP

จากประเด็นคำถามข้อที่ 2 ของงานวิจัยคือ สภาพแวดล้อมแบบใดที่มีผลกระทบต่อทางเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าคนเล่นเกมแบรนด์ MSI จึงเป็นการหาคำตอบผ่านการรับรู้การสื่อสารของแบรนด์ MSI ผ่านกายภาพ ไม่ว่าจะเป็น Lay-out Plan ภาพ Perspective, แสงที่ใช้ภายในร้าน, วัสดุที่เลือกใช้ รวมถึงวิธีการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ต่างๆของคนเล่นเกม ว่ามีพฤติกรรมการเล่นเกมที่แตกต่างกันอย่างไร เนื่องจากแบบสอบถามที่ได้ส่งให้คนเล่นเกม 100 คน ก็จะมีประสบการณ์และลักษณะการเล่นเกมที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นในเรื่องของการออกแบบก็ยังคงต้องศึกษากันต่อไป ตามชนิดของเกมที่จะเล่น เพราะในอนาคตอาจจะมีการเล่นเกมที่ทันสมัยมากกว่านี้ อาจจะนำเทคโนโลยีมาช่วยในการออกแบบได้อีกด้วย

โดยรายละเอียดของการวิจัยคือ การสังเกตกลุ่มพฤติกรรมของคนเล่นเกมที่เข้ามาในร้าน และให้ลูกค้าเหล่านั้นทำแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในร้าน MSI ณ พันธุ์ทิพย์ประตูน้ำแห่งนี้ หลังจากนั้นจึงนำเอาข้อมูลข้างต้นมาประกอบกับการขึ้นภาพ 3D ให้ทางกลุ่มลูกค้าเหล่านี้เลือกอีก

ครั้งหนึ่ง ผลการวิจัยจะกล่าวถึงความพึงพอใจในร้านค้า, สภาพแวดล้อมที่คนเล่นเกมต้องการ และ Activity ที่จะเกิดขึ้นภายในร้าน ประกอบไปด้วยปัจจัยดังนี้

ผลการศึกษาความพึงพอใจของร้าน MSI สาขา พันธุ์ทิพย์ ประตูน้ํา

ตารางที่ 5.1 : ตารางแสดงความพึงพอใจของคนเล่นเกมทั้ง 5 ประเภท โดยลักษณะการเล่นก็จะแตกต่างกันออกไป

ประเภทของเกม	พอใจมาก	พอใจปานกลาง	พอใจน้อย
เกม FIFA Online	5	8	8
เกม Point Blank	2	7	8
เกม Battle Fields	10	7	3
เกม Need to Speed	15	13	0
เกม Titan of Space	9	2	3
Total	41	37	22

จากการศึกษาความพึงพอใจของคนเล่นเกมทั้ง 100 คน คนเล่นเกมทั้งหมด 41 คนมีความพอใจมากกับการออกแบบร้าน MSI สาขาพันธุ์ทิพย์ประตูน้ํา ไม่ว่าจะเป็นการใช้แสง วัสดุ หรือ เฟอร์นิเจอร์ต่างๆ ภายในร้าน




5.2 ผลการศึกษาความต้องการการใช้พื้นที่ของคนเล่นเกมในร้าน MSI สาขาพันธุ์ทิพย์ประตูน้ํา

ตารางที่ 5.2 : ตารางแสดงการศึกษาค้นคว้าความต้องการการใช้พื้นที่ของคนเล่นเกมในร้าน MSI สาขาพันธุ์ทิพย์ประตูน้ํา

ประเภทของเกม	Racing	VR One	Mini Tournament
เกม FIFA Online	0	1	21
เกม Point Blank	1	0	19
เกม Battle Fields	0	2	9
เกม Need to Speed	9	0	2
เกม Titan of Space	0	35	1
Total	10	38	52




จากการศึกษาความต้องการการใช้พื้นที่ของคนเล่นเกมในร้าน MSI 100 คน จำนวนความต้องการใช้พื้นที่ก็จะเฉลี่ยกันออกไปตามประเภทเกมที่เล่น ซึ่งถือว่าสมเหตุสมผล อาจจะมีแค่บางคนเท่านั้นที่ชอบเล่นเกมหลายประเภท

5.3 ผลการวิเคราะห์คนเล่นเกม จากภาพ Perspective 3 แบบ มีผลดังนี้

ลำดับที่	ภาพ Perspective	จำนวนคนที่ชอบ	ข้อเสนอแนะ
แบบที่ 1		17	มีเฟอร์นิเจอร์มาก และวางสินค้ามากเกินไป ทำให้เมื่อเข้าไปแล้วรู้สึกเหมือน Hard Sale เกินไป
แบบที่ 2		45	ดึงดูดใจเข้าไปทดลองก่อนซื้อ เนื่องจากมีพื้นที่ให้นั่งเล่น ไม่โดนกีดกันจาก PC เพราะมีพื้นที่รองรับ
แบบที่ 3		38	พื้นที่โล่งมากเกินไป แต่ทำให้เดินเข้าไปอยู่ในร้านได้นานขึ้นเพราะมีพื้นที่ให้เล่นเกมเยอะ

จากการวิเคราะห์คนเล่นเกม จากภาพ Perspective 3 แบบ ทำให้รู้ว่าคนเล่นเกมต้องการ Space ในการจัดงาน Tournament และต้องการให้มีพื้นที่สำหรับงานอีเวนต์ เนื่องจากต้องการให้มีการรวมตัวของเหล่า Influencers และ Game Caster เกิดขึ้นภายในร้าน และยังต้องการให้มีเพื่อน ๆ เข้ามาใช้พื้นที่นี้ด้วยกัน เพื่อความตื่นเต้นและความสนุกสนาน

5.4 ผลการเปรียบเทียบ Perspective ของแบรนด์ MSI ระหว่างชั้นวางสินค้าแต่ละแบบ ว่าแบบไหนจะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากกว่ากัน

Perspective	Racing	VR One	Mini Tournament
แบบที่ 1 	7	-	5
แบบที่ 2 	8	-	70
แบบที่ 3 	85	100	25
Total	100	100	100

6. สรุปผลและข้อเสนอแนะ

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้างต้น ทั้งศึกษาในเรื่องของความต้องการใช้พื้นที่ของคนเล่นเกม โดยได้ตอบคำถามการวิจัยได้แก่

6.1 ลูกค้าที่เข้ามาทุกคนมีความชอบในการเล่นเกมที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งในแต่ละประเภทที่เล่น การใช้พื้นที่ย่อมแตกต่างกันออกไป ดังนั้นการออกแบบพื้นที่ภายในร้านจะต้องเป็นเฟอร์นิเจอร์ลอยตัว สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา และยังคงต้องมีห้องเก็บของที่กว้างขวางเพื่อเก็บเฟอร์นิเจอร์ต่างๆ และควรมีกิจกรรมดึงดูดความสนใจ ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันแบบ Mini tournament ภายในร้าน หรืองานจัดงานอีเวนต์ต่างๆที่เกิดประโยชน์ภายในร้าน เพื่อให้ไม่น่าเบื่อและลูกค้าสามารถสลับเปลี่ยนมาเล่นเกมแนวที่ชอบได้อีกด้วย

6.2 การทำกิจกรรมต่างๆสามารถช่วยดึงดูดลูกค้าเข้ามาได้ สิ่งสำคัญที่สุดคือเหล่า Game Caster และ Influencer ชื่อดัง และของรางวัลต่างๆ รวมถึงPCหน้าร้านที่ต้องไม่ล้าสมัยลูกค้ามากเกินไป ให้ลูกค้าสามารถทดลองเล่นสินค้าในร้านได้

6.3 ขึ้นอยู่กับลักษณะการเล่นเกมนักค้า บางคนมีความต้องการใช้พื้นที่เยอะ บางคนสามารถเล่นโดยใช้เฟอร์นิเจอร์แบบ Stand Alone ได้

6.4 การมีตัวเลือกและเพิ่มช่องทางการทดลองเกมให้นักค้าโดยไม่ push การซื้อจนเกินไปช่วยให้นักค้าสามารถอยู่ในร้านได้นานขึ้น และยังทดลองสินค้าได้นานขึ้นเช่นกัน

ทั้งนี้สามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง พัฒนาการออกแบบร้าน MSI ได้โดยแบ่งออกเป็น 4 ข้อดังนี้

1. การออกแบบร้าน MSI ต้องทำให้มีลักษณะคล้ายกับร้านเกม โดยใช้แสงสีเข้ามาช่วย มีพื้นที่ทดลองสินค้า เช่น การจัดร้านแบบ Mini Tournament หรือ อาจเพิ่ม Activity โดยต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้านักค้าและผู้บริหารเป็นหลัก
2. การคงไว้ซึ่งภายในลักษณะและอัตลักษณ์ขององค์กร ทั้งเรื่องของโลโก้และโทนสี จะต้องเป็นสิ่งที่ให้นักค้านักค้าติดตามและจำได้ขึ้นใจว่าเป็นแบรนด์ MSI
3. คำนึงถึงพื้นที่ใช้สอยให้มากขึ้นกว่าเดิม ไม่ Hard Sale จนเกินไป เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ต้องการใช้เวลาในการทดลองสินค้าเพื่อเปรียบเทียบกับแบรนด์อื่น
4. นโยบายของผู้บริหารมาใช้คือให้ร้านนี้เป็น Flagship Store (ร้านเรือธง) คือ ไม่เน้นขายสินค้าอย่างเดียวโดยใช้หลักการในเรื่องของทฤษฎีต่างๆตามที่ได้กล่าวมา

7. เอกสารอ้างอิง

บทความ

[1] ชนิดา ภู่อุดมศักดิ์. 2551. วิทยานิพนธ์ เรื่องการศึกษาเกณฑ์การออกแบบเอกลักษณ์เชิงพื้นที่เพื่อการใช้สอยและรูปแบบสภาพแวดล้อมร้านค้าแบบเฟรนไชส์ : กรณีศึกษาร้านไอศกรีมสเวน เซ็นส์ , คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์สาขาออกแบบภายใน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

[2] สุธี แซ่เฮ้ง. 2554 การศึกษาพฤติกรรมและการรับรู้สภาพแวดล้อมของลูกค้านักค้าที่มีผลต่อการออกแบบร้าน THE WAFFLE ในรูปแบบ Stand-alone, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

[3] จักรกฤษณ์ พงษ์วุฒิประพันธ์. ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจบัณฑิต และการผลิต, กันยายน 2558, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. โครงการจัดตั้งบริษัทรับให้คำปรึกษาด้านการตลาด การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ , มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

[4] ทักขวดี เสถียรภาพอุยุทธ์. 2552. ภาพลักษณ์ของสภาพแวดล้อมสื่อถึงยุทธศาสตร์ขององค์กรได้อย่างไร :กรณีศึกษา การออกแบบภาพลักษณ์และเชิงพื้นที่ของสาขาธนาคารกสิกรไทยในห้างสรรพสินค้าและดิสคานท์สตรีท , งานวิจัยงบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

[5] ปริญญา มณีเนตร. 2552. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ส่งออกก้าวสู่ความเป็นสากล , มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

[6] ฉัตรชัย ศรีธาดาสุจริต,ชัยฤทธิ์ ทองรอด. December 2015 - March 2016 , วารสารสุนันทามนุษย์กับสังคม

หนังสือ

[7] ผศ. สุมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547. การออกแบบอัตลักษณ์: Corporate Identity

เว็บไซต์

[1] “FLAGSHIP STORES AS A METHOD OF ENTERING INTERNATIONAL MARKETS“. (2011) สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2561. / จาก

<http://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/osi/bulimm/PDF/BusinessLogisticsinModernManagement11/blimm1119.pdf>

[2] “The Impact of a Flagship vs. a Brand Store on Brand Attitude, Brand Attachment and Brand Equity“. (2013) สืบค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2561./ จาก

<https://pdfs.semanticscholar.org/a0d1/9f296a21b3ab8ccc3715f2a204da90e0410e.pdf>

8. คุณค่าและประโยชน์ของงานวิจัย

9.1 งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารของแบรนด์ MSI นำไปสู่การพัฒนาร้านค้านี้ต่อไปในอนาคต

9.2 งานวิจัยนี้จะส่งผลให้กลุ่มลูกค้าเข้าถึงแบรนด์ MSI ได้ง่ายขึ้น

9.3 ทำให้ทราบว่าสภาพแวดล้อมหรือบริบทของร้านค้า MSI แบบไหน ส่งผลให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการภายในร้าน

**ปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดีและคุณภาพบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดี
ของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐม**

THE affects of the loyalty factors and service quality of the customer loyalty sales
stationery shop of the Catholic school in Nakhonpathom province

นภาวัลย์ ชื่นภิรมณ์¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐม 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐม 3) ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐม 4) ศึกษาเปรียบเทียบเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐมโดยรวมอยู่ในระดับสูง 2) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐมโดยรวมอยู่ในระดับสูง 3) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐมโดยรวมอยู่ในระดับสูง 4) ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วยเพศ อายุ ที่แตกต่างกันมีผลต่อผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐม มีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับสูง

คำสำคัญ : ปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดี,คุณภาพบริการ,ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ

¹ บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการ

Abstract

The purpose of research was 1) To study opinions on the loyalty factors of customer sales stationery shop of the Catholic school in Nakhonpathom province.2) To study opinions on the service quality the affects of customer loyalty sales stationery shop of the Catholic school in Nakhonpathom province.3) To study opinions on the customer loyalty sales stationery shop of the Catholic school in Nakhonpathom province. 4) To compare the loyalty factor by personal factors of customer sales stationery shop of the Catholic school in Nakhonpathom province. The population and samples use in this study the sample were 400 peoples the research instrument was questionnaire.

The result of research found, 1) Opinions on loyalty factors of customer sales stationery shop of the Catholic school in Nakhonpathom province, was generally high.2) Opinions on service quality the affects of customer loyalty sales stationery shop of the Catholic school in Nakhonpathom province,was generally high.3) Opinions on customer loyalty sales stationery shop of the Catholic school in Nakhonpathom province,was generally high. 4) Different in personal factors include gender and age, that affects of the customer sales stationery shop of the Catholic school in Nakhonpathom province no different with the statistical significance was 0.05 level. When considering each side the customer loyalty sales stationery shop of the Catholic school in Nakhonpathom province. There is a positive relationship was generally high.

Keywords: loyalty factors, service quality, customer loyalty

บทนำ

ปัญหาองค์กรมีความสามารถในการแข่งขันสูง มีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน พร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรงและรวดเร็วในยุคปัจจุบัน ทำให้องค์กรต้องสร้างความเข้มแข็งและเพื่อให้เกิดความจงรักภักดีต่อองค์กรจึงนำปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดีและคุณภาพบริการในการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทในการสร้างความจงรักภักดีให้เกิดขึ้นกับทุกองค์กร การสร้างความจงรักภักดีต่อองค์กรนั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะบุคลากรเป็นกำลังสำคัญที่ทำให้องค์กรขับเคลื่อนไปสู่ความสำเร็จตามที่องค์กรตั้งเป้าหมายไว้

ดังนั้น คุณภาพบริการจะต้องเป็นไปตามที่ลูกค้าต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า สร้างความเชื่อมั่นได้ว่า ลูกค้าจะเลือกใช้บริการขององค์กรต่อไป จึงเป็นที่มาของการวิจัยในครั้งนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ ดังนี้ คือ

- 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐม
- 2) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐม
- 3) เพื่อศึกษาระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐม
- 4) ศึกษาเปรียบเทียบเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานการวิจัย

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนที่แตกต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐม แตกต่างกัน
- 2) ปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดีและคุณภาพบริการมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐม

ประโยชน์ที่ได้รับ

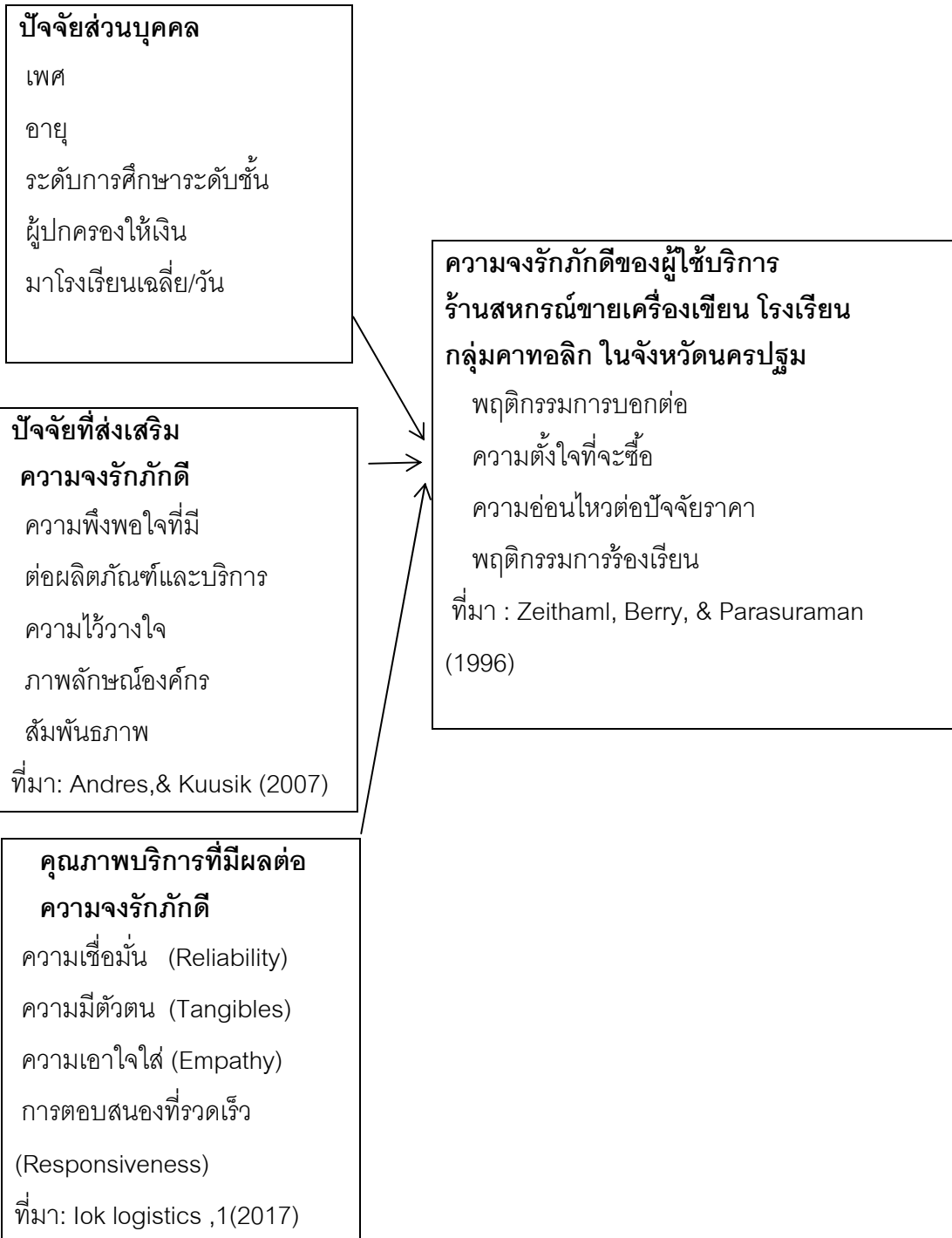
- 1) ทราบถึงปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดีและคุณภาพบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก
- 2) เพื่อประโยชน์ต่อการบริหารงานในร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดวิจัย การศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดีและคุณภาพบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐม

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การศึกษาดำเนินไปตามลำดับขั้นต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎี

1.1 แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดี

1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดี

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 งานวิจัยในประเทศ

2.2 งานวิจัยในต่างประเทศ

แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดี

ความหมายของปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดี ประกอบด้วย ด้านความพึงพอใจ,ด้านความไว้วางใจ,ด้านภาพลักษณ์องค์กร,ด้านสัมพันธภาพ

-ด้านความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกยินดีหรือผิดหวังของลูกค้าอันเนื่องมาจากการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานจริงของสินค้า หรือ ผลประโยชน์จริงของสินค้าที่เกิดจากการรับรู้ด้วยตนเอง (product's perceived performance) กับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง (butler's expectation)

-ด้านความไว้วางใจ หมายถึง พื้นฐานของความสัมพันธ์ทางการติดต่อสื่อสารในการให้บริการแก่ลูกค้า องค์กรจำเป็นต้องเรียนรู้ทฤษฎีความสัมพันธ์ใกล้ชิดความคุ้นเคยเพื่อครองใจลูกค้า (Stern, 1997, pp. 7-17 อ้างใน วรารัตน์ สันติวงษ์, 2549, หน้า 18) ในระหว่างการให้บริการอยู่นั้น ความเชื่อมั่นดังกล่าวจะเกิดขึ้น เมื่อผู้บริโภคพิจารณาผู้ ให้บริการที่เป็นทางเลือก 2 ประการ คือ ความน่าเชื่อถือมากที่สุดและมีความซื่อสัตย์จริงใจอย่างสูง

-ด้านภาพลักษณ์องค์กร หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจหรือความรู้สึกนึกคิดของคนที่มีต่อหน่วยงานนั้นๆ ทั้งนี้การรับรู้หรือภาพดังกล่าวเป็นผลมาจากการกระทำของคนในองค์กรนั้นนั่นเอง หากองค์กรใดสมาชิกส่วนใหญ่ขาดความกระตือรือร้น ไม่ได้รับการพัฒนา ไม่รู้ทิศทางเป้าหมายในการปฏิบัติงาน ย่อมส่งผลให้ผลงานออกมาไม่มีคุณภาพ ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือ ศรัทธาและความร่วมมือจากประชาชน “ภาพลักษณ์” ขององค์กรย่อมตกต่ำกลายเป็น “ภาพลบ” ในที่สุด (สายพิณ เจริญเชาว์:2015) ภาพลักษณ์องค์กร ที่ส่งผลต่อลูกค้า

-ด้านสัมพันธภาพ หมายถึง ความผูกพันรักใคร่ ความใกล้ชิดคุ้นเคยสนิทสนมระหว่างบิดา มารดา และบุตรตลอดถึงเครือญาติและบุคคลอื่น ๆ ในครอบครัวที่อาศัยอยู่ในครัวเรือนนั้น ๆ ด้วยความสัมพันธ์

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

ความหมายของคุณภาพบริการ ประกอบด้วย ด้านความเชื่อมั่น ด้านความมีตัวตน ด้านความเอาใจใส่และด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว

-ด้านความเชื่อมั่น หมายถึง เชื่อมั่นในคุณภาพการให้บริการของร้านสหกรณ์ชายเครื่องเขียน ตลอดจนพนักงานร้านสหกรณ์ชายเครื่องเขียนมีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือและพนักงานร้านสหกรณ์ชายเครื่องเขียนสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ

-ด้านความมีตัวตน หมายถึง รูปลักษณ์ทางกายภาพ อาคาร วัสดุอุปกรณ์ การบริการที่ดี รวมทั้งให้บริการตัวตน (The self) เป็นศูนย์กลางของบุคลิกภาพที่เป็นส่วนของการรับรู้และค่านิยมเกี่ยวกับตัวเรา

-ด้านความเอาใจใส่ หมายถึง ภาวะความกังวล ห่วงใย ความเอาใจใส่อย่างจริงจัง พะยอม อยู่สวัสดี (2539)โดยทั่วไปการดูแลเป็นคำที่ใช้ความหมายด้านบวก ที่ใช้เพื่อความรู้สึกที่ดี ซึ่งเกิดจากการมีสัมพันธภาพ ความรักความเอาใจใส่ต่อกัน เน้นความรู้สึกด้านจิตใจและอารมณ์ของบุคคล(Watson, 1988)

-ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว หมายถึง ความพร้อมของหน่วยงานบริการ และผู้ปฏิบัติงานให้บริการที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้ทันทีที่ต้องการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดี

ความหมายของความจงรักภักดี ประกอบด้วย ด้านพฤติกรรมการบอกต่อ ด้านความตั้งใจที่จะซื้อ ด้านความอ่อนไหวต่อปัจจัยราคาและด้านพฤติกรรมการร้องเรียน

-ด้านพฤติกรรมการบอกต่อ หมายถึง การพูดถึงสิ่งที่ดีเกี่ยวกับผู้ให้บริการหรือการบริการ แนะนำและกระตุ้นให้คนอื่นสนใจและใช้บริการนั้น ซึ่งสามารถที่จะนำมาวิเคราะห์ความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อผู้ให้บริการ

-ด้านความตั้งใจที่จะซื้อ หมายถึง พฤติกรรมของการใช้บริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภค (Yi, 1990) เป็นความสัมพันธ์โดยตรงที่มีโครงสร้างความสัมพันธ์เป็นบวกก่อให้เกิดการกลับมาใช้ซ้ำอีก (Zahorik & Keiningham, 1996) แสดงให้เห็นถึงแรงบันดาลใจของบุคคลในการใช้ความพยายามสู่ความสำเร็จของพฤติกรรม (Ajzen, 2005) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ที่กำหนดความตั้งใจ ดังที่อาร์มสตรองและคอตเลอร์ (Kotler & Armstrong, 2000) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อไว้ว่า ในการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจซื้อนั้นมีปัจจัยที่ใช้กำหนดความตั้งใจของผู้บริโภค 2 ประการ ได้แก่ ปัจจัยที่มาจากตัวบุคคลและปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้น

-ด้านความอ่อนไหวต่อปัจจัยราคา หมายถึง การกำหนดราคาต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ หลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มลูกค้า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของลูกค้ามีความยุ่งยาก ซับซ้อน ลูกค้าบางรายเลือกซื้อสินค้าที่ราคาสูงแทนการเลือกสินค้าที่ราคาต่ำ

-ด้านพฤติกรรมกรรร้องเรียน หมายถึง พฤติกรรมกรรร้องเรียนของลูกค้าเป็นผลมาจาก แรงกระตุ้นหลักคือ 'ความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction)' ของลูกค้าต่อธุรกิจบริการ โดยลูกค้าแต่ละรายจะมีการแสดงออกต่อความไม่พึงพอใจแตกต่างกัน ลูกค้ากว่าครึ่งเลือกที่จะไม่ร้องเรียนต่อ ธุรกิจหรือองค์กร (Jones, McCleary, and Lepisto, 2002)

งานวิจัยในประเทศ

กฤศ ทองงาม. (2546) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นและพฤติกรรมที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ ปากกาประเภทใช้แล้วทิ้ง ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป และเคยซื้อปากกาประเภทใช้แล้วทิ้ง 415 ตัวอย่าง ผลการ เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อปากกา ประเภทใช้แล้วทิ้งพบว่าผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อปากกาประเภทใช้แล้วทิ้งแตกต่างกัน

อรพินท์ ภัทรวชิษฏ์สันต์. (2546) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อเครื่องเขียนของ นักศึกษาที่ศึกษาในสาขาทางศิลปะในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเก็บ ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 278 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคพิจารณาเลือกซื้อเครื่องเขียน จากรูปแบบและคุณภาพที่ต้องการ โดยซื้อจากร้านค้าประจำ 2-3 ร้าน จำนวนเงินที่ซื้อครั้งละ 100-300 บาท โดยเปรียบเทียบราคาและคุณภาพที่เหมาะสมกัน และให้ความสำคัญกับการบริการของ ร้านค้าโดยจะซื้อสินค้าจากร้านที่สามารถเลือกได้เอง มียี่ห้อที่ต้องการ ทันสมัย ราคาถูก ปัญหาที่ พบส่วนใหญ่ คือ ไม่สามารถเปลี่ยนของได้ หากเกิดการชำรุด และสำหรับด้านส่วนประสมทาง การตลาดพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขาย ราคา และ ช่องทางการจำหน่าย

อำพร จงรัตนากุล. (2548) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ กระดาษ Double A แบบ Delivery ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บ รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 385 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ ระดับการศึกษาที่ แตกต่างกันมีจำนวนการซื้อต่อครั้งและปริมาณการสั่งซื้อบาทต่อครั้งแตกต่างกัน และผู้บริโภคที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อด้านความถี่ในการซื้อ แตกต่างกัน

งานวิจัยในต่างประเทศ

Sung Jin Yoo (2005:38) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “An Exploratory Research on the Store Image Attributes Affecting Its Store Loyalty” จากการศึกษาปัจจัยภาพลักษณ์ของร้านมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีในตลาดการแข่งขันระหว่าง Department stores กับ discount stores

ผลของการศึกษา Department Stores ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของร้าน ปัจจัยสำคัญที่สุดบรรยากาศของร้าน เช่น การตกแต่ง การใช้แสงสี ปัจจัยที่สองคือ การเข้าถึงร้านได้ง่าย เช่นระบบการขนส่งที่จอดรถ ปัจจัยที่สามความสะดวกของการเลือกซื้อ ง่ายต่อการหาสินค้า ปัจจัยที่สี่ การบริการของพนักงาน ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ คุณภาพของสินค้าที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี ปัจจัยที่สอง การโฆษณา ปัจจัยที่สาม บรรยากาศของร้าน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitation Research) โดยเน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจ (Survey Research) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ 1) **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ชายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐมโดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ชายเครื่องเขียนโรงเรียนซึ่งในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างนั้นผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่ม ตัวอย่างตามสูตรการคำนวณของ Taro Yamane และในงานวิจัยได้เป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง 2) **เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับชั้นผู้ปกครองให้เงินมาโรงเรียนเฉลี่ยต่อวัน มีลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดีที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ชายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐม ซึ่งใช้คำถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับของ ลิเคอร์ท (Likert) ประคอง กรรณสูต 2538 : 77

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

เกณฑ์การแปลความหมายหาค่าเฉลี่ย ใช้หลักเกณฑ์ ดังนี้

เกณฑ์ในการวัด 4.21-5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

เกณฑ์ในการวัด 3.41-4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก

เกณฑ์ในการวัด 2.61-3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง

เกณฑ์ในการวัด 1.81-2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย

เกณฑ์ในการวัด 1.00-1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นคุณภาพบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐม ซึ่งใช้คำถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับของ ลิเคอร์ท (Likert)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐม ซึ่งใช้คำถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับของ ลิเคอร์ท (Likert)

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการวิจัย (สรุปและอภิปรายผล)

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐม จากจำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีทั้งหมด 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.20 มีอายุระหว่าง 7-10 ปี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.24 มีระดับการศึกษาในระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้นจำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.60 ผู้ปกครองให้เงินมาโรงเรียนเฉลี่ยต่อวัน 151-200 บาท จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.79

ตารางที่ 1.1 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (n = 400)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	150	37.31
หญิง	250	62.20
อายุ		
7-10 ปี	210	52.24
11-14 ปี	90	22.39
15-18 ปี	100	25.37
ระดับการศึกษาระดับชั้น		
ประถมศึกษาตอนต้น	267	66.60
มัธยมศึกษาตอนต้น	89	22.44
มัธยมศึกษาตอนปลาย	44	10.96

รวม	400	100
ผู้ปกครองให้เงินมาโรงเรียนเฉลี่ย/วัน		
50-100 บาท	101	25.12
101-150 บาท	129	32.09
151-200 บาท	170	42.79
รวม	400	100

ที่มา: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามรวมทั้งสิ้น 400 คนจาก 3 โรงเรียนกลุ่มคาทอลิก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดีที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิกในจังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 2.1 ปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิกในจังหวัดนครปฐม โดยรวมในแต่ละด้าน

(n=400)

ลำดับ	ปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดี	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ด้านความพึงพอใจ	3.52	0.54	มาก
2	ด้านความไว้วางใจ	3.30	0.45	ปานกลาง
3	ด้านภาพลักษณ์องค์กร	3.33	0.43	ปานกลาง
4	ด้านสัมพันธภาพ	3.74	0.52	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.47	0.27	มาก

จากตารางที่ 2.1 พบว่าปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐมมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ $\bar{X} = 3.47$, S.D. = 0.27)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสัมพันธภาพ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด $\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.52) รองลงมาคือ ด้านความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.54), ด้านภาพลักษณ์องค์กรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง $\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.43) และลำดับท้ายสุดคือ ด้านความไว้วางใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง $\bar{X} = 3.30$, S.D. = 0.45) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นคุณภาพบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิกในจังหวัดนครปฐม โดยรวมในแต่ละด้าน

ตารางที่ 3.1 คุณภาพบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิกในจังหวัดนครปฐม โดยรวมในแต่ละด้าน

(n=400)

ลำดับ	คุณภาพบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดี	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ด้านความเชื่อมั่น	3.74	0.52	มาก
2	ด้านความมีตัวตน	3.98	0.41	มาก
3	ด้านความเอาใจใส่	4.07	0.48	มาก
4	ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว	3.81	0.51	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.90	0.25	มาก

จากตารางที่ 3.1 พบว่าคุณภาพบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิกในจังหวัดนครปฐม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90, S.D. = 0.25$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านความเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07, S.D. = 0.48$) รองลงมาคือ ด้านความมีตัวตนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98, S.D. = 0.41$), ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81, S.D. = 0.51$) และลำดับสุดท้ายคือ ด้านความเชื่อมั่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74, S.D. = 0.52$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 4.1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐม โดยรวมในแต่ละด้าน

(n = 400)

ลำดับ	ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก ในจังหวัดนครปฐม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ด้านพฤติกรรมการบอกต่อ	3.88	0.29	มาก
2	ด้านความตั้งใจที่จะซื้อ	3.97	0.57	มาก
3	ด้านความอ่อนไหวต่อปัจจัยราคา	3.79	0.41	มาก
4	ด้านพฤติกรรมการร้องเรียน	4.11	0.56	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.94	0.26	มาก

จากตารางที่ 4.1 พบว่าความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิกในจังหวัดนครปฐมโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.26)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านพฤติกรรมการร้องเรียนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.56), รองลงมา คือ ด้านความตั้งใจที่จะซื้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.57), ด้านพฤติกรรมการบอกต่อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.29) และลำดับสุดท้ายคือ ด้านความอ่อนไหวต่อปัจจัยราคามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.41) ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิกในจังหวัดนครปฐม ไม่แตกต่างกัน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ขายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก	ชาย		หญิง		t	p-value
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านพฤติกรรมการบอกต่อ	4.06	0.32	3.78	0.22	4.06	0.32
ด้านความตั้งใจที่จะซื้อ	4.20	0.59	3.84	0.51	4.20	0.59
ด้านความอ่อนไหวต่อปัจจัยราคา	3.45	0.40	4.00	0.27	3.45	0.40
ด้านพฤติกรรมการร้องเรียน	4.07	0.49	4.13	0.61	4.07	0.49
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.94	0.27	3.94	0.26	3.94	0.27

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย (สรุป อภิปรายผล)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.20 มีอายุระหว่าง 7-10 ปี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.24 มีระดับการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้นจำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.60 ผู้ปกครองให้เงินมาโรงเรียนเฉลี่ยต่อวัน 151-200 บาท จำนวน 170 คน คิดเป็น

ร้อยละ 42.79

2) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ชายเครื่องเขียน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสัมพันธภาพ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.52) รองลงมาคือ ด้านความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.54), ด้านภาพลักษณ์องค์กรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง $\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.43) และลำดับท้ายสุด คือ ด้านความไว้วางใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง $\bar{X} = 3.30$, S.D. = 0.45) ตามลำดับ

3) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ชายเครื่องเขียน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านความเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.48) รองลงมาคือ ด้านความมีตัวตนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.41), ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.51) และลำดับสุดท้ายคือ ด้านความเชื่อมั่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.52) ตามลำดับ

4) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ชายเครื่องเขียน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านพฤติกรรมการร้องเรียนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.56) รองลงมา คือ ด้านความตั้งใจที่จะซื้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.57) ด้านพฤติกรรมการบอกต่อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.29) และลำดับสุดท้ายคือ ด้านความอ่อนไหวต่อปัจจัยราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.41) ตามลำดับ

5) ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ชายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิกในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการศึกษา

1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.20 มีอายุระหว่าง 7-10 ปี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.24 มีระดับการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้นจำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.60 ผู้ปกครองให้เงินมาโรงเรียนเฉลี่ยต่อวัน 151-200 บาท จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.79 สอดคล้องกับงานวิจัยของศรีธัญย์ แสงสิงห์ศักดิ์.(2546) พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มี เพศ อายุ ระดับชั้น รายได้ มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อปากกาเน้นข้อความ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมพร จงรัตนากุล (2548) พบว่า สัมพันธภาพและความพึงพอใจกับพฤติกรรมการซื้อกระดาษ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสั่งซื้อกระดาษ(ริม/ครึ่ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากสอดคล้องกับผลการศึกษาของอรพินท์ ภัทรวชิษฐิ์สุนทร.(2546) เรื่องพฤติกรรมการซื้อเครื่องเขียนของนักศึกษาพบว่าความเอาใจใส่จากการให้บริการของร้านค้าเป็นสิ่งสำคัญของการให้บริการโดยจะซื้อสินค้าจากร้านที่สามารถเลือกได้เอง มีข้อมูลที่ต้องการทันสมัย ราคาถูก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยุทธพงษ์ พิมพ์พิพัฒน์. (2559) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความจงรักภักดีกับด้านความตั้งใจที่จะซื้อของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5) ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านสหกรณ์ ชายเครื่องเขียนโรงเรียนกลุ่มคาทอลิก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ไม่แตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

นพดล ร่มโพธิ์.(2555).ปัจจัยที่ส่งเสริมความจงรักภักดีเป็นตัววัดความพึงพอใจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ภาวิณี ทองแย้ม.(2560).คุณภาพบริการเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารจัดการ. คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

ปิยะฉัตร แวงโสธรณ์.(2548). ความจงรักภักดีต่อองค์การ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

อิทธิพลของปัจจัยในการกลั่นบรันตีมะเกี๋ยงและการประเมินคุณภาพทางประสาทสัมผัส

Effects of Factors in Makiang Brandy Distillation and Sensory Evaluation

กาญจนา นาคประสม อุมพร อุประ หยาดฝน ทนงการกิจ และนักรบ นาคประสม*

Kanjana Narkprasom, Umaporn Upara, Yardfon Tanongkankit and Nukrob Narkprasom*

บทคัดย่อ

การแปรรูปมะเกี๋ยงเป็นบรันตีกลั่นเป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตรที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น ดังนั้นอิทธิพลของปัจจัยในการกลั่นระดับห้องปฏิบัติการประกอบด้วยเปอร์เซ็นต์วัตถุดิบในภาชนะ อุณหภูมิให้ความร้อน และความเร็วรอบในการกวนถูกนำมาศึกษาเพื่อใช้ในการออกแบบเครื่องกลั่นสุรา ตลอดจนทดสอบทางประสาทสัมผัสเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์อื่นๆที่แปรรูปจากวัตถุดิบต่างกัน ผลการทดลองจากการวิเคราะห์ทางสถิติพบว่าสภาวะที่เหมาะสมที่ 60 เปอร์เซ็นต์วัตถุดิบในภาชนะ อุณหภูมิให้ความร้อนวัตถุดิบ 90 องศาเซลเซียส และการกวนที่ความเร็วรอบ 100 rpm ให้ปริมาณเปอร์เซ็นต์ผลผลิตของบรันตีมะเกี๋ยงกลั่นอยู่ในกลุ่มสูงสุด และใช้พลังงานอยู่ในกลุ่มต่ำสุด ดังนั้นแนวทางในการออกแบบเครื่องกลั่น ควรออกแบบหม้อกลั่นเป็นรูปทรงกรวยกลั่นที่ 60 เปอร์เซ็นต์วัตถุดิบในภาชนะ ใช้วัสดุที่มีค่านำความร้อนสูงเพื่อประหยัดพลังงาน ติดตั้งใบกวนในหม้อกลั่นเพื่อกระจายความร้อนของวัตถุดิบให้สม่ำเสมอ การทดสอบทางประสาทสัมผัสแสดงให้เห็นว่าการเพิ่มมูลค่าให้กับบรันตีมะเกี๋ยงกลั่นสามารถทำได้โดยการเพิ่มเทคนิคการแต่งกลิ่น และการกลั่นแบบต่อเนื่องเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค

คำสำคัญ : บรันตีมะเกี๋ยง การกลั่น การประเมินคุณภาพทางประสาทสัมผัส

Abstract

The makiang (*Cleistocalyx operculatus* var. *Paniala*) processing into distilled brandy is a way to add value of the unique local agricultural product. Therefore, the influences of laboratory distillation factors (percentage of raw materials in distilled pot, heating temperature, and agitation speed) were studied for the design of distillation equipment. As well as sensory evaluation to study and compare different distilled spirits from different raw materials. The results from statistical analysis found that optimal condition at 60% of raw materials in distilled pot, 90°C of heating temperature and 100 rpm of agitation indicated the highest group of yield of distilled brandy from makiang and lowest group of consumed energy. Therefore, the design guidelines for distilled pot were the conical shape with

distilled at 60% of quantity of raw material, use high thermal conductivity of materials to save energy and install an agitation equipment to distribute the heat of raw materials. The sensory test indicated that increasing value of makiang brandy can achieves with adding aromatic and continuous distillation techniques to obtain a product in accordance with the needs of consumer.

Keywords : Makiang brandy, distillation, sensory evaluation

บทนำ

มะเกี๋ยง (*Cleistocalyx operculatus* var. *Paniala*) เป็นพืชพื้นเมืองทางภาคเหนือของไทย และเป็นผลไม้ในโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ โดยมะเกี๋ยงนั้นมีกลิ่นและรสหวานฝาดเฉพาะตัว มีคุณค่าทางโภชนาการที่มีประโยชน์ในด้านการแพทย์เหมาะสำหรับทำผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม เนื่องจากในผลและเมล็ดมะเกี๋ยงมีสารออกฤทธิ์ทางชีวภาพหลากหลายชนิดสารประกอบฟีนอลิก และสารแอนโทไซยานินที่มีคุณสมบัติต้านอนุมูลอิสระ (Sukprasansap, Chanvorachote, & Tencomnao, 2017; Narkprasom, Narkprasom, & Upara, 2015) อย่างไรก็ตามผลมะเกี๋ยงนั้นมีอายุหลังเก็บเกี่ยวที่สั้นและยังไม่เป็นที่นิยมในการบริโภค ทำให้มีผลมะเกี๋ยงเหลือทิ้งเป็นจำนวนมาก ตลอดจนการสกัดสารสำคัญเพื่อทำเครื่องสำอางค์นั้นต้องใช้อุปกรณ์เครื่องมือวิเคราะห์หรือการทำให้บริสุทธิ์ที่มีราคาสูง ต้องใช้องค์ความรู้มาก ยุ่งยากสำหรับเกษตรกรผู้ปลูกและแปรรูปมะเกี๋ยง และใช้เวลานานจึงไม่คุ้มค่ากับการลงทุน

สุรากลั่นเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้จากข้าวเหนียว โดยการนำข้าวเหนียวไปหมักด้วยลูกแป้งเพื่อให้ได้สาโทหรือไวน์ข้าว แล้วนำไปกลั่น ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นองค์ความรู้ของชุมชนผ่านการปรับปรุงมาเป็นระยะเวลานาน (นาคประสม, 2548) บรันดิกกลั่นนั้นมียังองค์ความรู้ที่คล้ายกันกับการทำสุรากลั่นแต่แตกต่างที่วัตถุดิบโดยบรันดิกกลั่นใช้ผลไม้ ส่วนสุรากลั่นใช้ธัญพืชในการหมักไวน์ ชุมชนที่มีองค์ความรู้ด้านสุรากลั่นสามารถดัดแปลงกระบวนการเพื่อทำบรันดิกกลั่นเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน และยังเป็นผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคทั่วโลก (Delgado, Durán, Castro, Natera, & Barroso, 2010) ทั้งนี้รสชาติของแอลกอฮอล์ในบรันดิกกลั่นขึ้นอยู่กับวัตถุดิบของกระบวนการหมักไวน์ที่มีความเฉพาะตัวของท้องถิ่น

บรันดิกกลั่นจากมะเกี๋ยงเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมสำหรับผู้บริโภค มีกระบวนการทำที่ไม่ยุ่งยาก มีความเฉพาะตัวของวัตถุดิบ และพื้นที่เพาะปลูก โดยการผลิตบรันดิกมะเกี๋ยงในงานศึกษานี้เป็นการเพิ่มกระบวนการกลั่นต่อจากการหมักไวน์มะเกี๋ยง ซึ่งบรันดิกกลั่นที่ได้เป็นแอลกอฮอล์สีขาวใส

และศึกษาอิทธิพลของปัจจัยในการกลั่นของชุดเครื่องกลั่นในระดับห้องปฏิบัติการ เพื่อเป็นข้อมูลนำไปพัฒนาออกแบบสร้างเครื่องกลั่น ตลอดจนศึกษาการทดสอบทางประสาทสัมผัสเพื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับสุรากลั่นที่ใช้วัตถุดิบต่างกันและมีขายตามท้องตลาด ประกอบด้วย สุรากลั่นจากข้าวสาลีแดงกลั่นราสเบอร์รี่ สุรากลั่นจากข้าว และสุรากลั่นจากน้ำตาลอ้อย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยในการกลั่นบรันดีได้แก่ เปรอร์เซ็นต์วัตถุดิบในภาชนะ อุณหภูมิในการให้ความร้อน และความเร็วรอบในการกวน เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบเครื่องกลั่นสุรา ตลอดจนการนำบรันดีมะเกี๋ยงไปทดสอบทางประสาทสัมผัสเพื่อพิจารณาถึงความต้องการของผู้บริโภค โดยงานวิจัยนี้คาดหวังว่าการนำวัตถุดิบเฉพาะของท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ช่วยยกระดับพืชผลทางการเกษตรให้มีมูลค่าสูงขึ้น สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนและเกษตรกรช่วยกันอนุรักษ์พืชเฉพาะถิ่นชนิดนี้ต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

ผลมะเกี๋ยงและการเตรียมวัตถุดิบ

มะเกี๋ยงสายพันธุ์ LP-100 นำมาจากโครงการวิจัยการผลิตน้ำมะเกี๋ยงสกัดเข้มข้นของโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ศูนย์วิจัยพืชสวนจังหวัดลำปาง โดยมะเกี๋ยงถูกเก็บรักษาโดยแช่แข็งที่โรงงานนำร่อง คัดเลือกผลที่สมบูรณ์ ไม่เน่าเสีย นำมาละลายน้ำแข็งและล้างทำความสะอาด

กระบวนการหมักไวน์มะเกี๋ยง

นำผลมะเกี๋ยงสายพันธุ์ LP-100 ไปแยกเนื้อออกจากเมล็ด เพื่อเพิ่มเนื้อสัมผัสในการต้มสกัดน้ำมะเกี๋ยงและสีออกจากผล นำเนื้อมะเกี๋ยงต้มกับน้ำสะอาดที่อุณหภูมิ 90 องศาเซลเซียส เป็นระยะเวลา 1 ชั่วโมง น้ำมะเกี๋ยงถูกนำมากรองด้วยผ้าขาวบางเพื่อแยกเนื้อมะเกี๋ยงออก จากนั้นนำมาปรับกรดและเติมน้ำตาลเพื่อให้ได้ความหวาน 22 องศาบริกซ์ พักทิ้งไว้ให้เย็นพักทิ้งไว้ให้อุณหภูมิอยู่ที่ 40 องศาเซลเซียส เติมนีสต์ 0.3%w/v และDAP 0.06%w/v หมักทิ้งไว้เป็นเวลา 10 วัน ได้ไวน์มะเกี๋ยงเพื่อนำไปกลั่น

ชุดเครื่องกลั่นในระดับห้องปฏิบัติการ

ชุดเครื่องกลั่นในระดับห้องปฏิบัติการประกอบไปด้วยขวดแก้วรูปชมพูนขนาด 250 มิลลิลิตรใช้เป็นภาชนะใส่ไวน์มะเกี๋ยงต่อเข้ากับชุดเครื่องแก้วคอนเดนส์เซอร์โดยชุดของเครื่องแก้วถูกแลกเปลี่ยนความร้อนด้วยน้ำที่อุณหภูมิห้อง เพื่อกลั่นบรันดี ซึ่งด้านล่างของเป็นภาชนะใส่ไวน์มะเกี๋ยงเป็นเครื่องกวนสารให้ความร้อน (Hotplate Stirrer รุ่น C-MAG HS 10)

อิทธิพลของปัจจัยในการกลั่นไวน์มะเกี๋ยงในระดับห้องปฏิบัติการ

การศึกษาอิทธิพลของการกลั่นบรันดีจากมะเกี๋ยงในระดับห้องปฏิบัติการ โดยปัจจัยที่นำมาพิจารณาประกอบไปด้วย เปอร์เซ็นต์ของปริมาณไวน์มะเกี๋ยงต่อปริมาตรของภาชนะ, x_1 (40 50 60 70 และ 80 เปอร์เซ็นต์โดยปริมาตร) หาได้จากสูตรที่ 1 ดังนี้

$$x_1 = \frac{v_0}{V} \times 100 \quad (1)$$

โดยที่ v_0 คือปริมาณไวน์มะเกี๋ยงในภาชนะ V คือปริมาตรของภาชนะ

อุณหภูมิให้ความร้อน (85 90 95 และ 100 องศาเซลเซียส) และความเร็วในการกวน (0 100 380 660 และ 940 rpm) กลั่นเป็นระยะเวลา 20 นาที ปรับตีกรีของบรันดีกลั่นเท่ากับ 35 ดีกรี เพื่อหาปริมาณบรันดีกลั่นตามสูตรที่ 2 ดังนี้

$$v_2 = \frac{c_1 v_1}{c_2} \quad (2)$$

โดยที่ v_2 คือปริมาณบรันดีกลั่นหลังปรับตีกรี (มิลลิลิตร) v_1 คือ ปริมาณบรันดีกลั่นก่อนปรับตีกรี

(มิลลิลิตร) c_1 คือ ดีกรีบรันดีก่อนปรับ และ c_2 คือ ดีกรีบรันดีหลังปรับตีกรี นำปริมาณ

บรันดีกลั่นหลังปรับตีกรีมาหาเปอร์เซ็นต์ผลผลิตของบรันดีมะเกี๋ยงกลั่นหาได้จากสูตรที่ 3 ดังนี้

$$Yield = \frac{v_2}{v_0} \times 100 \quad (3)$$

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

การทดลองนี้เป็นแบบการทดลองทีละปัจจัย (one factor one time) ซึ่งกำหนดค่าคงที่ของแต่ละปัจจัย คือ เปอร์เซ็นต์วัตถุดิบในภาชนะ 60 อุณหภูมิให้ความร้อน 90 องศาเซลเซียส และความเร็วในการกวน 660 rpm การทดลองใช้โปรแกรม SPSS 17 วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติแบบ one-way ANOVA ด้วยวิธี Duncan ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เพื่อจัดกลุ่มและวัดแตกต่างทางสถิติ

การประเมินผลทางประสาทสัมผัส

การทดลองนี้ต้องการเปรียบเทียบกลิ่นจากมะเข็ญกับสุรากลั่นที่มีจำหน่ายในท้องตลาด ประกอบด้วย สุรากลั่นจากข้าวสาลีแต่งกลิ่นรสเบอร์รี่ (ราคาประมาณ 900 บาท) สุรากลั่นจากข้าวเหนียว (ราคาประมาณ 150 บาท) สุรากลั่นจากกากน้ำตาลของอ้อย (ราคาประมาณ 100 บาท) โดยใช้ในการทดสอบทางประสาทสัมผัสทดสอบการยอมรับโดยวิธีการใช้สเกลแบบ hedonic แบบทดสอบประกอบด้วย ความใส กลิ่น รสชาติ และความชอบรวม ซึ่งตัวอย่างทั้ง 4 ชนิด ถูกใส่รหัสทดลองกับกลุ่มผู้ประเมินที่ไม่ผ่านการฝึกฝนจำนวน 30 คน (กลุ่มผู้ประเมินทั่วไป) โดยที่ 5 คะแนน คือ ชอบมากที่สุด 4 คะแนน คือ ชอบมาก 3 คะแนน คือ ปานกลาง 2 คะแนน คือ ไม่ชอบเล็กน้อย และ 1 คะแนน คือ ไม่ชอบมากที่สุด

ผลการวิจัย

อิทธิพลของเปอร์เซ็นต์วัตถุดิบในภาชนะต่อเปอร์เซ็นต์ผลผลิตของบรันตีมะเข็ญกลั่น

การศึกษาอิทธิพลของเปอร์เซ็นต์วัตถุดิบในภาชนะ 5 ระดับได้แก่ 40 50 60 70 และ 80 ต่อเปอร์เซ็นต์ผลผลิตของบรันตีมะเข็ญกลั่น โดยได้กำหนดอุณหภูมิให้ความร้อน 90 องศาเซลเซียส ความเร็วในการกวน 660 rpm กลั่นเป็นระยะเวลา 20 นาที

ตาราง 1 อิทธิพลของเปอร์เซ็นต์วัตถุดิบในภาชนะต่อเปอร์เซ็นต์ผลผลิตของบรันตีมะเข็ญกลั่น

เปอร์เซ็นต์วัตถุดิบในภาชนะ (%)	เปอร์เซ็นต์ผลผลิตของบรันตีมะเข็ญกลั่น
40	44.58±1.97 ^b
50	47.61±2.10 ^{ab}
60	50.86±1.17 ^a
70	47.24±0.91 ^{ab}
80	45.87±1.44 ^b

ค่าเฉลี่ยในแต่ละคอลัมน์ที่ตามด้วยอักษรภาษาอังกฤษที่ไม่เหมือนกันแสดงความแตกต่างทางสถิติ

($p < 0.05$)

จาก ตาราง 1 พบว่า ที่เปอร์เซ็นต์วัตถุดิบในภาชนะที่ 60 ให้เปอร์เซ็นต์ผลผลิตของบรันตีมะเข็ญกลั่นอยู่ในกลุ่มมากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญ 50.86 ± 0.43 แสดงให้เห็นถึงปริมาตรใส่ภาชนะที่เหมาะสม ทั้งนี้เนื่องจากภาชนะใส่วัตถุดิบมีลักษณะเป็นรูปชมพูที่เปอร์เซ็นต์วัตถุดิบในภาชนะต่างกัน เมื่อเกิดการกวนและให้ความร้อนวัตถุดิบจะทำให้เกิดพื้นที่การระเหยที่ต่างกัน ซึ่งที่เปอร์เซ็นต์วัตถุดิบในภาชนะที่ 60 นั้น ทำให้เกิดพื้นที่ในการระเหยเหมาะสมที่สุด จึงทำให้ได้เปอร์เซ็นต์

ผลผลิตของบรันทิมะเกี่ยวกลั่นมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าถ้าเปอร์เซ็นต์วัตถุดิบในภาชนะน้อยเกินไป (40%) จะทำให้เกิดกลิ่นไหม้ของบรันทิมะทำให้มีสีไหม้ และถ้ามากเกินไป (80%) เมื่อมีการกวนวัตถุดิบนั้นจะไหลไปรวมกับบรันทิมะทำให้บรันทิมะเสียรสชาติ ความใส และกลั่นได้น้อยลง

อิทธิพลของอุณหภูมิให้ความร้อนวัตถุดิบต่อเปอร์เซ็นต์ผลผลิตของบรันทิมะเกี่ยวกลั่น

การศึกษาอิทธิพลของอุณหภูมิให้ความร้อนวัตถุดิบ 4 ระดับได้แก่ 85 90 95 และ 100 องศาเซลเซียส กำหนดเปอร์เซ็นต์วัตถุดิบในภาชนะ 60 % ความเร็วในการกวน 660 rpm กลั่นเป็นระยะเวลา 20 นาที

ตาราง 2 อิทธิพลของอุณหภูมิให้ความร้อนต่อเปอร์เซ็นต์ผลผลิตของบรันทิมะเกี่ยวกลั่น

อุณหภูมิให้ความร้อน (องศาเซลเซียส)	เปอร์เซ็นต์ผลผลิตของบรันทิมะเกี่ยวกลั่น
85	38.45±2.16 ^b
90	50.86±1.17 ^a
95	48.58±1.74 ^a
100	49.40±2.18 ^a

ค่าเฉลี่ยในแต่ละคอลัมน์ที่ตามด้วยอักษรภาษาอังกฤษที่ไม่เหมือนกันแสดงความแตกต่างทางสถิติ ($p < 0.05$)

จาก ตาราง 2 พบว่า อุณหภูมิให้ความร้อนวัตถุดิบที่ 85 องศาเซลเซียสนั้น ให้เปอร์เซ็นต์ผลผลิตของบรันทิมะเกี่ยวกลั่นน้อย เมื่อเพิ่มอุณหภูมิการให้ความร้อนมากขึ้น 90-100 องศาเซลเซียสได้เปอร์เซ็นต์ผลผลิตของบรันทิมะเกี่ยวกลั่นอยู่ในกลุ่มที่สูง แต่ถ้าอุณหภูมิสูงเกินไปจะทำให้เกิดการไหม้ที่ด้านล่างของภาชนะใส่วัตถุดิบ ทำให้บรันทิมะที่กลั่นได้มีกลิ่นไหม้ โดยในการทดลองนี้เลือกอุณหภูมิที่เหมาะสมในการให้ความร้อนแก่ชุดเครื่องกลั่นคือ 90 องศาเซลเซียส เนื่องจากให้เปอร์เซ็นต์ผลผลิตของบรันทิมะเกี่ยวกลั่นอยู่กลุ่มสูง และใช้พลังงานความร้อนน้อยกว่า 95 และ 100 องศาเซลเซียส การให้ความร้อนแก่วัตถุดิบเพื่อให้อุณหภูมิภายในวัตถุดิบเพิ่มขึ้น โดยที่แอลกอฮอล์ของวัตถุดิบเริ่มเปลี่ยนสถานะจากของเหลวกลายเป็นไอที่อุณหภูมิ 78 องศาเซลเซียส ซึ่งถ้ากลั่นที่อุณหภูมินี้จะได้บรันทิมะที่มีสีดีสูงแต่ได้ปริมาณน้อยและใช้พลังงานน้อย ทั้งนี้ถ้าอุณหภูมิให้ความร้อนวัตถุดิบมีค่ามากขึ้นจะทำให้ได้บรันทิมะสีดีต่ำแต่ได้ปริมาณสูงและใช้พลังงานมากขึ้น (นาคประสม, 2548) ดังนั้นจึงสมควรเปรียบเทียบปริมาณบรันทิมะกลั่นหลังปรับ 35 ดีกรีที่อุณหภูมิต่างๆ

การนำความร้อนของวัสดุภาชนะเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญโดยการทดลองนี้ใช้ชุดเครื่องกลั่นเครื่องแก้วในระดับห้องปฏิบัติการ ภาชนะใส่วัตถุเป็นขวดแก้วรูปชมพู่ ซึ่งขวดแก้วนั้นเป็นวัสดุที่ไม่นำความร้อน โดยแก้วซึ่งเป็นตัวกลางที่ยอมให้พลังงานความร้อนไหลผ่านได้น้อย ดังนั้นถ้าต้องการสร้างเครื่องกลั่นในระดับอุตสาหกรรม ค่าการนำความร้อนของวัสดุก็เป็นอีกปัจจัยที่ควรนำมาพิจารณา ซึ่งโรงกลั่นสุราส่วนใหญ่ใช้เครื่องกลั่นที่ทำด้วย สเตนเลสหรือทองแดง (Nicol, 2014)

อิทธิพลของความเร็วยรอบในการกวนต่อเปอร์เซ็นต์ผลผลิตของบรันตีมะเกียกกลั่น

การศึกษาอิทธิพลของความเร็วยรอบที่ใช้ในการกวนต่างๆในกระบวนการกลั่นบรันตีที่ 5 ระดับ ได้แก่ 0 100 380 660 และ 940 rpm โดยเปอร์เซ็นต์วัตถุดิบในภาชนะ 60 % อุณหภูมิให้ความร้อน 90 องศาเซลเซียส และเวลาในการกลั่น 20 นาที

ตาราง 3 อิทธิพลของความเร็วยรอบในการกวนต่อเปอร์เซ็นต์ผลผลิตของบรันตีมะเกียกกลั่น

ความเร็วยรอบในการกวน (rpm)	เปอร์เซ็นต์ผลผลิตของบรันตีมะเกียกกลั่น
0	46.76±1.97 ^c
100	52.38±1.62 ^a
380	52.86±1.47 ^a
660	50.86±1.17 ^{ab}
940	47.13±2.25 ^{bc}

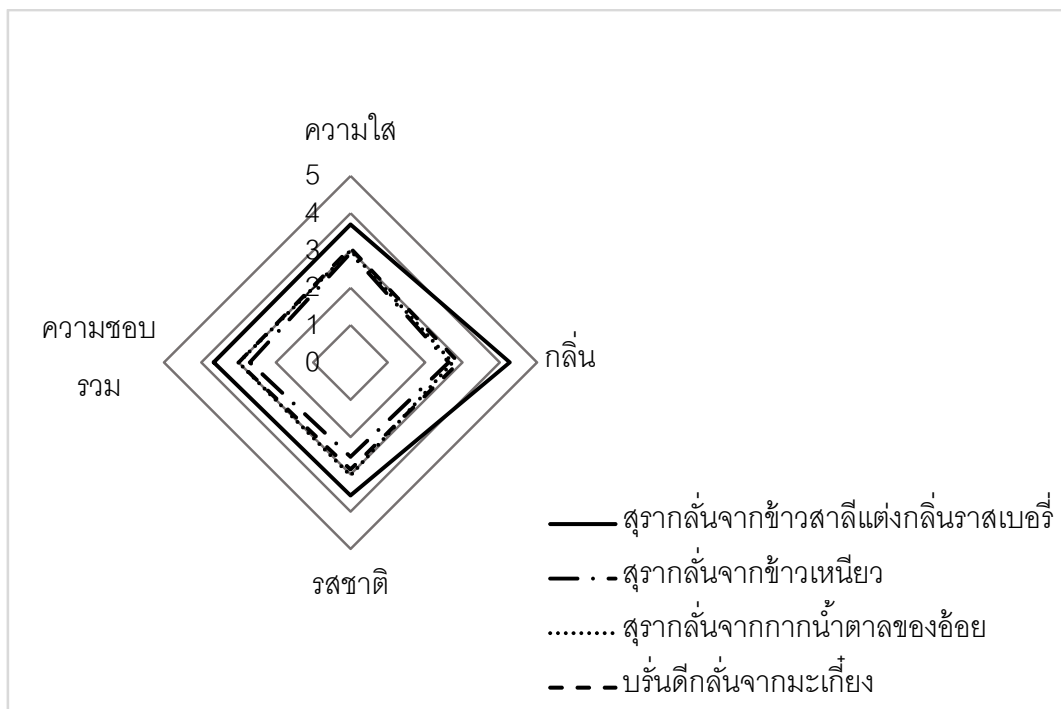
ค่าเฉลี่ยในแต่ละคอลัมน์ที่ตามด้วยอักษรภาษาอังกฤษที่ไม่เหมือนกันแสดงความแตกต่างทางสถิติ ($p < 0.05$)

จาก ตาราง 3 พบว่าการกวนให้เปอร์เซ็นต์ผลผลิตของบรันตีมะเกียกกลั่นอยู่ในกลุ่มสูงกว่าการปราศจากการกวน เนื่องจากการกวนเป็นอีกปัจจัยที่ช่วยในการถ่ายเทความร้อนในของเหลว ความร้อนจากด้านล่างถูกผสมกับด้านบนโดยใช้แรงกล ทำให้เกิดการเคลื่อนตัว การกระจายตัวและแลกเปลี่ยนความร้อนอย่างสม่ำเสมอทำให้อุณหภูมิของวัตถุดิบเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แต่ถ้าให้ความเร็วในการกวนที่มากเกินไปกลับให้เปอร์เซ็นต์ผลผลิตของบรันตีกลั่นมะเกียกที่ต่ำ เพราะการกวนที่ความเร็วสูงอาจส่งผลกระทบต่อกรกลายเป็นไอลดลง เนื่องจากในทฤษฎีจลน์รวมการถ่ายเทความร้อนพบว่าโมเลกุลของเหลวที่ได้รับความร้อนจากด้านล่างนั้นเคลื่อนที่ตลอดเวลา และเกิดการชนระหว่างโมเลกุลของเหลวที่อุณหภูมิต่างกันเกิดการถ่ายเทความร้อนระหว่างโมเลกุล ทำให้เกิดโมเลกุลที่มี

พลังงานจลน์น้อยลงหรืออุณหภูมิต่ำ และโมเลกุลที่มีพลังงานจลน์เพิ่มขึ้นหรืออุณหภูมิสูง ซึ่งโมเลกุลที่มีพลังงานจลน์สูงจะเคลื่อนที่มาอยู่ที่ผิวหน้า และถ้าสามารถเอาชนะแรงดึงดูดระหว่างโมเลกุลได้จะทำให้ผิวหน้าของของเหลวกลายเป็นไอ หรือเรียกว่าการระเหย (Kon, Kobayashi, & Watanabe, 2016) อย่างไรก็ตามการกวนด้วยความเร็วต่ำนั้นทำให้ของเหลวไหลแบบราบเรียบ เกิดการแลกเปลี่ยนความร้อนและถ่ายเทพลังงานจลน์ทำให้เกิดการแยกชั้นของโมเลกุล โมเลกุลที่มีพลังงานจลน์สูงจะเคลื่อนที่มาอยู่ที่ผิวหน้าของภาชนะได้ แต่ถ้าเพิ่มความเร็วในการกวนมากขึ้นจะทำให้เกิดการไหลแบบปั่นป่วน โมเลกุลของของเหลวที่มีพลังงานจลน์สูงและต่ำความสามารถในการแยกชั้นมาอยู่ด้านหน้าของผิวด้านหน้าของภาชนะลดลงทำให้ระเหยออกมาได้น้อยลงและยังสิ้นเปลืองพลังงานไฟฟ้า

การประเมินผลการทดสอบทางประสาทสัมผัสเพื่อเปรียบเทียบบรันทึกลิ้นจากมะเกี๋ยงกับสุรากลั่นที่มีขายในท้องตลาด

นำตัวอย่างทั้ง 4 ชนิด ประกอบด้วย สุรากลั่นจากข้าวสาลีแตงกลืนราสป์เบอร์รี่ สุรากลั่นจากข้าวเหนียว สุรากลั่นจากกากน้ำตาลของอ้อย และบรันทึกลิ้นจากมะเกี๋ยง พร้อมทั้งใส่รหัส มาให้ผู้ประเมิน 30 คน ทดสอบทางประสาทสัมผัส โดยให้คะแนนด้านความใส กลิ่น รสชาติ และความชอบรวม ผลการทดสอบแสดงใน ภาพ 1



ภาพ 1 การทดสอบทางประสาทสัมผัสของสุรากลั่นจากวัตถุดิบต่างชนิดกัน

จาก ภาพ 1 พบว่าโดยที่ผู้ประเมินให้คะแนนความใส กลิ่น และความชอบรวม คือ สุรากลั่น จากข้าวสาลีแต่งกลิ่นราสป์เบอร์รี่ > บรันดีกลั่นจากมะเกี๋ยง > สุรากลั่นจากกากน้ำตาลของอ้อย > สุรากลั่นจากข้าวเหนียว รสชาติของตัวทดสอบเป็นไปตามดังนี้ สุรากลั่นจากข้าวสาลีแต่งกลิ่นราสป์เบอร์รี่ > สุรากลั่นจากกากน้ำตาลของอ้อย > บรันดีกลั่นจากมะเกี๋ยง > สุรากลั่นจากข้าวเหนียว

ทั้งนี้เนื่องจากสุรากลั่นจากข้าวสาลีแต่งกลิ่นราสป์เบอร์รี่นั้นเป็นสุรากลั่นที่นำเข้าจากต่างประเทศซึ่งที่นิยมของผู้บริโภคเนื่องจากกระบวนการผลิตที่ปราณีต ตั้งแต่วัตถุดิบข้าวสาลีที่ปลูกในฤดูใบไม้ร่วงและเก็บเกี่ยวในฤดูหนาวโดยให้ปุ๋ยเพียงเล็กน้อย นำไปหมักด้วยน้ำสะอาดตามธรรมชาติ เพื่อให้เกิดแอลกอฮอล์ ผ่านกระบวนการกลั่นแบบต่อเนื่องหลายครั้งเพื่อให้ได้แอลกอฮอล์ที่บริสุทธิ์ นำไปผสมแต่งกลิ่นด้วยราสป์เบอร์รี่เพื่อให้ได้เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์สูงมีกลิ่นหอมของผลไม้เป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค แต่ก็ทำให้สุรากลั่นนั้นมีราคาสูงกว่าสุรากลั่นอื่นๆ ซึ่งในประเทศไทยการเก็บภาษีสุรากลั่นจะพิจารณาจากเปอร์เซ็นต์แอลกอฮอล์ทำให้มีต้นทุนที่สูง แต่อย่างไรก็ตามสุรากลั่นจากข้าวสาลีแต่งกลิ่นราสป์เบอร์รี่ที่ราคาสูงกว่าสุรากลั่นอื่นๆที่นำมาทดสอบ 6-9 เท่าก็ยังสามารถวางขายในท้องตลาดได้ อีกทั้งยังใช้ขวดบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามทำให้เป็นที่ต้องการแก่ผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ส่วนสุรากลั่นจากกากน้ำตาลของอ้อยนั้นเป็นของบริษัทขนาดใหญ่ในประเทศไทยโดยใช้เครื่องมือที่ทันสมัย วัตถุดิบที่ใช้เป็นของเหลือทิ้งจากกระบวนการผลิตน้ำตาลจึงทำให้มีต้นทุนที่ถูก วัตถุดิบนั้นจะผ่านกระบวนการการหมักและกลั่นอย่างพิถีพิถัน มีการตรวจสอบคุณภาพทุกขั้นตอนในกระบวนการผลิต โดยห้องปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์ ใช้น้ำสะอาดที่ปราศจากแร่ธาตุในการปรับดิกีรี และมีราคาถูกที่สุดในกลุ่มทดสอบจึงทำให้ได้สุรากลั่นที่มีรสชาติเป็นที่พอใจของผู้บริโภค มีรสชาติดีกว่าแต่ ความใส กลิ่น และความชอบรวมน้อยกว่าบรันดีกลั่นจากมะเกี๋ยง ส่วนสุรากลั่นจากข้าวเป็นสุรากลั่นพื้นบ้านของไทยเป็นของอุตสาหกรรมขนาดเล็กจนถึงขนาดกลางในประเทศ โดยใช้ข้าวเป็นวัตถุดิบหลักทำให้มีราคาสูงกว่าสุรากลั่นจากกากน้ำตาลเล็กน้อย เมื่อนำข้าวไปหมักเพื่อให้เกิดไวน์สาโท และนำไปผ่านกระบวนการกลั่นแบบคอลัมน์ มีระบบแยกเมทานอล ทำให้ได้แอลกอฮอล์ที่บริสุทธิ์ไม่มีกลิ่นของ วัตถุดิบปลอมปน สีใส รสชาตินุ่ม ไม่บาดคอ แต่อย่างไรก็ตาม ความใส กลิ่น รสชาติ และความชอบรวมต่ำสุดในกลุ่ม

ดังนั้นถ้าต้องการทำบรันดีมะเกี๋ยงที่มีราคาสูงควรนำเทคนิคการแต่งกลิ่น รสชาติเฉพาะตัวลงไป และควรใช้กระบวนการกลั่นแบบต่อเนื่องเพื่อให้บรันดีกลั่นมีความใส มากกว่านี้ควรใส่เรื่องราวของ วัตถุดิบ ตลอดจนกระบวนการลงไปในผลิตภัณฑ์ จะทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงเป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค

สรุปผลการทดลอง

บรันตีมะเกียงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำวัตถุดิบเฉพาะของท้องถิ่นมาแปรรูปด้วยวิธีการหมักและการกลั่น โดยได้ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยในการกลั่นในระดับห้องปฏิบัติการประกอบด้วยเปอร์เซ็นต์วัตถุดิบในภาชนะ อุณหภูมิในการให้ความร้อน และความเร็วรอบในการกวน พบว่า ที่ 60 เปอร์เซ็นต์วัตถุดิบในภาชนะเป็นอัตราส่วนที่ดีที่สุดสำหรับภาชนะกลั่นรูปขมพู ทำให้เกิดพื้นที่ในการระเหยที่เหมาะสม อุณหภูมิในการให้ความร้อน 90 องศาเซลเซียส ไม่ควรใช้ความร้อนที่สูงเกินไป เพราะทำให้บรันตีมะเกียงกลั่นมีกลิ่นไหม้และสิ้นเปลืองพลังงาน ในการออกแบบเครื่องกลั่นควรเลือกวัสดุที่ใช้ทำภาชนะเป็นวัสดุที่นำความร้อนได้ดี และควรติดตั้งใบกวนในเครื่องกลั่นสุราเนื่องจากการกวนมีอิทธิพลต่อการกระจายความร้อนของวัตถุดิบ บรันตีมะเกียงกลั่นมีผลการทดสอบทางประสาทสัมผัสโดยรวมสูงกว่าสุรากลั่นจากอ้อย และข้าว แต่ยังต่ำกว่าสุรากลั่นจากข้าวสาลีแต่งกลิ่นรสพีเบอร์รี่ เพราะสุรากลั่นชนิดนี้ผ่านกระบวนการกลั่นแบบต่อเนื่อง และแต่งกลิ่นเฉพาะลงไป ทำให้มีคะแนนทางประสาทสัมผัสสูง ซึ่งกระบวนการเหล่านี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อให้ได้บรันตีมะเกียงกลั่นที่มีคุณภาพเป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ ที่สนับสนุนวัตถุดิบในการทำงานวิจัย และ คณะวิศวกรรมและอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่สนับสนุนทุนวิจัย และให้ความอนุเคราะห์เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ ในระหว่างการดำเนินโครงการวิจัยนี้

เอกสารอ้างอิง

Delgado, R., Durán, E., Castro, R., Natera, R., & Barroso, C. G. (2010). Development of a stir bar sorptive extraction method coupled to gas chromatography-mass spectrometry for the analysis of volatile compounds in Sherry brandy. *Analytica Chimica Acta* (672), 130-136.

Kon, M., Kobayashi, K., & Watanabe, M. (2016). Liquid temperature dependence of kinetic boundary condition at vapor-liquid interface. *International Journal of Heat and Mass Transfer*, 99, 317-326.

- Narkprasom, N., Narkprasom, K., & Upara, U. (2015). Optimization of Total Phenolic from *Cleistocalyx nervosum* by Microwave-Assisted Extraction. *American Journal of Engineering and Applied Sciences*, 3(8), 302-309.
- Nicol, D. A. (2014). Batch distillation. In R. Inge, & S. Graham (Eds.), *Whiskey Technology. Production and Marketing* (p. 417). Oxford: Academic Press is an imprint of Elsevier.
- Sukprasansap, M., Chanvorachote, P., & Tencomnao, T. (2017). *Cleistocalyx nervosum* var. *paniala* berry fruit protects neurotoxicity against endoplasmic reticulum stress-induced apoptosis. *Food and Chemical Toxicology* (107), 279-288.
- นักรบ นาคประสม. (2548). ออกแบบและพัฒนาการกลั่นสุรารายได้สภาวะสุญญากาศ. นครปฐม: คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.

ชายหญิงในนิทานพื้นบ้านเขมร

Men and Women in Khmer Folktales

นันทวัน จันแจ็ก¹

Nuntawon Junjek

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของตัวละครชายและตัวละครหญิงที่ปรากฏในนิทานพื้นบ้านเขมร โดยเลือกเฉพาะนิทานที่มีตัวละครชายและตัวละครหญิงที่เป็นมนุษย์ปรากฏอยู่จำนวน 205 เรื่อง จากเอกสารเรื่องประมุขนิทานพื้นบ้านเขมร ภาคที่ 1 - 9 แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ร่วมกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า ตัวละครชายและตัวละครหญิงที่พบในนิทานมีทั้งตัวละครที่มีสถานภาพเป็นชนชั้นปกครอง นักบวช และประชาชนทั่วไป โดยในแต่ละสถานภาพต่างมีบทบาทหน้าที่ของตนเองที่ผู้แต่งนำเสนอให้เห็นถึงสิ่งที่ควรจะเป็นและไม่ควรจะเป็น ส่วนภาพลักษณ์ที่ผู้แต่งนิทานมีต่อชายและหญิงในสังคมเขมรนั้น ประกอบด้วยภาพลักษณ์ภายนอกที่มีทั้งด้านดีและไม่ดี เช่น รูปร่างหน้าตาต่างดงาม หรือพิการ และภาพลักษณ์ภายในที่มีทั้งด้านดีและไม่ดี เช่น มีคุณลักษณะของชายหญิงที่ดี หรือไม่มีคุณลักษณะของชายหญิงที่ดี เป็นต้น โดยภาพลักษณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงค่านิยมที่ผู้แต่งมีต่อผู้ชายและผู้หญิงในสังคมเขมร เพราะเนื่องจากในแต่ละเรื่องผู้แต่งแสดงให้เห็นว่า หากปฏิบัติในสิ่งที่ดีที่สมควร จะได้รับผลที่ดีตอบแทน แต่หากปฏิบัติในสิ่งที่ไม่ดีและไม่สมควร ย่อมได้รับผลที่ไม่ดีตอบแทนเช่นกัน โดยทั้งนี้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ภายนอกของตัวละคร

คำสำคัญ : ชาย; หญิง; นิทานพื้นบ้านเขมร; ภาพลักษณ์

Abstract

This research aims to study the image of male characters and female characters appearing in Khmer folktales. Only 205 folktales of human male characters and female characters were selected from the Khmer folktales, Section 1 - 9, and analyzed with relevant papers and research. The study indicated that the male characters and female characters found in the tales are both the characters of the ruling class, the priest and the general public. Each state has its own role that the author presents to what should and should not

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

be. The image of the author of stories to men and women in the Khmer society. It consists of an external appearance that is both good and bad, such as good looks and disabilities, and a good internal image that is both good and bad. The image represents the values that the author has for men and women in Khmer society. Because in each subject, the author shows that. If you do what is right. Will get good results in return. If the practice is not good and not appropriate. Will get bad results as well. It does not depend on the external appearance of the character.

Keywords : Men; Women; Khmer Folktale; Image

บทนำ

นิทาน คือ เรื่องที่เล่าสืบต่อกันมา เดิมเป็นเรื่องที่เล่าสืบทอดกันปากต่อปากเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินในยามว่างงาน บางส่วนเกี่ยวเนื่องกับเรื่องของความเชื่อและศาสนา ให้ความรู้หรือข้อคิดสอนใจ มีการเล่าสืบทอดต่อกันมาหลายชั่วอายุคนโดยไม่ปรากฏว่าใครเป็นผู้เล่าเรื่องคนแรก อีกทั้งยังเป็นที่ยอมรับแพร่หลายในทุกหนทุกแห่งและทุกชนชั้น ต่อมาเมื่อมนุษยศาสตร์สามารถพัฒนาระบบการเขียนได้จึงมีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร (กุหลาบ มัลลิกะมาส, 2518, น.99-100) โดยในทางคติชนวิทยาถือว่านิทานเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง มักมีเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่น นิทานเหล่านี้จึงเรียกว่านิทานพื้นบ้าน

ในเนื้อหาของนิทานพื้นบ้านนอกจากแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่แล้ว ยังแสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญา ความรู้ ความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด ค่านิยม ขนบธรรมเนียม ประเพณี การสั่งสอน ลักษณะของสังคม ตลอดจนเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับตำนาน ประวัติศาสตร์ และภูมิศาสตร์ โดยผู้เล่าอาจเล่าสอดแทรกไปกับนิทานที่มีความตลก เรื่องประหลาดผิดธรรมดา เรื่องอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์เหนือธรรมชาติ หรือแม้แต่เรื่องเกี่ยวกับสัตว์หรือมนุษย์ที่มีความรู้สึกนึกคิดอย่างมนุษย์ เป็นต้น ทั้งนี้ก็เพื่อให้นิทานพื้นบ้านเหล่านั้นยังคงความสนุกสนานเพลิดเพลินควบคู่ไปกับสิ่งที่ผู้เล่าต้องการสอดแทรกไว้ด้วย โดยเนื้อหาของนิทานพื้นบ้านเขมรมีลักษณะเช่นเดียวกันนี้

นิทานพื้นบ้านเขมร เป็นเรื่องที่เล่าสืบต่อกันมาในสังคมเขมร บางเรื่องแต่งโดยนักปราชญ์โบราณ บางเรื่องเล่าสืบทอดกันมาโดยคนเฒ่าคนแก่ที่ไม่ปรากฏชัดเจนว่าใครเป็นผู้เริ่มเล่าคนแรก แต่นิทานพื้นบ้านเขมรเหล่านั้นมีความไพเราะในด้านของภาษา โดยมีนิทานที่แต่งด้วยร้อยแก้วและร้อยกรองแบบเขมร อีกทั้งยังทำให้ผู้อ่านได้รับความรู้ในเรื่องต่าง ๆ เกิดสติปัญญา รู้ผิดชอบชั่วดี และรู้บาปบุญคุณโทษ เป็นต้น โดยนิทานพื้นบ้านเขมรบางเรื่องมีการบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษร แต่บางเรื่อง

ก็ไม่มีกำนันที่ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร มีแต่เพียงการบอกเล่าสืบต่อกันมา ดังนั้นในเบื้องต้นคณะที่ปรึกษาด้านวัฒนธรรมเขมร สถาบันพุทธศาสนบัณฑิตแห่งประเทศไทยแห่งประเทศกัมพูชา จึงได้มีการค้นคว้าและรวบรวมนิทานพื้นบ้านเขมรที่อยู่กระจัดกระจายจากทั่วประเทศ รวมทั้งจัดบันทึกตามคำบอกเล่าของนักปราชญ์ท้องถิ่นหรือคนเฒ่าคนแก่นำมาไว้ที่หอสมุดพุทธศาสนบัณฑิต และตีพิมพ์เผยแพร่ในนิตยสารกัมพูชาสุริยา แล้วต่อมาจึงมีการรวบรวมแล้วจัดพิมพ์เป็น ประชุมเรื่องตำนานและนิทานพื้นบ้านเขมร โดยเรียบเรียงไว้เป็นหมวดหมู่ คือ ภาคที่ 1 และภาคที่ 2 เป็นนิทานประกอบสุภาษิต ภาคที่ 3 เป็นนิทานเกี่ยวกับการตัดสินใจ ภาคที่ 4 เป็นนิทานทั่วไป ภาคที่ 5 และภาคที่ 6 เป็นตำนานและนิทานเกี่ยวกับสถานที่ในประเทศไทย กัมพูชา ภาคที่ 7 เป็นตำนานและนิทานเกี่ยวกับสัตว์และรุกขชาติ ภาคที่ 8 เป็นตำนานและนิทานเกี่ยวกับประวัตินักตาหรือเจ้าพ่อเจ้าแม่ และภาคที่ 9 เป็นตำนานและนิทานเกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณี (ประยูร ทรงศิลป์, 2540, คำนำ)

ผู้วิจัยเห็นว่า นิทานพื้นบ้านเขมรในแต่ละเรื่องเป็นการสร้างนิทานผ่านตัวละคร มีทั้งมนุษย์ อมนุษย์ หรือสัตว์เป็นตัวดำเนินเรื่อง เมื่อศึกษาลึกลงไปจะพบว่า ตัวละครแต่ละตัวต่างมีความรู้สึกนึกคิดหรือมีความเป็นไปอย่างมนุษย์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น รัก โลภ โกรธ หลง ฉลาด ใจ ซื่อสัตย์ คดโกง เก่งกล้าสามารถ อ่อนแอ ร่ำรวย ยากจน เป็นต้น โดยเฉพาะตัวละครชายและตัวละครหญิงที่ปรากฏในนิทานพื้นบ้านเขมร ผู้แต่งได้สร้างตัวละครให้มีภาพลักษณ์ตามค่านิยมหรือมุมมองที่มีต่อผู้ชายและผู้หญิงในสังคมเขมรว่าควรมีลักษณะหรือควรเป็นอย่างไร เพราะในแต่ละเรื่องผู้แต่งมักกล่าวถึงบทสรุปของตัวละครเพื่อให้ผู้อ่านได้เรียนรู้จากเรื่องที่ผู้แต่งแทรกไว้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาภาพลักษณ์ของตัวละครชายและตัวละครหญิงที่ปรากฏในนิทานพื้นบ้านเขมร เพื่อให้ทราบถึงภาพลักษณ์และค่านิยมที่ผู้แต่งนิทานพื้นบ้านเขมรมีต่อผู้ชายและผู้หญิงในสังคมเขมร และเพื่อให้เข้าใจบทบาทและสถานภาพของผู้ชายและผู้หญิงในสังคมเขมรมากขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

นิทานพื้นบ้านกับสังคม

นิทานพื้นบ้านจัดเป็นข้อมูลทางคติชนที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง โดยเนื้อหาของนิทานพื้นบ้านมักเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่นของสังคมใดสังคมหนึ่ง นิทานพื้นบ้านจึงมีบทบาทต่อสังคมนั้นเป็นอย่างมาก โดย ศิราพร ณ ถลาง (2557, น. 363) ได้อธิบายถึงบทบาทหน้าที่ของคติชนในสังคมว่ามี 3 ประการคือ 1) บทบาทคติชนในการอธิบายกำเนิดและอัตลักษณ์ของกลุ่มชนและพิธีกรรม 2) บทบาทคติชนในการให้การศึกษา อบรมระเบียบสังคม และ

รักษามาตรฐานพฤติกรรมของสังคม 3) บทบาทคติชนในการเป็นทางออกให้กับความคับข้องใจของบุคคลอันเกิดจากกฎเกณฑ์ทางสังคม ส่วน ประคอง นิมมานเหมินท์ (2543, น. 75-82) ได้อธิบายว่า นิทานพื้นบ้านมีบทบาทต่อสังคมในเรื่องการให้การศึกษาและเสริมสร้างจินตนาการ โดยไม่ว่าในนิทานจะมีเรื่องราวและตัวละครแบบใดก็ตาม ล้วนมีความรู้สึกนึกคิดอย่างมนุษย์ หรือหากมีตัวละครที่ไม่ใช่มนุษย์ต่างก็มีความรู้สึกนึกคิดหรือทำอย่างมนุษย์ หรือเป็นในแบบที่เราอยากจะจะเป็น เมื่อนิทานมีตัวละครที่เหมือนมนุษย์ ก็จะทำให้ผู้ฟังได้เรียนรู้ลักษณะของมนุษย์ เรียนรู้ชีวิต อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างจินตนาการ ส่วนบทบาทในการปลูกฝังจริยธรรมและรักษาบรรทัดฐานของสังคมนั้น ผู้ได้ฟังนิทานจะมีมุมมองต่อเรื่องบางอย่างแตกต่างจากผู้ที่ไม่ได้ฟังนิทาน ขณะเดียวกันก็จะได้รับการปลูกฝังเรื่องจริยธรรมโดยไม่รู้ตัว เพราะนิทานมักแทรกข้อคิดด้านคุณธรรม จริยธรรม ระเบียบอันดีงามของสังคมไว้ และกล่าวให้เห็นว่าการประพฤติในแต่ละแบบนั้นผลสุดท้ายจะเป็นอย่างไร ส่วนสังคมเองก็มีอิทธิพลต่อนิทานพื้นบ้านด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสะท้อนให้เห็นลักษณะของสังคม วิถีชีวิต ตลอดจนทัศนคติความคิดเห็นของคนในสังคม นอกจากนี้เนื้อหาในนิทานอาจมีการปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย รวมถึงการมีนิทานจากต่างประเทศแพร่หลายเข้ามาในประเทศด้วย

ภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554 ได้ให้ความหมายไว้ว่า ภาพที่เกิดจากความนึกคิดหรือที่คิดว่าควรจะเป็นเช่นนั้น

เสนาะ เจริญพร (2548, น. 299 อ้างถึงใน พัชราวลี จินนิกร, 2559, น. 36) ให้คำนิยามของคำว่าภาพลักษณ์ในวรรณกรรมว่า เป็นภาพจำลองของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าเสนอผ่านวรรณกรรม โดยภาพนั้นถูกสร้างจากการคัดเลือก ประดับ แต่ง ขบเน้นคุณลักษณะบางอย่างจากความเป็นจริงตามคติ ความเชื่อ และค่านิยมบางประการ แต่ก็ไม่ได้บ่งชี้ว่าความจริงเป็นเช่นไร แต่บ่งบอกว่าผู้คนในสังคมมีความเชื่อ ความหวัง และให้ความหมายต่อสิ่งที่ถูกนำเสนออย่างไร

อภิชาต์ พุกสวัสดิ์ (2556, น. 37 อ้างถึงใน พัชราวลี จินนิกร, 2559, น. 36) กล่าวถึงความสำคัญของภาพลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลว่า ภาพลักษณ์เปรียบเหมือนหางเสือที่เป็นตัวกำหนดทิศทางพฤติกรรมของปัจเจกชนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อยู่รอบตัว หากบุคคลใดมีภาพลักษณ์เชิงบวกก็มีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมเชิงบวก แต่หากบุคคลใดมีภาพลักษณ์เชิงลบก็มีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมเชิงลบ

สังคมเขมร

สังคมดั้งเดิมของเขมรเป็นสังคมที่ปกครองโดยกษัตริย์อันมีฐานะเป็นสมมติเทพ มีการแบ่งชนชั้นวรรณะลดหลั่นกันไป โดยแบ่งเป็น 4 วรรณะ คือ 1) พระราชา 2) พราหมณ์ ปุโรหิต และภิกษุสงฆ์ 3) ชนชั้นสูง นามีน 4) ราษฎร ข้าทาส ต่อมาในสมัยพระนครมีการปรับเปลี่ยนคือ 1) กษัตริย์และพระราชวงศ์ 2) พราหมณ์และนักบวช 3) คนทั่วไป 4) ทาสและข้ารับใช้ ส่วนในปัจจุบันไม่มีการแบ่งชนชั้นวรรณะในสังคมเขมรแล้ว ยังคงเหลือแต่เพียงฐานะทางสังคม คือ พระมหากษัตริย์และพระราชวงศ์ พระสงฆ์ ข้าราชการ และราษฎร (สีร ชุม, 2015, pp. 126-128) ประชาชนมีอาชีพทำการเกษตร ล่าสัตว์ ค้าขาย รับราชการ ช่างศิลป์ เป็นต้น ในครอบครัวเขมร ผู้ชายเป็นหัวหน้าครอบครัวโดยมีสิทธิตามกฎหมายในครอบครัว แต่ในทางปฏิบัติ ผู้หญิงเขมรเป็นแม่บ้านที่มีหน้าที่รักษาขนบธรรมเนียมประเพณี การแต่งกาย ความสุขในครอบครัว และมีสิทธิตัดสินใจเรื่องภายในบ้าน และเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอนาคตของลูก รวมถึงดูแลรับผิดชอบเรื่องค่าใช้จ่ายภายในบ้าน (สีร ชุม, 2015, pp. 125-126) จึงกล่าวได้ว่าสตรีถูกจัดให้เป็นใหญ่ในครอบครัวและสังคม และนอกจากนี้ยังนิยมนับญาติตามสายเครือญาติทางฝ่ายมารดาอีกด้วย (งวล ญิล, 2000/2548, น. 16)

ในส่วนของผู้ชายและผู้หญิงในสังคมเขมรนั้น นักปราชญ์เขมรได้กำหนดคุณลักษณะชายของผู้ชายไว้ 26 ประการ (พรวจ-ภุม อ่างถึงใน อุบล เทศทอง, 2548, น. 192-193) ได้แก่ ขยัน ไม่ถือตัว ไม่ลัทธิขโมย ไม่หลอกลวง ไม่ลวงละเมิดต่อลูกเมียผู้อื่น ไม่กลัวในสิ่งที่ไม่ควรกลัว ไม่พูดปดหรือพูดเกินความจริง ไม่ล้อเลียนคำพูดคนอื่น ให้วินิจัยก่อนแล้วจึงเชื่อ ไม่รีบร้อนแต่ก็ไม่ชักช้าเกินไป รู้จักรับแขก มีयरักษาโรคเตรียมไว้ ไม่บอกความลับ ไม่ฝากของไว้กับคนที่ไม่ควรฝาก อดทนต่อผู้ไม่ย่อท้อ สวามีรักดีต่อเจ้านาย ไม่พูดแหะโลมผู้หญิง รู้จักทำไรชาตพุน หาของประดับตกแต่งให้ภรรยา ลูกหลานและตนเอง ไม่ซื้อเพราะเชื่อ มีความกตัญญูรู้คุณ เคารพเชื่อฟังมารดา บิดา และนักปราชญ์ อดทนฟังคำวักกล่าว มีกายวาจาเหมาะสม จะไปไหนควรบอกคนในบ้าน รู้จักตีลูกโดยใช้ไม้เรียวขนาดเล็ก และอย่าผูกใจเจ็บแค้น และคุณลักษณะของผู้หญิง 31 ประการ (พรวจ-ภุม อ่างถึงใน อุบล เทศทอง, 2548, น. 209-210) ได้แก่ ไม่ซุบซิบนินทา มีสัมมาคารวะต่อบิดา มารดา และสามี มีความกตัญญูรู้คุณบิดามารดาทั้งฝ่ายตนเองและฝ่ายสามี ไม่นอนกลางวัน ไม่หลงลืม รักษาทรัพย์สิน ไม่นอกใจสามี ไม่หึงหวงสามี ไม่มีกลมารยา ไม่สยยาณมให้ใครเห็น อดทนหนักแน่น เดินเบา ๆ ไม่ยืนหรือนั่งอวดกายให้ใครเห็น ไม่เดินด้วยท่าที่ติดจริต รู้จักสำรวจไม่ฆ่าเลื่องมอง มีท่าเดินที่งาม ไม่เดินทอดน่องสะบัดไหล่ พูดเบาแต่ชัดเจน อย่าหยอกล้อหัวเราะเล่น ไม่พูดเกี่ยวพาราฮีผู้ชาย ไม่เกียจคร้าน ไปไหนแล้วรีบกลับ รู้จักเก็บของในเวลาสมควร รู้จักจัดบ้านช่อง รู้จักตกแต่งเครื่องอุปโภคบริโภค

รู้จักแล้วและปฏิบัติตามสามมี บิดา มารดา กินอาหารหลังบิดา มารดา และสามมี นอนหลังสามมี ตื่นก่อนสามมี มีจิตใจเมตตากรุณา และรู้จักทำบุญให้ทาน

จากข้างต้นสรุปได้ว่า นิทานพื้นบ้านมีบทบาทสำคัญต่อสังคมโดยเฉพาะในเรื่องของการให้การศึกษา อบรมระเบียบ ปลูกฝังจริยธรรม และรักษามาตรฐานของสังคม โดยในนิทานพื้นบ้านจะมีตัวละครที่แสดงความรู้สึกนึกคิดอย่างมนุษย์ หรือเป็นในแบบที่มนุษย์คาดหวังให้เป็น ซึ่งจัดเป็นภาพลักษณ์ตามคติ ความเชื่อ หรือตามค่านิยมของผู้แต่งที่มีต่อบุคคล เรื่องราว และสังคม อันจะทำให้ผู้ฟังหรือผู้อ่านได้เรียนรู้ ได้รับการปลุกฝัง หรือสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้ อีกทั้งสังคมเองก็มีอิทธิพลต่อนิทานพื้นบ้านด้วยเช่นกัน จึงทำให้เห็นลักษณะของสังคม วิถีชีวิต ตลอดจนทัศนคติความคิดเห็นของคนในสังคมในนิทานพื้นบ้าน ดังนั้น ในนิทานพื้นบ้านเขมร ก็ย่อมมีอิทธิพลของสังคมเขมรปรากฏอยู่ด้วย เช่น สภาพสังคม วิถีชีวิต และการประพฤติปฏิบัติที่ดีของผู้ชายและผู้หญิงในสังคมเขมร เป็นต้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของตัวละครชายและตัวละครหญิงที่ปรากฏในนิทานพื้นบ้านเขมร

วิธีดำเนินการวิจัย

รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร เรื่อง ประชุมนิทานพื้นบ้านเขมร ภาคที่ 1 - 9 ฉบับภาษาไทยซึ่งแปลโดยรองศาสตราจารย์ประยูร ทรงศิลป์ โดยเลือกเฉพาะนิทานที่มีตัวละครชายและตัวละครหญิงที่เป็นมนุษย์ปรากฏอยู่จำนวน 205 เรื่อง ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการวิเคราะห์ แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยใช้แบบบันทึกการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของตัวละครชายและตัวละครหญิงที่ปรากฏในนิทานพื้นบ้านเขมรภายใต้กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องโดยมีผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ แล้วนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัย (สรุป อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ)

ภาพลักษณ์ของตัวละครชายและตัวละครหญิง

จากการวิจัยพบว่า ตัวละครชายและตัวละครหญิงที่เป็นมนุษย์ที่ปรากฏในนิทานพื้นบ้านเขมร ทั้ง 9 ภาคนั้น มีจำนวน 205 เรื่อง โดยสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

- ภาพลักษณ์ภายนอก

หากเป็นผู้ชายที่มีภาพลักษณ์ภายนอกที่ดี จะมีลักษณะเป็นชายที่มีลักษณะรูปร่างงดงาม หน้าตาหล่อเหลา ผิวพรรณดี รูปร่างหน้าตาสมส่วน มีความสง่างาม มือวัยะครบ มีลักษณะสมเป็น ชายชาติตรี มีลักษณะพิเศษที่บ่งบอกว่าเป็นผู้มีบุญ (มีรอยงกจักรที่ฝ่ามือ) หรือใบหน้านามดั่งดวงจันทร์ เป็นต้น ส่วนผู้ชายที่มีภาพลักษณ์ภายนอกที่ไม่ดี จะมีลักษณะรูปร่างไม่หล่อ รูปร่างอัปลักษณ์ (ร่าง ผอม ผมหยิก หน้าย่น) ตาบอดทั้ง 2 ข้าง เป็นง่อยทั้งแขนและขาทั้ง 2 ข้าง ขาพิการ หูหนวก รูปร่าง ซี้เหร่ (เตี้ย แคระ พุงพลุ้ย หน้าปึ้ง ตาโปน ผมตั้งขมวดกันเป็นสังกะตัง เนื้อตัวเป็นปุ่มเป็นปม) หัวล้าน รูปร่างอ้วนเตี้ย เป็นต้น

หากเป็นผู้หญิงที่มีภาพลักษณ์ภายนอกที่ดี จะมีลักษณะรูปร่างโฉมงาม รูปร่างสมบุรณ์ รูปร่าง งดงามน่ารัก ผิวขาว ริมฝีปากเต็มอิ่ม ตาทั้งคู่มีประกายดุจนิล คิ้วประดุจคนวาด แก้มปลั่งปลั่งแดงระ เรือ ถันทั้งคู่ชูเต่งตึง ผิวพรรณผุดผ่อง ใบหน้ากลมประดุจดวงจันทร์ หากมีอายุมากแต่รูปร่างยังงดงาม ผิวหนังไม่เหี่ยวยุ่น ผผไม่หงอก ฟันไม่หัก เป็นต้น ส่วนผู้หญิงที่มีภาพลักษณ์ภายนอกที่ไม่ดีจะมี ลักษณะผอม หูหนวก แก่ ฟันหัก เนื้อหนังเหี่ยวหย่อนห้อยยาน ผิวพรรณคล้ำ เป็นต้น

- ภาพลักษณ์ภายใน

หากเป็นผู้ชายที่มีภาพลักษณ์ภายในที่ดีจะมีความฉลาด มีสติปัญญา มีไหวพริบ รู้จักวิธี แก้ปัญหา มีความรู้ความสามารถ รู้จักช่วยเหลือผู้อื่น มีความกตัญญู รู้จักตอบแทนบุญคุณ เชื่อฟัง คำสั่งสอนของผู้รู้ มีความมานะพยายาม มีความขยัน มีจิตใจดี รู้จักเลือกผู้หญิง มีความซื่อสัตย์ มีใจ เมตตา ยอมรับฟังผู้อื่น รู้จักอบรมสั่งสอนผู้น้อย มีความยุติธรรม รักครอบครัว มีกิริยามารยาทดี มีความถ่อมตัว มีความกล้าหาญ เป็นต้น หากเป็นผู้ชายที่มีภาพลักษณ์ภายในที่ไม่ดีจะมีความคดโกง ติดสินบน ไม่ซื่อสัตย์ ไม่ซื่อตรง อาฆาตแค้น ซักลัว ซี้ซลาด ซี้จจจา ซี้เกียจ ซี้ขโมย ดูถูกเมีย ดูถูกแม่ ไม่ เชื่อฟังคำสั่งสอนของผู้รู้ ไม่รู้จักรับฟังปัญหาของผู้อื่น มีเล่ห์เหลี่ยมกลอุบาย โทกหลอกลวง ไม่มี สติปัญญา โง่เขลา อยาได้ของคนอื่น ไม่มีความยุติธรรม ไม่รู้จักทำมาหากิน ไม่มีความอดทน ไม่ รักษาคำพูด จิตใจชั่วร้าย มีความโลภ มีความอกตัญญู เป็นต้น

หากเป็นผู้หญิงที่มีภาพลักษณ์ภายในที่ดีจะมีคุณลักษณะสตรีครบถ้วน เป็นกุลสตรี มีความ เชื่อฟังพ่อแม่ เชื่อฟังสามี เชื่อฟังเจ้านาย รู้จักช่วยเหลือสามี รู้จักรับฟังสามี มีความรู้ มีสติปัญญา มี ความฉลาด มีความเมตตา มีความขยัน มีกิริยามารยาทดี มีความกตัญญู รู้จักเคารพพรณนินบิตสามี รู้จักจัดการเรื่องภายในบ้านได้อย่างดี มีความซื่อสัตย์ต่อสามี รักและปกป้องสามี มีความสุภาพ ใจดี เป็นแบบอย่างที่ดี มีความเป็นผู้นำ มีความกล้าหาญเด็ดเดี่ยว ไม่โทก ไม่ถือโทษโกรธลูก มีความรัก และเอาใจใส่ลูก มีความเสียสละ เป็นต้น หากเป็นผู้หญิงที่มีภาพลักษณ์ภายในที่ไม่ดีจะขาด คุณลักษณะของสตรีที่ดี เป็นผู้หญิงไม่ดี ไม่ซื่อสัตย์ มีชู้ รังเกียจสามี มีเล่ห์เหลี่ยมมารยา มีความโง่

เขลา ไม่ดูแลเอาใจใส่สามี ไม่ช่วยเหลือสามี มีความโลภ ไม่มีความเมตตา ขี้โอ้อวด ไม่มีความกตัญญู ติดในเรื่องกามราคะ ขี้เหนียว จิตใจชั่วร้าย มีความอาฆาตพยาบาท เป็นต้น

บทบาทและสถานภาพ

จากการวิจัยพบว่า เมื่อแบ่งตามสถานภาพตามที่ปรากฏในนิทาน ประกอบด้วย ตัวละครชายที่มีสถานภาพเป็นชนชั้นปกครอง ได้แก่ กษัตริย์หรือพระราชินี พระราชบิดา พระราชโอรส/พระราชกุมาร/พระราชบุตร โจร ชุมนาง/อำมาตย์/เสนา/มุขมนตรี และทหาร/ไพร่พล สถานภาพเป็น นักบวช ได้แก่ ฤๅษี พรานหมณีส และพระสงฆ์ สถานภาพเป็นประชาชนทั่วไป ได้แก่ ตาแก่ พ่อ สามี ลูกชาย พี่ชาย น้องชาย และคนรับใช้

ส่วนตัวละครหญิงที่มีสถานภาพเป็นชนชั้นปกครอง ได้แก่ กษัตริย์ พระอัครมเหสี พระราชมารดา พระราชธิดา/พระราชบุตร พระสนม/นางสนม สถานภาพเป็นนักบวช ได้แก่ ขี ผู้ทรงศีล สถานภาพเป็นประชาชนทั่วไป ได้แก่ ยายแก่ แม่ ภรรยา ลูกสาว พี่สาว น้องสาว และคนรับใช้

ส่วนบทบาทของชนชั้นปกครอง หากเป็นกษัตริย์หรือพระราชินี จะต้องมีความสามารถในการตัดสินใจ ตัดสินคดีความ โดยเฉพาะในนิทานพื้นบ้านเขมรภาคที่ 2 ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับการตัดสินคดีความ โดยหลาย ๆ เรื่อง ผู้แต่งมักสร้างเรื่องให้กลุ่มตัวละครมีปัญหาที่ไม่สามารถตกลงกันได้ ต่างฝ่ายจึงพากันมาหาท่านเจ้ากรมให้ช่วยตัดสินคดีความ แต่เมื่อท่านเจ้ากรมตัดสินแล้วไม่เป็นที่น่าพอใจหรือท่านเจ้ากรมไม่มีสติปัญญาพอที่จะตัดสินได้ ก็จะนำเรื่องราวขึ้นกราบทูลต่อพระราชินี เพื่อให้พระองค์ท่านเป็นผู้ตัดสินคดีความให้ และในเนื้อหาของนิทานมักกล่าวยกย่องพระราชินีว่าเป็นผู้มีความสามารถ มีสติปัญญาเฉลียวฉลาด มีความสุจริตยุติธรรม สามารถตัดสินคดีความได้อย่างถูกต้องตามทำนองคลองธรรม และทำให้เจ้าของคดีต่างเห็นชอบและพอใจในการตัดสินของพระองค์ นอกจากนี้ในหลายเรื่อง หากมีการกล่าวถึงกษัตริย์หรือพระราชินีในทางที่ดีนั้น มักกล่าวยกย่องสรรเสริญในด้านความมีสติปัญญา มีทศพิธราชธรรม ปกครองบ้านเมืองและอาณาประชาราษฎร์อย่างสงบสุข มีจิตใจเมตตา ยอมรับฟังความทุกข์ของประชาชน โดยตัวละครที่เป็นพระราชินีนั้น อาจเป็นโดยการสืบเชื้อสายมาจากบรรพบุรุษ หรืออาจเป็นประชาชนธรรมดาที่มีบุญ มีความสามารถ เมื่อถึงเวลาก็ได้ขึ้นครองราชสมบัติ หรือตั้งตนเป็นพระราชินี หรือเป็นผู้ที่มีบุญคุณต่อพระราชินีและเชื้อพระวงศ์ เช่น ช่วยให้อพยพพ้นจากความตาย ช่วยปกป้องราชบัลลังก์ ทำที่สุดพระราชินีก็จะทรงประทานความดีความชอบให้ขึ้นครองราชสมบัติ หรือใช้วิธีการยกพระราชธิดาให้ แล้วจึงค่อยยกราชสมบัติให้ครองต่อไป อันแสดงให้เห็นถึงบทบาทของพระราชินีในการตัดสินเรื่องราวด้วยความชอบธรรมและยุติธรรม การปกครองบ้านเมืองอย่างสงบสุข และการขึ้นครองราชสมบัติ นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่า ผู้แต่งมีค่านิยม

เกี่ยวกับกษัตริย์หรือชนชั้นปกครองว่าเป็นผู้บุญบารมี มีสติปัญญา มีทศพิธราชธรรม สามารถปกครองบ้านเมืองและอาณาประชาราษฎร์อย่างสงบสุข มีจิตใจเมตตา ยอมรับฟังความทุกข์ของประชาชน มีความยุติธรรม จึงจะเป็นกษัตริย์หรือพระราชาก็ดีที่ประชาชนรักและให้ความเคารพนับถือ

บทบาทของเหล่าขุนนาง อำมาตย์ เสนา มุขมนตรี เจ้ากรม หรือทหารและไพร่พล สิ่งแรกที่ทุกตำแหน่งจะต้องมีคือ ปฏิบัติตามคำสั่งของพระราชาก็ดี ไม่ว่าพระราชาก็ทรงมีพระบัญชาให้ทำสิ่งใดก็ตาม บุคคลเหล่านี้จะต้องทำตามและขัดพระราชบัญญัติได้ หากกิจการงานนั้นสำเร็จ ก็จะได้รับพระราชทานรางวัลด้วยการเลื่อนตำแหน่งหรือได้รับทรัพย์สินสมบัติ แต่หากปฏิบัติไม่สำเร็จอาจถูกลดทอนตำแหน่งหรือได้รับโทษทัณฑ์ถึงขั้นประหารชีวิต ซึ่งมีนิทานหลายเรื่องที่เกี่ยวข้องถึงพระราชาคิดจะลองใจเหล่าขุนนางด้วยการให้ไปเฝ้ายามพระราชวังในเวลากลางคืน แล้วพระองค์จะแอบเสด็จมาดู หากเห็นว่าขุนนางที่ได้รับมอบหมายเหล่านั้นกำลังนอนหลับบกร่องต่อหน้าที่ ก็จะถูกพระราชูประหารชีวิต แต่หากเป็นขุนนางที่มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ในหน้าที่ของตน ไม่หลับในเวลาเฝ้ายาม พระองค์ก็จะพระราชทานรางวัลให้ เป็นต้น และนอกจากนี้ตำแหน่งขุนนางเหล่านี้ ยังมีบทบาทในการให้คำปรึกษาถวายแด่พระราชาก็ดี หรือคอยช่วยเหลือพระราชาก็ดีในด้านต่าง ๆ ที่เห็นสมควร ดังนั้นแสดงให้เห็นว่า ผู้แต่งมีค่านิยมเกี่ยวกับขุนนางทั้งหลายที่ต้องเป็นผู้คอยช่วยเหลือ อยู่เบื้องหลัง หรือปฏิบัติตามพระราชบัญชาของกษัตริย์ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ประกอบกับต้องเป็นผู้มีสติปัญญาจึงจะเป็นขุนนางที่ดีที่กษัตริย์ไว้วางพระทัย

บทบาทของพระราชโอรส พระราชกุมาร หรือพระราชนุตร ผู้แต่งสร้างให้ตัวละครเหล่านี้มีบทบาทในการเป็นผู้ที่จะสืบราชสมบัติต่อจากพระราชาก็ดี มักมีรูปร่างหน้าตาที่งดงาม ตัวละครเหล่านี้ อาจจะได้ขึ้นครองราชย์ต่อตามลำดับเลย หรืออาจมีเหตุให้ต้องพลัดพรากจากพระราชวัง เช่น เป็นผู้มีบุญมาเกิดแต่เกิดผิดลักษณะของมนุษย์ธรรมดาโดยออกมาเป็นไข การเกิดแบบผิดปกติธรรมดาที่ถูกมองว่าเป็นกาลกิณีจะทำให้บ้านเมืองทุกข์ร้อน จึงถูกนำไปปล่อยทิ้ง แต่เนื่องจากเป็นผู้มีบุญ จึงได้ชาวบ้านคอยช่วยเหลือจนเติบโตใหญ่ และมีเหตุที่ทำให้สามารถกลับมาครองราชย์สมบัติต่อได้นอกจากนี้ยังพบว่าในหลายเรื่องผู้แต่งสร้างให้พระราชโอรส (หรือแม้แต่พระราชาก็ดี) มีความรู้สึกไม่สบายพระทัย อยากออกไปนอกพระราชวัง แล้วเมื่อออกไปนอกพระราชวังก็จะได้พบเจอกับหญิงสาวรูปงามมีคุณลักษณะที่ดี แล้วได้แต่งงานครองคู่กัน แล้วได้สืบต่อราชสมบัติต่อไป เป็นต้น ดังนั้นแสดงให้เห็นว่า ผู้แต่งมีค่านิยมเกี่ยวกับพระราชโอรสว่าเป็นผู้ที่มีบุญบารมี มีความเก่งกล้าสามารถเป็นที่ไว้วางพระทัยของกษัตริย์ และผู้หญิงที่คู่ครองกับพระองค์จะต้องเป็นผู้ที่มีทั้งความงามภายนอกและมีคุณลักษณะที่ดีภายใน จึงจะได้ครองราชย์ปกครองบ้านเมืองสืบต่อไปอย่างสงบสุข

บทบาทของนักบวช อันได้แก่ ฤๅษี พราหมณ์ และพระสงฆ์นั้น ส่วนใหญ่เป็นผู้มีบทบาทในการสอนศิลปศาสตร์ ช่วยเหลือตัวละครฝ่ายดีที่กำลังตกทุกข์ได้ยาก โดยในนิทานมักกล่าวว่าเป็นผู้มีบุญบารมี มีความสามารถ มีสติปัญญาที่เฉลียวฉลาด ผู้คนให้ความเคารพนับถือ เมื่อใครก็ตามต้องการเรียนรู้วิทยาการหรือศิลปศาสตร์ด้านต่าง ๆ มักจะออกเดินทางแสวงหาฤๅษีผู้บำเพ็ญเพียร พราหมณ์ หรือพระสงฆ์ผู้มีความรู้ เป็นต้น แต่ก็มีนิทานบางเรื่องที่ไม่ได้กล่าวถึงภาพลักษณ์ที่ดีของนักบวช เช่น นิทานที่กล่าวถึงความโง่เขลาของพระ แต่มีเด็กวัดหรือลูกศิษย์ที่ฉลาดแบบมีเล่ห์เหลี่ยมกลโกง เพราะเห็นว่าอาจารย์ (พระสงฆ์) ของตนนั้นเป็นผู้โง่เขลา จะหลอกอย่างไรก็ได้ เพื่อให้ตนนั้นได้ในสิ่งที่ต้องการ หรือหลอกเล่นเพียงเพื่อความสนุกสนาน เรื่องนี้น่าสนใจว่า พระสงฆ์ถือเป็นผู้ที่เราควรให้ความเคารพนับถือ แต่ตัวละครกลับหลอกวงกลั่นแกล้งจนเป็นเรื่องตลก แสดงให้เห็นว่า คนบางคนนั้นบวชแต่เพียงภายนอก ไม่ได้ศึกษาเล่าเรียนพระธรรม ศีลวินัยก็ไม่มี ดังนั้นก็ไม่ต่างจากคนโง่เขลาที่ไม่มีความรู้ และไม่มีพละการนับถือ จึงถูกหลอกได้โดยง่าย ทั้งนี้แสดงให้เห็นค่านิยมของผู้แต่งว่า กลุ่มคนผู้เป็นนักบวชเป็นผู้มีบุญบารมี มีความรู้ความสามารถ มีสติปัญญา น่าเคารพนับถือ ผู้คนมักเข้าไปศึกษาเรียนรู้วิทยาการหรือศิลปศาสตร์จากบุคคลเหล่านี้ แต่ขณะเดียวกัน หากเป็นเพียงผู้ที่บวชแต่ภายนอก ไม่ได้ศึกษาเล่าเรียนหรือรู้พระธรรมวินัย ผู้คนก็จะไม่ให้ความเคารพนับถือ

บทบาทของผู้ชายโดยทั่วไป เช่น หากเป็นสามี มักมีบทบาทในการทำงานนอกบ้านเพื่อหาเลี้ยงครอบครัว บางเรื่องนำเสนอภาพลักษณ์ของสามีที่ดีโดยเฉพาะในเรื่องการขยันทำมาหากิน เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ หากมีบุตรสาวก็มักจะเป็นผู้หาคู่ครองที่ดีและเหมาะสมให้ ส่วนเรื่องที่น่าเสนอภาพลักษณ์ที่ไม่ดี เช่น เป็นคนขี้เกียจ ไม่รู้จักทำมาหากิน โง่เขลา หรือนิสัยไม่ดี เป็นต้น ก็จะทำให้ครอบครัวไม่มีความสุข ไร้ความสุข แสดงให้เห็นค่านิยมของผู้แต่งว่า ชายผู้ที่เป็นสามีต้องมีความเป็นผู้นำครอบครัว เป็นผู้หาเลี้ยงครอบครัว มีความขยัน และมีสติปัญญาที่ดี เป็นต้น หากชายนั้นเป็นเศรษฐี มักเป็นผู้มีฐานะร่ำรวย มีทั้งที่จิตใจดีคอยช่วยเหลือผู้อื่น ในนิทานหลายเรื่องนำเสนอภาพลักษณ์ของเศรษฐีไว้ เช่น มีความเมตตากรุณา เมื่อมีคนยากจนมาขออาศัยอยู่ด้วยก็ยินดีรับเลี้ยงดู หากคนยากจนนั้นมีความซื่อสัตย์ ขยันทำงาน อดทน มีกิริยามารยาทดี เศรษฐีก็มักจะยกลูกสาวของตนให้ แล้วให้ทรัพย์สมบัติเพื่อเป็นเศรษฐีในรุ่นต่อไป นิทานบางเรื่องก็นำเสนอว่า มีคนยากจนที่ขยันทำมาหากิน แต่เนื่องจากเป็นคนที่มีความลำบากมาก ทำมาหากินอย่างไรก็ไม่รวย จึงมีเทวดาอารักษ์มาช่วยเหลือด้วยการให้พบเจอกับทรัพย์สมบัติแล้วกลายเป็นเศรษฐี เมื่อเพื่อนบ้านที่เป็นคนยากจนเหมือนกันเห็นว่าเพื่อนได้เป็นเศรษฐีก็จะพากันทำตามอย่าง โดยเข้าไปหลอกถามว่าทำอย่างไรจึงได้ทรัพย์ แต่เนื่องจากเป็นผู้ที่มีจิตใจโลภ สุดท้ายก็ไม่ได้อะไรและกลายเป็นคนยากจนดังเดิม หรือหากเป็นคนรับใช้ มักปรากฏในลักษณะที่ต้องคอยรับใช้เจ้านายทุกเรื่อง การมาเป็นคนรับใช้อาจเกิดจาก

การเป็นเด็กกำพร้า มีความยากจนมาก ไม่สามารถทำงานหาเงินหรืออาหารเลี้ยงชีพได้ หรือเป็นคนพิการ จึงมาขอเป็นทาสหรือคนรับใช้ของเศรษฐี หากทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างดีเสมือนเป็นงานของตนเองและมีความซื่อสัตย์ ก็จะได้รับค่าจ้างใจและความรักจากเจ้านายถึงขั้นอาจได้เป็นลูกบุญธรรม ได้แต่งงานกับลูกสาวเจ้านาย หรือกลายเป็นเศรษฐีรุ่นต่อไป เป็นต้น ขณะเดียวกันหากเป็นคนไม่ดีหรือมีเจ้านายที่ใจร้าย คนรับใช้ก็มักจะคิดหาวิธีการหลบหนี หรือวิธีการให้ได้มาซึ่งทรัพย์สินของเจ้านาย เป็นต้น แสดงให้เห็นว่า การเป็นคนควรมีความขยัน ซื่อสัตย์ อดทน วันหนึ่งจะได้ดีเพราะสิ่งที่ตนเองทำ แต่หากว่าเป็นคนขี้เกียจ ไม่ซื่อสัตย์ ไม่อดทน โลก สุดท้ายก็จะไม่ได้ดี

ในส่วนของตัวละครที่เป็นผู้หญิงนั้น ส่วนใหญ่มักเป็นตัวละครที่มีบทบาทคู่กับตัวละครชาย เช่น หากเรื่องนั้นมีพระราชาก็จะมีพระอัครมเหสี มีเศรษฐีก็จะมีภรรยาของเศรษฐี มีตาแก่ก็จะมียายแก่ที่เป็นภรรยา หรือมีชายหนุ่มก็จะมีหญิงสาวที่จะได้กลายเป็นภรรยาของชายหนุ่ม เป็นต้น ผู้แต่งมักสร้างให้ตัวละครหญิงเป็นตัวละครที่มีบทบาทคู่กับตัวละครชายในฐานะภรรยา หรือหากยังไม่ได้เป็นภรรยาก็จะกล่าวถึงลักษณะของผู้หญิงที่ดีอันเป็นที่หมายปองของผู้ชาย เช่น หน้าตาสวยงามจนเป็นที่หมายปอง รูปร่างงดงามเหนือสตรีทั้งปวงจนเป็นที่ต้องตา เป็นต้น นอกจากภาพลักษณ์ภายนอกแล้วผู้แต่งยังกล่าวถึงภาพลักษณ์ภายในที่ดีด้วย โดยอาจกล่าวสรุปว่า เป็นหญิงที่มีคุณลักษณะของสตรีที่ดีหรือบางเรื่องอาจแจ่มแจ้งว่าเป็นผู้หญิงที่ดีอย่างไร นอกจากนี้ยังกล่าวถึงผู้หญิงในลักษณะที่ตรงกันข้ามด้วย โดยกล่าวว่าไม่ดีอย่างไรหรือไม่ให้คุณลักษณะของผู้หญิงที่ดี เป็นต้น หากผู้หญิงนั้นมีสถานภาพเป็นภรรยา ผู้แต่งก็จะระบุเช่นกันว่า การเป็นภรรยาที่ดีจะต้องเป็นภรรยาที่มีบทบาทและมีคุณลักษณะที่ดีด้วย ไม่ว่าจะเป็นการรู้จักดูแลสามี รู้จักจัดการเรื่องราวในบ้านงานเรือน รู้จักช่วยเหลืออุปถัมภ์สามี แม้ว่าสามีนั้นจะดีหรือไม่ดีก็ตามในฐานะที่เป็นภรรยาจะต้องไม่รังเกียจสามี และยังคงต้องปรนนิบัติสามีอย่างดี บางเรื่องกล่าวถึงว่าการเป็นภรรยาที่ดีนั้น จะต้องคอยดูแลจัดการเรื่องราวให้สามีที่ต้องออกไปทำงานนอกบ้าน ไม่ว่าจะเตรียมอุปกรณ์การทำงาน เตรียมห่ออาหาร หรือเมื่อสามีจะอาบน้ำก็ต้องถือผ้าเดินตามสามีไปอาบน้ำ ล้างเท้าให้สามีเมื่อจะขึ้นบ้าน จัดแจงทำอาหารที่อร่อยให้สามีทาน กราบสามีก่อนนอน และเข้านอนที่หลังสามี เป็นต้น นอกจากนี้ หากมีลูกก็ต้องเป็นแม่ที่ดี มีบทบาทคอยดูแลรักใคร่ลูก รวมถึงรู้จักอบรมสั่งสอนให้ลูกเป็นคนดี แต่หากผู้หญิงนั้นเป็นในทางตรงกันข้าม คือเป็นภรรยาหรือเป็นแม่ที่ไม่ดี สุดท้ายแล้วก็จะได้รับผลที่ไม่ดีนั้นด้วย เช่น การมีครอบครัวที่ปราศจากความสุข เป็นต้น ซึ่งถือเป็นการปลูกฝังให้ผู้หญิงเป็นผู้ที่มีบทบาทและคุณลักษณะที่ดีตามค่านิยมที่ผู้แต่งมีต่อสังคมเขมร

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า ตัวละครชายและตัวละครหญิงที่เป็นมนุษย์ที่ปรากฏในนิทานพื้นบ้านเขมรนั้น แม้จะเป็นมนุษย์แต่กลับมีลักษณะที่มีความเกินจริงปรากฏอยู่เป็นจำนวนมาก โดยจัดว่าเป็นลักษณะของตัวละครที่พบได้ในนิทานทั่วไป ดังที่ ประคอง นิมมานเหมินท์ (2543, น. 38) อธิบายว่า ตัวละครที่พบในนิทานพื้นบ้านผู้แต่งมักสร้างให้มีคุณสมบัติหรือลักษณะแปลก หรือมีความพิเศษในด้านใดด้านหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตาม ตัวละครที่ปรากฏในนิทานพื้นบ้านเขมรต่างเป็นภาพแทนของมนุษย์แต่ละแบบ หรือเป็นไปในลักษณะที่ผู้แต่งต้องการให้เป็นหรืออยากให้เป็น อันเกิดจากค่านิยมหรือมุมมองที่ผู้แต่งมีต่อผู้ชายและผู้หญิงในสังคมเขมร แล้วอยากให้ผู้อ่านได้รับทราบ เรียนรู้ แล้วนำไปปรับใช้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนภาพร แสงสุข (2542) เรื่องสารัตถะจากนิทานพื้นบ้านเขมร โดยกล่าวว่า ตัวละครต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นมา มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้การศึกษาอบรมโดยการเปรียบเทียบชี้ให้เห็นคติสอนใจ และเจตนารมณ์เป็นไปเพื่อการสั่งสอนแก่บุตรหลาน โดยนำเสนอผ่านภาพลักษณ์ภายในและภาพลักษณ์ภายนอกของตัวละครในแบบต่าง ๆ ที่มีทั้งดีและไม่ดี โดยภาพลักษณ์ที่ผู้แต่งนำเสนออันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้อ่าน ซึ่งสอดคล้องกับอภิชาต พุกสวัสดิ์ (2556, น. 37 อ้างถึงใน พัชราวดี จินนิกร, 2559, น. 36) ซึ่งกล่าวถึงความสำคัญของภาพลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลว่า ภาพลักษณ์เปรียบเหมือนหางเสือที่กำหนดทิศทางพฤติกรรมของปัจเจกชนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งรอบตัว โดยจะทำให้ผู้อ่านได้เรียนรู้ลักษณะของมนุษย์ เรียนรู้ชีวิต ได้เห็นตัวอย่างจากการกระทำและผลลัพธ์ของตัวละคร แล้วสามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตจริงได้

นอกจากนี้ ตัวละครชายและตัวละครหญิงที่พบ มีจำนวนมากที่ผู้แต่งกล่าวถึงภาพลักษณ์ภายในของตัวละครที่มีคุณลักษณะต่าง ๆ เช่น กล่าวอย่างตรงไปตรงมาว่าเป็นผู้ที่มีคุณลักษณะที่ดีหรือไม่ดี หรือกล่าวถึงคุณลักษณะที่ดีข้อใดข้อหนึ่งในคุณลักษณะชาย 26 ประการ หรือคุณลักษณะหญิง 31 ประการ และตัวละครที่มีภาพลักษณ์ภายในที่ดีนั้น มักจะเป็นผู้ที่มีความสุขและประสบผลสำเร็จในชีวิต หรือเป็นผู้ที่นำหมายปองของเพศตรงข้าม หรือหากเป็นคู่สามีภรรยาแล้วก็มักกล่าวถึงความสุขสำเร็จในชีวิตครอบครัว โดยเฉพาะการเป็นผู้หญิงที่มีคุณลักษณะที่ดีจะมีบทบาทที่สำคัญต่อชีวิตครอบครัวมาก เช่น นิทานหลายเรื่องมักกล่าวถึงผู้หญิงที่มีคุณลักษณะที่ดีและรู้จักการจัดการเรื่องราวภายในบ้านจะส่งผลให้สามีและครอบครัวดีด้วย จึงสอดคล้องกับ สหิร ชุณ (2015, p. 126) ที่ได้ อธิบายว่า ในสังคมเขมรผู้หญิงแม้จะเป็นแม่บ้าน แต่มีหน้าที่รักษาขนบธรรมเนียมประเพณี การแต่งกาย ความสุขในครอบครัว และมีสิทธิตัดสินใจเรื่องภายในบ้าน และเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอนาคตของลูก รวมถึงดูแลรับผิดชอบเรื่องค่าใช้จ่ายภายในบ้าน ในขณะที่เดียวกันตัวละครไม่ว่าจะชายหรือหญิงหากมี

ภาพลักษณ์ภายนอกที่ไม่ดีแต่มีภาพลักษณ์ภายในที่ดี ตัวละครนั้นจะได้รับผลที่ดี แสดงให้เห็นว่า การจะมีชีวิตที่ดีหรือไม่ดีของมนุษย์นั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ภายนอกแต่ขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ภายใน

จึงอาจกล่าวได้ว่า นิทานพื้นบ้านเขมรนั้น แม้จะเป็นนิทานที่เล่าสืบต่อกันมา แต่หลายเรื่องมักให้ความรู้ คำสอน ปลูกฝังจริยธรรม สอดแทรกค่านิยมที่ผู้แต่งเห็นว่าดีงาม และแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มชนในเรื่องค่านิยมของการเป็นผู้ชายและผู้หญิงในสังคมเขมรที่ควรจะเป็น ไม่ว่าจะบุคคลนั้นจะอยู่ในสถานภาพใดในสังคมก็ตาม หากปฏิบัติในสิ่งที่ดีที่สมควร ก็จะได้รับผลที่ดีตอบแทน แต่หากปฏิบัติในสิ่งที่ไม่ดีและไม่สมควร ก็จะได้รับผลที่ไม่ดีตอบแทนเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. สามารถนำข้อคิดจากนิทานพื้นบ้านเขมรมาปรับใช้ในชีวิตได้ โดยเฉพาะในเรื่องของภาพลักษณ์ภายในที่ดีของผู้ชายและผู้หญิง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาภาพลักษณ์ของตัวละครที่เป็นอมมุขยในนิทานพื้นบ้านเขมร เพื่อให้เข้าใจถึงความเชื่อและสิ่งเหนือธรรมชาติของชาวเขมร
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของตัวละครในนิทานพื้นบ้านเขมรกับนิทานพื้นบ้านไทย เพื่อให้ทราบถึงค่านิยมในการสร้างตัวละครของทั้งสองชนชาติ

เอกสารอ้างอิง

- กุหลาบ มัลลิกะมาส. (2518). *คติชาวบ้าน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- คณะที่ปรึกษาด้านวัฒนธรรมเขมร. (2540). *ประชุมเรื่องตำนานและนิทานพื้นบ้านเขมร ภาคที่ 1 – 9* (ประยูร ทองศิริ, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- งวน ญิล. (2548). *จิตวิญญาณมารดาธิปไตยในสังคมเขมร*. (ภูมิจิต เรืองเดช, ผู้แปล). บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. (ต้นฉบับพิมพ์ปี 2000).
- นภาพร แสงสุข. (2542). *สารัตถะจากนิทานพื้นบ้านเขมร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร, สาขาวิชาภาษาไทย.

- ประคอง นิมมานเหมินท์. (2543). *นิทานพื้นบ้านศึกษา*. กรุงเทพฯ: โครงการตำราคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชราวลี จินนิกร. (2559). *การศึกษาภาพลักษณ์ของตัวละครหญิงในวรรณกรรมเรื่องผู้ชนะสิบทิศ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, สาขาวิชาภาษาไทย.
- ศิริพร ณ ถลาง. (2557). *ทฤษฎีคติชนวิทยา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สายทิพย์ นุกูลกิจ. (2539). *วรรณกรรมไทยปัจจุบัน* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: บริษัท เอส. อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.
- อุบล เทศทอง. (2548). *ภาษาเขมร : วิถีชีวิตและโลกทัศน์ของชาวเขมร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, บัณฑิตวิทยาลัย, ภาควิชาภาษาตะวันออก, สาขาวิชาภาษาไทยเขมร.
- กฤษบุษย์เจียรณวัฒน์. 2001. *บุรุษผู้ยิ่งใหญ่ ภาคที่ 1 – 9*. กรุงเทพฯ: ตรีเศียร
เบาะตุ้ม และ ไซคณูย ไสยกุลพิมพ์ บุรณ และ กิจกุล.
- หิรัญ ธีร. (2015). *หลักฐานทางประวัติศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สยามบุ๊คส์ แอนด์ ตรีเศียร และ ตรีเศียร
ISBN.

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกล้องวงจรปิดของผู้บริโภค
ในเขตกรุงเทพมหานคร
**The Marketing-Mix Factors Affecting the Decision-Making of the Consumers
in Purchasing CCTV Cameras in Bangkok**

นาง บุญทิกา ธีระโรจนพงษ์

Mrs. Boontiga Teerarochanapong

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ พนักงานของบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำนวน 245 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิง เชิงอนุมาน (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

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 มีความมั่นคง และมั่นคงทั้งในทางเศรษฐกิจ การเมืองและทางสังคม แต่หากประเทศใดขาดทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่า หรือไม่สามารนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติได้ ประเทศนั้นก็พัฒนาไปสู่ความเจริญได้ยาก หรือนำมาสู่ความล้มเหลวของประเทศ ประเทศต่าง ๆ จึงมุ่งหวังที่จะมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ และมีระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดี และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศชาติ

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นหน่วยงานหนึ่งขององค์กร ซึ่งเปรียบเสมือนเฟืองหรือเครื่องจักรที่ต้องร่วมสร้างมูลค่าธุรกิจ (Value Creation) ให้องค์กร หรือที่เรามักจะได้ยินว่าการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) นั่นเอง หากทุกหน่วยงานในองค์กรมีความเข้าใจบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ รวมถึงการมีสำนึก รับผิดชอบ (Accountability) มีจิตสำนึก (Conscious) ที่ดีเยี่ยม ทำให้องค์กรได้รับประโยชน์สูงสุด

ดังนั้น การจัดการทรัพยากรมนุษย์ คือ หน่วยธุรกิจขององค์กรที่ต้องแข่งขันกับฝ่ายงานด้านการตลาด ที่สร้างมูลค่าทางธุรกิจให้องค์กรด้วยการสร้างยอดขายให้บรรลุเป้าฝ่ายปฏิบัติการ สร้างมูลค่าธุรกิจด้วยการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้มีต้นทุนที่เหมาะสม หรือฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ สร้างมูลค่าธุรกิจด้วยการจัดฐานข้อมูลที่ถูกต้อง รวดเร็วทันเวลา เพื่อช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง และนโยบายที่เหมาะสม

บริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (PSI Corporation Co., Ltd.) ก่อตั้งมายาวนาน กว่า 20 ปี เป็นหนึ่งในความภูมิใจของคนไทยภายใต้สินค้ายี่ห้อ PSI และเป็นบริษัทผู้นำทางด้านการผลิต และจำหน่ายอุปกรณ์ที่ใช้ระบบการสื่อสารผ่านดาวเทียมของประเทศ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม

บริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น ถือเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายจันดาวเทียมทั้งซีแบนด์ และเคยูแบนด์ รายใหญ่ที่สุดในปัจจุบัน มีอัตราการเติบโตที่ดี โดยมีการคาดการณ์ว่าปีนี้จะมียอดขายมากถึง 2,500-2,700 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตที่ประมาณ 20% และส่วนหนึ่งของความสำเร็จนี้มาจากการที่องค์กร มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีศักยภาพในการดำเนินงาน โดยทางองค์กรนั้นให้ความสำคัญทางด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จะเห็นได้จากการที่องค์กรมีวิสัยทัศน์ที่มุ่งเน้น "การพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ระบบงาน ได้มาตรฐาน เพื่อให้องค์กรยั่งยืน" โดยทางองค์กรมีนโยบายสนับสนุนให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีขึ้น

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

1.2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

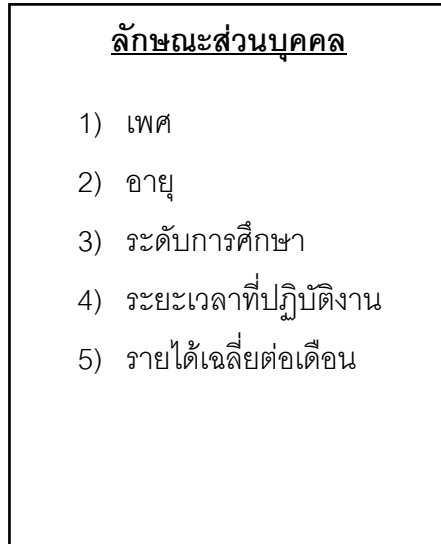
แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ อันเป็นการสร้างบุคลากรให้มีความเจริญทางด้านความรู้และความสามารถในการทำงานอย่างมีคุณภาพและมีคุณธรรมที่สมบูรณ์ ถือเป็นหัวใจหลักในการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

แนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว เป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรม โปรแกรม และนโยบายที่กว้างขวางมากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าเพิ่มขึ้น เพื่อการพัฒนาและการรักษาทรัพยากรมนุษย์ให้ทำงานให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตลอดจนการออกจากองค์กรไปด้วยดีนั้น ล้วนต้องอาศัยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ดี ดังนั้น การจัดการทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญกับการบริหารองค์กรเป็นอย่างมาก

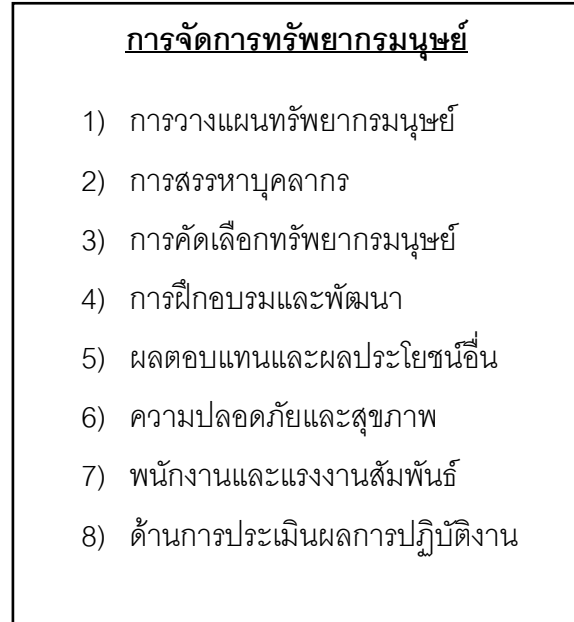
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องใช้ในการทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ กุลมาศ ศิริมาตย์ และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมขององค์กรในการก้าวเข้าสู่ AEC กรณีศึกษาโรงเรียนการจัดการโรงแรมนานาชาติ (ประกาศนียบัตร) สรุปความหมายของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง การดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่สามารถทำให้บุคลากรได้รับการพัฒนาจากการดำเนินการนั้น ได้มีความรู้ ความเข้าใจ ความสามารถที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคลากรเอง โดยให้มีทัศนคติต่องานผู้ร่วมงาน และผู้บริหารในองค์กรนั้นๆ เป็นอย่างดี และปิยาพร ห่องแสง (2555) ศึกษาเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปความหมายของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ว่าเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)



ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานทั้งหมดของบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น จำนวน 631 คน โดยใช้สูตรคำนวณของ Taro

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 โดยทำการเก็บข้อมูลทางแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ เมื่อได้รับแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

สรุปผลการวิจัย

พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายได้พบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ อยู่ในระดับมาก 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

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ 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 สรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 พบว่า พนักงานที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ด้านการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา ด้านผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนภาพรวมและด้านอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิงมีความคิดเห็นมากกว่าเพศชาย

สมมติฐานที่ 2 พบว่า พนักงานที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น ด้านพนักงานและแรงงานสัมพันธ์ และภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 พบว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ ด้านพนักงานและแรงงานสัมพันธ์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน และภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 พบว่า พนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น ด้านพนักงานและแรงงานสัมพันธ์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน และภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 5 พบว่า พนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา และด้านความปลอดภัยและสุขภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านภาพรวมและด้านอื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท พีเอสไอ คอร์ปอเรชั่น 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) ได้ศึกษาเรื่องของการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยพิษณุโลก จากผลการวิจัยพบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยพิษณุโลก ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของลักษณะชัย ธนะวังน้อย (2554) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากร มนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือข่ายโทรคมนาคม จากผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือข่ายโทรคมนาคม การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Gitman and McDaniel (2008) ที่กล่าวถึงการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ เป็นกระบวนการในการสำรวจความต้องการทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้ได้มาซึ่งจำนวนพนักงานที่มีทักษะที่ต้องการ และสามารถหาสิ่งที่จำเป็นต้องใช้ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนที่ช่วยให้ได้ทรัพยากรมนุษย์ที่เพียงพอ และตรงตามวัตถุประสงค์ การพยากรณ์ความต้องการพนักงานที่มีคุณลักษณะต่างๆ การเปรียบเทียบความต้องการกับกำลังแรงงานในปัจจุบัน การกำหนดจำนวนและรูปแบบของพนักงานที่ต้องสรรหาเข้ามา หรือจำนวนที่ต้องออกจากงาน ซึ่งเป็นกระบวนการที่มีระบบสามารถช่วยในการกำหนดทักษะหน้าที่ ความรู้ที่ต้องการสำหรับงานในองค์กร

การสรรหาบุคลากร พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการสรรหาบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยาพร ห่องแสง (2555)

การคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยาพร ห่องแสง (2555) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร การคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ อยู่ในระดับดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของลักษณะชัย ธนะวังน้อย (2554) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากร มนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือเบทาโกร จากผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือเบทาโกร การคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Gitman and McDaniel (2008) ที่กล่าวถึงการจัดการทรัพยากร การคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ กิจกรรมในการคัดเลือกบุคลากรที่เหมาะสมที่สุด สำหรับองค์กร และเหมาะสมกับตำแหน่งที่ต้องการ จากการคัดเลือกกลุ่มผู้มาสมัคร

การฝึกอบรมและพัฒนา พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการฝึกอบรมและพัฒนา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยาพร ห่องแสง (2555) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร การฝึกอบรมและพัฒนา อยู่ในระดับดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของลักษณะชัย ธนะวังน้อย (2554) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากร มนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือเบทาโกร จากผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพงาน

ผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยาพร ห่องแสง (2555) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร ผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น อยู่ในระดับดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของลักษณะชัย ธนะวังน้อย (2554) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากร มนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือข่ายโทร จากผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือข่ายโทร ผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Gitman and McDaniel (2008) ที่กล่าวถึงการจัดการทรัพยากร ผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่น ผลตอบแทนเป็นรางวัลทั้งหมดที่พนักงานได้รับในการแลกเปลี่ยนกับงาน ประกอบด้วย ค่าจ้าง เงินเดือน โบนัส สิ่งจูงใจ และอื่นๆ ส่วนผลประโยชน์อื่นๆ เช่น การประกันชีวิตและสุขภาพ การท่องเที่ยว ค่ารักษาพยาบาล เป็นต้น

ความปลอดภัยและสุขภาพ พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านความปลอดภัยและสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยาพร ห่องแสง (2555) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร ความปลอดภัยและสุขภาพ อยู่ในระดับดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของลักษณะชัย ธนะวังน้อย (2554) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากร มนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือข่ายโทร จากผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือข่ายโทร ความปลอดภัยและสุขภาพ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Gitman and McDaniel (2008) ที่กล่าวถึงการจัดการทรัพยากร

พนักงานและแรงงานสัมพันธ์ พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านพนักงานและแรงงานสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของลักษณะชัย ณะวังน้อย (2554) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากร มนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือเบทาโกร จากผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือเบทาโกร พนักงานและแรงงานสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Gitman and McDaniel (2008) ที่กล่าวถึงการจัดการทรัพยากร พนักงานและแรงงานสัมพันธ์ กล่าวว่าพนักงานถือเป็นสิ่งแวดล้อมภายในที่ผู้บริหารต้องคำนึงอย่างยิ่ง เพราะงานจะสัมฤทธิ์ผลได้นั้น ต้องเกิดจากการปฏิบัติงานของพนักงาน ส่วนแรงงานสัมพันธ์ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มพนักงาน และนายจ้าง

การประเมินผลการปฏิบัติงาน พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยาพร ห่องแสง (2555) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร การประเมินผลการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของลักษณะชัย ณะวังน้อย (2554) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากร มนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือเบทาโกร จากผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือเบทาโกร ความปลอดภัยและสุขภาพ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Gitman and McDaniel (2008) ที่กล่าวถึงการจัดการทรัพยากร การประเมินผลการปฏิบัติงานว่าเป็นการประเมินถึงพฤติกรรมในการทำงานของพนักงาน โดยการวัดเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การพัฒนา การจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป ดังนี้

การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ บริษัทควรมีการสังเกตและสำรวจความต้องการพนักงานที่มีคุณลักษณะต่างๆ มีการพยากรณ์ความต้องการพนักงานที่มีคุณลักษณะต่างๆ มีการเปรียบเทียบความต้องการกับแรงงานในปัจจุบัน และมีการกำหนดจำนวนและรูปแบบของพนักงานที่ต้องสรรหาเข้ามา หรือจำนวนที่ต้องออกจากงานอยู่เสมอ

การสรรหาบุคลากร บริษัทควรมีการสรรหาบุคลากรจากบริษัทเครือข่ายจัดหางาน มีการเข้าร่วมกับเครือข่ายจัดหางานที่มีความน่าเชื่อถือสูง โดยที่บริษัทตัวแทนจัดหางานต้องมีการจดทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมาย มีการกำหนดกฎเกณฑ์ในการสรรหาที่มีประสิทธิภาพ มีการบ่งบอกถึงรายละเอียดด้านเนื้อหาของหน้าที่อย่างชัดเจน เพื่อการสรรหาให้ได้มาซึ่งพนักงานที่มีความเหมาะสมตรงตำแหน่งหน้าที่มากที่สุด

พนักงานและแรงงานสัมพันธ์ บริษัทควรมีการพิจารณาความดีความชอบของพนักงาน โดยมีหลักเกณฑ์การพิจารณาที่เป็นธรรม และมีการพิจารณาตามผลงานการดำเนินงานของพนักงานได้อย่างเหมาะสม เพื่อเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพของพนักงานต่อไป

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังนี้

1. ควรทำการศึกษาข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติม ด้วยการทำการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเฉพาะด้านจากผู้มากประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ และนำข้อมูลที่ได้รับมาขยายต่อเพื่อประโยชน์แก่การดำเนินงานของพนักงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

หนังสือ

- กุลมาศ ศิริมาตย์ และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2556). **ปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมขององค์กรในการก้าวเข้าสู่ AEC กรณีศึกษาโรงเรียนการจัดการโรงแรมนานาชาติ(ประกาศนียบัตร)**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จิตรลดา อมรวัฒนา. (2553). **การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความมีประสิทธิภาพของการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์: กรณีศึกษาบริษัทภายใต้อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีระดับต่ำกับอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง**. วารสารบริหารธุรกิจ.
- ทิมมิกา เครือเนตร. (2558). **ภาวะผู้นำกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท ไทยฟู้ดส์ กรุ๊ป จำกัด**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- นรเศรษฐ วาสะศิริ และณัฐวัฒน์ พระงาม. (2559). **การจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในมหาวิทยาลัยพิษณุโลก**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.
- ปิยาพร ห่องแสง. (2555). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานสาขาธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ลักษณะชัย ธนะวงน้อย. (2554). **ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพงานของพนักงานเครือข่ายโทรคมนาคม**. 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**. 4 th.ed. Ohio: South Western Cengage Learning.

แหล่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management). (1 มิถุนายน 2561).

สืบค้นจาก <http://mpa2011.blogspot.com/2012/05/haman-resource-management.html>.

ความสำคัญของการบริหารทรัพยากรมนุษย์. (1 มิถุนายน 2561). สืบค้นจาก

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

ประวัติของงานดาวเทียม PSI. (1 มิถุนายน 2561). สืบค้นจาก

http://www.airhomenet.com/index.php?lay=boardshow&ac=webboard_show&Wbntype=1&No=1454290.

Taro Yamane (1973). (26 มิถุนายน 2561). สืบค้นจาก

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

ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานกับพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร : กรณีศึกษา
ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย¹

Factors Influencing Quality of Work Life and the Organizational Citizenship Behavior :
A Case Study of Armed Forces Security Center, Royal Thai Armed Forces Headquarter.

ปฐมพร หอยสังข์ (Prathomporn Hoysang)²

ดร.ธีรเดช สนองทวีพร³

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของกำลังพลศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย 2. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพลศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย และ 3. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย เป็นวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยกำลังพลนายทหารสัญญาบัตร นายทหารประทวน และบุคลากร จำนวนทั้งสิ้น 299 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าไคสแควร์ และค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของกำลังพลศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย พบว่าส่วนมากเป็นเพศชาย มีอายุน้อยกว่า 31 ปี สถานภาพสมรส ส่วนมากสำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./เทียบเท่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 9,000 บาท และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 1-5 ปี ส่วนคุณภาพชีวิตการทำงานของกำลังพลศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพลศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับสูงด้านการให้ร่วมมือ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาการให้ความช่วยเหลือ การคำนึงถึงผู้อื่น ส่วนความอดทนอดกลั้น อยู่ในระดับสุดท้าย ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนปัจจัยคุณภาพชีวิตการ

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์เรื่อง ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานกับพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร : กรณีศึกษา ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

² นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก ประจำปีการศึกษา 2560

³ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

ทำงานของกำลังพลศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย 8 ด้าน พบว่าด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน และด้านความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับต่ำกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ ($r = 0.157$, $r = 0.297$) ส่วนคุณภาพชีวิตในการทำงาน ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ ด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย ด้านโอกาสในการพัฒนาศักยภาพ ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคง ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน และด้านลักษณะการทำงานหรือประชาธิปไตยในการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Abstract

The objectives of this research were to 1) investigate the level of quality of work life of the staff of the Armed Forces Security Center, Royal Thai Armed Forces Headquarter, 2) analyze the level of the organizational citizenship behavior of the staff of the Armed Forces Security Center, Royal Thai Armed Forces Headquarter, and 3) analyze the factors of quality of work life relating to the organizational citizenship behavior of the staff at the Armed Forces Security Center, Royal Thai Armed Forces Headquarter. This was a quantitative research. The research tool was the questionnaire. Two hundred and ninety-nine commissioned officers, non-commissioned officers, and other personnel of the Armed Forces Security Center, Royal Thai Armed Forces Headquarter were selected using simple random sampling method as the samples of this research. 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 male, lower than 31 years old, married, completed high school/vocational school/or equivalent, received average monthly income not over 9,000 baht, and had 1-5 years of work experience. In terms of the respondents' overall quality of work life was at moderate level, while the overall organizational citizenship behavior of the respondents was found at high level. When considering at each factor, the factor of civic virtue received the highest mean score. Next on down were altruism, courtesy, and sportsmanship, respectively. 3) Moreover, the results of the

hypothetical testing revealed that the respondents who were from different gender, age, marital status, educational level, and average monthly income had no relationship with the organizational citizenship behavior at statistical significant level of 0.05. In addition, in terms of the factor of the quality of work life, the result was that the factor of work-life balance and the factor of relevance and benefit to society were positively and significantly related at low level to the organizational citizenship behavior at 0.05, respectively ($r = 0.157$, $r = 0.297$). In terms of the organizational citizenship behavior, it revealed that the factors of adequate and fair compensation, safe and healthy environment, development of human capacities, growth and security, social integration or teamwork, and democratization of workplace had no relationship with the organizational citizenship behavior of the respondents at statistical significant level of 0.05.

บทนำ

คุณภาพชีวิตมีบทบาทสำคัญในแง่ความผาสุกของมนุษย์ ซึ่งคุณภาพชีวิตเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสวัสดิการมนุษย์และความสุข (Oliver et al, 1996; The Pursuit of Happiness, 2009) และการทำงานมีความสำคัญต่อชีวิตมนุษย์เป็นอย่างยิ่ง ซึ่งถือว่าการทำงานเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่ปฏิบัติมากกว่ากิจกรรมใด ๆ และในอนาคตอันใกล้มนุษย์จำเป็นต้องใช้เวลาของชีวิตเกี่ยวข้องกับการทำงานเพิ่มขึ้นไปอีก คุณภาพชีวิตของการทำงานจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการทำงาน เพราะคนเป็นทรัพยากรที่สำคัญในปัจจุบันคนเราทำงานเพื่อให้ดำรงชีวิตอยู่ได้และตอบสนองความต้องการพื้นฐาน ดังนั้นสถานที่ทำงานต้องมีความเหมาะสมคือ ทำให้เกิดความสุข ความมั่นคง หากเกิดความรู้สึที่ดีต่องาน จะส่งผลดีต่อทั้งตัวบุคคลและองค์กร และคุณภาพชีวิตการทำงานดีจะส่งผลดีต่อองค์กร 3 ประการ คือ 1. ช่วยเพิ่มผลผลิตขององค์กร 2. ช่วยเพิ่มขวัญและกำลังใจของผู้ปฏิบัติงานตลอดจนเป็นแรงจูงใจในการทำงาน 3. ช่วยปรับปรุงศักยภาพของพนักงาน

“คน” ถือเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญลำดับที่หนึ่ง ซึ่งเป็นทรัพยากรการบริหารที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นสิ่งมีชีวิตซึ่งมีจิตใจ มีอารมณ์ มีสติปัญญาและมีความรู้สึก “คน” สามารถสร้างคุณค่าและสร้างมูลค่าเพิ่มได้ โดยคนสามารถเรียนรู้ เพิ่มพูนทักษะทางด้านความคิดและการกระทำ การบริหารทรัพยากรบุคคลที่ดีและมีประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับความสามารถของทุกคนทุกระดับ ซึ่งคน เงิน และวัสดุจะเป็นการบริหารจัดการขององค์กร โดยการสร้างผลงาน และการสร้างความสำเร็จจะนำมาซึ่งความสำเร็จ ของแผนยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์และพันธกิจ โดยจะทำให้องค์กรอยู่รอดและเจริญเติบโต การ

ที่องค์กรให้ความสำคัญกับ บุคลากร เป็นอันดับแรก เพราะองค์กรอยู่ในอุตสาหกรรมการให้บริการและมีการแข่งขันการค่อนข้างสูง ดังนั้นถ้าหากองค์กรมีบุคลากรที่ความจงรักภักดีต่อองค์กร มีขวัญและกำลังใจในการทำงานก็จะให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเกิดความประทับใจในการให้บริการซึ่งเป็นส่วนหนึ่งทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกเป็นผลให้องค์กรสามารถสร้างกำไรได้

จากสภาวะการณ์และความจำเป็นดังกล่าวจะเห็นได้ว่า นอกจากการที่องค์กรมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถที่จะพัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จและเป็นผู้นำทางธุรกิจได้นั้น องค์กรจำเป็นต้องมีบุคลากรที่ดีและเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรด้วย ซึ่งการเป็นสมาชิกที่ดีนั้นเป็นพฤติกรรมที่นอกเหนือจากบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากองค์กร (ปัญญา ประดิษฐ์บาทูภา, 2552:45) ดังนั้นจึงได้มีผู้เชี่ยวชาญจำนวนมากพยายามศึกษาปัจจัยที่จะทำให้เกิดการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของบุคลากรขึ้น และพบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งเป็นลักษณะการทำงานที่ตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของบุคคลที่ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อตนเอง ความรู้สึกที่ดีต่องานและทำให้เกิดความผูกพันที่ดีต่อองค์กร(อรัญญา ไชยศร, 2554:39) ซึ่งการสร้างคุณภาพชีวิตการทำงานเป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญมากเพราะส่งผลต่อการทำงาน นำไปสู่ประสิทธิภาพของงานและการบรรลุเป้าหมายขององค์กร หากองค์กรทุกองค์กรคำนึงถึงการสร้างคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีแล้ว ย่อมจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศอีกด้วย (ผจญ เฉลิมสาร, 2555)

เมื่อปี พ.ศ. 2498 ได้มีการจัดตั้งสำนักงานเลขาธิการองค์กรสนธิสัญญาป้องกันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (สปอ.) ขึ้นที่กรุงเทพฯ แล้วประกาศใช้ระเบียบการรักษาความปลอดภัยขององค์กร สปอ. กำหนดให้ทุกประเทศภาคีมีระเบียบและมาตรการรักษาความปลอดภัยให้อยู่ในระดับมาตรฐานใกล้เคียงกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น จึงได้เปิดการศึกษาหลักสูตรการรักษาความปลอดภัยขึ้นเป็นครั้งแรกที่โรงเรียนยานเกราะ และจัดตั้ง "สำนักงานรักษาความปลอดภัย" (สภ.) ขึ้นเพื่อสนับสนุนแนะนำเรื่องการรักษาความปลอดภัยให้แก่หน่วยทหาร

ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย มีหน้าที่ปฏิบัติการต่อต้านการข่าวกรองและรักษาความปลอดภัยทั้งมวล ภายในขอบเขตความรับผิดชอบของกองบัญชาการทหารสูงสุดเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยปฏิบัติการข่าวกรองทางการสื่อสาร และรักษาความปลอดภัยทางการสื่อสาร และทำหน้าที่ศูนย์ฝึกการข่าวกรองและการต่อต้านการข่าวกรอง มีผู้บังคับศูนย์รักษาความปลอดภัยเป็นผู้บังคับบัญชา รับผิดชอบ ต่อมาศูนย์รักษาความปลอดภัย สำนักผู้บัญชาการทหารสูงสุดกระทรวงกลาโหม เป็นองค์กรรักษาความปลอดภัยฝ่ายทหาร มีหน้าที่ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือในเรื่องการรักษาความปลอดภัยแก่ส่วนราชการฝ่ายทหาร และกำกับดูแลตรวจสอบ พร้อมทั้งพิจารณาแก้ไข

ข้อบกพร่อง เพื่อให้ระบบการรักษาความปลอดภัยได้ผลสมบูรณ์อยู่เสมอ ทั้งนี้ให้ส่วนราชการและองค์กรฝ่ายทหารให้ความร่วมมือ และปฏิบัติตามคำแนะนำของศูนย์รักษาความปลอดภัย

ปัจจุบัน ศูนย์รักษาความปลอดภัย มีภารกิจหลักเกี่ยวกับการข่าวกรองและการต่อต้านการข่าวกรองทางทหาร เพื่อความมั่นคงของประเทศ การรักษาความปลอดภัยร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสำหรับองค์พระมหากษัตริย์ พระราชินี พระรัชทายาท และพระบรมวงศานุวงศ์ ตลอดจนบุคคลสำคัญ การรักษาความปลอดภัยทางทหาร ทางข่าวกรอง และทางการสื่อสาร รวมทั้งการดำเนินการฝึกศึกษาด้านการข่าวกรอง และปฏิบัติภารกิจอื่น ๆ ตามที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย มีผู้บัญชาการศูนย์รักษาความปลอดภัย เป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบต่อไป

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้ศึกษาในฐานะบุคลากรของศูนย์รักษาความปลอดภัยเห็นความสำคัญว่าปัญหาของบุคลากรในองค์กรมีความสำคัญ โดยเฉพาะทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ซึ่งควรได้รับการพัฒนาดูแลให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งแน่นอนจะส่งผลให้เกิดการทำงานที่มีคุณภาพ อย่างไรก็ตามผู้ศึกษาจะดำเนินการศึกษาให้เป็นไปตามเป้าหมาย จึงจำเป็นต้องได้ข้อมูลพื้นฐานที่ถูกต้องเพื่อเป็นแนวทางในการที่จะวางแผนพัฒนาปรับปรุง และจัดสรรสวัสดิการเพิ่มเติมที่เหมาะสมแก่กำลังพลตลอดจนนำไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตบุคลากรทางทหารของหน่วยได้อย่างถูกต้องและมีทิศทางก่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตกำลังพลได้อย่างเหมาะสม จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจที่จะศึกษา โดยเฉพาะปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตกำลังพลของศูนย์รักษาความปลอดภัย ซึ่งจะช่วยให้ทราบข้อมูล และแนวทางเพื่อพัฒนากำลังพลอันจะส่งผลให้กำลังพลสามารถปฏิบัติราชการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของกำลังพลศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย
2. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพลศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาดังนี้ผู้ศึกษาได้แบ่งขอบเขตด้านเนื้อหา ประชากร และตัวแปรการศึกษา ดังนี้

1. ด้านเนื้อหา มุ่งศึกษาปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย
2. ด้านพื้นที่ ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

3. ด้านประชากร กำลังพลนายทหารสัญญาบัตร นายทหารประทวน และบุคลากรจำนวนทั้งสิ้น 1,178 คน

4. ด้านระยะเวลาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2561

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลงานวิจัยนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

2. ทราบแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงานของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

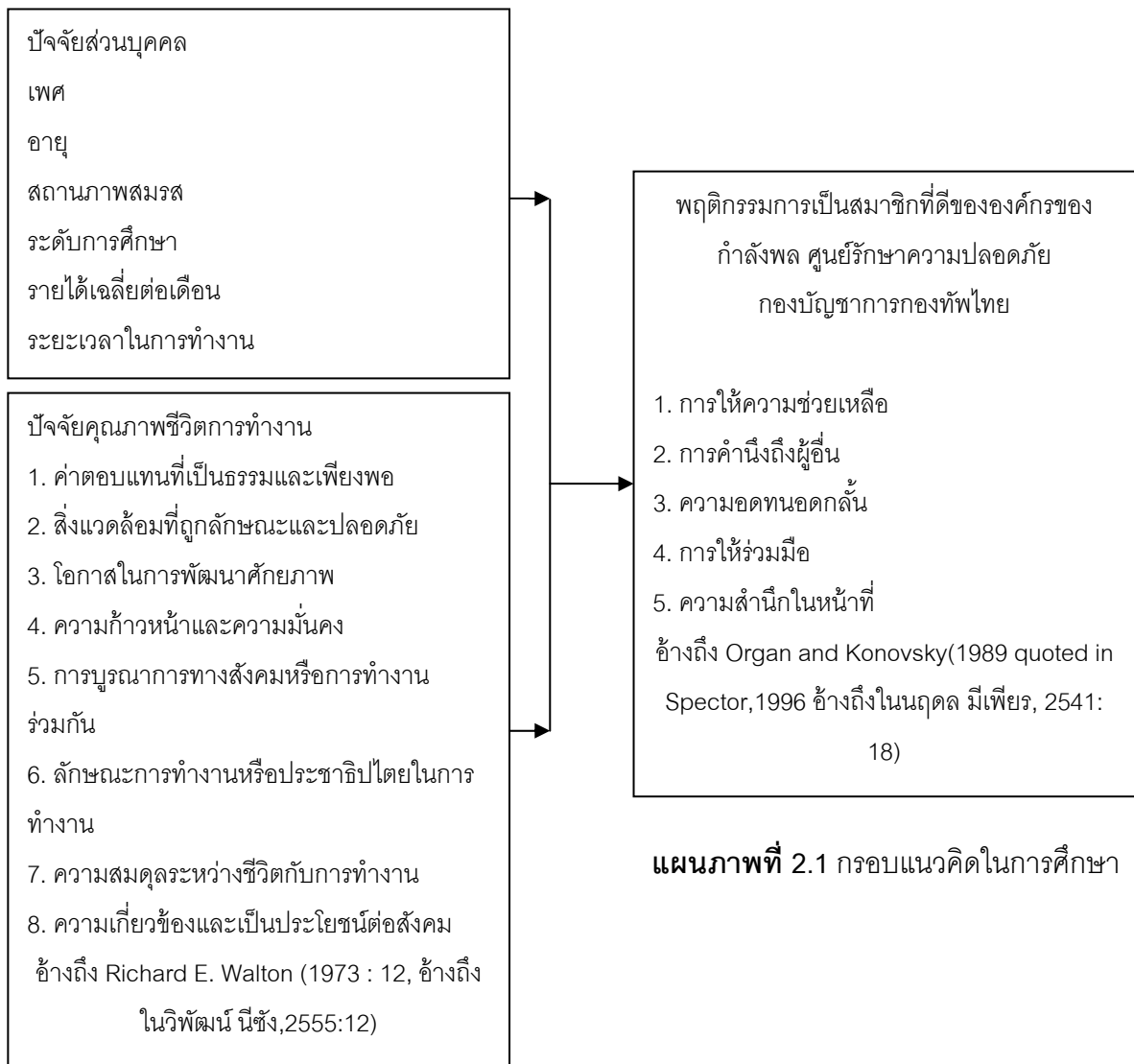
การศึกษาครั้งนี้ เรื่องปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร : กรณีศึกษา ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญต่อองค์กร ดังนั้นผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่มีความเหมาะสมและแนวแก้ไขปัญหาของการศึกษาครั้งนี้ เป็นแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน Richard E. Walton (1975:91-104 อ้างถึงในวิวัฒน์ ชัย,2555:12) เป็นบุคคลหนึ่งที่ได้ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตการทำงานอย่างจริงจัง โดยพิจารณาจากคุณลักษณะของบุคคลเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต เน้นแนวทางความเป็นมนุษย์ (Humanistic) ศึกษาสภาพแวดล้อมตัวบุคคลและสังคม ที่ส่งผลทำให้การทำงานประสบความสำเร็จ ผลผลิตที่ได้รับตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของบุคคลในการทำงาน โดยชี้ให้เห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างคุณภาพชีวิตการทำงาน 8 ประการ ผู้ศึกษาจึงนำมาใช้ศึกษาเป็นตัวแปรต้นเป็นปัจจัยด้านองค์กร ทั้ง 8 ด้าน คือ 1.การได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม 2.สถานภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ 3.โอกาสในการพัฒนาสมรรถภาพของบุคคล 4.ความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน 5.การบูรณาการทางสังคม 6. ประชาธิปไตยในองค์กร 7.มีความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว และ8.ลักษณะงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

สำหรับตัวแปรตามการศึกษานี้แนวคิดของ Organ (1991 : 145-149 อ้างถึงใน ลัดดาวัลย์ สกุลสุข,2550 : 20-25) เป็นตัวชี้วัดซึ่งศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ที่เป็นองค์กรระบบราชการทหาร จึงได้นำแนวคิดการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของข้าราชการนายทหารศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย โดยแบ่งลักษณะการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรออกเป็น 5 ด้าน ตามแนวคิดของ Organ (1991 : 145-149 อ้างถึงใน ลัดดาวัลย์ สกุลสุข,2550 : 20-25)ประกอบด้วย 1.การให้ความช่วยเหลือ 2.การคำนึงถึงผู้อื่น 3.ความอดทนอดกลั้น 4.ความสำนึกในหน้าที่ และ 5.พฤติกรรมทำให้ความร่วมมือ เนื่องจากแนวคิดของ Organ ความ

ครอบคลุมได้ครบทุกประเด็นต่าง ๆ มีความชัดเจนง่ายต่อการเข้าใจ สามารถอธิบายพฤติกรรมแต่ละด้านได้อย่างชัดเจน รวมทั้งเป็นแนวคิดที่ได้มีผู้นำมาใช้ในการศึกษาจำนวนมาก และประเด็นทั้ง 5 ด้านยังมีความสัมพันธ์กับตัวแปรที่ต้องการศึกษา ผู้ศึกษาจึงได้นะเสนอตามกรอบแนวคิดที่กล่าวมาได้ตามแผนภาพที่ 2.1

ตัวแปรต้น (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



แผนภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

สมมติฐานการศึกษา

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทยประกอบด้วย

1.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

1.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

1.3 สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

1.4 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

1.6 ระยะเวลาในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพชีวิตการทำงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ประกอบด้วย

2.1 ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

2.2 สิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

2.3 โอกาสในการพัฒนาศักยภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

2.4 ความก้าวหน้าและความมั่นคง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

2.5 การบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

2.6 ลักษณะการทำงานหรือประชาธิปไตยในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

2.7 ความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

2.8 ความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

ผลการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคล ผลการศึกษพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศชาย มีอายุน้อยกว่า 31 ปี สถานภาพสมรส ส่วนมากสำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./เทียบเท่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 9,000 บาท และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 1-5 ปี

คุณภาพชีวิตในการทำงานของกำลังพลศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ผลการศึกษพบว่า ภาพรวมระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับปานกลาง และคุณภาพชีวิตการทำงาน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ด้านความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคม รองลงมาด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน ด้านลักษณะการทำงานหรือประชาธิปไตยในการทำงาน ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคง ด้านโอกาสในการพัฒนาศักยภาพ ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ และด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย เป็นลำดับสุดท้าย

พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพลศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย จากการศึกษาพบว่าภาพรวมระดับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับสูง โดยที่พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรด้านการให้ร่วมมือ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาการให้ความช่วยเหลือ การคำนึงถึงผู้อื่น ส่วนความอดทนอดกลั้น อยู่ในระดับสุดท้าย

ผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษา

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพชีวิตการทำงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ประกอบด้วย 8 ด้าน พบว่าด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน และด้านความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับต่ำกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษา

ความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ ($r = 0.157$, $r = 0.297$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนคุณภาพชีวิตการทำงานด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ ด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย ด้านโอกาสในการพัฒนาศักยภาพ ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคง ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน และด้านลักษณะการทำงานหรือประชาธิปไตยในการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

จากการศึกษาพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ 1.การให้ความช่วยเหลือ 2.การคำนึงถึงผู้อื่น 3.ความอดทนอดกลั้น 4.ความสำนึกในหน้าที่ และ 5.พฤติกรรมการให้ความร่วมมือ อยู่ในระดับสูง ผลการศึกษาพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ภาพรวมอยู่ในระดับสูงทั้ง 5 ด้าน มีค่าเฉลี่ย 3.72 เมื่อพิจารณาทั้ง 5 ด้าน พบว่าการให้ร่วมมือ การให้ความช่วยเหลือ การคำนึงถึงผู้อื่นและความอดทนอดกลั้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ลัดดาวัลย์ สกุลสุข (2550) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของพนักงานที่ปฏิบัติงาน บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัย พบว่าระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน ด้านสภาพการปฏิบัติงานที่คำนึงถึงความปลอดภัยและถูกสุขลักษณะ และสุขภาพของพนักงาน ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านการปฏิบัติงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับผู้อื่นภายในองค์กร และด้านลักษณะงานที่มีคุณค่าต่อสังคม อยู่ในระดับสูง ยกเว้นด้านการได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ด้านโอกาสพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง ด้านสิทธิส่วนบุคคล และด้านการดำเนินชีวิตที่สมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัวอยู่ในระดับปานกลาง

เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการอภิปรายผล ผู้ศึกษาจึงได้อภิปรายผลแยกเป็นรายด้าน โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ดังนี้

1. ด้านการให้ความช่วยเหลือ พบว่าพฤติกรรมกรการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นว่ากำลังพลเสนอแนะสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อเพื่อนร่วมงาน ทั้งแนะนำวิธีการทำงานและอุปกรณให้กับกำลังพลที่ได้รับการบรรจุใหม่แม้จะไม่ใช่น้ำที่โดยตรง และช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานเมื่อเขามีงานล้นมือ อีกทั้งยังช่วยทำงานแทนเพื่อนที่ลาหยุด สอดคล้องกับแนวคิดของ Organ and Konovsky(1989 quoted in Spector, 1996 อ้างถึงในนฤดล มีเพียร, 2541: 18) ได้จำแนกองค์ประกอบของพฤติกรรมกรการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรไว้เป็น 2 รูปแบบ 1. พฤติกรรมกรการให้ความช่วยเหลือ (Altruism) เป็นพฤติกรรมกรการช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานเมื่อเขามีปัญหา บางทีเป็นการช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานผู้ไม่มาทำงาน หรือให้คำแนะนำเพื่อปรับปรุงสภาพการทำงาน

2. ด้านการคำนึงถึงผู้อื่น พบว่าพฤติกรรมกรการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่ากำลังพลรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงาน ไม่ส่งเสียงดังรบกวนการทำงานของผู้อื่น ให้ความเคารพต่อความคิดเห็นของผู้อื่นและจะขออนุญาตทุกครั้งก่อนหยิบสิ่งของผู้อื่นมาใช้ สอดคล้องกับแนวคิดของ พัชรภรณ์ ดวงชื่น(2545) ศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตการทำงาน ที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรหน่วยงานสังกัดสภาคริสตจักรในประเทศไทยพบว่า (1) ระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรหน่วยงานสังกัดสภาคริสตจักรในประเทศไทยโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางการประสานงาน ส่งผลต่อการปฏิบัติงานทั้งโดยภาพรวม และทุกงานการจัดระบบงานในสำนักงาน ส่งผลต่อการปฏิบัติงานทั้งโดยภาพรวม และสองงาน คือ งานบริหารทั่วไป และงานแผนงาน และเสริมสร้างชุมชน การพัฒนาความสามารถของบุคคล ส่งผลต่อการปฏิบัติงานทั้งโดยภาพรวม และงานแผนงาน และเสริมสร้างชุมชน และความเจริญก้าวหน้า และความมั่นคงในงานส่งผลต่องานบริหารทั่วไป

3. ด้านความอดทนอดกลั้น พบว่าพฤติกรรมกรการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นว่ากำลังพลจะไม่หยุดงานหากไม่จำเป็นจริง ๆ ปฏิบัติหน้าที่ในความรับผิดชอบโดยไม่แสดงอาการเบื่อหน่าย ปฏิบัติหน้าที่อย่างดีที่สุดไม่ทอดถอยเมื่อเกิดอุปสรรค และไม่ปฏิเสธเมื่อมีผู้ขอร้องให้ช่วยทำงานขณะกำลังพักผ่อนสอดคล้องกับแนวคิดของ จิตติยา ไชยวุฒิ (2545)ศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคเหนือ 7 ศึกษาจาก 13 สาขา จำนวน 186 คนโดยใช้ตัวชี้วัดของ Richard E. Walton 8 ด้าน เช่น ด้านผลตอบแทน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านความปลอดภัยและการส่งเสริมสุขภาพ ด้านการพัฒนาขีดความสามารถของบุคคล ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ด้านการทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์บุคคลอื่น ด้านสิทธิส่วนบุคคล และด้านการจัดการเวลาในการ

ทำงานกับชีวิตส่วนตัว พบว่า โดยรวม พนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคเหนือ มีระดับคุณภาพชีวิตการทำงานที่เป็นจริงในระดับปานกลาง แต่พนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคเหนือ 7 มีความคาดหวังกับปัจจัยอยู่ในระดับมาก

4. ด้านการให้ความร่วมมือ พบว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นว่ากำลังพลเต็มใจที่จะทำงานแม้ต้องทำมากกว่าผู้อื่นก็ตาม และเสนอแนะเมื่อผู้บังคับบัญชาเปิดโอกาสให้ พร้อมยอมรับมติในที่ประชุมแม้ว่าจะขัดกับความเห็นสิ่งสำคัญรักษาความลับของหน่วยงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฌ็อง-ฌัก กูตา อภิชาติภวนิพิตู (2550) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับแรงจูงใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงานของพนักงาน : ศึกษาเฉพาะกรณีพนักงานของบริษัท ไทย ตานูชิตีอิเล็กทรอนิกส์ จำกัด มีผลการปฏิบัติงานต่างกัน (4) คุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน พนักงานให้ความร่วมมือซึ่งกันและกัน คิดเป็นร้อยละ 49.14 (5) คุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานคิดเป็นร้อยละ 28.84

5. ด้านความสำนึกในหน้าที่ พบว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่ากำลังพลคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดภายในหน่วยงานเช่นเปิดไฟเมื่อไม่จำเป็น และเมื่อมีการประชุมจะไม่ขาดการประชุมถ้าไม่จำเป็น และพร้อมปฏิบัติตามกฎระเบียบคำสั่งของหน่วยอย่างเคร่งครัด และอาสา อรุณี สุมโนมหาอุดม (2542) ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงาน : ศึกษาเฉพาะกรณีสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน พบว่า คุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และข้าราชการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความเห็นต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานที่แตกต่างกัน และความผูกพันกับงานมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับคุณภาพชีวิตการทำงาน

คุณภาพชีวิตการทำงานของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย จากการศึกษาค้นคว้าคุณภาพชีวิตในการทำงานของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ทั้ง 8 ด้าน คือ 1.ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ 2.สิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย 3.โอกาสในการพัฒนาศักยภาพ 4.ความก้าวหน้าและความมั่นคง 5.การบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน 6.ลักษณะงานการทำงานหรือประชาธิปไตยในการทำงาน 7.ความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน และ 8.ความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคม มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

โดยภาพรวมระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.65 เมื่อพิจารณาด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือด้านความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคม รองลงมาด้านความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน ด้านลักษณะการทำงานหรือประชาธิปไตยในการทำงาน ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคง ด้านโอกาสในการพัฒนาศักยภาพ ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ และด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรศักดิ์ ศอกจะบก (2550) ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ ณ แท่นผลิตก๊าซธรรมชาติในทะเลอ่าวไทย บริษัท ปตท.จำกัด ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพชีวิตของพนักงานของ Richard E. Walton 8 ด้าน คือ การได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอ และยุติธรรม การมีสภาพแวดล้อมที่ดีที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ การพัฒนาความสามารถของบุคคล ความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน การบูรณาการทางสังคม(การทำงานร่วมกัน) สิทธิลูกจ้างและธรรมเนียมองค์กร ความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว และความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง คุณภาพชีวิตของพนักงานระดับปฏิบัติการด้านสภาพแวดล้อมที่ดี มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคม และด้านสิทธิลูกจ้างและธรรมเนียมองค์กรเป็นลำดับสุดท้าย คุณภาพชีวิตของพนักงานระดับปฏิบัติการมี คุณภาพชีวิตแตกต่างกัน เพศ อายุอายุการทำงาน ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.5

เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการอภิปรายผล ผู้ศึกษาจึงได้อภิปรายผลแยกเป็นรายด้านจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ดังนี้

1.ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.52 แสดงให้เห็นว่าค่าตอบแทนที่ได้รับจากหน่วยงาน (เงินเดือนหรือโบนัส) เป็นไปอย่างถูกต้องเหมาะสม เงินเดือนที่ได้รับมีความเหมาะสมกับงานที่ปฏิบัติและอายุการปฏิบัติงาน ได้รับค่าตอบแทนอย่างยุติธรรมเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ร่วมวิชาชีพเดียวกัน และลำดับสุดท้ายค่าตอบแทนที่ได้รับเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน

2. ด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.44 แสดงให้เห็นว่าความแสงสว่าง อุณหภูมิ อยู่ในสภาพที่เหมาะสมต่อการปฏิบัติงาน สภาพแวดล้อมในหน่วยงานส่งเสริมบรรยากาศในการทำงาน อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการทำงานมีอย่างเพียงพอและเหมาะสม

ในการทำงาน และสถานที่ทำงานมีการจัดอุปกรณ์การทำงานได้อย่างเป็นระเบียบเพื่อความปลอดภัยของคนในหน่วยงานเป็นหลัก

3. ด้านโอกาสในการพัฒนาศักยภาพ พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.52 แสดงให้เห็นว่าความกำลังพลมีโอกาสเรียนรู้งานที่ทำเพิ่มมากขึ้นจากหัวหน้าและเพื่อนร่วมงาน มีความสามารถปฏิบัติงานจนสามารถถ่ายทอดให้กับบุคคลอื่น ๆ ได้ หัวหน้าส่งเสริมให้มีโอกาสในการพัฒนาความรู้เพิ่มเติมเช่นสัมมนา ฝึกอบรม เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน และมีโอกาสได้ใช้ความรู้ความสามารถความคิดสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ

4. ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคง พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 3.68 แสดงให้เห็นว่ากำลังพลได้รับการสนับสนุนให้มีความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน รวมทั้งตำแหน่งหน้าที่ที่ปฏิบัติอยู่มีความมั่นคงและมีความก้าวหน้าในอาชีพ ระบบพรรคพวกทำให้ความมั่นคงในการปฏิบัติงานลดลง และหน่วยงานมีตำแหน่งหน้าที่พร้อมที่จะให้ก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งที่สูงกว่าได้ตามลำดับ

5. ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 3.75 แสดงให้เห็นว่ากำลังพลหัวหน้าให้โอกาสในการรับผิดชอบตัดสินใจในงานต่าง ๆ หน่วยงานได้ดำเนินการบำเพ็ญประโยชน์แก่ ชุมชนต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ หน่วยงานมีผลงานเป็นที่พอใจต่อประชาชน และชุมชนต่าง ๆ และหน่วยงานของท่านให้ความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ในการทำกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์

6. ด้านลักษณะการทำงานหรือประชาธิปไตยในการทำงาน พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 3.74 แสดงให้เห็นว่าหัวหน้าหน่วยงานให้ความเสมอภาคในการทำงาน หัวหน้าหน่วยงานให้ความเป็นธรรมกับลูกน้องทุกคน หัวหน้าหน่วยงานเปิดโอกาสให้บุคลากรเลือกวิธีปฏิบัติงานอย่างอิสระและในหน่วยงานมีการสอบถามความคิดเห็นของบุคลากรเพื่อนำไปแก้ไขปรับปรุงสภาพการทำงาน

7. ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.77 แสดงให้เห็นว่ากำลังพลมีเวลาให้ครอบครัวอย่างเพียงพอ สามารถแบ่งเวลาในการทำงานประจำวัน เวลาส่วนตัว เวลาสำหรับครอบครัวและสังคมได้ สามารถปฏิบัติงานได้ทันกำหนดเวลาที่วางไว้ และสามารถวางแผนการทำงานกิจกรรมต่างๆใน ชีวิตไว้ล่วงหน้าได้

8.ด้านความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ทำงาน พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.78 แสดงให้เห็นว่างานที่ศูนย์รักษาความปลอดภัยเป็นการปฏิบัติภารกิจที่สามารถบำเพ็ญประโยชน์ได้อย่างแท้จริง งานที่ศูนย์รักษาความปลอดภัยเป็นองค์กรที่มีความสำคัญต่อสังคมและประเทศชาติ ภูมิใจในงานศูนย์รักษาความปลอดภัยที่มีส่วนรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ และงานที่ศูนย์รักษาความปลอดภัยทำให้ท่านมีโอกาสช่วยเหลือสังคม

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และคุณภาพชีวิตในการทำงานกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการทำงานไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวรารัตน์ พูลสวัสดิ์ (2550: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท น. วาสิกิจ จำกัด จากการศึกษาพบว่า พนักงานที่มี เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระยะเวลาการทำงาน และรายได้ แตกต่างกันจะมีคุณภาพชีวิตในการทำงานไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

สำหรับคุณภาพชีวิตในการทำงานของศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย 8 ด้าน พบว่าด้านความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน และด้านความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวก ระดับต่ำกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ ($r = 0.157$, $r = 0.297$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ ด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย ด้านโอกาสในการพัฒนาศักยภาพ ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคง ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน และด้านลักษณะการทำงานหรือประชาธิปไตยในการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุขชัย สิทธิปาน (2546) ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานของเจ้าหน้าที่งานปฏิบัติการศูนย์ควบคุมจราจรทางอากาศของ บริษัทวิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด พบว่า เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานศูนย์ควบคุมจราจรทางอากาศ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล เกี่ยวกับสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และระดับ

ตำแหน่งแตกต่างกัน ไม่ทำให้คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านต่าง ๆ ต่างกัน ยกเว้นระดับเงินเดือนที่แตกต่างกัน ทำให้คุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และเมื่อพิจารณารายละเอียดแล้ว พบว่า มีความแตกต่างกันในด้านความมั่นคงปลอดภัยในการทำงาน และด้านหลักประชาธิปไตยในการทำงาน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่องปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรกรณีศึกษา ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย จากการสรุปผลการศึกษาผู้ศึกษาได้พบประเด็นน่าสนใจดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานผู้ศึกษานำเสนอข้อเสนอแนะจากการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพชีวิตในการทำงานของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ซึ่งมี 4 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูง ผู้ศึกษาจึงเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยน้อยสุดของด้านปัจจัยองค์กร ทั้ง 8 ด้าน พบว่ามี 4 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อย ดังนี้

1. ด้านค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.52 แต่ค่าเฉลี่ยในข้อค่าตอบแทนที่ได้รับเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันมีค่าเฉลี่ยอยู่ลำดับสุดท้าย จึงเสนอแนะองค์กรโดยพิจารณาค่าตอบแทนของกำลังพล โดยนำสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันมาพิจารณาปรับค่าตอบแทนหรือเบี้ยเลี้ยง เพื่อช่วยแบ่งเบาค่าครองชีพของกำลังพลและครอบครัวให้ดำเนินชีพออย่างมั่นคงต่อไป

2. ด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.44 แต่ค่าเฉลี่ยในข้อสถานที่ทำงานมีการจัดอุปกรณ์การทำงานได้อย่างเป็นระเบียบเพื่อความปลอดภัยของคนในหน่วยงานเป็นหลัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ลำดับสุดท้าย ดังนั้นหากการปรับปรุงในส่วนนี้ จึงควรจัดอุปกรณ์การทำงานได้อย่างเป็นระเบียบเป็นประจำ มีห้องจัดเก็บอุปกรณ์เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการใช้งาน

3. ด้านโอกาสในการพัฒนาศักยภาพ พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.52 แต่ข้อที่ว่าโอกาสได้ใช้ความรู้ความสามารถความคิดสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ มีค่าเฉลี่ยอยู่ลำดับสุดท้าย ดังนั้นหากต้องการปรับปรุงในส่วนนี้ จึงควรส่งเสริมบุคลากรให้ใช้ความรู้ความสามารถความคิดสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลังพลส่วนหนึ่งมีความเชื่อมั่นในตนเอง

ที่จะนำความรู้ ความสามารถมาใช้ในการทำงานอย่างเต็มที่ แต่ยังขาดการสนับสนุนจากองค์กรที่เพียงพอ

4.ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคง พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 3.68 แต่ข้อหน่วยงานมีตำแหน่งหน้าที่พร้อมที่จะให้ก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งที่สูงกว่าได้ตามลำดับมีค่าเฉลี่ยอยู่ลำดับสุดท้าย ดังนั้นหากต้องการปรับปรุงในส่วนนี้ จึงควรส่งเสริมหรือพิจารณากำลังพลที่มีความมุ่งมั่นและตั้งใจในการทำงานให้มีโอกาสก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งที่สูงกว่าเดิมเพื่อเป็นการสร้างความมั่นคงในชีวิตกำลังพล

ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป

1.ทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่ไปกับการศึกษาเชิงปริมาณ โดยอาจเพิ่มคำถามปลายเปิดเพื่อทราบถึงทัศนคติความต้องการของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย มากขึ้น

2.ควรทำการศึกษาคูณภาพชีวิตในการทำงานของกำลังพล ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทยสังกัดอื่น เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเปรียบเทียบกับว่าสอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไร

บรรณานุกรม

บุญเจือ วงษ์เกษม (2529), “คุณภาพชีวิตการทำงานกับการเพิ่มผลผลิต” วารสารเพิ่มผลผลิต 26.

(ธันวาคม 2529 มกราคม 2530)

ผจญ เฉลิมสาร. (2540). คุณภาพชีวิตการทำงาน. วารสารเพื่อการเพิ่มผลผลิต, 2(7), 23.

จิตราวรรณ ถาวรวงศ์สกุล. (2554). การศึกษาปัจจัยกระบวนการบริหารที่ส่งผลต่อ

ประสิทธิภาพการทำงาน ของพนักงานระดับ 2-7 ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยศิลปกร.

ฐิติยา ไชยวุฒิ.(2545). คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ใน

เขตภาคเหนือ 7. ปัญหาพิเศษบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,บัณฑิตวิทยาลัย.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ณัฐกฤตา อภิชาติภวนิพิฐ. (2550).ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับแรงจูงใจในการ

ทำงานและผลการปฏิบัติงานของพนักงาน. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัย

พระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

วิวัฒน์ นีซัง.(2555).คุณภาพในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติทางหุ้นส่วนจำกัด ซี.บี.เพนท์.
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป.คณะบริหารธุรกิจ.มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สุขชัย สิทธิปาน. (2546). คุณภาพชีวิตการทำงานของเจ้าหน้าที่งานปฏิบัติการศูนย์ควบคุมจราจร. ทาง
อากาศ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย,
สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

Walton, Richard E. (1973). Quality of Working Life: What is it?.Sloan Management Review, 4
(7), 49-55.

Walton, Richard E. (1974). Improving Quality of Work Life. Harvard Business Review, 15(5),
pp. 12-16.

Walton. (1975). Criteria for Quality of Working Life. In Loues E.Davis and Albert B.Cherns
(eds.). The Quality of Working Life . New York: Free Press.

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ
ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Factors Related To Health Promotion Behaviors Of Elderl In Lamsai Sub District,
Wangnoi District,PhraNakhon Si Ayutthaya Province

ประนอม อักษร¹

สุพัฒน์ วีระเวชเจริญชัย,อลิสา นิตินธรรม²

Supat Teravecharoenchai, Alisa Nititham

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างได้มาโดยการสุ่มอย่างง่ายโดยคำนวณจากสูตรของทาโร่ ยามาเน่ ได้ 260 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าทดสอบไคสแควร์และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.30 มีอายุอยู่ระหว่างกลุ่มอายุ 66-70 ปี ร้อยละ 40.00 สถานภาพสมรสอยู่ด้วยกัน ร้อยละ 43.30 จบระดับการศึกษา ระดับประถมศึกษา ร้อยละ 43.50 ไม่ได้ประกอบอาชีพร้อยละ 50.40 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 50.00 อาศัยอยู่กับญาติ ร้อยละ 32.70 ปัจจัยทางชีวสังคม ได้แก่ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สภาพการเป็นอยู่ในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมสุขภาพ

ปัจจัยนำ ได้แก่ ความรู้อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ38.80 เจตคติอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 54.60 เจตคติต่อการส่งเสริมสุขภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ

¹ นักศึกษาลัทธิศาสตราจารย์สุชาติ มหาวินิจฉัยวิทยา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² อาจารย์ที่ปรึกษา

ปัจจัยเอื้อ ได้แก่ การเข้าถึงสถานบริการด้านสุขภาพ สถานบริการต่างๆ อยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 38.50 และพบว่าปัจจัยเอื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ

ปัจจัยเสริม ได้แก่ การได้รับการสนับสนุนจากบุคคลในครอบครัวและสังคม อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 35.40 และพบว่าปัจจัยเสริมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ

คำสำคัญ: พฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพ , ผู้สูงอายุ

ABSTRACT

This research was survey research aims to study about the relation between behaviors of health promotion in Elderly at Lamsai Sub-district, Wang Noi District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. There was 260 samples selected by Simple random sampling from Taro Yamane method, collecting Data from Questionnaires by researcher , analyzed data by Statistics software program, The statistics are Percentage, Mean, Standard Deviation, Chi-square test and The correlation coefficient of Pearson

The results of this research showed most samples wear female at 62.30 % , age 66 – 77 years old at 40.00 % and were in maritus status at 43.50 % . They finished primary education at 43.50 % with unemployed at 50.40 % . They had an average monthly income less than 5,000 bath at 50.00 % and lived with their relatives at 32.70 % Biosocial factors were education level , Average monthly in come and current living situation that were significantly related to health promotion behaviors.

Predisposing factors showed that - knowledge was moderate at 38.80 % attitude was moderate at 54.60 % and found that attitude was significantly related to health promotion behaviors.

Enabling factors showed that health services was low level at 38.50 % and found that health services was not related to health promotion behaviors.

Reinforcing factors showed that family support and support of friends were high level at 35.40 % and found that family support and support friend were not related to health promotion behaviors.

KEYWORD: Happy Commandments ,Behaviors , Elderly

บทนำ

จากความก้าวหน้าทางการแพทย์และการสาธารณสุขรวมทั้งการกระจายและการจัดบริการด้านสาธารณสุขนโยบายการวางแผนครอบครัวในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา ส่งผลทำให้อัตราการเกิดของประชากร และอัตราการเจริญพันธุ์ลดลงอย่างค่อยเป็นค่อยไปทำให้ประชากรผู้สูงอายุของประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นและมีอายุยืนยาวขึ้นอย่างต่อเนื่องจากอดีต และในอนาคตคาดว่าประชากรวัยสูงอายุจะเพิ่มขึ้น อย่างต่อเนื่องต่อไป ทั้งนี้เนื่องมาจากอายุขัยเฉลี่ยของประชากรในประเทศไทยยืนยาวขึ้น ซึ่งปรากฏการณ์ทางประชากรที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้ว และประเทศกำลังพัฒนา

สำนักงานสถิติแห่งชาติได้จัดทำการสำรวจประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2557 ขึ้นเป็นครั้งที่ 5 เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลลักษณะทางประชากรเศรษฐกิจสังคมภาวะสุขภาพ การเกื้อหนุนตลอดจนลักษณะการอยู่อาศัยของผู้อาศัยโดยการสัมภาษณ์สมาชิกในครัวเรือน บุคคลในครัวเรือนตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 83,880 ครัวเรือนสรุปผลที่สำคัญได้ ดังนี้ ผู้ที่มีอายุ 60 ปี บริบูรณ์ขึ้นไปจากผลสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ 4 ครั้งที่ผ่านมาพบว่าประเทศไทยมีจำนวน และสัดส่วนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องโดยในปี พ.ศ. 2537 มีจำนวนผู้สูงอายุ คิดเป็นร้อยละ 6.8 ของประชากรทั้งประเทศและเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 9.4 ร้อยละ 10.7 ร้อยละ 12.2 ในปี พ.ศ. 2545, พ.ศ.2550, พ.ศ.2554 ตามลำดับ

ผลการสำรวจปีพ.ศ.2557 พบว่ามีจำนวนผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละ 14.9 ของประชากร ทั้งหมดชายร้อยละ 13.8 และหญิงร้อยละ 16.1 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ,2557)

ในยุคปัจจุบันเป็นที่ยอมรับทั่วกันอย่างแพร่หลายว่า การสร้างเสริมสุขภาพ ถือว่าเป็นกลยุทธ์หลักในการดำเนินงานสาธารณสุข ซึ่งเน้นการสร้างเสริมสุขภาพมากกว่าการซ่อมแซมสุขภาพโดยการรณรงค์ให้บุคคลทุกเพศทุกวัย มีพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพ (Health Promotion Behavior) ที่เหมาะสม ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อที่ว่า บุคคลมีความรับผิดชอบในสุขภาพตนเองและสุขภาพสามารถสร้างให้เกิดได้ในบุคคลทุกคน การมีพฤติกรรม

สุขภาพที่เหมาะสมจึงทำให้บุคคลมีสุขภาพดี สามารถควบคุมและป้องกันการเกิดโรคได้ และดำเนินชีวิตในสังคมอย่างมีความสุข (อ้างใน ปานทิพย์ ประเสริฐผล และคณะ, 2547:1)

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางของประเทศไทยที่ยังคงมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีทั้งหมด 16 อำเภอ โดยอำเภอรังน้อย เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีทั้งหมด 10 ตำบล ซึ่งมีสภาพภูมิประเทศที่แตกต่างกันไป ตำบลลำไทรเป็นตำบลหนึ่งในอำเภอรังน้อยที่มีสภาพภูมิประเทศที่แตกต่างกันมีทั้งหมด 7 หมู่บ้าน มีประชากรทั้งหมด 8,490 คน ตำบลลำไทร อำเภอรังน้อยมีปัญหาผู้สูงอายุเจ็บป่วยด้วยโรคเรื้อรังเป็นจำนวนมาก ดังนั้นพฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุจึงเป็นกิจกรรมที่มุ่งหวังในการเพิ่มระดับภาวะสุขภาพ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการสร้างเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุตำบลลำไทร อำเภอรังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมุ่งศึกษาการสร้างเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 – 80 ปี เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดนโยบายและแนวทางในการดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุที่สอดคล้องเหมาะสมกับสภาพผู้สูงอายุตำบลลำไทรซึ่งยังไม่เคยมีผู้ศึกษามาก่อน

ดังนั้นในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุตำบลลำไทร อำเภอรังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมดูแลและการส่งเสริมสุขภาพตนเองของผู้สูงอายุ

กรอบแนวคิด



วัตถุประสงค์หลัก

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วัตถุประสงค์เฉพาะ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านชีวสังคม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สภาพการเป็นอยู่ในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพ เจตคติต่อการส่งเสริมสุขภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยเอื้อ ได้แก่ การเข้าถึงสถานบริการด้านสุขภาพ การมีชมรมผู้สูงอายุผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยเสริม ได้แก่ การได้รับการสนับสนุนจากบุคคลในครอบครัวและสังคม การได้รับการสนับสนุนจากบุคลากรทางการแพทย์ / เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าหน้าที่ชมรมผู้สูงอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาคั้งนี้เป็นการศึกษาแบบสำรวจ (Survey Research) โดยใช้ระเบียบวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ศึกษาเฉพาะผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60-80 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านและอาศัยอยู่ในตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 668 คน

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยนำ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ
2. ปัจจัยเอื้อ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ
3. ปัจจัยเสริม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ
4. ปัจจัยชีวสังคม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยพรรณนา (Descriptive Research) ประเภท การสำรวจ (Survey Study) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุ ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป ที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และมีคุณลักษณะประชากรตรงตามกำหนดดังกล่าวข้างต้น การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจาก จำนวนประชากร 668 คน ณ เดือน มีนาคม 2560 โดยใช้สูตรของTaro Yamane ได้ขนาดกลุ่ม ตัวอย่าง 260 ตัวอย่างโดยกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้จะใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรต้น แบ่งเป็น 4 กลุ่มปัจจัยดังนี้
 - 1.1 ปัจจัยนำ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพเจตคติต่อการส่งเสริมสุขภาพ
 - 1.2 ปัจจัยเอื้อ ได้แก่ การเข้าถึงสถานบริการด้านสุขภาพ / สถานที่ต่างๆ การมีชมรมผู้สูงอายุการมีโรงเรียนผู้สูงอายุ การเข้าร่วมกิจกรรมของชมรมผู้สูงอายุและโรงเรียนผู้สูงอายุ
 - 1.3. ปัจจัยเสริม ได้แก่ การได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกในครอบครัวและสังคม การได้รับการสนับสนุนจากบุคลากรทางการแพทย์ / เจ้าหน้าที่สาธารณสุขและเจ้าหน้าที่ชมรมผู้สูงอายุ
2. ตัวแปรอธิบาย หรือ ปัจจัยด้านชีวสังคม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สภาพการเป็นอยู่ในปัจจุบัน
3. ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลจนครบแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความ สมบูรณ์จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรม สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS(Statistical Package for Social Science)สำหรับสถิติที่ใช้ในการ วิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลด้านชีวสังคม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน สภาพการเป็นอยู่ในปัจจุบัน และการมีโรคประจำตัว นำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยทางชีวสังคม ปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ ปัจจัยเสริม กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ โดยใช้ สถิติไคสแควร์ (Chi-square) และสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.3 มีอายุอยู่ระหว่างกลุ่มอายุ 66-70 ปี ร้อยละ 40.0 สถานภาพสมรสอยู่ด้วยกัน ร้อยละ 43.5 จบระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 43.50 ไม่ได้ประกอบอาชีพ ร้อยละ 50.40 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 50 อาศัยอยู่กับญาติร้อยละ 32.70

ปัจจัยทางชีวสังคม พบว่าปัจจัยทางชีวสังคมได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สภาพการเป็นอยู่ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วน เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ เป็นการยอมรับสมมติฐานเป็นบางส่วน

ปัจจัยนำ ได้แก่ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพตนเองอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 38.80 รองลงมาอยู่ในระดับดี ร้อยละ 29.20 ส่วนใหญ่มีเจตคติต่อการส่งเสริมสุขภาพตนเองอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 54.60 รองลงมา อยู่ในระดับดี ร้อยละ 27.30 เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุพบว่าปัจจัยนำได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ ส่วนเจตคติต่อการส่งเสริมสุขภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ

ปัจจัยเอื้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับข้อมูลปัจจัยเอื้ออยู่ในระดับน้อยร้อยละ 38.50 รองลงมา อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 34.60 และพบว่าปัจจัยเอื้อไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ

ปัจจัยเสริม ได้แก่ ได้แก่ การได้รับการสนับสนุนจากบุคคลในครอบครัวและสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งไม่ยอมรับสมมติฐานกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่

ใหญ่มีปัจจัยเสริมอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 35.40 รองลงมาในระดับปานกลาง ร้อยละ 32.30 และพบว่าปัจจัยเสริมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ

อภิปรายผล

จากการวิจัยและวิเคราะห์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ในเขตตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ และนำมาเป็นข้อเสนอแนะดังนี้

ปัจจัยทางชีวสังคม ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สภาพการเป็นอยู่ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วน เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ เป็นการยอมรับสมมติฐานเป็นบางส่วน สอดคล้องกับการศึกษาของพนัญญา ประดับสุข (2552) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัย ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในตำบลวังลึก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี อธิบายว่า พฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยทางชีวสังคม ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะงานที่ทำ และภาวะสุขภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 การรับรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์และอุปสรรคของการส่งเสริมสุขภาพ และการรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเกิดโรค หรือภาวะของการไม่ส่งเสริมสุขภาพ มีความสัมพันธ์ทางบวก กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 การรับรู้ความรุนแรงของการเจ็บป่วยเป็นโรคหรือภาวะจากการไม่ส่งเสริมสุขภาพ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ความสามารถของตนเอง ในการส่งเสริมสุขภาพ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และความคาดหวังในผลลัพธ์ของการส่งเสริมสุขภาพ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ ของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา มีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง หน่วยงานภาครัฐควรมีการอบรมให้ความรู้โดยเลือกสื่อในการให้ความรู้ที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุในแต่ละรายตามความเหมาะสม

2. ควรส่งเสริมและพัฒนาให้มีการจัดกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุอย่างเป็นรูปธรรมและสนับสนุนกระตุ้นให้ผู้สูงอายุในเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆที่หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนจัดขึ้นเพื่อให้ผู้สูงอายุได้รับรู้และทำกิจกรรมที่จะสร้างเสริมสุขภาพตนเองให้ถูกต้องและเหมาะสม เช่น การจัดตั้งชมรมผู้สูงอายุ

3. หน่วยงานต่างๆควรรีให้มีการสนับสนุนงบประมาณวัสดุอุปกรณ์ต่างๆเพื่อให้ผู้สูงอายุมีกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพด้วยตนเองอย่างยั่งยืน มีการจัดกิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และณรงค์ให้ผู้สูงอายุรับรู้ถึงประโยชน์ของการส่งเสริมสุขภาพและโทษหรือผลกระทบจากการไม่ส่งเสริมสุขภาพเพื่อให้ผู้สูงอายุตระหนักถึงความสำคัญของการส่งเสริมสุขภาพ

4. ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมให้สมาชิกในครอบครัว อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านมีบทบาทในการดูแลเอาใจใส่ให้คำแนะนำเรื่องการส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุเป็นที่ปรึกษาและให้กำลังใจในเรื่องการดูแลสุขภาพอนามัยการจัดสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกบ้านเพื่อป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นกับผู้สูงอายุ เช่น การจัดกิจกรรมวันผู้สูงอายุการจัดโครงการ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาประสิทธิภาพของการจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมของประชาชนตำบลลำไทร อำเภอลำลูกกา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ศึกษาวิจัยเชิงพัฒนาความสามารถตนเอง ในการเสริมสร้างสุขภาพของผู้สูงอายุ ร่วมกับ

การสนับสนุนทางสังคม เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการส่งเสริมสุขภาพในผู้สูงอายุให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน

อ้างอิง

ธีระชัย พรหมคุณ ,พจนีย์ เสงี่ยมจิต, เสนอ ภิรมจิตผ่อง. “ พฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเองของ ผู้สูงอายุ จังหวัดศรีสะเกษ ” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏบราชธานี ,2557.

พนัญญา ประดับสุข. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในตำบลวังลึก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2552.

เยาวรัตน์ ปรปักษ์ขาม และสุพัตรา อติโพธิ. สภาวะสุขภาพและแนวโน้มของประชากรผู้สูงอายุ. สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข, 2543.ศูนย์พัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุวาสนะ เวศน์ : ข้อมูลออนไลน์เข้าถึงได้โดย www.watsanawet.m-society.go.th/2558

สำนักงานสถิติแห่งชาติ.สำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2550: (ออนไลน์) [www. Service nso.go.th](http://www.Service.nso.go.th) ,เข้าถึงวันที่ 10 เดือนสิงหาคม พ.ศ.2558.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. สำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ.2557: (ออนไลน์) www.m.society.go.th เข้าถึงวันที่ 20

สมรรถนะในงานกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่
สำนักอำนวยการประจำศาลอาญา

Functional Competency and Work Performance of Officer

Administrative Office of The Criminal Court

ประยูทธ ศิริลั่น (Prayuth Sirilon)¹

อุษณี มงคลพิทักษ์สุข (Usanee Mongkolpitaksuk)²

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สมรรถนะในงาน 2) ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน และ 3) เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิผลการปฏิบัติงาน จำแนกตามระดับสมรรถนะในงาน ประชากร คือ เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรม สำนักอำนวยการประจำศาลอาญา ระดับปฏิบัติงาน และชำนาญงาน จำนวน 127 คน ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance) ผลการศึกษาพบว่า เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมที่มีสมรรถนะในงานด้านความเข้าใจผู้อื่น และด้านความเข้าใจองค์กรและระบบราชการแตกต่างกันประสิทธิผลในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนสมรรถนะด้านความถูกต้องของงานแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: สมรรถนะในงาน/ ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

Abstract

The purpose of this article was to study 1) functional competency 2) work performance and 3) to compare work performance of each functional competency level. The population were 127 officers who work in an administrative office of the criminal court. The Anova test found the statistically significant differences between work performance and competencies of interpersonal understanding, including organizational awareness. As, no significant difference was observed in functional competency of concern for order and work performance.

Keyword : Functional competency/ Work Performance

บทนำ

ศาลอาญาเป็นศาลชั้นต้นขนาดใหญ่ เป็นหน่วยงานราชการของศาลยุติธรรม ซึ่งเป็นองค์การอิสระ มีฐานะเป็นนิติบุคคล มีอำนาจหน้าที่ในการพิจารณาพิพากษาคดีอาญาทั้งปวง ทั้ง

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

ในเขตอำนาจศาล และคดีที่มีความผิดที่เกิดขึ้นนอกราชอาณาจักรไทย โดยมีสำนักอำนวยการประจำศาลอาญาเป็นหน่วยงานธุรการ ซึ่งประกอบด้วยข้าราชการศาลยุติธรรมในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรม เจ้าหน้าที่งานศาลยุติธรรม นิติกร เจ้าหน้าที่งานการเงินและบัญชี นักวิชาการการเงินและบัญชี และตำแหน่งนักวิชาการคอมพิวเตอร์ มีผู้อำนวยการสำนักอำนวยการประจำศาลอาญาเป็นหัวหน้าบังคับบัญชาภายใต้การกำกับดูแลของอธิบดีผู้พิพากษาศาลอาญา มีหน้าที่ในการสนับสนุน และอำนวยความสะดวกให้งานพิจารณาคดีของศาลเกิดประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม นอกจากหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติดังที่กล่าวมาแล้ว หน้าที่หลักของข้าราชการที่สำคัญ คือ การให้บริการประชาชนที่มาติดต่อราชการให้เป็นไปอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และทั่วถึง ซึ่งปัจจัยที่จะทำให้หลักการดังกล่าวบรรลุผล บุคลากรภายในองค์กรจะต้องมีความรู้ ความสามารถ ทักษะ และสมรรถนะที่เหมาะสม สอดคล้องกับงานที่ปฏิบัติ รวมทั้งต้องมีจิตสำนึกในการให้บริการที่ดี

สำหรับสมรรถนะในงานตำแหน่งข้าราชการศาลยุติธรรม ประกอบด้วย ความเข้าใจผู้อื่น ความเข้าใจองค์กรและระบบราชการ และความถูกต้องของงาน ซึ่งตรงกับคุณลักษณะที่จำเป็นต้องใช้ในการปฏิบัติงานของข้าราชการที่บรรจุเข้ามาใหม่ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลตามที่กำหนดในด้านปริมาณงาน คุณภาพงาน และความทันเวลา ทั้งยังสอดคล้อง แผนยุทธศาสตร์ศาลยุติธรรม พ.ศ. 2543 - 2556 ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการเพิ่มศักยภาพระบบการบริหารงานบุคคล เพื่อให้ศาลยุติธรรมมีบุคลากรที่มีศักยภาพในการปฏิบัติงานมากขึ้น อาทิ ความรู้ ความสามารถ ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นเพื่อเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้บริหาร ผู้อำนวยการ ผู้รับผิดชอบด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล และข้าราชการศาลยุติธรรมเข้าใจในกรอบแนวคิดที่เน้นคุณภาพ คุณธรรม และคุณภาพชีวิต รวมถึงการพัฒนา การรักษาไว้ และการประเมินผลการปฏิบัติราชการ

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าสำนักงานศาลยุติธรรมจะกำหนดสมรรถนะในงานของเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมไว้ 3 ด้านดังที่ได้กล่าวมาแล้ว แต่จากการประเมินผลการปฏิบัติราชการ เพื่อนำไปประกอบการพิจารณาเลื่อนเงินเดือนในแต่ละรอบ (เดือนเมษายนและเดือนตุลาคม) พบว่า เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมส่วนใหญ่ไม่ได้นำสมรรถนะไปใช้ในการปฏิบัติงานเท่าที่ควร จะปฏิบัติงานตามคำสั่งหรือปฏิบัติงานเฉพาะที่ได้รับมอบหมายเท่านั้น ซึ่งสาเหตุมาจาก 1) ความเข้าใจผู้อื่น เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมขาดทักษะในการสื่อสารที่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ขาดการเรียนรู้ ทำให้การปฏิบัติงานไม่มีประสิทธิภาพ ทั้งในเรื่องปริมาณงานที่สำเร็จมีไม่เพียงพอ ใช้เวลาในการปฏิบัติงานมากเกินไปและงานที่ได้ปฏิบัติไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร 2) ความเข้าใจองค์กรและระบบราชการ เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมทั้งที่บรรจุใหม่และที่รับราชการในตำแหน่งนี้มานาน ไม่เปิดใจรับข้อมูลข่าวสาร ทั้งภายในและภายนอก ไม่ศึกษาข้อมูลโครงสร้างและวัฒนธรรมขององค์กร สายการบังคับบัญชา ระเบียบ ตลอดจนระบบและขั้นตอนการปฏิบัติงานต่างๆ ทำให้การปฏิบัติงานไม่เป็นระบบ ไม่มีแบบแผน สับสน เข้ากับเพื่อนร่วมงานไม่ได้ ส่งผลทำให้ไม่ได้ทั้งปริมาณงาน คุณภาพงาน และความทันเวลา 3)

ความถูกต้องของงาน เป็นผลมาจากการขาดการเรียนรู้จาก 2 ด้านที่กล่าวมาแล้ว ทำให้เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมไม่สามารถควบคุมอารมณ์ตนเองได้ ไม่ตั้งใจทำงาน ขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน เกิดข้อผิดพลาดบ่อยครั้ง ไม่สามารถบริหารจัดการในงานที่ปฏิบัติได้ งานขาดความต่อเนื่อง ไม่คุ้มค่าไม่มีคุณภาพ และเสียเวลา ส่งผลให้องค์กรได้รับความเสียหาย ไม่บรรลุเป้าหมายที่วางไว้

ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาระดับสมรรถนะในงานของเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมว่าอยู่ในระดับใด และสมรรถนะใดมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรม ทั้งนี้เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสมรรถนะในงาน และประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรม สำนักอำนวยการประจำศาลอาญา
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิผลการปฏิบัติงาน จำแนกตามระดับสมรรถนะในงาน ของเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรม สำนักอำนวยการประจำศาลอาญา

วิธีการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรม สำนักอำนวยการประจำศาลอาญา ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรม แบ่งเป็น 2 ระดับ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมระดับปฏิบัติงาน จำนวน 90 คน และเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมระดับชำนาญงาน จำนวน 37 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 127 คน ผู้ศึกษาใช้ประชากรทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอนุมาน ใช้ค่า F-test หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (Analysis of Variance: One - way ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

แนวคิดในการศึกษา

จากวัตถุประสงค์ในการศึกษา ผู้ศึกษากำหนดแนวคิดในการศึกษาคือเป็น 2 แนวคิด คือ แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะในงาน และแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน มีรายละเอียด ดังนี้

สมรรถนะในงาน

ในการปฏิบัติงานนั้น บุคลากรต้องมีความรู้ ความสามารถ ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่ง โดยมุ่งเน้นประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ยึดผลลัพธ์ มีความโปร่งใสในการตัดสินใจและประชาชนเป็นศูนย์กลาง และตอบสนองข้าราชการตามหลักของผลงาน เพื่อให้ระบบ

ราชการมีประสิทธิภาพ สามารถจูงใจและรักษาข้าราชการที่มีคุณภาพสูง ส่งเสริมให้ข้าราชการ มุ่งเน้นผลงานพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสำนักงานศาลยุติธรรมต้องปรับเปลี่ยนการบริหาร ทรัพยากรบุคคลภายในให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

สมรรถนะในงานของเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมในการปฏิบัติงาน (มาตรฐานและแนวทางการกำหนดความรู้ความสามารถ ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งข้าราชการ ศาลยุติธรรม สำนักงานศาลยุติธรรม, 2553) ประกอบด้วย

1. ความเข้าใจผู้อื่น หมายถึง ความสามารถในการรับฟังและทำความเข้าใจ ทั้งความหมาย ตรง และความหมายแฝงในความต้องการ และความรู้สึกของผู้อื่น รวมทั้งสภาวะอารมณ์ของผู้ที่มา ติดต่อ และสามารถตอบสนอง ให้ความช่วยเหลือได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนให้คำปรึกษาและ ข้อเสนอแนะความต้องการได้อย่างถูกต้องตามระเบียบ กฎเกณฑ์ และกฎหมาย

2. ความเข้าใจองค์กรและระบบราชการ หมายถึง ความสามารถในการเข้าใจความสัมพันธ์เชิงอำนาจตามกฎหมาย และอำนาจที่ไม่เป็นทางการในองค์กรศาลยุติธรรม องค์กรใน กระบวนการยุติธรรมและองค์กรอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุ เป้าหมายตามภารกิจและความมุ่งหวังของศาลยุติธรรม รวมทั้งความสามารถที่จะคาดการณ์ได้ว่า นโยบายภาครัฐ แนวโน้มทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี ตลอดจนเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้น จะมีผลต่อองค์กรศาลยุติธรรมอย่างไร

3. ความถูกต้องของงาน หมายถึง ความเข้าใจและการปฏิบัติงานได้ตามแนวทางที่ กำหนด ตลอดจนความพยายามที่จะปฏิบัติงานให้ถูกต้องครบถ้วนและลดข้อบกพร่องที่อาจจะ เกิดขึ้น รวมทั้งความพยายาม ให้เกิดความชัดเจนขึ้นในบทบาทหน้าที่ กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ขั้นตอนปฏิบัติต่างๆ และการคิดหาวิธีการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานให้ดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

สำนักคณะกรรมการข้าราชการศาลยุติธรรม (มาตรฐานและแนวทางการกำหนดความรู้ ความสามารถ ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งข้าราชการศาลยุติธรรม สำนักงาน ศาลยุติธรรม, 2553) ได้กำหนดหลักเกณฑ์ และวิธีการประเมินผลการปฏิบัติราชการของข้าราชการ ศาลยุติธรรม โดยกำหนดให้การประเมินผลการปฏิบัติราชการ ให้ประเมินอย่างน้อย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ของงาน และพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติราชการ โดยผู้ศึกษาได้นำองค์ประกอบดังกล่าวมา ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

1. ผลสัมฤทธิ์ของงาน ให้ประเมินจากปริมาณผลงาน คุณภาพผลงาน ความรวดเร็ว หรือ ตรงตามเวลาที่กำหนด ความประหยัดหรือความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากร และเป็นงานลักษณะใด ลักษณะหนึ่ง หรือทั้ง 3 ลักษณะ ได้แก่ งานที่ปรากฏในคำรับรองการปฏิบัติราชการ/แผนปฏิบัติ

ราชการประจำปี หรืองานตามหน้าที่ตามความรับผิดชอบหลัก หรืองานที่ได้รับมอบหมายพิเศษ ซึ่งไม่ใช่งานประจำ ส่วนการกำหนดตัวชี้วัดตามผลงาน และค่าเป้าหมายสามารถแบ่งได้ 4 ประเภท ได้แก่

1) ปริมาณผลงาน พิจารณาจากจำนวนผลงาน ซึ่งเป็นงานตามนโยบาย หรือยุทธศาสตร์งานประจำตามหน้าที่ความรับผิดชอบ หรืองานที่ได้รับมอบหมายเป็นพิเศษที่ทำได้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด หรือตามข้อตกลง หรือตามมาตรฐานของงาน ได้แก่ ปฏิบัติงานได้ตรงตามจำนวนผลงานที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ ปฏิบัติงานตามสำเร็จตามข้อตกลงที่กำหนดไว้ ปฏิบัติงานได้ตรงตามมาตรฐานที่หน่วยงานกำหนด ปฏิบัติงานตามขั้นตอนระเบียบข้อบังคับของหน่วยงาน และปฏิบัติงานโดยความรู้ความเข้าใจภารกิจของหน่วยงาน

2) คุณภาพของผลงาน พิจารณาจากความถูกต้อง ความครบถ้วน ความสมบูรณ์ และความประณีตของงาน ผลสำเร็จของงานบรรลุเป้าหมาย ไม่เกิดข้อผิดพลาด หรือมีปัญหาตามมาภายหลัง ได้แก่ ผลงานมีความถูกต้องตามเป้าหมายที่กำหนด ปฏิบัติงานสำเร็จครบถ้วนตามที่ได้รับมอบหมาย ผลงานมีความละเอียดครบถ้วนสมบูรณ์ ผลงานมีความเรียบร้อย และมีความประณีต ผลงานได้รับการยอมรับและชื่นชม

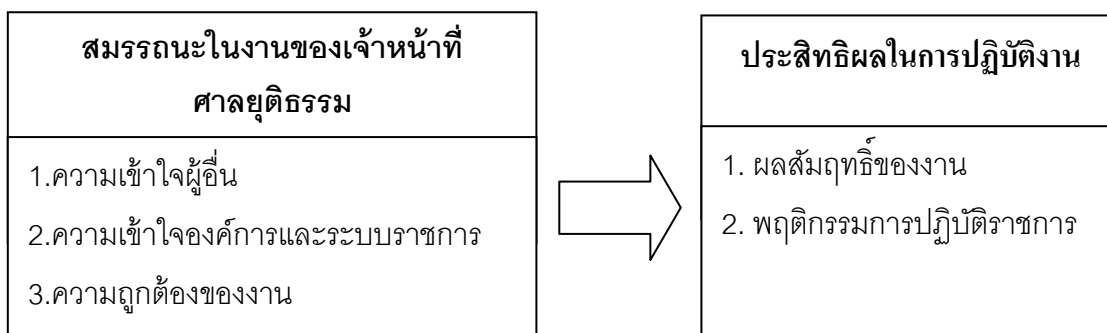
3) ความรวดเร็ว หรือตรงตามเวลาที่กำหนด พิจารณาจากการปฏิบัติงานตามหน้าที่/ภารกิจตามที่ได้รับมอบหมาย ได้แก่ ปฏิบัติงานสำเร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด ปฏิบัติงานสำเร็จก่อนเวลาที่กำหนด ปฏิบัติงานโดยใช้เทคนิคความรู้ ความสามารถที่ได้ศึกษามาใช้อย่างเต็มที่ ปฏิบัติงาน โดยเรียงลำดับความสำคัญก่อน-หลังของงาน และปฏิบัติงานโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

4) ความประหยัดหรือความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากร พิจารณาจากการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม ในการทำงานให้บรรลุผลสำเร็จ หรือความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรที่ใช้กับปฏิบัติงานสำเร็จผลผลิตของงานหรือ โครงการ ได้แก่ การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด และเหมาะสมกับผลผลิตของงาน ประยุกต์ใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมในการทำงานให้บรรลุผลสำเร็จ ระมัดระวังและดูแลรักษาเครื่องมือเครื่องใช้ในการทำงานเป็นประจำสม่ำเสมอ ใช้ทรัพยากรค่านึงถึงงบประมาณของหน่วยงาน และศึกษาการใช้ทรัพยากรแต่ละประเภทเหมาะสมในการทำงาน

2. พฤติกรรมการปฏิบัติราชการ ให้ประเมินตามสมรรถนะราชการศาลยุติธรรมตามที่สำนักงานศาลยุติธรรมกำหนด

จึงสรุปได้ว่า แนวคิดประสิทธิผลในการปฏิบัติราชการของข้าราชการศาลยุติธรรม ประกอบด้วย ผลสัมฤทธิ์ของงาน และ พฤติกรรมการปฏิบัติราชการ ซึ่งจากแนวคิดดังกล่าวมุ่งเน้นที่ผลสัมฤทธิ์ของงานเป็นหลักในการประเมิน โดยมีการกำหนดตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์ของงานในการปฏิบัติงานของข้าราชการศาลยุติธรรม จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ของงาน ปริมาณผลงาน คุณภาพของผลงาน ความรวดเร็ว และความประหยัดหรือความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากร

กรอบแนวคิดการศึกษา



สมมติฐานในการศึกษา

ผู้ศึกษาได้กำหนดสมมติฐานไว้ดังนี้

1. สมรรถนะด้านความเข้าใจผู้อื่นแตกต่างกัน ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมแตกต่างกัน
2. สมรรถนะด้านความเข้าใจใจองค์กรและระบบราชการแตกต่างกัน ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมแตกต่างกัน
3. สมรรถนะด้านความถูกต้องของงานแตกต่างกัน ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมแตกต่างกัน

ผลการศึกษา

สมรรถนะในงาน ของเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรม สำนักอำนวยการประจำศาลอาญา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.00$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความถูกต้องของงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.21$) รองลงมาคือ ด้านความเข้าใจผู้อื่น ($M = 3.91$) และด้านความเข้าใจใจองค์กรและระบบราชการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($M = 3.87$) ตามลำดับ ปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลรวมของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสมรรถนะในงาน

สมรรถนะในงาน	ปฏิบัติงาน		ชำนาญงาน		รวม	
	M	SD	M	SD	M	SD
1. ด้านความเข้าใจผู้อื่น	3.77	.651	4.25	.684	3.91	.694
2. ด้านความเข้าใจใจองค์กรและระบบราชการ	3.80	.612	4.04	.723	3.87	.653
3. ด้านความถูกต้องของงาน	4.14	.602	4.40	.692	4.21	.638
รวม	3.90	.557	4.23	.733	4.00	.604

ประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ของเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรม สำนักอำนวยการประจำศาลอาญา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($M = 3.29$) โดยด้านผลสัมฤทธิ์ของงานมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านพฤติกรรมกรปฏิบัติราชการ ($M = 3.59$ และ $M = 3.01$) ตามลำดับ ปรากฏดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลรวมของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

ประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน	ปฏิบัติงาน		ชำนาญงาน		รวม	
	M	SD	M	SD	M	SD
1. ด้านผลสัมฤทธิ์ของงาน	3.54	.323	3.70	.381	3.59	.346
2. พฤติกรรมกรปฏิบัติราชการ	2.97	.436	3.09	.641	3.01	.477
รวม	3.26	.368	3.38	.675	3.29	.368

ผลการทดสอบสมมติฐาน ผู้ศึกษากำหนดสมมติฐานในการศึกษาครั้งนี้ออกเป็น 3 ข้อ ผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน	n	M	SD	F	Sig.
สมรรถนะ					
ด้านความเข้าใจผู้อื่นต่ำ	25	3.09	.409		
ด้านความเข้าใจผู้อื่นปานกลาง	53	2.97	.393	5.148	.007
ด้านความเข้าใจผู้อื่นสูง	49	3.25	.484		
ด้านความเข้าใจองค์การและระบบราชการต่ำ	41	3.10	.450		
ด้านความเข้าใจองค์การและระบบราชการปานกลาง	48	2.95	.392	7.640	.001
ด้านความเข้าใจองค์การและระบบราชการปานกลาง	38	3.31	.439		
ด้านความถูกต้องของงานต่ำ	30	3.21	.504		
ด้านความถูกต้องของงานปานกลาง	35	2.09	.365	1.100	.336
ด้านความถูกต้องของงานสูง	62	3.06	.460		

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับสมรรถนะด้านความเข้าใจผู้อื่นและด้านความเข้าใจองค์การและระบบราชการแตกต่างกันประสิทธิผลในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 1 และข้อที่ 2 ส่วนสมรรถนะด้านความถูกต้องของงานแตกต่างกันประสิทธิผลในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 3

อย่างไรก็ตาม ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ผลทดสอบด้วยวิธีการทดสอบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparison Test) โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบค่าของผลต่างเฉลี่ยกับค่าผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD) กับสมมติฐานที่ 1 และ 2 ปรากฏดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบค่าความแตกต่างของสมรรถนะด้านความเข้าใจผู้อื่นและด้านความเข้าใจใจองค์กรและระบบราชการกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรม

สมรรถนะ	ปานกลาง	สูง
ด้านความเข้าใจผู้อื่น	ต่ำ	.1148
	ปานกลาง	-.2753*
ด้านความเข้าใจใจองค์กรและระบบราชการ	ต่ำ	.1547
	ปานกลาง	-.3614*

จากตารางที่ 4 พบว่า เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมที่มีสมรรถนะด้านความเข้าใจผู้อื่นระดับปานกลางมีประสิทธิผลในการปฏิบัติงานต่ำกว่าเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมที่มีสมรรถนะด้านความเข้าใจผู้อื่นระดับสูง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.2753 และเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมที่มีสมรรถนะด้านความเข้าใจใจองค์กร และระบบราชการระดับปานกลางมีประสิทธิผลในการปฏิบัติงานแตกต่างกับเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมที่มีสมรรถนะด้านระดับสูง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -3614

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

สมรรถนะในงาน

1. **ด้านความถูกต้องของงาน** สมรรถนะด้านความถูกต้องของงานของเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรม สำนักอำนวยการประจำศาลอาญา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากศาลอาญาเป็นศาลชั้นต้นขนาดใหญ่ มีอำนาจในการพิจารณาพิพากษาคดีครอบคลุมทั่วราชอาณาจักร ปริมาณงานจึงเข้าสู่ศาลเป็นจำนวนมากและส่วนใหญ่เป็นงานที่มีความยุ่งยากซับซ้อน เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมสำนักอำนวยการประจำศาลอาญา จึงต้องมีความเข้าใจในระบบ ขั้นตอนระเบียบ และแนวทางการปฏิบัติงานในหน้าที่รับผิดชอบของตนอย่างละเอียด โดยต้องปฏิบัติงานด้วยความรอบคอบ มีการตรวจสอบและตรวจทานความถูกต้องของงานทุกขั้นตอน เพื่อลดความบกพร่องผิดพลาดอันอาจเกิดจากการปฏิบัติงาน ซึ่งผลการศึกษาก็ปรากฏอย่างชัดเจนว่าเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมปฏิบัติงาน มีความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานให้ถูกต้อง สะอาดเรียบร้อย และเป็นไปตาม

ขั้นตอนหรือกฎระเบียบปฏิบัติที่วางไว้อย่างเคร่งครัด ตลอดจนตระหนักถึงผลเสียที่อาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหน่วยงานหรือแม้แต่ประชาชน ตัวอย่างเช่น งานออกหมาย หากมีการออกหมายบังคับโทษผิดพลาด ย่อมส่งผลกระทบต่อสิทธิของจำเลย เป็นต้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเอาใจใส่และความตั้งใจในการปฏิบัติงาน เพื่อให้คุณภาพของงานที่ดี ขณะที่เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมชำนาญงานจะให้ความสำคัญต่อการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ของงาน และกระบวนการทำงานทั้งของตนเองและผู้อื่น เพื่อให้งานดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามระเบียบและแนวปฏิบัติของศาลอาญา ซึ่งคุณลักษณะเช่นนี้ย่อมทำให้ทั้งงานและกระบวนการทำงานของศาลมีความถูกต้องและมีข้อผิดพลาดน้อยที่สุด ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของจุล ไหม่คานี (2558) พบว่า สมรรถนะการปฏิบัติงานด้านความถูกต้องของงานทำให้การปฏิบัติงานมีความถูกต้องราบรื่น ครบถ้วน ตามบทบาทหน้าที่ กฎหมายระเบียบข้อบังคับ ขั้นตอนการปฏิบัติงานต่างๆ ตลอดจนลดข้อบกพร่องที่อาจจะเกิดขึ้น

2. ด้านความเข้าใจผู้อื่น สมรรถนะด้านความเข้าใจผู้อื่นของเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรม สำนักอำนวยการประจำศาลอาญา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมปฏิบัติงานมีความสามารถในการทำความเข้าใจความต้องการของผู้อื่น ด้วยการสังเกต สีหน้า ท่าทาง และน้ำเสียงของประชาชนผู้มาติดต่อราชการว่าต้องการสิ่งใดสามารถตอบคำถามและให้บริการข้อมูลได้อย่างเข้าใจ ทำให้ประชาชนมาผู้มาติดต่อราชการเกิดความพึงพอใจในการมารับบริการ เช่น กรณีเมื่อมีประชาชนมาติดต่อสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลคดี เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมสอบถามและสามารถให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับคดีได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน รวมถึงยังสามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับกระบวนการพิจารณาคดี ขั้นตอนและกระบวนการปฏิบัติงานของศาลอาญา ด้วยความเอาใจใส่ เนื่องจากเห็นว่าประชาชนผู้มารับบริการในศาลล้วนแต่เป็นผู้ที่ได้รับความเดือดร้อน ส่วนใหญ่ขาดความรู้ความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการปฏิบัติงานของระบบงานศาลอาญาทำให้เกิดความกลัว ดังนั้นการที่เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมสามารถที่จะตอบคำถามให้ข้อมูลแก่ประชาชนผู้มารับบริการได้อย่างถูกต้อง มีความพร้อมที่จะให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรี พุดจาสุภาพ อ่อนน้อมและให้ความช่วยเหลือหรือบริการด้วยความเต็มใจ ย่อมช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้แก่ประชาชนผู้มาติดต่อราชการมากยิ่งขึ้น ในขณะที่เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมชำนาญงานมีความสามารถในการทำความเข้าใจในตัวบุคคลเพื่อประโยชน์ในการผูกมิตร ทำความรู้จัก การติดต่อประสานงานที่ดี ทั้งนี้เห็นว่าศาลอาญาเป็นศาลชั้นต้นที่มีความหลากหลายของประเภทข้อมูลคดี ซึ่งผู้มาติดต่อประสานงานประจำ มักได้แก่ เจ้าหน้าที่ตำรวจ พนักงานอัยการ ทนายความ ฯลฯ การที่เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมชำนาญงานมีความสามารถในการผูกมิตร สร้างความรู้จักคุ้นเคยระหว่างกัน ย่อมทำให้กระบวนการติดต่อสื่อสารและประสานงานเกิดประสิทธิภาพ ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับ

การศึกษาของนิภาพร เฉียนเฉียน เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์ และสุรพร เลี่ยนสลาย (2556) พบว่า สมรรถนะจะช่วยให้การปฏิบัติงานมีผลสัมฤทธิ์ที่เพิ่มสูงขึ้น และบรรลุเป้าหมายขององค์การด้วย โดยข้าราชการศาลยุติธรรมยังได้รับความร่วมมือและการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานใน กระบวนการศาลยุติธรรม ไม่ว่าจะเป็น อัยการ ตำรวจ ฯลฯ อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังพบว่า เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมชำนาญงานมีจิตวิทยาในการทำความเข้าใจถึงพฤติกรรม อารมณ์ และ ความรู้สึกของผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานได้ดี ถือเป็นพื้นฐานของการทำงานอันช่วย เสริมสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างกัน ก่อให้เกิดการทำงานที่เกื้อหนุนช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำให้ ระบบการทำงานมีความราบรื่น รวดเร็ว และเกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงานเพิ่มมากขึ้น

3. ด้านความเข้าใจขององค์การและระบบราชการ สมรรถนะด้านความเข้าใจ องค์การและระบบราชการของเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรม สำนักอำนวยการประจำศาลอาญา ใน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยสำนักงานศาลยุติธรรมมีการพัฒนาระบบเทคโนโลยี ในการ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านระบบไลน์ Inside COJ เพื่อให้บุคลากรภายในสำนักงานศาลยุติธรรม รับรู้ข้อมูลข่าวสาร การใช้หนังสือเวียนแจ้งแนวปฏิบัติจากสำนักนายกรัฐมนตรี หนังสือเวียนแจ้ง ระเบียบ แนวปฏิบัติภายในสำนักงานศาลยุติธรรม เป็นต้น โดยหนังสือแจ้งเวียนต่างๆ จะกำหนด แนวทางการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรมตามช่วงระยะเวลาเพื่อให้แต่ละหน่วยงานได้ทราบถึงแนว ทิศทางการดำเนินงานอย่างถูกต้องตามแนวทางที่กำหนด รวมถึงแนวทางการเบิกจ่ายงบประมาณ ของในแต่ละกิจกรรม เป็นผลทำให้เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมทราบถึงกฎ ระเบียบ แนวปฏิบัติ วัฒนธรรมองค์การได้ดีและสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้อง อีกทั้งยังมีความเข้าใจถึง ข้อจำกัดขององค์การศาลยุติธรรมว่า สิ่งใดอาจกระทำได้หรือไม่อาจกระทำได้ในสถานการณ์ต่างๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาดำเนินการในเรื่องต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม ในขณะที่ เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมชำนาญงานมีความสามารถในการรับรู้ถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของผู้มี บทบาทสำคัญในองค์กรศาลยุติธรรมว่า ผู้ใดหรือหน่วยงานใดมีอำนาจในการตัดสินใจในเรื่องใด เช่น สำนักอำนวยการประจำศาลอาญามีการแบ่งอำนาจหน้าที่การบริหารงานภายนอกเป็น 8 ส่วน ได้แก่ ส่วนช่วยอำนวยการ ส่วนคลัง ส่วนบริการประชาชนและประชาสัมพันธ์ ส่วนจัดการ งานคดี ส่วนช่วยพิจารณาคดี ส่วนไกล่เกลี่ยและประนอมข้อพิพาท ส่วนบังคับคดีนายประกัน และ เทคโนโลยีสารสนเทศ แต่ละส่วนงานจะปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่รับผิดชอบของส่วนงานนั้น การที่เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมชำนาญงานรับรู้และเข้าใจในระบบงานว่าผู้ใดมีอำนาจในการตัดสินใจ ในเรื่องใด จะทำให้กระบวนการปฏิบัติงานเป็นไปด้วยความราบรื่น หากยังสามารถพัฒนา หรือ สร้างสัมพันธภาพและประสานความร่วมมือให้เป็นเครือข่าย หรือขับเคลื่อนงานที่ดูแลรับผิดชอบ เพื่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่บรรลุวัตถุประสงค์และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อหน่วยงาน ผล การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ นกัศวรณ เกียรติกาญจน์ และ สัมเริง อ่อนสัมพันธ์

(2554: 96) พบว่า แนวทางการพัฒนาสมรรถนะของเลขาธิการผู้บริหารระดับสูง มีความเข้าใจองค์การและระบบราชการอยู่ในระดับมาก

ประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

1. **ด้านผลสัมฤทธิ์ของงาน** ของเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรม สำนักอำนวยการประจำศาลอาญา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของศาลทุกครั้ง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมของบุคลากรภายในหน่วยงาน เนื่องจากศาลอาญาเป็นศาลชั้นต้นขนาดใหญ่มีบุคลากรภายในหน่วยงานเป็นจำนวนมาก และมีความหลากหลายของตำแหน่งหน้าที่รับผิดชอบ การที่เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมให้ความร่วมมือและให้ความสำคัญต่อกิจกรรมของส่วนรวม มีความสำนึกในบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของตนเองและหน่วยงาน ย่อมส่งผลดีต่อภารกิจที่จะปฏิบัติงานต่างๆ ให้เกิดผลสัมฤทธิ์ได้อย่างราบรื่น ในขณะที่เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมชำนาญงานสามารถที่จะปฏิบัติงานในหน้าที่รับผิดชอบของตนให้มีความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ของข้อมูล มีการตรวจสอบความถูกต้องของงานทั้งของตนเองและผู้อื่นในทุกครั้ง ทั้งยังเอาใจใส่ต่องานหน้าที่ในหน้าที่รับผิดชอบ อันช่วยลดข้อผิดพลาดในงานที่ปฏิบัติให้ลดลง เพื่อให้ได้ผลงานที่ดีมีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐาน บรรลुวัตถุประสงค์ของหน่วยงานและเสร็จทันภายในระยะเวลาที่กำหนด ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของนิภาพร ฉียนเลียน เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์ และ สุรพร เลี่ยนสลาย (2556) พบว่า ผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของข้าราชการศาลยุติธรรมภาค 8 อยู่ในระดับมาก และพบว่าปัจจัยด้านสมรรถนะยังมีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของข้าราชการอีกด้วย

2. **ด้านพฤติกรรมกรปฏิบัติราชการ** ของเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรม สำนักอำนวยการประจำศาลอาญา ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง จากการศึกษาพบว่า เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมปฏิบัติงานปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส ไม่เลือกปฏิบัติ ยึดมั่นในหลักจรรยาบรรณในวิชาชีพของตน โดยมุ่งทำงานเพื่อประโยชน์ส่วนรวมและประชาชนเป็นหลัก ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความมีจิตสำนึกและความภาคภูมิใจในความเป็นข้าราชการศาลยุติธรรม ในการที่จะอุทิศแรงกายแรงใจให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่นด้วยความเต็มใจ เพื่อผลักดันให้ภารกิจหลักทั้งของตนเองและหน่วยงานบรรลุผล เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมยังมีความตั้งใจและพยายามในการให้บริการแก่ผู้มาติดต่อรับบริการหรือประชาชนด้วยความเป็นมิตร สุภาพ เต็มใจให้การต้อนรับด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี การให้ข้อมูลข่าวสารที่มีความถูกต้อง ชัดเจน รวมถึงการให้คำแนะนำติดตามงาน และแจ้งขั้นตอนการปฏิบัติงานให้แก่ประชาชนผู้มาติดต่อราชการด้วยความเข้าใจ เพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้มาติดต่อรับบริการอันส่งผลต่อประสิทธิผลโดยรวมของหน่วยงาน ในขณะที่เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมชำนาญงานให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่นด้วยความเต็มใจ ไม่ยึดตนเองเป็นศูนย์กลางของการทำงานและมีจุดมุ่งหมายร่วมของการทำงานเป็น

ทีม มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเอง เมื่อเกิดปัญหาและอุปสรรคสามารถที่จะคิดหาวิธีการ
แก้ไขปัญหาได้ดี อันเนื่องมาจากเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมในระดับชำนาญงานส่วนใหญ่รับราชการที่
ศาลอาญาเป็นระยะเวลาหลายปี ทำให้เกิดความรู้สึกรักและผูกพันต่อหน่วยงาน จึงให้ความ
ร่วมมือกับส่วนรวมในการที่จะปฏิบัติงานในภารกิจต่างๆของศาลด้วยความเต็มใจ มีการทำงาน
ร่วมกันเป็นทีมและให้ความสำคัญต่อการทำงานให้บรรลุเป้าหมายของหน่วยงาน อันส่งผลดีต่อ
ประสิทธิผลของการปฏิบัติงานโดยรวม ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของวิลัยภรณ์
แย้มสวน (2552) พบว่า ความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานในหน้าที่ทำให้งานมีคุณภาพ ถูกต้อง
ครบถ้วน สมบูรณ์ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

การเปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิผลการปฏิบัติงาน จำแนกตามระดับ
สมรรถนะในงาน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมที่มีระดับสมรรถนะด้าน
ความเข้าใจผู้อื่นและด้านความเข้าใจองค์กรและระบบราชการแตกต่างกันประสิทธิผลในการ
ปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยผู้ที่มีสมรรถนะด้านความเข้าใจผู้อื่นและ
ความเข้าใจองค์กรและระบบราชการในระดับปานกลางมีประสิทธิผลในการปฏิบัติงานต่ำกว่าผู้
ที่มีสมรรถนะด้านความเข้าใจผู้อื่นและความเข้าใจองค์กรและระบบราชการในระดับสูง เนื่องจากผู้
ที่มีสมรรถนะระดับปานกลาง มักมีความเข้าใจสับสนในเรื่องของโครงสร้างการบริหารงานของ
สำนักงานศาลยุติธรรม และระบบงานของศาลอาญา ที่มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารงาน
ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคบ่อยครั้ง การแบ่งส่วนราชการภายในและการกำหนดอำนาจ
หน้าที่ความรับผิดชอบที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงการออกกฎหมาย ระเบียบ และแนวปฏิบัติในเรื่อง
ต่างๆ ที่มีมาอย่างต่อเนื่อง ทำให้เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมบางส่วนขาดความรู้ความเข้าใจในการนำ
กฎหมาย ระเบียบ แนวปฏิบัติต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปมาปรับใช้ในการปฏิบัติงานให้บริการข้อมูล
ข่าวสารแก่ประชาชนผู้มาติดต่อราชการได้อย่างถูกต้อง นอกจากนั้นเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมที่มี
สมรรถนะระดับปานกลาง ยังมักประสบกับปัญหาความลังเลไม่แน่ใจที่จะขอคำปรึกษาจากผู้มี
อำนาจระดับใดเมื่อเกิดปัญหาขึ้นในระหว่างการทำงาน จึงส่งผลให้การปฏิบัติงานเกิดความล่าช้า
และประสิทธิผลในการปฏิบัติงานต่ำ

แตกต่างจากเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมที่มีสมรรถนะด้านความเข้าใจผู้อื่นและความเข้าใจ
องค์กรและระบบราชการในระดับสูง จะเป็นผู้ที่มีสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรม อารมณ์ ความรู้สึก
และสามารถที่จะวิเคราะห์ความต้องการของผู้อื่นได้ดีว่าต้องการสิ่งใด เข้าใจในข้อจำกัดของ
องค์กรศาลยุติธรรม โดยรู้ว่าสิ่งใดสามารถที่จะกระทำได้หรือไม่อาจกระทำได้อย่างเหมาะสมใน
สถานการณ์ต่างๆ จึงทำให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความสำเร็จและเกิดประสิทธิผลในการ

ปฏิบัติงานสูง ผลการศึกษาครั้งนี้จึงสอดคล้องกับการศึกษาของนิภาพร เที่ยนเลียน เทพศักดิ์
บุญรัตพันธุ์ และ สุรพร เลียนสลาย (2556) พบว่า ปัจจัยด้านสมรรถนะช่วยให้การปฏิบัติงานมี
ผลสัมฤทธิ์ที่เพิ่มสูงขึ้น นภัสวรรณ เกียรติกาญจน์ และ สำเริง อ่อนสัมพันธ์ (2554) พบว่า ความ
เข้าใจองค์การและระบบราชการส่งผลต่อการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ภูวนัย
เกษมบุญชู (2550) พบว่า ความรู้เกี่ยวกับงานในหน้าที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของ
ข้าราชการอยู่ในระดับสูง และ วันเพ็ญ นิลนารถ (2553) พบว่า ข้าราชการทุกคนทราบและเข้าใจ
ถึงระดับสมรรถนะหลักของตนเอง เพื่อสร้างความพร้อมในการพัฒนาขีดความสามารถและ
ศักยภาพของตนเองให้ก้าวไปสู่การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามแนวทางการ
บริหารภาครัฐยุคใหม่ที่ทำงานโดยยึดผลลัพธ์ความคุ้มค่าความรับผิดชอบต่อความ
ต้องการของสังคมและประชาชนผู้รับบริการ

ส่วนสมรรถนะในด้านความถูกต้องของงานของเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรม สำนักอำนวยการ
ประจำศาลอาญาแตกต่างกัน ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทาง
สถิติ .05 สืบเนื่องมาจากศาลอาญาเป็นศาลที่มีมาตรฐานการปฏิบัติงานชัดเจน ระบบการ
ปฏิบัติงานของศาลที่ต้องอาศัยความถูกต้องสูง เพราะเป็นงานที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบ
โดยตรงกับประชาชน เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมจึงต้องปฏิบัติงานในหน้าที่รับผิดชอบอย่างเคร่งครัด
ให้เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับของหน่วยงาน มีการตรวจสอบตรวจทานความ
ถูกต้องของงานทั้งงานในหน้าที่และงานของบุคคลอื่น ซึ่งหากพบว่างานหรือข้อมูลใดมีความ
ผิดพลาดต้องดำเนินการแก้ไขเพื่อลดข้อบกพร่องในงาน นอกจากนี้ เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมยัง
ตระหนักถึงความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับหน่วยงานหากปฏิบัติงานผิดพลาด ดังนั้น สมรรถนะด้าน
ความถูกต้องของงานจึงเป็นเรื่องพื้นฐานที่เจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรมทุกคนในสำนักอำนวยการประจำ
ศาลอาญาต้องตระหนักถึงและให้ความสำคัญ จึงทำให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานไม่แตกต่าง
กัน

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1. ควรมีการวิเคราะห์จุดอ่อนของหน่วยงานและจัดหลักสูตรการฝึกอบรมบุคลากร
ภายในหน่วยงานให้สอดคล้องกับความต้องการตามหลักสมรรถนะและควรส่งเสริมให้มีการทดลอง
ใช้วิธีการแปลกใหม่ในการแก้ไขปัญหาหรือสร้างสรรค์ สิ่งใหม่ให้เกิดขึ้นในวงราชการ
2. ควรมีการจัดโครงการฝึกอบรมและกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี
ระหว่างบุคลากรภายในหน่วยงาน สร้างการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้แก่บุคลากร อันจะ
ช่วยเสริมความเข้มแข็งให้แก่บุคลากรในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ได้ดียิ่งขึ้น
3. ควรมีการจัดส่งบุคลากรไปฝึกฝนอบรมกับหน่วยงานชั้นนำในสังคมที่มีคุณภาพ
และเป็นเป็นที่ยอมรับ เพื่อให้บุคลากรได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้และ

ประสบการณ์เพื่อนำมาพัฒนาตนเอง พัฒนางาน และพัฒนาหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพ
เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบัน

4. ควรส่งเสริมให้บุคลากรเห็นถึงความสำคัญของผลงานที่ปฏิบัติให้มีความ
ละเอียด ครบถ้วน ถูกต้อง สมบูรณ์ เชื่อถือได้ ผลสำเร็จของงานบรรลุเป้าหมายและควรมีการ
ตรวจสอบติดตามงานเพื่อทำให้งานสำเร็จภายในเวลาที่กำหนด โดยผู้บริหารหรือหัวหน้างานควร
สั่งการให้มีการรายงานผลการดำเนินงานเป็นระยะเพื่อการควบคุมและตรวจสอบผลการ
ปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ

5. ควรปฏิบัติงานในความรับผิดชอบให้แล้วเสร็จภายในเวลาราชการโดยไม่ต้อง
ทำงานล่วงเวลา ประยุกต์ใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมในการทำงานให้บรรลุผล โดยคำนึงถึง
งบประมาณของหน่วยงาน และควรมุ่งเน้นการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามประมวลจริยธรรมของ
ข้าราชการศาลยุติธรรม

6. ควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาโครงสร้างทรัพยากรบุคคล โดยเน้นการทำงาน
เป็นทีม วางเป้าหมายให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้การทำงานเบ็ดเสร็จครบวงจร และเพิ่ม
ประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

ผลจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า สมรรถนะในงานส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน
ของเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรม ดังนั้นจึงควรศึกษาสมรรถนะในตำแหน่งงานอื่นๆของข้าราชการศาล
ยุติธรรมที่แตกต่างกัน เพื่อสามารถนำผลการศึกษามาปรับปรุงและพัฒนาระดับสมรรถนะของ
ข้าราชการในตำแหน่งงานอื่นเพื่อให้ตรงตามความต้องการของหน่วยงานและสามารถพัฒนา
องค์การให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- จุล ใหม่คานี. (2558). *สมรรถนะการปฏิบัติงานด้านงานสารบรรณของเจ้าหน้าที่งานสารบรรณ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.*
นิภาพร ฉะนิลเขียน เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์ และ สุรพร เลี่ยนสลาย. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพล
ต่อผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของข้าราชการศาลยุติธรรมภาค 8. คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, กรุงเทพมหานคร.*
นภัสวรรณ เกียรติวุฒิกัญจน์และสัมเริง อ่อนสัมพันธ์. (2554). *สมรรถนะที่พึงประสงค์ของ
เลขาธิการผู้บริหารระดับสูง มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี.
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพมหานคร.*
ภูวนัย เกษบุญชู. (2550). *ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการกองทัพเรือ: ศึกษากรณี*

ข้าราชการสังกัดกองทัพเรือภาคที่ 1. คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา,
ชลบุรี

วิไลภรณ์ แยมสวน. (2552). *สมรรถนะในการปฏิบัติงานและความต้องการพัฒนาบุคลากร
ผู้ปฏิบัติงานในสังกัดสำนักงานเทศบาลจังหวัดสุโขทัย*. คณะมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, อุตรดิตถ์

วันเพ็ญ นิลนารถ. (2554). *สมรรถนะหลักกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของข้าราชการ
กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน*. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก,
กรุงเทพมหานคร

หนังสือสำนักงานศาลยุติธรรม. (2553). *มาตรฐานและแนวทางการกำหนดความรู้
ความสามารถ ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งข้าราชการศาลยุติธรรม*.
กรุงเทพมหานคร: สำนักคณะกรรมการข้าราชการศาลยุติธรรม สำนักงานศาลยุติธรรม.

การมีส่วนร่วมของประชาชนกับประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรม
ของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน: ศึกษากรณีชุมชนอุทิศอนุสรณ์
Citizen's Participation and Effectiveness of Crime Prevention in Police Community

Relations, Bangkok Police Station: A Case Study Utitanusorn Community

ประสิทธิ์ ขุนอินทร์ (Prasit Khunin)¹

เฉลิม เกิดโมลี (Chalerm Gerdomoli)²

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การมีส่วนร่วมของประชาชน 2) ประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ 3) อิทธิพลของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน จำนวน 207 คน โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนอยู่ในระดับสูง ส่วนประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจชุมชนสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบอิทธิพลของการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการร่วมรับผลประโยชน์ และการติดตามประเมินผลต่อประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ ร้อยละ 48.4

คำสำคัญ : การมีส่วนร่วมของประชาชน/ประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรม

Abstract

The purpose of this article was to study 1) citizen's participation 2) effectiveness of crime prevention 3) the effects of citizen's participation on effectiveness of crime prevention, police-community relations. Bangkok police station. The sample consisted of 207 people. Data were collected by questionnaire. The results showed that the mean of citizen's participation were high level, and effectiveness of crime prevention was highest level. The multiple regression analysis revealed the statistically significant at 0.05. This indicates that 48.4 percent of effectiveness of crime prevention was explained by citizen's participation ().

Keyword : Citizen's Participation/ Effectiveness of Crime Prevention

¹ นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

บทนำ

ปัญหาอาชญากรรมเป็นปัญหาที่สำคัญยิ่งสำหรับประชาชนในปัจจุบันซึ่งมีแนวโน้มและความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ อันนำมาซึ่งความเสียหายต่อความมั่นคง ในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน คดีอาชญากรรมและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน เป็นเหตุปัจจัยและเป็นปัญหาสังคมที่มีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของสังคมประเทศชาติโดยส่วนรวม และเป็นตัวชี้วัดของระดับ คุณภาพชีวิต ของคนในสังคมไทย สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ได้ให้ความสำคัญ ปัญหาเศรษฐกิจ สังคม ซึ่งทั้งหมดเป็นปัญหาสำคัญที่ก่อให้เกิดอาชญากรรมและความรุนแรงในสังคม อันส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน จำเป็นที่เจ้าหน้าที่ตำรวจจะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับโครงสร้างสังคมที่เปลี่ยนแปลง จึงต้องมีแนวทางการทำงานที่ชัดเจนตามกรอบนโยบายของรัฐบาล และตามแนวทางสำนักงานตำรวจแห่งชาติกำหนดไว้

ด้วยเหตุนี้ ในการมุ่งให้บรรลุเป้าหมาย สำนักงานตำรวจแห่งชาติจึงจำเป็นต้องใช้ ยุทธวิธีเชิงรุกควบคู่ไปกับเชิงรับ ซึ่งยุทธวิธีสำคัญในเชิงรุกก็คือ การสร้างความเชื่อมั่นและการแสวงหาความร่วมมือจากประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม ดังนั้นงานตำรวจชุมชนสัมพันธ์จึงต้องตระหนักและดำเนินการป้องกันแก้ไขปัญหา ซึ่งต้องได้รับความร่วมมือจากองค์กรหรือบุคคลากรในชุมชนที่เจ้าหน้าที่ตำรวจชุมชนสัมพันธ์จะต้องเข้าไปดำเนินการตามขั้นตอนของงานตำรวจชุมชนสัมพันธ์ และในการปฏิบัติหน้าที่ซึ่งก่อให้เกิดความร่วมมือกันนั้นจะต้องมีความรู้สึกที่ดี มีความเข้าใจ และการยอมรับจากประชาชนในชุมชนที่มีต่อเจ้าหน้าที่ตำรวจ ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนมีความเข้าใจงานในหน้าที่ของตำรวจดีขึ้น รู้จักป้องกันตนเองและครอบครัว ตลอดจนชุมชนให้รอดพ้นจากอาชญากรรม รวมทั้งให้ความสนใจในกิจการของตำรวจให้การสนับสนุนและให้ความร่วมมือในการแจ้งข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่การป้องกันอาชญากรรมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จึงจะทำให้การดำเนินงานของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ประสบความสำเร็จได้

สถานีตำรวจนครบาลบางเขน มีชุมชนในพื้นที่รับผิดชอบ จำนวน 94 ชุมชน และจากสถิติคดีอาญา ปี 2560 คดีที่เกิดจำนวน 3,005 คดี สถานีตำรวจนครบาลบางเขน จึงได้มีนโยบายในการแก้ไขปัญหาอาชญากรรม โดยให้เจ้าหน้าที่ตำรวจชุมชนสัมพันธ์เข้าไปดำเนินการแสวงหาความร่วมมือจากประชาชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ร่วมมือระหว่างตำรวจกับประชาชน จึงเป็นสิ่งที่ตำรวจจะต้องให้ความสำคัญและตระหนักถึงความจำเป็น เพราะความสัมพันธ์ร่วมมืออันดีระหว่างตำรวจกับประชาชนอันเป็นองค์ประกอบสำคัญยิ่งของงานชุมชนสัมพันธ์ จะเป็นกุญแจสำคัญนำไปสู่ความสำเร็จในการป้องกันปราบปรามอาชญากรรม

ในการนี้ ผู้ศึกษาจึงได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนกับประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน: ศึกษากรณีชุมชนอุทิศ

อนุสรณ์ เพื่อนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติและแก้ไขปัญหาอาชญากรรม รวมทั้ง การพัฒนาการบริหารงานงานชุมชนสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อ ประชาชนอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษา 1) การมีส่วนร่วมของประชาชน 2) ประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรม 3) อิทธิพลของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรม ของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีตัวแปรต้น คือ การมีส่วนร่วมของประชาชน ประกอบด้วย การมีส่วนร่วม ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ และการมี ส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล และตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมของ ตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน โดยใช้แนวทางการบรรลุเป้าหมายในการ ปฏิบัติภารกิจชุมชนสัมพันธ์ (คู่มือแนวทางเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานชุมชนและมวลชนสัมพันธ์ 2549: 33-35) ได้แก่ การยอมรับ การให้ความรู้ การจัดกิจกรรม และการเข้าถึง จากกลุ่ม ประชากรที่พักอาศัยในชุมชนอุทิศอนุสรณ์ จำนวน 207 คน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดเกี่ยวกับประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรม ของตำรวจชุมชนสัมพันธ์

จากการรวบรวมทบทวนแนวคิดวรรณกรรมต่าง ๆ สามารถสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพการ ปฏิบัติงาน หมายถึง ผลสำเร็จหรือผลที่เกิดขึ้นของงาน จากการดำเนินการให้บรรลุตาม วัตถุประสงค์และเป้าหมาย ซึ่งประสิทธิผลมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผลการปฏิบัติงาน ตลอดจนการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด สำหรับงานชุมชนและมวลชนสัมพันธ์ของสำนักงานตำรวจแห่งชาติเป็นยุทธศาสตร์เชิงรุกในการป้องกันปราบปราม อาชญากรรมและแก้ไขปัญหาสังคมที่สำนักงานตำรวจแห่งชาติมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนให้ ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมกับเจ้าหน้าที่ในการป้องกันแก้ไขปัญหาอาชญากรรม ปัญหายาเสพติด ให้โทษ ปัญหาอุบัติเหตุ ที่เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนขยายระบบส่งเสริมการมีส่วนร่วมขององค์กรชุมชน ตามระบบชุมชนและมวลชนสัมพันธ์ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนและความสงบสุขของ สังคม เพื่อขจัดเงื่อนไขที่ก่อให้เกิดปัญหาด้านความมั่นคงภายในพื้นที่ชนบทและดำเนินการพัฒนา ชนบทในระบบแผนกกำลัง ดังนั้น การคัดเลือกเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานชุมชนและมวลชนสัมพันธ์

จะต้องคัดเลือกผู้ที่เข้าใจหลักเกณฑ์ชุมชนและมวลชนสัมพันธ์ ผ่านการอบรมเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ มีบุคลิกภาพที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับงาน มีจิตวิญญาณที่จะปฏิบัติงาน ชุมชนและมวลชนสัมพันธ์ มีการประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่าง ประชาชนกับตำรวจ มีการแนะนำให้ความรู้ในเรื่องของกฎหมายเบื้องต้น การสร้างชุมชนให้ เข้มแข็งปราศจากอาชญากรรม และยาเสพติด รู้จักป้องกันตนเอง ให้การช่วยเหลือเจ้าหน้าที่ใน ด้านต่าง ๆ ประชาชนมีส่วนร่วมรับรู้และเข้าใจปัญหาของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ และเข้ามามีส่วน ร่วมสนับสนุนในการป้องกันปราบปรามอาชญากรรมมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายสุดท้ายเพื่อให้ เกิดความสงบสุขขึ้นในชุมชน ซึ่งเป็นเป้าหมายของการดำเนินงานชุมชนและมวลชนสัมพันธ์

ผู้ศึกษานำองค์ประกอบสำหรับบทความนี้ของประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรมของ ตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน จากการบรรลุเป้าหมายในการปฏิบัติการกิจ ชุมชนสัมพันธ์ (คู่มือแนวทางเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานชุมชนและมวลชนสัมพันธ์ 2549: 33-35) มา เป็นแนวทางในการศึกษา ประกอบด้วย

การยอมรับ หมายถึง ประชาชนยอมรับในการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจชุมชนสัมพันธ์ ซึ่งทำให้ประชาชนเข้าใจวิธีการทำงาน มีความรู้สึกที่ดีและเกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน ระหว่างตำรวจกับของประชาชน

การให้ความรู้ หมายถึง ประชาชนได้รับความรู้เกี่ยวกับภัยอาชญากรรมและวิธีป้องกัน อาชญากรรมจากเจ้าหน้าที่ตำรวจชุมชนสัมพันธ์เป็นอย่างดี

การจัดกิจกรรม หมายถึง ประชาชนได้เข้าร่วมกิจกรรมและยอมรับในกิจกรรมที่ เจ้าหน้าที่ตำรวจจัดขึ้น เช่น การจัดแสดงนิทรรศการ การให้ความรู้ การเยี่ยมเยียนชุมชนเป็น ประจำ

การเข้าถึง หมายถึง เจ้าหน้าที่ตำรวจชุมชนสัมพันธ์ได้เข้าไปพบปะเยี่ยมเยียน รับทราบปัญหาต่าง ๆ เป็นประจำ และแนะนำแนวทางในการป้องกันชีวิตและทรัพย์สินของ ประชาชน ส่งผลให้อาชญากรรมลดลง

แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน

จากการรวบรวมทบทวนแนวคิดวรรณกรรมต่าง ๆ สามารถสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วม ของประชาชน สามารถนำมาอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างงานตำรวจชุมชนสัมพันธ์ กับความ ร่วมมือของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรม โดยเป็นการชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการ สนับสนุนให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมในชุมชนของตนเอง เพราะว่าสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นและความต้องการที่จะแก้ไขปัญหานั้น ประชาชนในชุมชนจะเป็นผู้ ทราบเป็นอย่างดี ทำให้สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุดและตรงกับความต้องการของ ประชาชน และเพื่อให้การดำเนินกิจกรรมการพัฒนาประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

ประชาชนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วม หรือโอกาสเข้าร่วมได้ทุกชั้นตอน ประชาชนมีอำนาจตัดสินใจ ตั้งแต่ เริ่มคิด เริ่มตัดสินใจ ร่วมในการปฏิบัติ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมติดตามประเมินผล กล่าวโดยสรุปจะเห็นได้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน มีจุดมุ่งหมายแนวทางในการทำงานร่วมกันต้องมีความเป็นมิตรและให้ความรักกับคนในชุมชน มีความน่านับถือ กล้าตัดสินใจ และสร้างศรัทธาความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้น เพื่อช่วยเหลือกลุ่มให้บรรลุผลสำเร็จ ประกอบด้วย

การมีส่วนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ หมายถึง การพบปะเยี่ยมเยียน ร่วมกิจกรรม ศึกษา และวิเคราะห์ปัญหาชุมชนในกิจกรรมการป้องกันอาชญากรรม เช่น เข้าร่วมประชุมร่วมกับเจ้าหน้าที่ ตำรวจในการค้นหาสาเหตุการเกิดอาชญากรรมในชุมชน ปรีกษาหารือกับเจ้าหน้าที่ตำรวจเพื่อ ป้องกันอาชญากรรมในชุมชน มีส่วนร่วมคิดกับเจ้าหน้าที่ตำรวจในการส่งเสริมความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สินของตนเองและชุมชน ร่วมเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อป้องกัน อาชญากรรมที่เจ้าหน้าที่ตำรวจจัดให้มีขึ้น ร่วมคิดเผยแพร่ความรู้ที่ได้รับการแนะนำจากเจ้าหน้าที่ ตำรวจในการป้องกันอาชญากรรมให้กับเพื่อนบ้าน และมีส่วนร่วมคิดกับเจ้าหน้าที่ตำรวจในการจัด กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการป้องกันอาชญากรรมชุมชน เป็นต้น

การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกร หมายถึง การปฏิบัติกิจกรรมการป้องกันตนเองและ ชุมชน การประสานความร่วมมือระหว่างประชาชนกับเจ้าหน้าที่ตำรวจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการ ป้องกันอาชญากรรม เช่น มีส่วนร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เจ้าหน้าที่ตำรวจจัดขึ้นเพื่อเสริมสร้าง ความรู้ ความเข้าใจแก่ชาวบ้านในการป้องกันอาชญากรรม ร่วมในการแจ้งเหตุร้ายต่อเจ้าหน้าที่ ตำรวจเมื่อเกิดเหตุร้ายขึ้นในชุมชน และร่วมสนับสนุนในการพัฒนาหรือจัดทำกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างชาวบ้านกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ

การมีส่วนร่วมผลประโยชน์ หมายถึง ประชาชนได้รับผลประโยชน์ในการจัดกิจกรรมใน การป้องกันอาชญากรรมจากเจ้าหน้าที่ตำรวจจัดขึ้น เช่น ประชาชนได้รับความรู้ในการป้องกัน ภัยต่าง ๆ จากเจ้าหน้าที่ตำรวจ ได้รับความร่วมมือจากประชาชนในชุมชนช่วยกันป้องกันภัยใน ชุมชน สามารถทำให้อาชญากรรมในชุมชนลดลง

การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล หมายถึง การมีส่วนร่วมติดตามประเมินผล การศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการป้องกันอาชญากรรม เช่น ประชาชนติดตาม ผลหรือสังเกตว่าการป้องกันอาชญากรรมในชุมชนของตำรวจนั้นได้รับความร่วมมือจากชาวบ้าน ติดตามผลหรือสังเกตว่าชาวบ้านให้ความร่วมมือกับตำรวจในการออกตรวจตรารักษาความสงบ เรียบร้อยและความปลอดภัยในชุมชนชาวบ้านให้ความร่วมมือกับตำรวจในการชี้เบาะแสหรือแจ้ง ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาอาชญากรรมในชุมชน ติดตามผลหรือสังเกตว่าชาวบ้านกับตำรวจมี

ความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และติดตามผลหรือสังเกตว่าการปฏิบัติงานของตำรวจชุมชนสัมพันธ์มีความสำคัญและให้ประโยชน์ต่อชุมชน

สมมติฐานการศึกษา

การมีส่วนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน

ผลการศึกษา

จากผลการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ด้านการมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (M = 3.88) รองลงมา การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (M = 3.80) การมีส่วนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ (M = 3.70) และการมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล (M = 3.66) ปราบกฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วมของประชาชน	M	SD	ระดับความคิดเห็น
1.การมีส่วนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ	3.70	.605	มาก
2.การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ	3.80	.578	มาก
3.การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์	3.88	.705	มาก
4.การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล	3.66	.663	มาก
รวม	3.76	.637	มาก

ประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน โดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ด้านการให้ความรู้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (M = 4.40) รองลงมาคือ การเข้าถึง (M = 4.35) การยอมรับ (M = 4.32) และการจัดกิจกรรม (M = 4.21) ปราบกฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรม

การมีส่วนร่วมของประชาชน	M	SD	ระดับความคิดเห็น
1.การยอมรับ	4.32	.541	มากที่สุด
2.การให้ความรู้	4.40	.565	มากที่สุด
3.การจัดกิจกรรม	4.21	.573	มากที่สุด
4.การเข้าถึง	4.35	.605	มากที่สุด
รวม	4.32	.520	มากที่สุด

อภิปรายผล

ประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาล บางเขน พบว่า ประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน ในภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ลัดมณี พรหมพินิจ (2556) พบว่า ประสิทธิภาพการบริหารงานของเทศบาลตำบลหนองลาด อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร อยู่ในระดับสูง จากผลการศึกษสามารถอธิบายผลดังนี้

การให้ความรู้ จากการปฏิบัติงานของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน ที่ได้เข้าไปให้ความรู้ ความเข้าใจ และดำเนินการเพื่อแสวงหาความร่วมมือจากประชาชนในการป้องกันปราบปรามอาชญากรรม โดยเฉพาะการป้องกันชุมชนของตนเองให้พ้นจากอาชญากรรม ยาเสพติดให้โทษ และอุบัติเหตุต่าง ๆ ในปีงบประมาณ 2561 สถานีตำรวจนครบาลบางเขนยังได้จัดทำแผนในการปฏิบัติงานชุมชนสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน ผ่านกิจกรรมตำรวจชุมชนสัมพันธ์ เช่น โครงการตรวจเยี่ยมชุมชน โครงการประชุมสุดยอดผู้นำ โครงการอบรมอาสาสมัครตำรวจบ้าน และบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันอาชญากรรมและยาเสพติด ถือได้ว่าเป็นการกระชับความสัมพันธ์กับประชาชนให้มากยิ่งขึ้น และเป็นการสร้างเครือข่ายป้องกันอาชญากรรม สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิทยา กล้าเอม (2545) พบว่า วัตถุประสงค์และเป้าหมายการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ คือการแนะนำความรู้แก่ประชาชนให้รู้จักป้องกันตนเอง ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานด้านการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจได้ผลมากยิ่งขึ้น การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนกับตำรวจมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และที่สำคัญที่สุดคือการสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนมีความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม ตลอดจนมีความพร้อมที่จะให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ตำรวจด้วยความสมัครใจและเต็มใจ ทั้งนี้ เป้าหมายสูงสุดของงานชุมชนสัมพันธ์ คือการนำความพร้อมของประชาชนที่จะให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ตำรวจมาใช้เป็นประโยชน์ในการป้องกันปราบปรามอาชญากรรมให้มากที่สุด

การเข้าถึง จากการเข้าปฏิบัติงานด้านชุมชนสัมพันธ์ของสถานีตำรวจนครบาลบางเขน นับว่าได้ประสบผลสำเร็จระดับหนึ่ง โดยชุมชนได้เข้ามาดำเนินการให้ความช่วยเหลือและสนับสนุน ร่วมมือ กับเจ้าหน้าที่ตำรวจในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมต่าง ๆ เนื่องจากเจ้าหน้าที่ชุดปฏิบัติการชุมชนสัมพันธ์เข้าไปช่วยเหลือ การอบรมให้ความรู้และความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ ดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิดของ อภรณ์พันธ์ จันทรสว่าง (2551: 26) ที่ว่าการมีส่วนร่วม เป็นผลจากการเห็นพ้องต้องกันในเรื่องของความต้องการและทิศทางของการเปลี่ยนแปลงและความเห็นพ้องต้องกันนั้น จะต้องมีมากพอที่จะเกิดการริเริ่มโครงการ เพื่อการ

ปฏิบัติการ กล่าวคือ จะต้องเป็นการเห็นพ้องต้องกันของคนส่วนใหญ่ที่จะเข้าร่วมปฏิบัติการนั้น ๆ เหตุผลเบื้องต้นของการที่คนเรามาช่วยกันได้ ควรจะต้องมีการตระหนักว่าปฏิบัติการทั้งหมดหรือ การกระทำทั้งหมดที่ทำโดยหรือทำในนามกลุ่มนั้น กระทำผ่านองค์กร (Organization) องค์กร จะต้องเป็นเสมือนตัวนำให้บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงที่ต้องการได้

การยอมรับ ผลจากวัตถุประสงค์ของโครงการตำรวจชุมชนสัมพันธ์ที่ให้ประชาชนและ ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจในด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินรวมทั้งการป้องกันอาชญากรรมเบื้องต้น ทำให้ประชาชนเกิดความคุ้นเคยมีปฏิสัมพันธ์อันดีกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ ทำให้ทราบถึงปัญหา ข้อขัดข้อง และอุปสรรคต่าง ๆ ในการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจว่ามีปัญหาข้อขัดข้องอย่างไร จึงเป็นเหตุให้ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อตำรวจดีขึ้น และหันมาให้ความคุ้มครองปกป้องเจ้าหน้าที่ตำรวจที่ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ยุติธรรม รวมทั้งทำหน้าที่เป็นประชาชนสัมพันธ์ในเชิงรุกแทนเจ้าหน้าที่ตำรวจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประชาชนจะหันมาสนับสนุนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจ รวมทั้งตรวจสอบการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจด้วย เพื่อให้เจ้าหน้าที่ตำรวจสามารถให้บริการประชาชนในแต่ละเขตพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการ ตำรวจชุมชนสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของตำรวจแรกเริ่มตั้งแต่ตำรวจต้องปรับบทบาทในการสร้างความศรัทธาเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น ให้เกิดความรักนับถือมีเจตคติที่ดีต่อตำรวจ อันจะนำไปสู่ความเข้าใจและพร้อมที่จะให้ความร่วมมือต่อไป โดยวิธีการต่าง ๆ ในการทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อเป็นเป้าหมายสูงสุด ที่ทำให้ชุมชนหรือสังคมเกิดความสงบสุขปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สำฤทธิ หงส์วิไล (2553) ผลการศึกษาพบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนในงานตำรวจชุมชนสัมพันธ์ ของสถานีตำรวจภูธรราชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ในหัวข้อวิธีการส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในงานตำรวจชุมชนสัมพันธ์ของสถานีตำรวจภูธรราชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด ในด้านต่าง ๆ คือ 1)การจัดประชุมอบรมหรือกิจกรรมเพื่อสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชน 2)จัดอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของโครงการองค์ความรู้ที่จำเป็น โดยมีการเชิญวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถมาให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง 3)ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเห็นความสำคัญและผลการดำเนินงานของโครงการอย่างต่อเนื่อง 4)ประชุมหารือ ทบทวนการดำเนินงานปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ 5)เจ้าหน้าที่ต้องมีการลงพื้นที่เป็นประจำเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจกับประชาชน 6)ต้องมีการขยายผลการดำเนินงานให้ครอบคลุมทั้งหมดหมู่บ้านโดยเน้นให้ประชาชนในทุกชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ไม่ใช่เพียงบุคคลกลุ่มเดิม 7)ประกาศยกย่องบุคคลที่ให้ความร่วมมือในการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์เพื่อเป็นการสร้างขวัญกำลังใจและกระตุ้นให้บุคคลอื่น ๆ เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น

การจัดกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด จากผลการศึกษาปรากฏ ประชาชนต้องการให้ ตำรวจเข้ามาใกล้ชิดกับประชาชน ตำรวจต้องเป็นส่วนหนึ่งของสังคมโดยมีประชาชนเป็น องค์ประกอบ เนื่องจากผู้ที่ทราบสภาพปัญหาต่าง ๆ ในสังคมที่ดีที่สุดคือประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ ตำรวจจึงมีโครงการต่าง ๆ เข้ามาเพื่อให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมและเพิ่มความถี่ในการ ดำเนินโครงการเพื่อให้ประชาชนกับตำรวจเกิดความคุ้นเคย ความไว้วางใจและความศรัทธา เป็น อันหนึ่งอันเดียวกัน และในที่สุดชุมชนนั้นก็จะเป็นชุมชนที่เข้มแข็งต่อไป กล่าวคือ ตาม พ.ร.บ. ตำรวจแห่งชาติ พ.ศ.2547 มาตรา 7 กำหนดให้มีการส่งเสริมท้องถิ่นและประชาชนมีส่วนร่วมใน กิจกรรมตำรวจ เพื่อแสวงหาความร่วมมือจากประชาชนในการป้องกันปราบปรามอาชญากรรม โดยเฉพาะการป้องกันชุมชนของตนเองให้พ้นจากอาชญากรรม ยาเสพติดให้โทษและอุบัติเหตุต่าง ๆ จากที่กล่าวมาข้างต้นส่งผลให้ชุดปฏิบัติการชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน ได้ให้ ความรู้และดำเนินการในเรื่องดังกล่าวให้เกิดผลเป็นรูปธรรม โดยได้จัดทำแผนในการปฏิบัติงาน ชุมชนสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน ผ่านกิจกรรมตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน เช่น โครงการตรวจเยี่ยมชุมชนเป็นประจำ เพื่อแก้ไข ปัญหาต่างๆ ในชุมชน โครงการอาสาสมัครตำรวจบ้าน โครงการ 1 ตำรวจ 4 อาสา โครงการ 1 ตำรวจ 1 โรงเรียน โครงการตำรวจชุมชน โครงการประชุมสุดยอดผู้นำชุมชน ถือได้ว่าเป็นการ กระชับความสัมพันธ์กับประชาชนให้มากยิ่งขึ้น และเป็นการสร้างเครือข่ายป้องกันอาชญากรรม สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริวัฒน์ ขุนฤทธิ์ (2556) พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมต่องานตำรวจ ชุมชนสัมพันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านกิจกรรมของงานตำรวจชุมชนสัมพันธ์ ประชาชนส่วนใหญ่ยังเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาอาชญากรรมค่อนข้างน้อย ซึ่งเป็นผล มาจากการไม่เข้าใจถึงวิธีการในการเข้ามามีส่วนร่วม และการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างตำรวจกับ ประชาชนยังไม่ค่อยทั่วถึง ด้านระดับการมีส่วนร่วมในงานตำรวจชุมชนสัมพันธ์ ประชาชนยังไม่ ค่อยเข้าใจและให้ความสำคัญกับการดำเนินโครงการตำรวจชุมชนสัมพันธ์ ไม่มีโอกาสในการเข้า ร่วมงานและประเมินความสำเร็จของโครงการ

การมีส่วนร่วมของประชาชน

การศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชน ผู้ศึกษาได้แบ่งขั้นตอนของการมีส่วนร่วมไว้ 4 ขั้นตอน โดยผลการศึกษา พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มี ค่าเฉลี่ย 3.76 สอดคล้องกับผลการศึกษาของรัฐศักดิ์ จันปุม (2553) และ สำฤทธิ์ หงส์วิไล (2553) พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม โดยรวมอยู่ในระดับ มาก จากผลการศึกษา สามารถอภิปรายผลตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

ด้านการมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ พบว่า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.88 แสดงให้ เห็นว่าประชาชนที่พักอยู่ในชุมชนอุทิศอนุสรณ์ นำเอาความรู้ในการป้องกันภัยต่าง ๆ ของตำรวจ

ชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน เผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจแก่เพื่อนบ้านเกี่ยวกับ ปัญหาอาชญากรรมและความปลอดภัยในชุมชน ช่วยให้ประชาชนในชุมชนร่วมมือกันป้องกัน อาชญากรรมมากขึ้น เพราะการรวมตัวกันของบุคคลเป็นเครือข่ายที่จะก่อให้เกิดพลังที่เข้มแข็ง สามารถขับเคลื่อนกิจกรรมให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายได้ ทั้งนี้เนื่องจากประชาชน ได้มีส่วนร่วมประชุมพิจารณาตัดสินใจในการวางแผนปฏิบัติงานป้องกันอาชญากรรมต่าง ๆ ใน ชุมชนร่วมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ และได้ร่วมตัดสินใจกับเจ้าหน้าที่ตำรวจเพื่อแก้ไขปัญหา อาชญากรรมของชุมชน จึงตระหนักถึงความสำคัญในการป้องกันอาชญากรรมชุมชน ซึ่งจะเกิดขึ้น ได้ก็ต่อเมื่อมีการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของภาครัฐกับภาคเอกชน หรือประชาชน ให้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานตำรวจชุมชนสัมพันธ์ อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การดูแลรักษาความ ปลอดภัยในชุมชนของตนเองให้ปลอดภัยจากปัญหาอาชญากรรม เช่น กิจกรรมการฝึกอบรมให้ ความรู้ชาวบ้านเกี่ยวกับการป้องกันปัญหาอาชญากรรม นอกจากนี้ประชาชนยังได้ร่วมวางแผนกับ เจ้าหน้าที่ตำรวจเพื่อสร้างเสริมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชาวบ้านในชุมชนกับตำรวจ ร่วมตัดสินใจใน การพัฒนาจัดทำกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างชาวบ้านกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ เพื่อจัดทำสาธารณประโยชน์ ในชุมชน สอดคล้องกับวันชัย วัฒนศัพท์ (2546: 21) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมว่าก่อให้เกิดผลดีต่อ การขับเคลื่อนองค์กรหรือเครือข่าย เพราะมีผลในทางจิตวิทยา กล่าวคือผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมย่อม เกิดความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการบริหาร ความคิดเห็นที่ถูกรับฟังและนำไปสู่การ ปฏิบัติเพื่อการพัฒนาเครือข่าย และที่สำคัญผู้ที่มีส่วนร่วมจะมีความรู้สึกเป็นเจ้าของเครือข่าย ความรู้สึกเป็นเจ้าของจะเป็นพลังในการขับเคลื่อนเครือข่ายที่ดีที่สุด และสอดคล้องกับผลการศึกษา ของรัศมี แสนสุต (2556) พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในภาพรวมอยู่ในระดับปาน กลาง โดยด้านการร่วมรับผลประโยชน์เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ 3.80 แสดงให้ เห็นว่าประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนอุทิศอนุสรณ์ มีส่วนร่วมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจการดูแลความ เรียบร้อยของบ้านเรือนประชาชนในชุมชน เป็นผู้ช่วยเหลือเจ้าหน้าที่ตำรวจในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อการป้องกันอาชญากรรม ร่วมในการตรวจตรารักษาความสงบเรียบร้อยและความปลอดภัยใน ชุมชน แจ้งเหตุร้ายต่อเจ้าหน้าที่ตำรวจเมื่อเกิดเหตุร้ายขึ้นในชุมชน การชี้เบาะแสหรือแจ้งข่าวสาร ข้อมูลของคนร้ายในการป้องกันปัญหาอาชญากรรมในชุมชน ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ตำรวจเพื่อ แจ้งเบาะแสเกี่ยวกับผู้กระทำความผิดด้านอาชญากรรม และการรายงานความเคลื่อนไหวของผู้มี พฤติกรรมเกี่ยวกับอาชญากรรมทุกประเภท และยังพบว่า ได้ร่วมสนับสนุนในการพัฒนาหรือจัดทำ กิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างชาวบ้านกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ โดยการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เจ้าหน้าที่ตำรวจ จัดขึ้นเพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ชาวบ้านในการป้องกันอาชญากรรม สอดคล้องกับผล การศึกษาของสำฤทธิ์ หงส์วิไล (2553) พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนในโครงการ

ฝึกอบรมอาสาสมัครบ้านอยู่ในระดับมาก คือ การดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และโครงการสมาชิกแจ้งข่าวอาชญากรรม ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนอยู่ในระดับมาก คือ มีการออกตรวจท้องที่ร่วมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ

ด้านการมีส่วนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ 3.70 แสดงให้เห็นว่าประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนอุทิศอนุสรณ์ ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ในการป้องกันอาชญากรรมเป็นอย่างมาก โดยประชาชนเคยประชุมร่วมกับเจ้าหน้าที่ ตำรวจชุมชนสัมพันธ์ในการค้นหาสาเหตุการเกิดอาชญากรรมในชุมชน จึงปรึกษาหารือกับ เจ้าหน้าที่ตำรวจในการหาแนวทางป้องกันอาชญากรรมในชุมชน สร้างเสริมความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของตนเองและชุมชน และให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม โดยการให้ชาวบ้านได้ร่วมกันตรวจตรารักษาความสงบเรียบร้อยและความปลอดภัยในชุมชน จากนั้นจึงร่วมกันคิดหาแนวทางในการอบรมให้ความรู้เพื่อป้องกันอาชญากรรมที่เจ้าหน้าที่ตำรวจ จัดให้มีขึ้น ซึ่งพบว่าหลังจากที่ประชาชนสามารถเผยแพร่ความรู้ที่ได้รับการแนะนำจากเจ้าหน้าที่ ตำรวจชุมชนสัมพันธ์ในการป้องกันอาชญากรรมให้กับเพื่อนบ้าน พร้อมทั้งร่วมกันคิดกับเจ้าหน้าที่ ตำรวจในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการป้องกันอาชญากรรม รวมถึงการสร้างเสริมความสัมพันธ์ ที่ดีระหว่างประชาชนกับตำรวจ เช่น การจัดกิจกรรมงานศาสนาและวัฒนธรรม งานประเพณีงาน รื่นเริง หรืองานอื่น ๆ ในชุมชน อันจะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมที่ดีระหว่างเจ้าหน้าที่ตำรวจกับ ประชาชนในการป้องกันอาชญากรรมชุมชนให้เกิดประสิทธิผลต่อไป สอดคล้องกับ สิริวุฒิ เสนา คำ (2541: 15-18) ได้กล่าวถึง หลักการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในกระบวนการมีส่วนร่วม ของประชาชน คือ การกำหนดประเด็นปัญหา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน คือการให้ ประชาชนคิดปัญหา ไม่เพียงแต่จากแง่มุมผลประโยชน์ของตนเองเท่านั้น แต่รวมถึงผลประโยชน์ ของคนอื่นด้วย ซึ่งเท่ากับเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนเกิดสำนึกในชะตากรรมร่วม และเป็นขั้นแรก ของการกระตุ้นสำนึกของประชาชน และร่วมแก้ไขปัญหากำลังเกิดขึ้นกับชุมชนของตน และ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ประหยัด ศรีวิหะ (2550) พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของ ประชาชน ด้านร่วมคิดอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ 3.66 แสดง ให้เห็นว่าประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนอุทิศอนุสรณ์ มีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลในการ การป้องกันอาชญากรรมร่วมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ เช่น การให้ความร่วมมือกับตำรวจในการออก ตรวจตรารักษาความสงบเรียบร้อยและความปลอดภัยในชุมชน และชาวบ้านให้ความร่วมมือกับ ตำรวจในการชี้เบาะแสหรือแจ้งข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาอาชญากรรมในชุมชน นอกจากนี้ ประชาชนยังได้ร่วมเสนอแนะปัญหาในการรักษาความสงบเรียบร้อยและความปลอดภัยของ ประชาชนในชุมชน รวมถึงการพูดคุยสอบถามหรือรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนบ้านเกี่ยวกับการ

ปฏิบัติงานของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ การปฏิบัติงานของตำรวจชุมชนสัมพันธ์มีความสำคัญและให้ประโยชน์ต่อชุมชน สังเกตว่าชาวบ้านได้รับความรู้ความเข้าใจในการฝึกอบรมที่ตำรวจจัดขึ้น พร้อมทั้งมีการเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาอาชญากรรมในชุมชน สอดคล้องกับผลการศึกษาของรัฐศักดิ์ จันปุ่ม (2553) ด้านการมีส่วนร่วมในโครงการตำรวจชุมชนสัมพันธ์ พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมประเมินผลการดำเนินงานโครงการตำรวจชุมชนสัมพันธ์ของตำรวจสถานีตำรวจภูธรป่าไร่ อยู่ในระดับมาก

อิทธิพลของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการพยากรณ์ประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน

พบว่า มีตัวแปรการมีส่วนร่วมของประชาชน 2 ตัวแปร ที่สามารถร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน ร้อยละ 48.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ **การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์** มีอิทธิพลร่วมพยากรณ์ประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขนสูงที่สุด (Beta = .508) เนื่องจากโครงการต่าง ๆ ที่เจ้าหน้าที่ตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขนได้นำไปเป็นแนวทางในการป้องกันอาชญากรรมในชุมชนนั้นสามารถให้ความคุ้มครองป้องกันชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน โดยเฉพาะปัญหาอาชญากรรมเป็นปัญหาพื้นฐานที่ทุกคนในสังคมจะต้องร่วมกันรับผิดชอบ ในการกำหนดมาตรการหรือแนวทางการแก้ไขให้อยู่ในขอบเขตที่เหมาะสม งานตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน จำต้องอยู่บนพื้นฐานความร่วมมือสนับสนุนระหว่างตำรวจกับประชาชนในการป้องกันอาชญากรรม ยิ่งไปกว่านั้นแม้จะมีกำลังเจ้าหน้าที่ตำรวจ ได้รับการอบรมฝึกฝนเป็นอย่างดี และเพียบพร้อมไปด้วยปัจจัยการปฏิบัติเพียงใดก็ตาม การรณรงค์ป้องกันปราบปรามอาชญากรรมก็อาจประสบความสำเร็จล้มเหลวไปได้ ถ้าประชาชนไม่ให้ความร่วมมือกับตำรวจ สอดคล้องกับแนวคิดของวันชัย วัฒนศัพท์ (2546: 21) ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมว่า ก่อให้เกิดผลดีต่อการขับเคลื่อนองค์กรหรือเครือข่าย เพราะมีผลในทางจิตวิทยา กล่าวคือผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมย่อมเกิดความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการบริหาร ความคิดเห็นที่ถูกรับฟังและนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อการพัฒนาเครือข่าย ที่สำคัญผู้ที่มีส่วนร่วมจะมีความรู้สึกเป็นเจ้าของเครือข่าย ความรู้สึกเป็นเจ้าของจะเป็นพลังในการขับเคลื่อนเครือข่ายที่ดีที่สุด รองลงมาคือ**ด้านการมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล** มีอิทธิพลร่วมพยากรณ์ประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน (Beta = .233) โดยประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในชุมชนอุทิศอนุสรณ์มีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลการป้องกันอาชญากรรมร่วมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจโดยการรวมถึงการชี้เบาะแสหรือแจ้งข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาอาชญากรรมในชุมชนเกิดขึ้นจริง ทำให้

การปฏิบัติงานของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ Cohen and Uphoff (1977) กล่าวถึงขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการประเมินผลโดยสิ่งสำคัญที่ต้องสังเกต คือ ความเห็น (Views) ความชอบ (Preference) และความคาดหวัง (Expectation) ซึ่งจะมีอิทธิพลสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่มต่าง ๆ ได้

อย่างไรก็ตาม ในการวิเคราะห์ตัวแปรการมีส่วนร่วมของประชาชน แม้จะพบว่า ด้านการมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล มีส่วนช่วยพยากรณ์ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานป้องกันอาชญากรรมของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน แต่การมีส่วนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ ไม่สามารถนำมาใช้พยากรณ์ประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขน ได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานย่อยที่ 1 และ 2 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประชาชนเป็นเพียงผู้ช่วยเหลือเจ้าหน้าที่ตำรวจในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อการป้องกันอาชญากรรม ดังนั้นการปฏิบัติงานป้องกันอาชญากรรม จึงเป็นหน้าที่โดยตรงที่เจ้าหน้าที่ตำรวจจะต้องตรวจตรารักษาความสงบเรียบร้อยและความปลอดภัยในชุมชน ถึงกระนั้นก็ก็ตามองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน ก็ยังถือเป็นองค์ประกอบของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจนครบาลบางเขนเช่นกัน

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

การมีส่วนร่วมของประชาชน

1. การมีส่วนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ควรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการระดมความคิดกับเจ้าหน้าที่ตำรวจชุมชนสัมพันธ์ ในการค้นหาสาเหตุของการก่ออาชญากรรมในพื้นที่ เช่น ร่วมระดมความคิดกับเจ้าหน้าที่ตำรวจในการแก้ไขปัญหา ระดมความคิดในการแก้ปัญหาเยาวชน จับกลุ่มมั่วสุมในชุมชนตลอดจนปัญหาในครอบครัว ว่ามาจากสาเหตุใดเพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหาย่างยั่งยืน ประชาชนซึ่งอยู่ในชุมชนอยู่แล้วย่อมรู้ปัญหาได้ดี จึงมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมในชุมชนได้อย่างแท้จริง

2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ ประชาชนควรประสานความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ตำรวจเพื่อแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับผู้กระทำความผิดด้านอาชญากรรมในพื้นที่ และออกตรวจตราชุมชนร่วมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ เพื่อปฏิบัติการป้องกันอาชญากรรมให้เกิดประสิทธิผลร่วมกัน

3. การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ ควรให้บทบาทประชาชนร่วมพิจารณาตัดสินใจในการวางแผนร่วมกัน เช่น การฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันปัญหาอาชญากรรมร่วมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจชุมชนสัมพันธ์ การดำเนินการจัดทำกิจกรรมโครงการอบรมให้ความรู้แก่ประชาชนในชุมชน การจัดเจ้าหน้าที่ให้ความรู้แก่ประชาชนตามชุมชนต่าง ๆ ในพื้นที่เกี่ยวกับการ

ป้องกันอาชญากรรมและยาเสพติด รวมถึงการแจ้งข่าวสารเบาะแสการก่ออาชญากรรมและยาเสพติดในชุมชนต่าง ๆ ให้แก่เจ้าหน้าที่ตำรวจทราบ

4. การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล สนับสนุนประชาชนให้ความร่วมมือกับการติดตามผลการชี้เบาะแส หรือแจ้งข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาอาชญากรรมในชุมชนอย่างจริงจัง มีการจัดทำสถิติเกี่ยวกับจำนวนอาชญากรรมในชุมชน เพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมของประชาชนที่นำไปสู่ประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรมในชุมชน

ประสิทธิผลการป้องกันอาชญากรรม

1. การให้ความรู้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด แสดงให้เห็นว่าการให้ความรู้ของเจ้าหน้าที่ตำรวจชุมชนสัมพันธ์ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการทำงานประสบความสำเร็จ ผู้บังคับบัญชาควรให้ความสำคัญ และหาแนวทางการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ มาเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ให้เกิดผลสำเร็จตามเป้าหมายและอันเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

2. การเข้าถึง จะเห็นได้ว่าการเข้าไปมีส่วนร่วมในชุมชนเป็นการสร้างเครือข่ายให้กับประชาชนในการป้องกันปราบปรามอาชญากรรม ดังนั้นเจ้าหน้าที่ตำรวจชุมชนสัมพันธ์ควรเข้าไปพบปะเยี่ยมเยียนประชาชนให้สม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มความไว้วางใจจากประชาชน

3. การยอมรับ ควรเสริมสร้างการมีส่วนร่วมและความสัมพันธ์อันดีระหว่างตำรวจกับประชาชนในชุมชน รวมถึงการประชาสัมพันธ์แนวทางการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจชุมชนสัมพันธ์ให้ประชาชน รับรู้ เข้าใจวิธีการทำงานของตำรวจชุมชนสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น

4. การจัดกิจกรรม เจ้าหน้าที่ตำรวจชุมชนสัมพันธ์ ควรมีการจัดกิจกรรม การฝึกอบรมให้กับประชาชนให้เข้าใจกฎระเบียบ ข้อกฎหมาย และภัยที่จะเกิดขึ้นในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนสามารถปฏิบัติการควบคุมดูแลตามเส้นทางคมนาคมที่ผ่านเข้าออกในชุมชน และสามารถป้องกันอาชญากรรมในชุมชนของตนเอง ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ประหยัด ศรีวิหะ. (2550). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในงานตำรวจชุมชนสัมพันธ์ในจังหวัด*

ปัตตานี. คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี, ปัตตานี.
พิทยา กล้าเอม. (2545). *งานตำรวจชุมชนสัมพันธ์ของบังคับการตำรวจนครบาล 6 กับความร่วมมือของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรม. คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.*

รัศมี แสนสุด. (2556). *การมีส่วนร่วมของประชาชนกับประสิทธิผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์การพัฒนาของเทศบาลตำบลห้วยหลวง อำเภอบ้านม่วง จังหวัดสกลนคร. คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, สกลนคร.*

- รัฐศักดิ์ จันปุม. (2553). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในเขตรับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรป่าไร่ อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร*. คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ, ชัยภูมิ.
- ลัดมณี พรหมพินิจ. (2556). *ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนกับประสิทธิผลการบริหารงานของเทศบาลตำบลดอนหนองลาด อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร*. คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, สกลนคร.
- วันชัย วัฒนศัพท์. (2560). *การมีส่วนร่วมกับการพัฒนาองค์กร*. (15 กุมภาพันธ์ 2560). สืบค้นจาก www.med.md.kku.ac.th.
- วรชาติ แก้วก่า. (2552). *การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของคณะกรรมการชุมชนในเขตเทศบาลพรณนานิคม อำเภอพรณนานิคม จังหวัดสกลนคร*. คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, สกลนคร.
- ศิริวัฒน์ ชุนฤทธิ์. (2556). *การมีส่วนร่วมของประชาชนต่องานตำรวจชุมชนสัมพันธ์ สถานีตำรวจภูธรปลายพระยา อำเภอปลายพระยา จังหวัดกระบี่*. คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, ภูเก็ต.
- ลำฤทธิ หงส์วิไล. (2553). *การมีส่วนร่วมของชุมชนในงานตำรวจชุมชนสัมพันธ์ของสถานีตำรวจภูธรวิชัยบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด*. คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2549). *คู่มือเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานชุมชนและมวลชนสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ตำรวจ.
- อาภรณ์พันธ์ จันท์สว่าง. (2551). *คำบรรยายลักษณะวิชาทฤษฎีและการพัฒนาชุมชน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- Cohen & Uphoff. (1980). *Effective Behavior in Organizations*. New York : Richard D. Irwin Inc.

**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิต
ภาชนะบรรจุอาหาร หมวดหมูกระป๋องโลหะ จังหวัดสมุทรสาคร**

Factors that influenced the creation a learning organization of the employees working in
the business of producing food containers. Category Metal Samutsakorn

ประสิทธิ์ สมนึก¹

Prasit Somnuek

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1)ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน 2)ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ของพนักงาน 3)ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารบุคลากรของพนักงานที่ 4)ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ของพนักงาน 5)เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน 6)ศึกษาการจัดการความรู้ และการบริหารบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ของพนักงาน ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร หมวดหมูกระป๋องโลหะ จังหวัดสมุทรสาคร คำนวณจากสูตรของ จำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยได้จากการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความสัมพันธ์ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน t-test F-test และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่าจำนวน 1)กลุ่มตัวอย่างเพศชาย และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.00 มีจำนวนเท่ากัน ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ระดับตำแหน่งงานพนักงานระดับปฏิบัติงานในโรงงาน 2 3 และ 4)การจัดการความรู้โดยภาพรวม บริหารบุคลากรโดยภาพรวม และการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 5)เปรียบเทียบปัจจัยด้านเพศ ด้านระดับการศึกษา และด้านระดับตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน และปัจจัยตามด้านอายุ และด้านสถานภาพ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ไม่แตกต่างกัน 6)การจัดการความรู้มีผลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย ร้อยละ 65.50 การบริหารบุคลากรมีผลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย ร้อยละ 75.10

ความสำคัญ : การจัดการความรู้, การบริหารบุคลากร, องค์การแห่งการเรียนรู้

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) To study the personal factors of the employees. 2) To study opinions on knowledge management the employees. 3) To study opinions on personal management the employees. 4) To study opinions on creating a learning organization the employees. 5) To compare levels of opinions on the creation of creating a learning organization, by personal factors of the employees. 6) To study the knowledge management and personal management on the corporate loyalty of the creating a learning organization employees. The population and samples use in this study employees working in the business of producing food containers. Category Metal Samutsakorn, The sample in by the of were 400 Sampling method used Convenience Sampling people from customer research instrument was Questionnaire. The statistics used were percentage, mean, standard, t-test, F-test and multiple regression analysis. The research found that 1) Male and female respondents, representing 50.00 percent, with the same number, most of the age between 31-40 years old, marry, education level high / high vocational Certificate, jobs-level employees working in the factory. 2 3 and 4) The Knowledge management personal management and creating a learning organization comments are averaging at a high level. 5) Comparing by personal factors found that the different gender. level of education and job echelon. significantly affected the creating a learning organization. But the different gender, marital status, don't affect the creating a learning organization. 6) Knowledge management and the creating a learning organization had the regression coefficient of 65.50 and personal management, creating a learning organization had the regression coefficient of 75.10

Keywords : Knowledge Management, Personal Management, Learning Organization

บทนำ

องค์การทุกองค์การจะต้องมีกระบวนการต่าง ๆ เพื่อที่จะทำให้องค์การเกิดความสูญเสียในกระบวนการน้อยที่สุด ความสูญเสียในกระบวนการจะทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น เช่น สูญเสียเวลาในการผลิตสินค้า ทำให้เกิดความสูญเสียเปล่า เกิดปัญหางานล่าช้า รวมไปถึงกระบวนการของการทำงานซ้ำขั้นตอน ทำให้เกิดการสูญเสียโอกาสที่จะส่งมอบเพราะสินค้าได้ทันเวลา ทำให้องค์การเกิดความเสียหาย ดังนั้นองค์การควรมุ่งเน้นแนวคิดในการเพิ่มประสิทธิภาพ และ

ประสิทธิผลในองค์กร โดยการให้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการผลิตสินค้ามีคุณภาพ จะทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ การนำเอาเครื่องมือ เครื่องจักร เทคโนโลยีที่ทันสมัย และบวนการต่าง ๆ นำมาปรับปรุงพัฒนาเพื่อให้องค์กรเกิดประสิทธิภาพ ซึ่งในกระบวนการดังกล่าว ได้แก่

1. การจัดการความรู้มีความสำคัญต่อความสามารถของบุคลากรให้มีทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์ปัญหา เพื่อหาสาเหตุมาทำการแก้ไข และปรับปรุงป้องกันปัญหาไม่ให้เกิดซ้ำหรือลดลงน้อยทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการผลิต โดยประกอบด้วย การสร้างความรู้ให้เป็นระบบเป็นการนำเอาความรู้ความชำนาญ และประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้าน และแต่ละท่านมาจัดทำเป็นมาตรฐานความรู้เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน การบ่งชี้ความรู้เป็นการนำเอาความรู้มาจัดทำเป็นมาตรฐาน เช่น ใบสอนงาน (One Point Lesson) หรือขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Work Instruction) เพื่อให้ผู้ปฏิบัติได้เรียนรู้จากทฤษฎีก่อนที่จะลงมือปฏิบัติงานจริง การเรียนรู้เป็นกระบวนการของผู้ปฏิบัติที่ต้องมีการค้นคว้าแสวงหาความรู้ทักษะใหม่ ๆ จากแหล่งข้อมูลที่องค์กรจัดให้ หรือจากแหล่งความรู้อื่น ๆ เพื่อการพัฒนาตนเองให้มีความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลต่อองค์กร การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้เป็นการสอนงานระหว่างหัวหน้างาน หรือผู้เชี่ยวชาญสอนงานให้กับพนักงานที่เข้าใหม่ หรือผู้ปฏิบัติงานที่ไม่มีทักษะเพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลได้ตามเป้าหมายขององค์กร
2. การบริหารบุคลากร การทำงานให้ได้ตามเป้าหมายขององค์กร การใช้ทรัพยากรบุคคลให้เหมาะสมกับหน้าที่ และความสามารถ จะทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามต้องการ องค์กรจึงต้องมีการบริหารบุคลากรอย่างเหมาะสม โดยประกอบด้วย การจัดหาบุคลากร เพราะทรัพยากรที่สำคัญในองค์กรคือทรัพยากรบุคคล ในองค์กรมีทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้ความสามารถจะส่งผลทำให้องค์กรนั้นบรรลุได้ตามเป้าหมายเกิดประสิทธิภาพสูงสุด การมอบหมายงานบุคลากรตามความถนัดให้เหมาะสมกับความสามารถ จะทำให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิภาพที่สุด การพัฒนาบุคลากรที่องค์กรมีทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ จะต้องมีการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถแนวคิดกลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อมาปรับปรุงพัฒนาองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพต่อองค์กรได้อย่างเต็มที่ การจูงใจบุคลากร แม้องค์กรจะมีความมั่นคงมากเพียงใดก็ตาม แต่ถ้าองค์กรขาดการจูงใจก็จะทำให้ทรัพยากรบุคคลบางกลุ่มเกิดความไม่แน่ใจ หรืออาจย้ายงานไปสู่องค์กรใหม่ได้ ทรัพยากรบุคคล หรือมนุษย์เป็นทรัพยากรที่มีจิตใจความรู้สึก บางคนอาจต้องการคำชม การยกย่อง การเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง หรืออาจต้องการรางวัล เพราะฉะนั้นองค์กรจะต้องรู้ว่าแต่ละบุคคลต้องการอะไรเพื่อเป็นการจูงใจให้ทรัพยากรบุคคลปฏิบัติงานให้เต็มที่เต็มความสามารถ การธำรงรักษาบุคลากร เมื่อองค์กรมีทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้ความสามารถแล้ว องค์กรจะต้องรู้จักธำรงรักษาทรัพยากรบุคคลขององค์กรให้

อยู่กับองค์การไปนาน ๆ เพื่อการพัฒนาพนักงานให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้องค์การบรรลุตามเป้าหมายมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลผลสูงสุด 3. การสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ องค์การจะต้องคำนึงถึงการเรียนรู้เป็นปัจจัยสำคัญ เพราะการเรียนรู้จะทำให้ทรัพยากรบุคคลในองค์การรู้ถึงความเปลี่ยนแปลงในระบบเศรษฐกิจในยุคปัจจุบันที่การแข่งขันสูง การที่ทรัพยากรบุคคลในองค์การได้เปรียบในด้านข่าวสารต่าง ๆ จะทำให้องค์การรู้จุดแข็ง จุดอ่อนขององค์การ และคู่แข่ง โดยประกอบด้วย การคิดอย่างเป็นระบบ ทรัพยากรบุคคลในองค์การจะต้องตั้งกรอบแนวความคิดให้เป็นระบบเพื่อจะได้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ ความรอบรู้แห่งตน เป็นข้อได้เปรียบทำให้บุคคลนั้นเกิดความรู้ความสามารถที่เหนือกว่าผู้อื่น สามารถนำมาปฏิบัติปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์การ เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด แบบแผนความคิดที่ดีเป็นระบบจะทำให้ทรัพยากรบุคคลมีความคิดอย่างเป็นระบบ เปิดกว้างทางความคิด ยอมรับเหตุผล และเปิดใจรับรู้เรื่องราวใหม่ ๆ เข้ามาเพื่อพัฒนาตนเอง และองค์การให้พร้อมต่อสถานการณ์ของการเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน การกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกันนั้นก่อให้เกิดวิสัยทัศน์ที่หลากหลาย จะทำให้องค์การเกิดการพัฒนาปรับปรุง และทำให้ทรัพยากรบุคคลในองค์การเกิดความเข้าใจแนวคิด และแนวทางปฏิบัติได้เหมือนๆ กันส่งผลต่อระบบการดำเนินงานให้เกิดระบบอย่างมีประสิทธิภาพ การเรียนรู้เป็นทีม หรือการปฏิบัติงานเป็นทีมจะทำให้ระบบบริหารจัดการเกิดประสิทธิภาพ เพราะในองค์การเกิดความรักความสามัคคี มีการช่วยเหลือกันในการปฏิบัติทำให้องค์การบรรลุตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด

แนวคิดในการศึกษา

ผู้ทำวิจัยได้ศึกษา และได้กำหนดแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้ แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารบุคลากร และแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ มีรายละเอียดดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้

สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาระบบราชการ (2556 อ้างถึงใน วิทยาลัยดุสิตธานี, 2556) ได้ศึกษาค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับการจัดการความรู้ คือ เป็นการรวบรวมองค์ความรู้ที่เกิดจากการได้มองเห็น ได้รับฟัง ได้ลงมือปฏิบัติ จากการเรียนรู้ทั้งทางตรง และทางอ้อมเกิดจากการคิด การเขียน การจำ การเรียนรู้ในตัวบุคคลหรือเอกสารมาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้เข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ การจัดการความรู้เป็นแนวคิดทั้งศาสตร์ และศิลป์ ด้านบุคคล ด้านการบริหาร ด้านสารสนเทศ ด้านการจัดการ เพื่อมาช่วยในการจัดระบบการจัดการความรู้ของบุคลากรในองค์การเพื่อการพัฒนาเพิ่มพูนศักยภาพของผู้ปฏิบัติงาน การสร้างความให้รู้เป็น

ระบบ การบ่งชี้ความรู้ การเรียนรู้ และการแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ ไปปรับใช้ในองค์การ เพื่อเพิ่มผลผลิต และเพิ่มการบริการขององค์การที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย

1. การสร้างความรู้ให้เป็นระบบ ความกระตือรือร้นสนใจ และแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ การวิเคราะห์การสร้างความรู้อย่างเป็นระบบ เพื่อหาจุดแข็งจุดอ่อนของบุคลากรในการปฏิบัติงานตามหน้าที่รับผิดชอบ การสร้าง และแสวงหาความรู้ความรู้ใหม่ ๆ จากภายใน และภายนอก เพื่อเตรียมพร้อมนำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติ

2. การบ่งชี้ความรู้ การกำหนดสิ่งที่ต้องเรียนรู้ในการปฏิบัติงานตามภาระหน้าที่รับผิดชอบ สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายขององค์การอย่างชัดเจน มีการเก็บรวบรวมข้อมูลความรู้ไว้ในระบบฐานข้อมูล เพื่อการเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก และรวดเร็ว และถูกต้องผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือระบบอื่น ๆ ที่องค์การจัดทำได้ ปรับปรุงขั้นตอนการปฏิบัติงานให้ดีขึ้น เพื่อการลงมือปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม

3. การเรียนรู้ กระบวนการเรียนรู้ แนวคิด แนวทางการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ แสวงหาข้อมูลความรู้จากแหล่งต่าง ๆ และนำมาปรับปรุงใช้ในการพัฒนาวางแผนการปฏิบัติงานเพื่อจัดทำข้อมูลความรู้การปฏิบัติงาน และทักษะการปฏิบัติงานให้อยู่ในรูปแบบการนำความรู้ไปใช้ เกิดการเรียนรู้ และประสบการณ์ใหม่

4. การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ เป็นการแลกเปลี่ยนความคิด ถ่ายทอดความรู้ และทักษะที่อยู่ในตัวบุคคลที่เป็นความรู้ที่เด่นชัด อาจจัดทำเป็นเอกสาร ฐานความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือเป็นการสอนงานแบบตัวต่อตัวจากผู้มีความรู้ประสบการณ์ไปยังพนักงานรุ่นใหม่ที่ยังไม่มีความรู้ และประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน การแลกเปลี่ยนความรู้ เปิดโอกาสให้มีกิจกรรมกลุ่ม เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อเพิ่มพูนทักษะ และความรู้เพื่อการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารบุคลากร

สำนักมิชิแกน (The Michigan School. 1984) ได้ศึกษาค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับการบริหารบุคลากร หรือการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เป็นเครื่องมือที่องค์การมีไว้เพื่อพัฒนา และรักษา กำลังคนที่มีความสามารถ มีคุณภาพไว้ในองค์การ สร้างความได้เปรียบเพื่อขับเคลื่อนกลยุทธ์ และเพิ่มขีดความสามารถให้กับองค์การ ประกอบด้วย

1. การจัดหาบุคลากร กิจกรรมขององค์การที่ต้องคัดเลือกสรรหาผู้สมัครที่มีความสามารถ และมีทัศนคติที่ต้องการ เพื่อช่วยให้องค์การบรรลุวัตถุประสงค์ คัดเลือกการสรรหากำลังคนที่เป็นไปตามแผนงานกำลังคนขององค์การ การคัดสรรบุคลากรอย่างมีคุณภาพจะเพิ่มศักยภาพขององค์การมีความได้เปรียบการแข่งขันในธุรกิจขององค์การ

2. การมอบหมายงานบุคคลากร หรือแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ คือ ขั้นตอนการกระจายงานในหน้าที่ปฏิบัติ อำนาจการตัดสินใจภายในขอบเขตที่กำหนด และความรับผิดชอบ ให้ผู้อื่นไปปฏิบัติ การมอบหมายงาน หรือแบ่งหน้าที่รับผิดชอบส่งผลให้เกิดประโยชน์ ทำให้ผู้บริหารมีเวลามากขึ้น โดยเอาเวลาไปคิดวิธีการแก้ปัญหาทางาน หรือคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ เปิดโอกาสให้พนักงานได้ใช้ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานเป็นการพัฒนาทรัพยากรอีกทางหนึ่ง เตรียมความพร้อมสำหรับผู้ได้บังคับบัญชาเพื่อการเป็นหัวหน้างานในอนาคตซึ่งอาจถือว่าการประเมินศักยภาพของเขาไปด้วย

3. การพัฒนาบุคคลากร หมายถึงกระบวนการที่มุ่งจะเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงาน พัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาบุคคลากรให้มีคุณภาพ ความรู้ความสามารถ ทักษะ ความคิดสร้างสรรค์ และทัศนคติของบุคคลากรให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น ได้รับการพัฒนาแล้วนำไปปฏิบัติงานให้เกิด

4. การจูงใจบุคคลากร เป็นสิ่งกระตุ้นทำให้บุคคลากรมีความพยายามในการทำงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางแผนไว้ การจูงใจเป็นสิ่งที่ทำให้คนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงานให้บรรลุ

5. การธำรงรักษาศักยภาพบุคคลากร เป็นบทบาทหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องทำให้บุคคลากรที่ดีมีคุณภาพอยู่ร่วมในองค์กรเพื่อทำคุณประโยชน์ให้แก่องค์กรให้นานเท่าที่จะนานได้ เพราะหากไม่รักษาคนดีที่มีความสามารถเอาไว้ ต้องส่งเสริมพัฒนาศักยภาพของบุคคลากรให้สูงยิ่งขึ้น เพื่อให้บุคคลากรอยู่กับองค์กรอย่างมีคุณค่า และมีแผนพัฒนาความก้าวหน้าในงานอาชีพของผู้ซึ่งมีศักยภาพสูง บุคคลากรก็จะมีความรักองค์กร และรักงานที่ทำทุ่มเทกำลังกาย และกำลังใจทำงานอย่างเต็มความสามารถ ผลิตผลงานที่ดีมีคุณภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้

ปีเตอร์ เซงก์ (Peter M. Senge, 1990) ได้ศึกษาค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ องค์การที่มีลักษณะในการสร้างแสวงหา ถ่ายโยงความรู้ รอบรู้ และมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากความรู้ใหม่ มุ่งสู่ความเป็นเลิศ โดยมุ่งมั่นที่จะพัฒนาองค์การให้มีประสิทธิภาพ ทำให้องค์การบรรลุเป้าหมาย สร้างวิสัยทัศน์บุคคลากรในองค์การในการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถอย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับศักยภาพ อันได้แก่ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของบุคคลากร ทีมงาน และองค์กร เพื่อนำไปใช้ในการเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการทำงานทันต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลง และการแข่งขัน ประกอบด้วย

1. การคิดอย่างเป็นระบบ เป็นวิธีการคิดอย่างมีเหตุผลทำให้ผลของการคิดหรือผลของการแก้ปัญหาที่ได้นั้นมีความถูกต้องแม่นยำ และรวดเร็ว การคิดที่มีความเข้าใจเชื่อมโยงต่อกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบ เป็นกระบวนการแบบแผน ขั้นตอนของการพัฒนาที่มีความสามารถในการ

เข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งต่าง ๆ ที่จะนำไปวางแผน และใช้ความคิดในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น การคิดอย่างเป็นระบบแท้จริง จะมองเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเกิดจากการปฏิบัติงาน เพราะปัญหาทุกอย่างสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน

2. ความรอบรู้แห่งตน การเรียนรู้ของบุคลากรจะเป็นจุดเริ่มต้น องค์การจะต้องให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ฝึกฝน ปฏิบัติอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มศักยภาพของบุคลากรอยู่เสมอ การเรียนรู้ขององค์การจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคลากรมีการเรียนรู้เท่านั้น การฝึกฝนอบรมตนด้วยการเรียนรู้อยู่เสมอเป็นรากฐานสำคัญที่เป็นการขยายขีดความสามารถให้เชี่ยวชาญมากขึ้น วิเคราะห์หาวิธีแนวทางที่ดีที่สุด เพื่อการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ ป้องกันการเกิดซ้ำของปัญหา เปิดสร้างโอกาสให้เกิดการเรียนรู้เผยแพร่องค์ความรู้ไปยัง

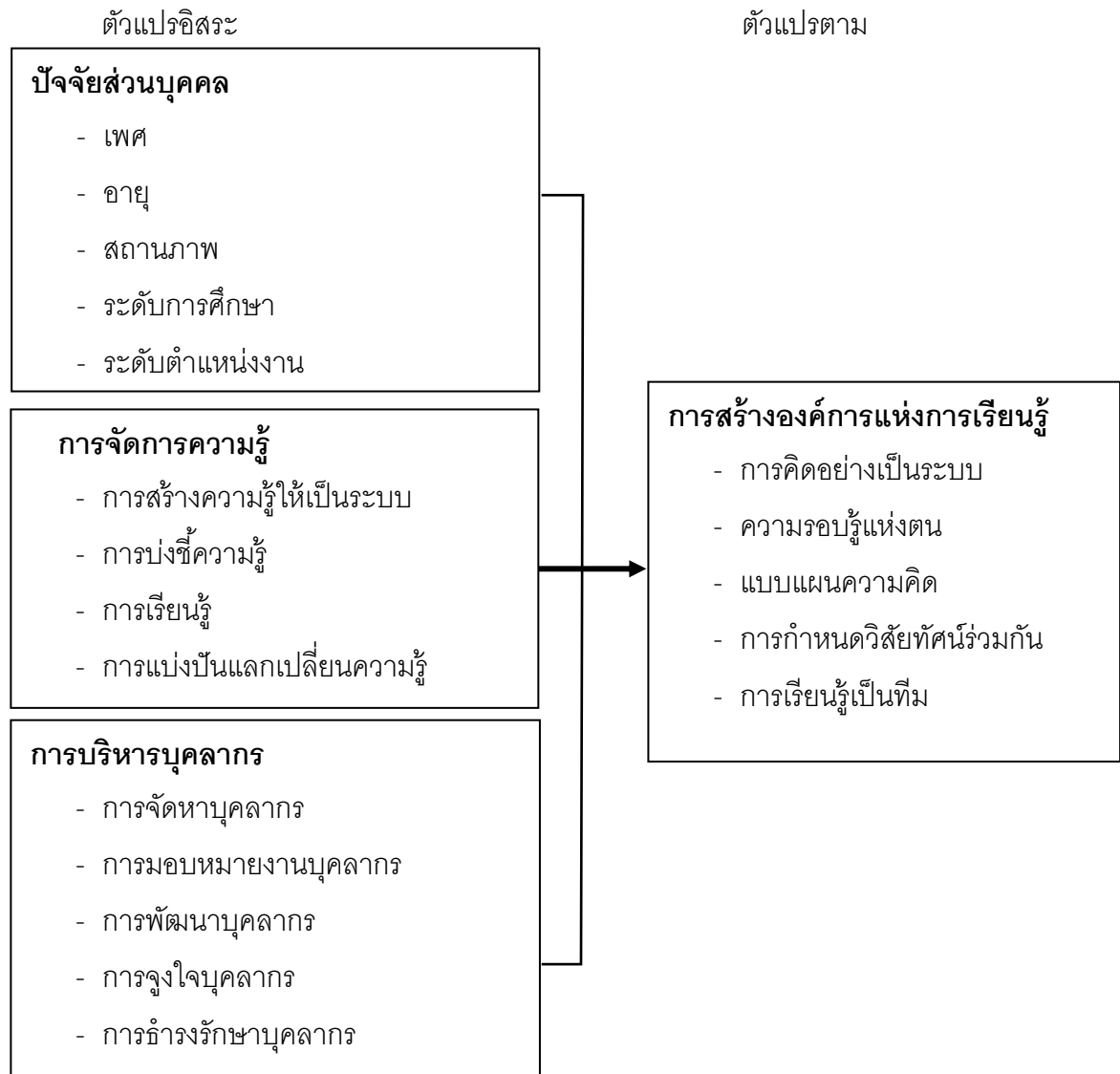
3. แบบแผนความคิด เป็นความเชื่อทัศนคติแสดงถึงวุฒิภาวะที่ได้จากการสั่งสมประสบการณ์กลายเป็นกรอบความคิดที่ทำให้บุคคลนั้น ๆ มีความสามารถในการทำความเข้าใจ วิเคราะห์ ตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้บุคลากรมีแบบแผนความคิดการเรียนรู้ร่วมกัน องค์การจะต้องมีการเปิดโอกาสให้บุคลากร หรือทีมงานให้มีการจัดเครือข่ายแบบไม่เป็นทางการ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การพบปะกันตามทางเดิน การเล่าเรื่อง การเล่าประสบการณ์ เทคนิคการจัดประชุมรวมไปถึงแนวทางใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงาน ซึ่งต้องมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันการสร้างความเข้าใจที่ดี และปรับปรุงแบบแผนความคิดร่วมกันผ่านเวทีการแลกเปลี่ยนที่สะท้อนให้เห็นถึงแบบแผนความคิดการเรียนรู้ร่วมกันขององค์การแห่งการเรียนรู้

4. การกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกัน เป็นการกำหนดกรอบความคิดเกี่ยวกับสภาพในอนาคตขององค์การที่ทุกคนในองค์การมีความปรารถนาพร้อมกันสร้างความคาดหวังต่อการเปลี่ยนแปลง และความก้าวหน้าขององค์การ สร้างความรู้สึกของการเป็นหุ้นส่วนหรือพันธมิตรกระตุ้นให้ทุกคนในองค์การร่วมแรงร่วมใจกันสร้างภาพในอนาคตขององค์การ ได้แลกเปลี่ยนวิสัยทัศน์ และทำให้กลายเป็นวิสัยทัศน์ร่วมขององค์การ เพื่อให้การทำงานเป็นไปในทิศทางหรือกรอบแนวทางที่มุ่งไปสู่จุดหมายเดียวกัน

5. การเรียนรู้เป็นทีม การเรียนรู้ร่วมกันของสมาชิกในองค์การโดยอาศัยความรู้ และความคิดของสมาชิกในทีมงาน เพื่อการแลกเปลี่ยน พัฒนาความฉลาดรอบรู้ และความสามารถของทีมให้บังเกิดผลยิ่งขึ้น การเรียนรู้เป็นทีมในองค์การแห่งการเรียนรู้จะเกิดได้เมื่อมีการรวมพลังของกลุ่มต่าง ๆ ภายในองค์การ เกิดจากสมาชิกในทีมงานมีการเรียนรู้ร่วมกัน การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และประสบการณ์กันอย่างต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอ ทีมงานกลุ่มบุคคลที่มีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้านมารวมตัวกันทำงานอย่างใดอย่างหนึ่งภายในองค์การเดียวกัน โดยมีวัตถุประสงค์ และจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ร่วมกัน สมาชิกทุกคนในทีมต่างใช้ทักษะ ประสบการณ์ และความสามารถ

ช่วยกันทำงานแก้ไขปัญหา และรับผิดชอบต่อเป้าหมายที่ตั้งไว้เพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดในการศึกษา



วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร
3. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารบุคลากรของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร

4. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร

5. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร

6. เพื่อศึกษาการจัดการความรู้ และการบริหารบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้แตกต่างกัน

2. การจัดการความรู้มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร

3. การบริหารบุคลากรมีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร ประชากร คือ พนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร บริษัท พูนทรัพย์แคน จำกัด และบริษัท โลหะกิจรุ่งเรืองทรัพย์ จำกัด จำนวน 3,430 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้สูตรคำนวณกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนที่ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างเท่ากับ 0.05 (Yamane, 1973) สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยร่างแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีของครอนบาค (Cronbach, 1990) ค่าความเชื่อมั่นที่หาโดยวิธีนี้ เรียกว่า “สัมประสิทธิ์แอลฟา” (α) (Coefficient alpha) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) สถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ ใช้สถิติ ค่า t-test และ F-test เมื่อพบความแตกต่างกันจะทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD และวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression Analysis) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่

0.05 หาอิทธิพลของการจัดการความรู้ และการบริหารบุคลากรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้

ผลการวิจัย สรุป อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร จากการศึกษาพบว่า เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.00 อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 สถานภาพสมรส จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 และระดับตำแหน่งงานพนักงานระดับปฏิบัติงานในโรงงาน จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.25

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร จากการศึกษาพบว่าการจัดการความรู้ของพนักงานที่ปฏิบัติงานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร ทฤษฎีการจัดการความรู้ โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ด้านการเรียนรู้ รองลงมา คือ ด้านการสร้างความรู้ให้เป็นระบบ รองลงมา คือ ด้านการบ่งชี้ความรู้ และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ ตามลำดับสอดคล้องกับ ไชยสิทธิ์ ปิยะมาตย์ (2556) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ของโรงเรียนเหล่าสายวิทยาการของกองทัพบก ได้ทำการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ การจัดการความรู้มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ดังนั้นการจัดการความรู้จึงเป็นปัจจัยสำคัญของการสร้างการเป็นองค์การแห่งการ ที่มีความสัมพันธ์ทางบวก

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารบุคลากรของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร จากการศึกษาพบว่าการบริหารบุคลากรของพนักงานที่ปฏิบัติงานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร ทฤษฎีการบริหารบุคลากร โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ด้านการพัฒนาบุคลากร รองลงมา คือ ด้านการจัดหาบุคลากร รองลงมา คือ ด้านการมอบหมายงานบุคลากร รองลงมา คือ ด้านการบำรุงรักษาบุคลากร และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการจูงใจบุคลากร ตามลำดับ สอดคล้องกับ พิมพชนก วงษ์เจริญ (2558) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อมุ่งสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้

กรณีศึกษาโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ใน
โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก

**วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างองค์การแห่ง
การเรียนรู้ของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร** จาก
การศึกษาพบว่าการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ของพนักงานที่ปฏิบัติงาน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัด
สมุทรสาคร ทฤษฎีการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อ
พิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีความเฉลี่ยสูงที่สุด คือ
ด้านแบบแผนความคิด รองลงมา คือ ด้านความรอบรู้แห่งตน รองลงมา คือ ด้านการเรียนรู้เป็นทีม
รองลงมา คือ ด้านการคิดอย่างเป็นระบบ และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกัน
ตามลำดับ สอดคล้องกับ ไชยสิทธิ์ ปิยะมาตย์ (2556) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเป็นองค์การแห่งการ
เรียนรู้ ของโรงเรียนเหล่าสายวิทยาการของกองทัพบก ได้ทำการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเป็น
องค์การแห่งการเรียนรู้ จากผลการวิจัย มีค่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้อง
กับ วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (2559 อ้างใน สุวัฒน์ จุลสุวรรณ, 2559)
ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม บุคลากรของ
มหาวิทยาลัยมหาสารคามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านองค์การแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับมาก

**วัตถุประสงค์ที่ 5 เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างองค์การแห่ง
การเรียนรู้ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุ
อาหาร จังหวัดสมุทรสาคร** จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านเพศ ด้านระดับการศึกษา และด้าน
ระดับตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน
และปัจจัยตามด้านอายุ และด้านสถานภาพ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการสร้างองค์การแห่ง
การเรียนรู้ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ พชรดนัย ศรีนรินทร์ (2555) การศึกษาความคิดเห็นของ
บุคลากรต่อศักยภาพในการพัฒนา ผู้การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ : กรณีศึกษา โรงพยาบาล-ทัน
ตกรรม คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ประชากรที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ
ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และระยะเวลาการทำงาน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการสร้าง
องค์การแห่งการเรียนรู้ไม่แตกต่างกัน

**วัตถุประสงค์ที่ 6 เพื่อศึกษาการจัดการความรู้ และการบริหารบุคลากรที่มีอิทธิพล
ต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุ
อาหาร จังหวัดสมุทรสาคร**

6.1 การจัดการความรู้ที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ในธุรกิจผลิต
ภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร การสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ ภาพรวม เป็น
ตัวถูกพยากรณ์ จากการศึกษาพบว่าความคิดเห็นของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะ
บรรจุอาหาร หมวดหมู่กระป๋องโลหะ จังหวัดสมุทรสาคร คือ ด้านการสร้างความรู้ให้เป็นระบบ
ด้านการบ่งชี้ความรู้ ด้านการเรียนรู้ และด้านการแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ มีผลต่อปัจจัยที่มี
อิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร
หมวดหมู่กระป๋องโลหะ จังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธ
สมมติฐานหลัก H0 และยอมรับสมมติฐานรอง H1 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เท่ากับ 0.655
และสามารถพยากรณ์ได้ ร้อยละ 65.50 มีความสัมพันธ์ในระดับสูง อภิปรายได้ว่า ด้านการเรียนรู้
สามารถพยากรณ์มีผลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ได้มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการ
แบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ ด้านการสร้างความรู้ให้เป็นระบบ และด้านการบ่งชี้ความรู้ ตามลำดับ
สอดคล้องกับ Lean Aggestam (2006) การวิเคราะห์เปรียบเทียบได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่ามี
ความสัมพันธ์ที่มีผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ และสอดคล้องกับ ไชยสิทธิ์ ปิยะมาตย์ (2556)
ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ของโรงเรียนเหล่าสายวิทยาการของ
กองทัพบก ได้ทำการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ การจัดการความรู้จึง
เป็นปัจจัยสำคัญของการสร้างการเป็นองค์การแห่งการ ที่มีความสัมพันธ์ทางบวก

6.2 การบริหารบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ของ
พนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร การสร้างองค์การ
แห่งการเรียนรู้ ภาพรวม เป็นตัวถูกพยากรณ์ จากการศึกษาพบว่าความคิดเห็นของพนักงานที่
ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร หมวดหมู่กระป๋องโลหะ จังหวัดสมุทรสาคร คือ ด้านการ
จัดหาบุคลากร ด้านการมอบหมายงานบุคลากร ด้านการพัฒนาบุคลากร และด้านการธำรงรักษา
บุคลากร มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ของพนักงานที่ทำงานใน
ธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร หมวดหมู่กระป๋องโลหะ จังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H0 และยอมรับสมมติฐานรอง H1 โดยมีค่า
สัมประสิทธิ์พยากรณ์เท่ากับ 0.751 และสามารถพยากรณ์ได้ ร้อยละ 75.10 มีความสัมพันธ์ใน
ระดับสูง อภิปรายได้ว่า ด้านการพัฒนาบุคลากรสามารถพยากรณ์มีผลต่อการสร้างองค์การแห่ง
การเรียนรู้ได้มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการมอบหมายงานบุคลากร ด้านการธำรงรักษาบุคลากร
ด้านการจัดหาบุคลากร และด้านการจูงใจบุคลากร ตามลำดับ สอดคล้องกับ Vilmante
Kumpikaite (2010) การพัฒนาบุคลากรในองค์กรแห่งการเรียนรู้ กระบวนการพัฒนาบุคลากรมี
ศักยภาพที่จะสร้างผลดีในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของบุคคลทีมและองค์กรแห่งการเรียนรู้

สอดคล้องกับ Henry Clay Ericsson (2012) Human Resouce Management and Organizational Achievement ผลการวิจัยพบว่าทรัพยากรมนุษย์มีผลสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรแห่งการเรียนรู้

การทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร ดังแสดงในตารางที่ 1 - 3

ตารางที่ 1 การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้

ปัจจัยส่วนบุคคล	การสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้						ภาพรวม
	ด้านการคิดอย่างเป็นระบบ	ด้านความรอบรู้แห่งตน	ด้านแบบแผนความคิด	ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกัน	ด้านการเรียนรู้เป็นทีม		
เพศ	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	
อายุ	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	
สถานภาพ	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	
ระดับการศึกษา	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	
ระดับตำแหน่งงาน	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	

จากตารางที่ 1 จากการศึกษาพบว่าการสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ด้านเพศ ด้านระดับการศึกษา และด้านระดับตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน และด้านอายุ ด้านสถานภาพ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ไม่แตกต่าง

ตารางที่ 2 การทดสอบสมมติฐานที่ 2 การจัดการความรู้ของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้

การบริหารบุคลากร	การสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้						
	ด้านการคิดอย่างเป็นระบบ	ด้านความรอบรู้แห่งตน	ด้านแบบแผนความคิด	ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกัน	ด้านการเรียนรู้เป็นทีม	ภาพรวม	
ด้านการสร้างความรู้ให้เป็นระบบ	-	-	-	*	-	*	
ด้านการบ่งชี้ความรู้	-	-	-	-	*	*	
ด้านการเรียนรู้	*	*	*	*	*	*	
ด้านการแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้	*	-	*	*	*	*	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 การจัดการความรู้ของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ พบว่า ด้านการสร้างความรู้ให้เป็นระบบ ด้านการบ่งชี้ความรู้ ด้านการเรียนรู้ และด้านการแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 การทดสอบสมมติฐานที่ 3 การบริหารบุคลากรของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้

การบริหารบุคลากร	การสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้						
	ด้านการคิดอย่างเป็นระบบ	ด้านความรอบรู้แห่งตน	ด้านแบบแผนความคิด	ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกัน	ด้านการเรียนรู้เป็นทีม	ภาพรวม	
ด้านการจัดบุคลากร	*	-	-	*	-	*	
ด้านการมอบหมายงานบุคลากร	*	*	*	*	*	*	
ด้านการพัฒนาบุคลากร	*	*	*	*	*	*	
ด้านการจูงใจบุคลากร	-	*	-	*	-	-	
ด้านการธำรงรักษาบุคลากร	*	*	*	-	*	*	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 การบริหารบุคลากรของพนักงานที่ทำงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ พบว่า ด้านการจัดหาบุคลากร ด้านการมอบหมายงานบุคลากร ด้านการพัฒนาบุคลากร และด้านการธำรงรักษาบุคลากร มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ และด้านการจูงใจบุคลากร ไม่มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร หมวดยุทธศาสตร์ป้องกันโรค จังหวัดสมุทรสาคร จากการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจผลิตภาชนะบรรจุอาหาร หมวดยุทธศาสตร์ป้องกันโรค จังหวัดสมุทรสาคร เกี่ยวกับทฤษฎีการจัดการความรู้ ภาพรวม มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมากในทางสถิติทำให้มีผลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ เมื่อดูรายด้านพบว่า การเรียนรู้มีผลสูงที่สุด ที่องค์การควรนำมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาพนักงานในองค์การเพื่อให้องค์การแห่งการเรียนรู้ และทฤษฎีการบริหารบุคลากร ภาพรวม มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมากในทางสถิติทำให้มีผลต่อการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ องค์การจะต้องมีแบบแผนในการพัฒนาบุคลากร เพื่อให้บุคลากรมีการเรียนรู้ พัฒนาทักษะขีดความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน เพื่อนำความรู้ และทักษะมาใช้ในการปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์การ

1. องค์การต้องมองเห็นว่าบุคลากรเป็นทรัพยากรที่สำคัญ ต้องหาอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก และเครื่องมือให้บุคลากร เพื่อพัฒนาทักษะขีดความสามารถ ไปพร้อมกับการใช้เทคโนโลยี
2. การสร้างเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ องค์การจะต้องทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดแรงจูงใจในการมีส่วนร่วม และองค์การจะต้องเปิดใจเพื่อรับฟังความคิดเห็น และความต้องการของผู้ปฏิบัติงาน องค์การพร้อมที่จะสนับสนุนทั้งเครื่องมือ และเงินทุนเท่าที่จำเป็น เพื่อก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมทั้งผู้ปฏิบัติ และองค์การ
3. องค์การต้องสร้างบุคลากรให้เกิดความจงรักภักดีกันในกลุ่ม เพื่อช่วยเหลืองานซึ่งกันและกัน เพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิภาพสูงที่สุด

การที่องค์การจะเกิดเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ผู้บริหารจะต้องพร้อมที่จะรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงจากวัฒนธรรมเก่า ๆ ไปสู่วัฒนธรรมสมัยใหม่ที่เปิดกว้าง ยอมรับความคิดเห็นใหม่ ๆ ในการทำงานแบบเดิม ๆ เชื่อได้ว่าทุกคนต่างก็กลัวที่จะเสียผลประโยชน์ของตัวเอง และกลัวเสียอำนาจที่มีอยู่ในมือ กลัวพวกพ้องไม่ให้ความร่วมมือ จึงยอมทำเพื่อผลประโยชน์ของตัวเองและ

พวกพ้อง จึงทำให้องค์การเสียโอกาสในการเปิดรับแนวคิดใหม่ ๆ ทำให้องค์การพัฒนาได้ช้า เกิดจุดอ่อนภายในองค์การ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันภายนอก

เอกสารอ้างอิง

กัลยา เหมกรณ์. (2554). การแก้ปัญหามอบหมายงานให้เครื่องจักรที่มีหลายวัตถุประสงค์ สำหรับโรงงานผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ด้วยวิธีพีซี. คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

กัลยารัตน์ ธีระชนชัยกุล. (2557). การจัดการความรู้ ปัจจัยสู่ความสำเร็จ. วารสารปัญญาภิวัฒน์, พฤษภาคม 2557(5), 134.

กานดา วงศ์ศักดิ์,บุษยา วงษ์ชวลิตกุล. (2556). การศึกษาเปรียบเทียบสภาพการดำเนินงานจริงและสภาพการคาดหวังที่พัฒนาธนาคารออมสิน เขตนครราชสีมา ไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้. วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต, 2556(9/3), 26.

โชติกา ระไล. (2555). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครสวรรค์. สาขาวิชาการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัย มหาวชิราวุธศรีนครินทร์วิโรฒ, นครนายก.

เทพศิรินทร์ คำไทยกลาง,บุษยา วงษ์ชวลิตกุล. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ และความผูกพันต่อองค์กร พนักงานธนาคารออมสินภาค 13. วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต, 2556(9/3), 84.

นิภาวรรณ รอดโรคา,เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์,ดุสิต เวชกิจ. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของข้าราชการ สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ส่วนกลาง. วารสารการจัดการสมัยใหม่, 2556(11/1), 58-59.

บุญจิรา เผติมรอด, (2558), วินัยแห่งการเรียนรู้ที่มีผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ สำนักงานบริหารจัดการทรัพยากร ทางทะเลและชายฝั่งที่ 3 (เพชรบุรี) กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.

ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์, (2556), วิธีการจัดการความรู้ในภาคอุตสาหกรรม กรณีศึกษา นิคมอุตสาหกรรมทั่วประเทศไทย. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.

ภัทรนันท์ ศิริไทย,ชิตพล ชัยมะดัน. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยชุมชนสระแก้ว. วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมือง, 2559(5/1), 164-165

ยิ่งศักดิ์ ไกรพิณี,ประสพชัย พสุนนท์. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ขององค์กรระดับบุคคล ในหน่วยงานสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2558(23/3), 387-388.

วรเทพ ยอดดี. (2554). การสอนงานและมอบหมายงานสำหรับผู้บังคับบัญชาเพื่อผลงานที่มีประสิทธิภาพ. ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย/กระทรวงยุติธรรม, 2554.

สกล บุญสิน. (2555). การสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจการให้บริการ กรณีศึกษา บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

สมจิตร สุวรักษ์. (2554). การจัดการความรู้ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในสำนักส่งเสริมวิชาการ และงานทะเบียนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในเขตภาคกลาง. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.

สุเทพ สุเทวเมธ. (2556). การบริหารงานบุคคลขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

สุวัฒน์ จุลสุวรรณ. (2559) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2559(10/4), 194-195.

Hideo Yamazaki. ทฤษฎีปริมาตรแห่งการเรียนรู้ของ. (25 มีนาคม 2561). สืบค้นจาก <http://kmcenter.rid.go.th/kcopp/2013/images/pdf/knowledgeinside.pdf>.

John Wiley & Sons, Ltd.,. (2011) Impact of Knowledge Management on Learning Organization in Indian Organizations A Comparison. (<https://doi.org/10.1002/kpm.384>)

Lean Aggestam. (2006). LEARNING ORGANIZATION OR KNOWLEDGE MANAGEMENT (<https://www.researchgate.net>)

Linda Argote, (2011). Creating a Learning Organization. (<https://pdfs.semanticscholar.org/de1a/abcc58652d8280d3ffb6bf8e0f19d8ef607a.pdf>)

Norashikin Hussein, Amnah Mohamad. (2017). Organizational Learning and Its Impact on Corporate Performance and Corporate Innovation: A Framework for Public Institutions, Higher Education Malaysia

Peter M. Senge. (1990). Creating a Learning Organization.(file:///C:/Users/Administrator/Downloads/Systems%20Thinking%20and%20Learning%20Organization.pdf)

Vilmante Kumpikaite. (2010). Human resource development in learning organization (<https://www.tandfonline.com>)

Yamane (1973). Statistic : An introductory analysis. New York : Harper and row.

ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อคุณภาพบริการของถนอมจิตต์แมนชั่น

CUSTOMERS' SATISFACTION TOWARD SERVICE QUALITY OF THANOMJIT MANSION

ปรางค์ทอง ไตรยุทธ¹ ศักดิ์สินี กลิ่นสุนทร²

Prangtong Traiyut¹ Saksinee Klinsuntron²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อคุณภาพบริการของถนอมจิตต์แมนชั่น และ 2) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อคุณภาพบริการของถนอมจิตต์แมนชั่น จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประชากร ได้แก่ ผู้พักอาศัยที่ทำสัญญาเช่าห้องพักถนอมจิตต์แมนชั่น ห้องละ 1 คน จาก 65 ห้อง จำนวนทั้งสิ้น 65 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามที่มีค่าความตรงตามเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 และมีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.92 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (μ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) และทดสอบสมมติฐานโดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้พักอาศัยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของถนอมจิตต์แมนชั่น พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก รองลงมาคือ ด้านความรวดเร็ว ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล 2) ผู้พักอาศัยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของถนอมจิตต์แมนชั่น ในภาพรวมแตกต่างกัน ส่วนผู้พักอาศัยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานะภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของถนอมจิตต์แมนชั่นในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ ; คุณภาพบริการ ; ถนอมจิตต์แมนชั่น

Abstract

This study aimed 1) to study the customers' satisfaction toward service quality of Thanomjit Mansion and 2) to compare the customers' satisfaction toward service quality of Thanomjit Mansion, categorized by the personal factors. The population was 65 residents of 65 rooms who had contracts of rent with Thanomjit Mansion by asking a person per room. The instruments used for the study were the questionnaire with the content validity (IOC) of 0.67-1.00 and the reliability of the questionnaire 0.92. The

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, e-mail : Peipei.prangtong@hotmail.com

²หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, e-mail : saksinee@hotmail.com

statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean(μ), standard deviation(σ), and hypothesis testing by compare mean.

The results of the study revealed that: 1) The residents were satisfied toward the service quality of Thanomjit Mansion, overall was at a moderate level. The highest satisfaction was the tangibles; the subordinate satisfactions were the responsiveness, the reliability, and the empathy. 2) The residents who were different career satisfied toward service quality of Thanomjit Mansion, overall, showed the difference but the residents who were different gender, age, level of education, income, and marital status satisfied toward service quality of Thanomjit Mansion, overall, showed not difference.

Keywords : Satisfaction; Service Quality; Thanomjit mansion.

บทนำ

จากการที่กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางของแหล่งงาน การลงทุน การค้า การพาณิชย์ และการศึกษา จึงเป็นจุดศูนย์กลางของประชากรจากหลายๆ จังหวัด ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายที่อยู่อาศัยทั้งชั่วคราวและถาวรของประชากรจากหลายๆ จังหวัด และยังทำให้เกิดความต้องการที่พักอาศัยของประชากรที่ต้องย้ายถิ่นฐานเพื่อมาทำงานหรือศึกษาต่อภายในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จึงเป็นสาเหตุให้เกิดธุรกิจอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียมให้เช่ามีจำนวนมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันสถานการณ์การแข่งขันของธุรกิจอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียมให้เช่านั้นมีความรุนแรง เนื่องจากมีจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียมให้เช่าเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภค มีทางเลือกหลากหลายมากขึ้นก่อให้เกิดการแข่งขันชิงส่วนแบ่งทางการตลาดที่รุนแรงมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียมให้เช่าจึงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ในหลายๆ ด้าน เพื่อสร้างจุดเด่นและความแตกต่างของตัวเองให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ และหนึ่งในกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียมให้เช่าจำเป็นต้องปรับ คือ คุณภาพการให้บริการ ซึ่งคุณภาพการให้บริการนั้นขึ้นอยู่กับความสนใจและการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ ทั้งในเรื่องการให้บริการและผลสัมฤทธิ์ของงาน ซึ่งผู้รับบริการจะทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ประเมินและผู้เสนอแนะความเห็นในการปรับปรุงบริการต่อไปโดยเรื่องคุณภาพการให้บริการนี้เป็นเรื่องที่มีผลกระทบหรือเกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้รับบริการมากที่สุด คุณภาพการให้บริการจึงเป็นเป้าหมายหลักที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจอพาร์ทเมนท์ หรือคอนโดมิเนียมให้เช่าได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการให้บริการ เพราะคุณภาพการให้บริการนั้นเป็นตัวชี้วัดที่ดีที่สุดในการที่จะประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นอย่างยิ่ง

ถนนอมจิตต์แมนชั่นเป็นธุรกิจอพาร์ทเมนท์ บริการให้เช่าห้องพักขนาดเล็ก ตั้งอยู่บนถนน
ประชาธิปไตย เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นอาคารสูง 4 ชั้น มีจำนวนห้องทั้งสิ้น 65
ห้อง สามารถเข้าพักได้ 1 - 3 คนต่อห้องพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น บริการอินเทอร์เน็ต
ระบบไร้สาย เฟอร์นิเจอร์พร้อมห้อง ทีวี/ดาวเทียม สถานที่จอดรถ เป็นต้น มีความสะดวกในการ
เดินทางและมีทำเลที่ตั้งใกล้กับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (มจธ.) กับสถาน
ประกอบการต่าง ๆ ในละแวกนั้น อาทิเช่น ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่าพระราม 2 จัสโก้ บิ๊กซี
เทสโก้โลตัสเอ็กซ์เพรส เป็นต้น แต่เมื่อหลายเดือนที่ผ่านมา กลับพบว่าจำนวนผู้เช่าห้องพักต่อ
เดือนลดลงเกือบทุกเดือนอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลไปถึงการเติบโตของถนนอมจิตต์แมนชั่นที่ปัจจุบัน
เป็นไปค่อนข้างช้า ซึ่งเป็นผลมาจากหลายปัจจัยด้วยกัน อาทิเช่น มีผู้ประกอบการธุรกิจอพาร์ท
เมนท์หรือคอนโดมิเนียมให้เช่าอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกันหลายแห่ง และมีระบบการบริหารงาน
คล้ายๆ กัน ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกหลากหลายมากขึ้นในการเปรียบเทียบเลือกเช่าห้องพักอาศัย
ซึ่งขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เช่าห้องพักอาศัยเอง และพบว่ามีการแข่งขันแย่งชิงส่วน
แบ่งทางการตลาดที่รุนแรงมาก โดยผู้ประกอบการธุรกิจอพาร์ทเมนท์หรือคอนโดมิเนียมให้เช่า
ส่วนใหญ่นิยมใช้กลยุทธ์ในการกำหนดราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่ง เป็นต้น และประกอบกับถนนอมจิตต์
แมนชั่นยังประสบปัญหาจากการร้องเรียนของผู้บริโภคที่เช่าห้องพักอาศัยในเรื่องต่าง ๆ อาทิเช่น
การให้บริการของพนักงานค่อนข้างล่าช้า สถานที่สำหรับจอดรถมีแสงสว่างไม่เพียงพอ เป็นต้น
(วันทนา ปัญญาอ่อน. 2560 : 1)

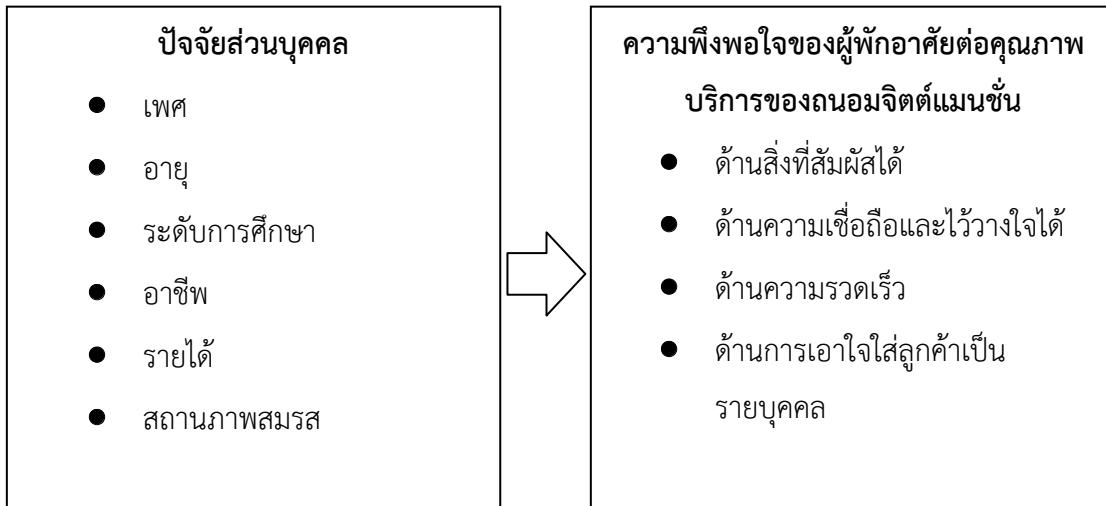
จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้พัก
อาศัยต่อคุณภาพบริการของถนนอมจิตต์แมนชั่น เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทาง
ในการแก้ไข พัฒนา และปรับปรุงการบริการของถนนอมจิตต์แมนชั่นให้ผู้พักอาศัยเกิดความพึง
พอใจมากยิ่งขึ้น และตัดสินใจพักอาศัยกับถนนอมจิตต์แมนชั่นต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดคุณภาพในการบริการ โดย Berry et al, Zeithaml and
Bitner. กล่าวไว้ว่า ในการวัดคุณภาพของการให้บริการ ลูกค้าจะวัดจากองค์ประกอบของคุณภาพใน
การบริการซึ่งมี 5 ข้อ ได้แก่ 1) สิ่งที่สามารถทำได้ 2) ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ 3) ความรวดเร็ว 4) การ
รับประกัน และ 5) การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล แต่การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะในส่วนที่
เกี่ยวข้องกับบริการของถนนอมจิตต์แมนชั่น ใน 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) สิ่งที่สามารถทำได้ 2) ความ
เชื่อถือและไว้วางใจได้ 3) ความรวดเร็ว และ 4) การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล และนำมาเป็นกรอบ
แนวความคิดในการวิจัยครั้งนี้ ดังแสดงตามภาพที่ 1

ตัวแปรต้น
(Independent Variable)

ตัวแปรตาม
(Dependent Variable)



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการศึกษา
ที่มา : ธธีร์ธร ธีรขวัญโรจน์. (2546 : 105 – 119)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อคุณภาพบริการของถนนอมจิตต์แมนชั่น
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อคุณภาพบริการของถนนอมจิตต์แมนชั่น

จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานการวิจัย

ผู้พักอาศัยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของถนนอมจิตต์แมนชั่น แตกต่างกันไป

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร ได้แก่ ผู้พักอาศัยที่ทำสัญญาเช่าห้องพักถนนอมจิตต์แมนชั่น ห้องละ 1 คน จาก 65 ห้อง จำนวนทั้งสิ้น 65 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และ สถานภาพสมรส และตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อคุณภาพบริการของ

ถนอมจิตต์แมนชั่น ใน 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ 2) ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ 3) ด้านความรวดเร็ว และ 4) ด้านเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อคุณภาพบริการของถนอมจิตต์แมนชั่น ใน 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ 2) ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ 3) ด้านความรวดเร็ว และ 4) ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหากับข้อคำถาม ได้ค่าความตรงตามเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้พักอาศัยของปิยะวรรณอพาร์ทเมนท์ จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจากข้อคำถามทั้งหมดตามวิธีของ Cronbach's (Alpha Coefficient : α) (อ้างใน พรรรณี ลีกิจวัฒน์. 2559 : 199 - 203) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.92

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแจกแบบสอบถามให้กับประชากรจำนวน 65 ชุด ด้วยตนเอง โดยได้รับแบบสอบถามกลับคืน จำนวน 65 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 1 หาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ตอนที่ 2 หาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์แปลความหมายค่าเฉลี่ย คือ 4.50 – 5.00 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด, 3.50 – 4.49 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก, 2.50 – 3.49 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง, 1.50 – 2.49 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย, 1.00 – 1.49 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด (พรรรณี ลีกิจวัฒน์. 2559 : 358) และการทดสอบสมมติฐานวิเคราะห์โดยใช้ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Compare Mean)

ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้พักอาศัยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 10,000-20,000 บาท และส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด

ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อคุณภาพบริการของถนนอมจิตต์แมนชั่น

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อคุณภาพบริการของถนนอมจิตต์แมนชั่น ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ รองลงมาคือ ด้านความรวดเร็ว ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ และด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ดังแสดงตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อคุณภาพบริการของถนนอมจิตต์แมนชั่น ในภาพรวม และรายด้าน

ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อคุณภาพบริการของถนนอมจิตต์แมนชั่น	N = 65		ระดับความพึงพอใจ
	μ	σ	
1. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	3.36	0.83	ปานกลาง
2. ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้	2.86	0.78	ปานกลาง
3. ด้านความรวดเร็ว	2.93	0.89	ปานกลาง
4. ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล	1.70	0.96	น้อย
รวม	2.88	0.69	ปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้พักอาศัยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของถนนอมจิตต์แมนชั่น ในภาพรวมแตกต่างกัน ส่วนผู้พักอาศัยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของถนนอมจิตต์แมนชั่น ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อคุณภาพบริการของถนนอมจิตต์แมนชั่น จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ผลการทดสอบ
เพศ	ไม่แตกต่างกัน
อายุ	ไม่แตกต่างกัน
ระดับการศึกษา	ไม่แตกต่างกัน
อาชีพ	แตกต่างกัน
รายได้	ไม่แตกต่างกัน
สถานภาพสมรส	ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

1. ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อคุณภาพบริการของถนนอมจิตต์แมนชั่น

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ถนนอมจิตต์แมนชั่นมีบริการอินเทอร์เน็ตระบบไร้สายที่ไม่ทันสมัยพอจึงไม่พร้อมให้บริการอย่างทั่วถึงเพียงพอกับผู้พักอาศัย ซึ่งหากถนนอมจิตต์แมนชั่นมีบริการอินเทอร์เน็ตระบบไร้สายที่ทันสมัย ก็จะสามารถคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) ของเกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ (2560 : 1) ซึ่งกล่าวว่า สิ่งที่สัมผัสได้คือความมีตัวตน รูปร่างทางกายภาพที่สัมผัสได้ของการบริการเช่น รูปลักษณ์ทางกายภาพ อาคาร วัสดุอุปกรณ์ ระบบอินเทอร์เน็ต การบริการที่ดี การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับให้บริการ เตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวก และสวยงามและสะอาด งานบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน จับต้องไม่ได้ (Intangibles) จึงต้องสร้างความมีตัวตน ที่ต้องตอบสนองในทันที และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กุณิสรา เปล่งศรีเกิด (2559 : 38) ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) อยู่ในระดับมาก เพราะว่าคุณภาพของวัสดุอุปกรณ์ในห้องพักได้มาตรฐาน ขนาดพื้นที่ห้องพักได้มาตรฐาน มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน และมีอินเทอร์เน็ตไร้สายที่ทันสมัยไว้ให้บริการ

ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ถนนอมจิตต์แมนชั่นไม่สามารถให้บริการตรงตามความต้องการของผู้พักอาศัยได้ รวมทั้งไม่สามารถแก้ไขปัญหาและข้อติชมให้กับผู้พักอาศัยได้ถูกต้องตรงตามความต้องการ ซึ่งหากสามารถให้บริการตรงตามความต้องการของผู้พักอาศัย รวมทั้งสามารถแก้ไขปัญหาและข้อติชมได้ถูกต้องตรงตามความต้องการ ก็จะสามารถคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) ของวัลลภา พัฒนา (2556 : 224) ซึ่งความเชื่อถือและไว้วางใจได้จะเกิดขึ้นได้ ถ้ากิจการสามารถให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยการปฏิบัติตามคำมั่นสัญญาได้อย่างเคร่งครัดและถูกต้อง ภายในช่วงเวลาที่กำหนด ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและไว้วางใจ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศิริภรณ์ ฉัตรรัตน์พงศ์ และเอื้อบุญ เอกะสิงห์ (2559 : 127) ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อคุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมากที่สุด เพราะว่าป้ายเขียนอพาร์ทเมนต์สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามที่สัญญาไว้ และสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการ

ด้านความรวดเร็ว พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ พนักงานของถนนอมจิตต์แมนชั่นไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ผู้พักอาศัยอย่างรวดเร็ว ซึ่งหากพนักงานของถนนอมจิตต์แมนชั่นมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ผู้พักอาศัยอย่างรวดเร็ว ก็จะสามารถคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ด้านความรวดเร็ว

(Responsiveness) ของวัลลภา พัฒนา (2556 : 225) ซึ่งความเร็วเป็นความมุ่งมั่นและกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือของพนักงานโดยมีระดับขั้นตอนการทำงานที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และใช้เวลาในการให้บริการไม่นานเกินไป และจะสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ คีรากรณ์ ฉัตรรัตนพงศ์ และเอื้อบุญ เอกะสิงห์ (2559 : 128) ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อคุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการ อยู่ในระดับมากที่สุด เพราะว่าพนักงานให้บริการได้ทันทีทันใดตามที่ลูกค้าต้องการ พนักงานเต็มใจเสมอในการให้บริการลูกค้า และพนักงานให้การบริการอย่างรวดเร็ว

ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ถนอมจิตต์แมนชั้นทำให้ผู้พักอาศัยไม่ได้รู้สึกว่าได้รับบริการ เป็นพิเศษ ซึ่งหากของถนอมจิตต์แมนชั้นสามารถทำให้ผู้พักอาศัยรู้สึกว่าได้รับบริการเป็นพิเศษ ก็จะสามารถสอดคล้องกับ แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) ของธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2552 : 183 – 186) ซึ่งกล่าวว่าความสามารถในการติดต่อสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจได้ความเห็นอกเห็นใจและเข้าใจลูกค้า (Customer Understanding) องค์ประกอบข้อนี้ เป็นการดูแลและเอาใจใส่ให้บริการอย่างตั้งใจ และให้ความรู้ถึงการรับบริการเป็นพิเศษ และการแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างเป็นรายบุคคล ตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันมีการสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้าอย่างถ่องแท้ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อรรถสิทธิ์ ลลิลเลิศ และคณะ (2555 : 77) ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก เพราะว่าทำให้ผู้พักอาศัยรู้สึกว่าได้รับบริการอย่างประทับใจ ทำให้ผู้พักอาศัยรู้สึกว่าได้รับบริการที่เป็นประโยชน์ และได้รับบริการเป็นพิเศษ

2. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้พักอาศัยต่อคุณภาพบริการของถนอมจิตต์แมนชั้น

พบว่า ผู้พักอาศัยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพถนอมจิตต์แมนชั้น ในภาพรวมแตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของวุฒิพงษ์ ฤกษ์พิงค์ (2546 : 59 - 56) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลทำให้ความพึงพอใจ ของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน เพราะในทางจิตวิทยา มนุษย์ทุกคนจะมีความแตกต่างระหว่างบุคคล ตั้งแต่เรื่อง พันธุกรรม ความคิด ความชอบ รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ความดีคุณธรรมจริยธรรม บุคลิกภาพของแต่ละคน สภาพแวดล้อมการเลี้ยงดู ตั้งแต่สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา สถาบัน ทางวิชาชีพ และการประกอบอาชีพต่าง ๆ ความแตกต่างระหว่างบุคคลทำให้ความรู้สึกสำนึกคิดหรือ เจตคติต่อกันได้รับบริการต่างกันออกไป บางคนได้รับบริการแบบปกติธรรมดาที่รู้สึก ว่าดีหรือพึงพอใจ แล้ว บางคนได้รับบริการเป็นอย่างดีเยี่ยมยังบอกว่าบริการไม่คอยดี ไม่ค่อยประทับใจ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการศึกษาไปใช้

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ควรปรับเปลี่ยนและเพิ่มบริการอินเทอร์เน็ตระบบไร้สายให้มีความทันสมัยมากขึ้นและติดตั้งเพิ่มให้เพียงพอในการให้บริการกับผู้พักอาศัย

ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ควรมีการอบรมพนักงานให้สามารถบริการลูกค้ารวมทั้งแก้ไขปัญหาและรับข้อติชมของผู้พักอาศัยได้ถูกต้องตรงตามความต้องการมากขึ้น

ด้านความรวดเร็ว ควรจัดกิจกรรมและอบรมพนักงานเพื่อให้มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ผู้พักอาศัยอย่างรวดเร็วมากขึ้น

ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ควรมีการอบรมพนักงานถึงการดูแลและเอาใจใส่ให้บริการ เพื่อเข้าใจในปัญหาของผู้พักอาศัย หรือความต้องการของผู้พักอาศัย

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษารูปแบบการบริการจัดการถนนอมจิตต์แมนชั่นด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ให้มีความเหมาะสมกับบริบทของถนนอมจิตต์แมนชั่น และสอดคล้องกับความต้องการของผู้เช่าห้องพัก

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการอพาร์ทเมนต์/ห้องเช่า/หอพักรายอื่นในเขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร เพื่อให้เห็นภาพคุณภาพการให้บริการที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

กุลิสรา เปล่งศรีเกิด. (2559). *คุณภาพการให้บริการของนิติบุคคลอาคารชุดลาซาลพาร์ค อาคาร*

เอ สุขุมวิท 105. บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, กรุงเทพฯ.

เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. *การประเมินคุณภาพการบริการ 5 มิติ*. (9 ตุลาคม 2560) สืบค้นจาก

<http://www.mol-logistics.co.th/wp/2017/09/20/5-five-dimension-of-service-quality/>.

ศิริภรณ์ ฉัตรรัตนพงศ์ และเอื้อบุญ เอกะสิงห์. (2559). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพ

การบริการของไปยเซียน อพาร์ทเมนต์. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*,

2(3), 118.

ธธีธรร ธีรขวัญโรจน์. (2546). *การตลาดบริการ Services Marketing*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ :

ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2552). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

พรอณี ลีกิจวัฒน์. (2559). *วิธีการวิจัยทางการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 11 ปรับปรุงแก้ไข. กรุงเทพฯ :

มีน เซอร์วิส ซัพพลาย.

วันทนา ปัญญาอ่อน. ผู้จัดการ. สัมภาษณ์, 6 ธันวาคม 2560.

วัลลภา พัฒนา. (2556). *หลักการตลาด*. สงขลา : เจเจ-จินจิน เน็ตแอนด์ก็อปปีเซ็นเตอร์.

วุฒิพงศ์ ถายะพิงค์. (2546). *สื่อสารอย่างไรให้ครองใจลูกค้า : การสื่อสารเพื่อการบริการที่เป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรรถสิทธิ์ ลอติเลิศ, กิตติมา จิ่งสุวดี และประนอม คำผา. (2556). คุณภาพการให้บริการของหอพักเอกชนในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารศรีวนาลัยวิจัย*. 3(6), 68-69.

การวิเคราะห์กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยไทยสู่ความยั่งยืน

Analysis of the University Social Responsibility Activities in Thai Universities for Sustainability

ปราภทิพย์ ยุวานนท์ และ ศนิษฐ สวัสดิโกศล

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันการเรียนการสอนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย (USR) กำลังได้รับการยอมรับทั่วโลก มหาวิทยาลัยได้ตระหนักว่าภารกิจของพวกเขาไม่ได้จำกัดไว้เพียงแค่สอนทักษะด้านการศึกษา และเทคนิคเท่านั้น แต่ภารกิจของพวกเขาถือเป็นการผลิตผู้สำเร็จการศึกษาที่เปรียบพร้อมความรู้ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อวัฒนธรรมและต่อสิ่งแวดล้อมสู่สังคม การมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นทักษะที่บัณฑิตเหล่านี้ต้องมีเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีเพิ่มสูงขึ้นสังคมโลก

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือการวิเคราะห์กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยสู่ความยั่งยืน ชุดข้อมูลประกอบด้วยบทสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่รวบรวมจากผู้นำทางความคิดและผู้ปฏิบัติงานของ USR ประเทศไทย ผู้วิจัยได้ใช้ Delphi Techniques ในการวิเคราะห์ชุดข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากผู้เชี่ยวชาญ USR และกลุ่มทำงานด้าน USR ผู้วิจัยได้รวมผลการวิเคราะห์เข้ากับเนื้อหาที่มีอยู่และตั้งกรอบการทำงานด้านกิจกรรมแบบบูรณาการที่เป็นรากฐานสำหรับกิจกรรม USR ในมหาวิทยาลัยสู่ความยั่งยืนที่เป็นรูปธรรม ปฏิบัติได้จริง และสามารถที่จะนำไปพัฒนาต่อยอดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดของวงการศึกษาระดับสูงและทุกฝ่ายโดยผ่านการร่วมมือของภาคการศึกษาและสังคมเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในสังคม

คำสำคัญ : ความรับผิดชอบต่อสังคม; ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร; ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย; รูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย; กิจกรรมของมหาวิทยาลัย

Abstract

Currently, the pedagogy of University Social Responsibility (USR) is being embraced throughout the world. Universities have come to realized that their mission is not limited to bestow future generations with technical and academic skills, but their mission is also to produce graduates who are equipped with a sense of social, cultural and environmental responsibilities. Being ethical and socially responsible are skills that these

graduates must have if they were to meet the rising demands for ethical and social responsible in this era.

The purpose of this research is analyze the sustainability of the USR activities. The data set is comprised of interviews and questionnaires collected from USR thought leaders and practitioners of USR here in Thailand. Modified Delphi Techniques were used to analyze the dataset collected from USR experts and their USR cohorts. The results of the analysis with its existing body of literatures on USR activities create the formation of an integrated framework that forms a foundation for USR activities in Thai universities. These activities could be best USR practices among the practitioners of USR in Thailand and be able to maximize benefit to education and society in order to assess the sustainability.

Keywords : Social Responsibility; Corporate Social Responsibility; University Social Responsibility; Model of University Social Responsibility; University's Activities.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความรับผิดชอบต่อสังคมในปัจจุบันได้ก้าวเข้ามาเป็นวิสัยทัศน์หลักของหลากหลายองค์กรไม่ว่าในภาคประชาชน ภาคธุรกิจ ภาครัฐและองค์กรต่างๆ จนทำให้ความสำคัญในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมในมหาวิทยาลัยเป็นที่จับตาและเป็นความหวังที่จะผลิตนักศึกษาที่มีคุณภาพ มีศีลธรรม มีจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมออกสู่สังคมโลกไปพร้อมๆกับทุกภาคส่วนที่กำลังปลูกฝังจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อสังคม

ในการประชุมสัมมนาด้านการอุดมศึกษาโลก (World Conference on Higher Education: WCHE) จะเห็นว่ามักมีประเด็นเรื่องการพัฒนาบทบาทของสถาบันอุดมศึกษาในการกระตุ้นจิตสำนึกให้มีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดมาทุกปี หลายปีที่ผ่านมามหาวิทยาลัยทั่วโลกได้ให้ความสำคัญและร่วมมือกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการพัฒนารูปแบบของกิจกรรมเพื่อนำไปสู่ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยให้เกิดความยั่งยืน เช่น เครือข่ายมหาวิทยาลัยอาเซียน (ASEAN University Network: AUN) ที่ก่อตั้งขึ้นในปี 1995, The Global University Network for Innovation (GUNi) ที่ก่อตั้งขึ้นในปี 1999, Global University Social Responsibility Network ที่ก่อตั้งขึ้นในปี 2011, University Social Responsibility Network (USRN) ที่ก่อตั้งขึ้นในปี 2015 และยังมีหน่วยอีกมากมายทั่วโลกที่ได้ก่อตั้งขึ้นเพื่อสนองความต้องการในการพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยอย่างยั่งยืนและพร้อมที่จะเป็นต้นแบบที่ดีในการปลูกฝังจิตสำนึก

สาธารณะให้เป็นพื้นฐานโดยผ่านกิจกรรมเพื่อให้นักศึกษาเกิดความเข้าใจ เกิดความเคยชินและพร้อมที่จะพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาก่อนที่จะก้าวเข้าสู่สังคมโลก

กิจกรรมคือเครื่องมือหลักในการโน้มน้าว และชักชวนบุคลากร นักศึกษา คณาจารย์ในมหาวิทยาลัยให้เข้ามาเรียนรู้เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมโดยไม่จำเป็นต้องใช้ห้องเรียนเป็นเวทีสอน เพราะความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสิ่งที่มิถกไขข้อ สอนได้ยากจากตำรา แต่ทุกคนสามารถเรียนรู้จากการกระทำของตนเองและได้เห็นการกระทำของผู้อื่นเป็นตัวอย่าง เมื่อทำหลายๆครั้งจะเกิดความเคยชินและสมองสามารถสั่งได้ว่าสิ่งใดถูกและสิ่งใดผิด สิ่งใดควรกระทำหรือสิ่งใดไม่ควรกระทำ อีกทั้งกิจกรรมยังเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ทำให้เกิดพลังขับเคลื่อนอย่างมีนัยยะสำคัญต่อมหาวิทยาลัยและสังคมในทางบวก ด้วยคาดหวังว่ามหาวิทยาลัยควรผลักดันแนวคิดและนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมโดยให้มีอิสระในการบริหารและตัดสินใจด้านการศึกษา (Vasilescu, et al., 2010) มหาวิทยาลัยต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกๆ ด้านและเป็นต้นแบบที่ดี ปลูกฝังจิตสำนึกสาธารณะและพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับทุกคนในมหาวิทยาลัยเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐและระบบการศึกษาของหลายๆ ประเทศทั่วโลก รวมถึงต้องสอดคล้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) ซึ่งเป็นพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย (University Social Responsibility: USR) อีกด้วย (Shawyun, 2011)

ดร.สุเมธ แย้มมนูน อธิการบดี สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) กล่าวถึงสถาบันอุดมศึกษาว่า “ต้องมีบทบาทในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ตอบสนองความต้องการของสังคม ทำหน้าที่แหล่งความรู้ (Think Tank) ให้แก่สังคม มีการสื่อสารกับสังคม ไม่ใช่เป็นหอคอยงาช้าง หรือเป็นผู้เชี่ยวชาญรับใช้ของใคร่อื่น ควรมีการจัดอันดับสถาบันอุดมศึกษาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีรางวัลให้กับสถาบันอุดมศึกษาที่มีการดำเนินงานดีเด่นในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม จัดการเรียนการสอนให้นักศึกษาตระหนักในการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม สถาบันอุดมศึกษาต้องให้ความสำคัญกับประเด็นความเสมอภาคในโอกาสทางการศึกษาและช่วยลดปัญหาการเสียเปรียบทางสังคม” (สุเมธ แย้มมนูน, 2559)

มหาวิทยาลัยควรเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัยให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์ความรู้ของนักศึกษาโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมในกิจกรรมสังคมเพื่อแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในขณะเดียวกันบุคลากรและอาจารย์นอกจากมีการสอนและวิจัยแล้วควรมีกิจกรรมทางสังคม เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยและนโยบายทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของภาครัฐด้วย

จากแผนพัฒนาการศึกษาชาติของกระทรวงศึกษาธิการได้มีการมุ่งพัฒนาเพื่อสร้างโอกาสทางการศึกษาแก่ประชาชน โดยเน้นด้านคุณภาพการศึกษา ด้านขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ตลอดจนสภาพการบริหารและจัดการศึกษาเพื่อให้เด็กไทยมีประสิทธิภาพ มีความพร้อมทั้งกาย ใจ สติปัญญา มีจิตสำนึก มีวัฒนธรรมที่ดีงามและรู้คุณค่าของความเป็นไทย มีโอกาสและสามารถเรียนรู้ตลอดชีวิต เป็นที่ยอมรับแล้วว่ามหาวิทยาลัยของค์กรที่มีหน้าที่และบทบาทที่มีความสำคัญต่อสังคม โดยหน้าที่หลักของมหาวิทยาลัย คือ ผลิตคนให้มีความรู้ความสามารถ ผลิตงานวิจัย และตอบสนองของความต้องการของสังคม เพื่อพัฒนาสังคมให้เกิดความเจริญรุ่งเรืองอย่างยั่งยืน นอกจากนี้มหาวิทยาลัยควรปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ เพื่อให้เป็นต้นแบบที่ดี อีกทั้งมีหน้าที่ผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพ มีความสามารถทางวิชาชีพ และมีคุณธรรมจริยธรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมอีกด้วย (แผนพัฒนาการศึกษาชาติของกระทรวงศึกษาธิการ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559)

ทางสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาได้ให้ความสำคัญในการส่งเสริมการเรียนรู้ และการส่งเสริมความหลากหลายรวมถึงการปรับปรุงระบบบริหารจัดการให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีวิสัยทัศน์ด้านสังคมตามเจตนารมณ์ของสถาบันการศึกษา กล่าวคือมีการสนับสนุนมหาวิทยาลัยให้มีการบริการแก่สังคมในรูปแบบต่างๆ การสร้างกิจกรรมและสร้างสภาพแวดล้อมในมหาวิทยาลัยเพื่อให้อำนวยความสะดวกต่อการพัฒนาบุคลิกภาพ การเรียนรู้ของนักศึกษา การเตรียมความพร้อม และความเข้าใจการใช้ชีวิตในยุคโลกาภิวัตน์ (แผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2, 2550)

จากการประชุมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมระดับโลก UNESCO's Global Education Digest ได้กล่าวถึงมหาวิทยาลัยในฐานะผู้ประกอบการทางการศึกษาว่าต้องเร่งสร้างกลไกในการให้ความช่วยเหลือ พัฒนาสังคม ฟื้นฟูเศรษฐกิจ และสร้างสันติภาพ มุ่งหวังให้มหาวิทยาลัยเข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาสังคม และสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม จะเห็นได้ว่าการศึกษาทั่วโลกมีการเติบโตถึงสองเท่าในช่วง 43 ปีที่ผ่านมา ในที่ประชุมได้มีมติว่า การอุดมศึกษาถือเป็นแหล่งผลิตพลเมืองที่ดี (Good Citizen) มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างพื้นฐานทางด้านการวิจัย และนวัตกรรม มหาวิทยาลัยไม่ได้เป็นแค่เพียงสถาบันในการผลิตคนเข้าสู่ตลาดแรงงานในปัจจุบัน และในอนาคต แต่ยังเป็นหน่วยงานที่ต้องสร้าง และผลิตพลเมืองของโลกที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีจริยธรรมอีกด้วย ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมระดับสากล และมีความมุ่งมั่นที่จะศึกษาแนวความคิดที่ว่ามหาวิทยาลัยต้องมีบทบาทในการแสดงความรับผิดชอบต่อ

สังคม ตอบสนองความต้องการของสังคม และยังต้องทำหน้าที่เป็นศูนย์รวมความคิด และสื่อสารกับสังคม มหาวิทยาลัยไม่ใช่เป็นเพียงที่ที่นักวิชาการสอนและทำงานวิจัย โดยที่สังคมไม่สามารถเข้าใจถึงงานวิจัยที่ซับซ้อนได้ (Shawyun, 2011)

ในยุโรปได้เริ่มมีการตื่นตัวด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย (University Social Responsibility: USR) ตั้งแต่ปลายคริสต์ศตวรรษที่ 20 จนสามารถระดมสมองและก้าวหน้าไปในทิศทางเดียวกัน จะเห็นว่าประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย (University Social Responsibility: USR) ในยุโรปได้ถูกใส่ในแผนการศึกษาระยะยาวของแต่ละประเทศ งานวิจัยในการประชุมระดับนานาชาติส่วนใหญ่พบมากในยุโรป อเมริกาเหนือ และอเมริกาใต้ ซึ่งข้อมูลเหล่านั้นเป็นข้อมูลจากการระดมสมองของนักวิชาการในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ที่ช่วยกันผลักดัน ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย (University Social Responsibility: USR) ในแต่ละภาคส่วนออกมาเป็นข้อกำหนดของมหาวิทยาลัยและยังใช้เป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลอีกด้วย (Ireland National Strategy for Higher Education to 2030, 2011) เมื่อหลักการและการปฏิบัติจริงบังเกิดผลในแง่บวกและมีกฎข้อบังคับหรือนโยบายออกมาเป็นตัวกำกับหลักการและการปฏิบัตินั้นๆ จะสัมฤทธิ์ผลเร็วขึ้นและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน การมีความรับผิดชอบต่อสังคมนอกจากจะเกิดประโยชน์สูงสุดกับสังคมแล้วยังสามารถปลูกฝังจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับทุกหน่วยงาน รวมทั้งสามารถพัฒนาความเคยชินสู่พฤติกรรมถาวรและเกิดประโยชน์สูงสุดในสังคมอีกด้วย

ทางด้านเครือข่ายมหาวิทยาลัยอาเซียน (ASEAN University Network: AUN) ที่ก่อตั้งขึ้นในปี 1995 โดยความร่วมมือของสถาบันอุดมศึกษาระหว่างประเทศสมาชิก สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรืออาเซียน (ASEAN) โดยมี 11 สถาบันการศึกษาจาก 6 ประเทศ มีจุดมุ่งหมายในการจัดตั้งเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือทางด้านการอุดมศึกษาระหว่างเครือข่ายมหาวิทยาลัยชั้นนำในภูมิภาคอาเซียน อันนำไปสู่การสร้างประชาคมอาเซียน ต่อมาในปี 2010 ได้มีการเติบโตของจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จนในปัจจุบันได้มีสมาชิกทั้งหมด 26 มหาวิทยาลัยจาก 10 ประเทศ โดยมีมหาวิทยาลัยของประเทศไทยที่เป็นสมาชิกเพียง 4 แห่งเท่านั้น คือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยบูรพา (Gajasen, 2011)

ASEAN University Network (AUN) ได้จัด Workshop เรื่อง University Social Responsibility and Sustainability from ASEAN-Japan Perspectives: Sharing and Caring for a Better Community โดยความร่วมมือจากมหาวิทยาลัยบูรพาเพื่อนำเสนอตัวอย่างที่ดี (Good Practices) จากประเทศสมาชิก และมีการรวบรวมจัดพิมพ์ตัวอย่างที่ดีของประเทศที่นำเสนอเป็นหนังสือชื่อ AUN USR&S University Social Responsibility and Sustainability ขึ้นเป็นครั้งแรก ใน

หนังสือนี้ Dr. Saran Kaur Gill จาก Universiti Kabangssan Malaysia ได้เขียนบทความชื่อ “Management and Governance Systems to Facilitate Regional Stakeholder Engagement” ถึงความร่วมมือของ ASEAN-Talloires Network of Engaged Universities ที่เน้นให้การอุดมศึกษาของอาเซียนต้องรวมตัวเป็นเครือข่ายเพื่อให้เกิดความเข้มแข็ง มีคุณภาพ และร่วมมือกันดูแลด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคม การช่วยเหลือชุมชน และมีความร่วมมือกับภาคธุรกิจ โดยให้ทุกฝ่ายได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน และสานต่อความคิดโดยการสื่อสารและร่วมมือกัน เพื่อให้บรรลุตามเป้าประสงค์ (Gill, 2011)

ในปี 2012 มหาวิทยาลัยมหิดลเป็นเจ้าภาพการจัดประชุม The Asia Pacific Association for International Education (APAIE) ครั้งที่ 7 โดยการประชุมนี้มีประเด็นหลักคือความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยต่อสังคมเพื่อประโยชน์ของมนุษยชาติ (University Social Responsibility for the Benefit of Mankind) ศาสตราจารย์ ดร.ปิยวุฒิ บุญหลง ผู้อำนวยการคลังสมองของชาติร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษานานาชาติจากมหาวิทยาลัยชั้นนำทั่วโลกได้มีโอกาสแลกเปลี่ยน สื่อสาร ขยายเครือข่ายเชื่อมโยงวิสัยทัศน์กับผู้มีความสนใจด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย ทำให้มีความเด่นชัดด้านวิสัยทัศน์และนโยบายมากขึ้น (จริยา บรอกเคลแมน, 2555)

จากการประชุมทางวิชาการเพื่อระดมความคิดและทบทวนบทบาทของมหาวิทยาลัยไทยกับความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยในปี 2554 นายมีชัย ฤชุพันธุ์ได้กล่าวว่า “มหาวิทยาลัยเคยรับผิดชอบต่อสังคมไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเรียนการสอน จิตกิจกรรม ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และค้นหาความรู้จากแหล่งความรู้ใหม่ในห้องเรียนด้วยการวิจัย สิ่งเหล่านี้เป็นเครื่องมือรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นวัตถุประสงค์หลัก แม้ว่าในปัจจุบันบทบาทได้ลดลงหรือได้มีการถกถ่วงระหว่างทางไปบ้าง มหาวิทยาลัยต้องตระหนักในความเป็นมหาวิทยาลัยที่ต้องรับผิดชอบต่อสังคม เพราะเมื่อกระแสสังคมเดินเพียง กลุ่มมหาวิทยาลัยก็ต้องช่วยผลักดันให้เดินตรง เราควรสร้างหลักสูตรด้านกระแสสังคมด้วย ปัญหา เหล่าปัญญาชนไม่ควรนิ่งดูตาย มหาวิทยาลัยต้องมีฐานของปัญญาและความดีงามคอยนำพาสังคม” (ชมพู่ โกติรัมย์, 2554)

ปัญหาในบริบทของความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย (University Social Responsibility: USR) ในประเทศไทยที่กำลังทำด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมักออกมาในรูปจิตอาสา ได้ดำเนินไปในลักษณะที่ต่างคนต่างทำในมหาวิทยาลัยของตน แม้ว่าการประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 7 เรื่องการพัฒนาศาสตร์แห่งการบูรณาการผ่านเครือข่ายบัณฑิตอุดมคติไทยสู่การตกผลึกทางปัญญาในปี 2551 ที่มีเป้าหมายที่ให้บัณฑิตที่จบการศึกษาต้องเป็นผู้มีความรู้ มีคุณธรรม จริยธรรม มีความสามารถในการเรียนรู้และการพัฒนาตนเอง สามารถประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อการ

ดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุขทั้งร่างกายและจิตใจ มีความสำนึกและรับผิดชอบต่อในฐานะพลเมืองที่ดีของโลก (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2552) การศึกษามีหน้าที่อบรมให้คนมี “ความรู้คู่คุณธรรม” ซึ่งปัจจุบันได้พัฒนาคำนี้เป็น “คุณธรรมนำความรู้” และได้ใช้เป็นจุดยุทธศาสตร์ที่ชื่อว่า “การพัฒนาคุณธรรมในสถานศึกษา” ที่เป็นบริบทหนึ่งด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย (University Social Responsibility: USR) ในสังคมโลก (วิจิตร ศรีสอาน, 2552) มหาวิทยาลัยมีปรัชญาที่ไม่ใช่เป็นองค์กรที่แสวงหากำไรสูงสุด ดังนั้นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงระดับโลก มีกิจกรรมทั้งด้านวิชาการและทำเพื่อสังคมเป็นการส่งเสริมชื่อเสียงและความยั่งยืนอย่างยาวนานหลายชั่วอายุคน

ผู้วิจัยมีความมุ่งมั่นในการศึกษาทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยในประเทศไทยที่เป็นระบบและส่งเสริมเครือข่ายกิจกรรมที่เกี่ยวข้องให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างแท้จริง เพื่อนำเสนอ แนวคิด นโยบาย และวิธีการปฏิบัติที่มีต้นแบบมาจากมหาวิทยาลัยชั้นนำในต่างประเทศมาประยุกต์และพัฒนาเพื่อหาแนวทางให้มหาวิทยาลัยของไทยมีแนวทางและแผนปฏิบัติงานอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อสนับสนุน และส่งเสริมการเติบโตด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยสู่ความยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเพื่อวิเคราะห์กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยสู่ความยั่งยืนในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ใช้ระเบียบวิธีการ วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จากกลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีบทบาทต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย (University Social Responsibility: USR) ทั้งในด้านแนวคิด การให้การสนับสนุน และการเป็นผู้นำแนวคิดไปสู่การปฏิบัติ การศึกษาในครั้งนี้เกิดขึ้นเพื่อวิเคราะห์กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยสู่ความยั่งยืนโดยเริ่มจาก

1. ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีบทบาทต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย (University Social Responsibility: USR) ได้มีการทบทวนวรรณกรรมของ Kotler and Lee (2011), Welford (2013), Hohnen (2007), Baker (2012), GUNI (2010), Chisholm (2011), Van Loon 2012), Shawyun

(2011), Schlachter (2009), European Commission on CSR (2011), Enevoldson, (2013), Youness, (2012) วิจิตร ศรีสุขอาน (2552), นันทนา คชเสนี (2011), ณฐนนท ทวีสิน (2553), เกษม วัฒนชัย (2009) ได้กล่าวถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) ว่ามีความสำคัญในโลกปัจจุบัน

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาที่ใช้ในการวิจัยนี้คือกลุ่มสถาบันการศึกษาที่เข้าร่วมประชุม USR&S Core Group เพื่อรวมพลังขับเคลื่อน USR ในประเทศไทยอันประกอบไปด้วยผู้บริหาร คณาจารย์ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ที่รับผิดชอบต่อแผนงานการดำเนินงาน และการดำเนินกิจกรรมในประเทศไทย เพื่อรวมพลังขับเคลื่อนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยในประเทศไทยสู่ความยั่งยืน (สถาบันคลังสมองของชาติ, 2555)

2. สัมภาษณ์ผู้บริหาร คณาจารย์ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ที่รับผิดชอบต่อแผนงานการดำเนินงาน และการดำเนินกิจกรรมในประเทศไทยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยในประเทศไทย

ข้อจำกัดของการวิจัย

ผู้วิจัยเห็นว่างานวิจัยนี้มีข้อจำกัดในการทำวิจัยที่เป็นอุปสรรคที่ต้องคำนึงถึงอยู่หลายประการดังต่อไปนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลายท่านยังไม่เข้าใจถึงกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยที่สามารถทำให้เกิดความยั่งยืน หลายท่านคิดว่ากิจกรรมที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นมีเพียงแจกของหรือแค่การแยกขยะเท่านั้น

2. ผู้ให้ข้อมูลไม่กล้าเปิดเผยชื่อ ตำแหน่ง และสถาบันของผู้ให้ข้อมูลเพราะกลัวผลกระทบ ผู้วิจัยจึงเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลมีสิทธิ์ที่จะเลือกเปิดเผยชื่อหรือไม่เปิดเผยชื่อตามความสะดวกของแต่ละท่าน

ผลการวิจัย

ผลที่ได้รับจากการวิจัยเรื่องการจัดการกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยสู่ความยั่งยืนโดยผ่านการสัมภาษณ์ การประมวณข้อคำถามด้วยเดลฟาย และนำกลับไปเก็บข้อมูลอีกครั้งเพื่อถ่วงถ่วง จากนั้นใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในการสรุปผลจึงได้ผลดังนี้

1. ได้ทราบองค์ประกอบและปัจจัยแห่งความสำเร็จของกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยสู่ความยั่งยืน

2. จากการวิเคราะห์ทำให้ได้รูปแบบการจัดการกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยในประเทศไทยที่ดี ชัดเจนและเหมาะสมที่ผู้ปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติงานได้จริง

3. การวิจัยนี้เป็นพื้นฐานสำคัญที่จะช่วยให้เกิดงานวิจัยต่อเนื่องที่จะเป็นประโยชน์ในการขยายผลเพื่อการพัฒนาารูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยสู่ความยั่งยืนในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

มหาวิทยาลัยควรเริ่มด้วยการวางแผนสร้างกิจกรรมให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายของมหาวิทยาลัย การออกแบบกิจกรรมนั้นควรเป็นกิจกรรมที่ทันสมัยสร้างสรรค์เพื่อให้นักศึกษาเข้าร่วมทำกิจกรรมอย่างมีความสุขและเกิดประโยชน์กับสังคม จัดอบรมความรู้เบื้องต้นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับบุคคลากร และความเข้าใจประเด็นปัญหาและนำมาวิเคราะห์ประเด็นเกี่ยวโยงที่ทำให้เกิดผลกระทบในสังคม เพื่อหาทางแก้ไขปัญหาเหล่านั้นผ่านกระบวนการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและความคิดด้วยกิจกรรมที่สร้างสรรค์ไม่เพียงแต่การบริจาคเงิน สิ่งของ และวัสดุ อุปกรณ์ให้กับหน่วยงาน/ชุมชน เท่านั้น มหาวิทยาลัยสามารถสร้างความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัย และชุมชน เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชน ให้ความรู้แก่ชุมชน เมื่อชุมชนอยู่ได้มหาวิทยาลัยก็อยู่ได้เช่นกัน นอกจากนี้มหาวิทยาลัยยังสามารถการจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะกิจในกรณีฉุกเฉิน เพื่อทำการช่วยเหลือชุมชนต้องการความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วนเมื่อเกิดภัยธรรมชาติ หรือเหตุการณ์เร่งด่วนต่างๆ

การวิจัยต่อเนื่องสามารถทำได้ในบริบทของรายละเอียดของแต่ละมหาวิทยาลัยเพราะสภาพแวดล้อมของแต่ละมหาวิทยาลัย วิสัยทัศน์ และปัญหาของมหาวิทยาลัยมีความแตกต่าง ผู้วิจัยแต่ละรายสามารถทำการวิจัยเจาะลึกเฉพาะมหาวิทยาลัยที่ตนเองสังกัดว่ากิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืนสมควรใช้รูปแบบใด ทั้งนี้ต้องขึ้นกับพฤติกรรมของสมาชิกทุกภาคส่วนที่จะเข้าร่วมกิจกรรมและต้องเป็นกิจกรรมที่สร้างสรรค์ที่ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมได้เพื่อให้เกิดความสามัคคีอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

เกษม วัฒนชัย (2552) *มหาวิทยาลัยกับบทบาททางสังคม* ประชุมวิชาการอธิการบดีแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2552

จริยา บรอดเคลแมน (2555) *Internationalization: มหาวิทยาลัยมหิดลกับความรับผิดชอบต่อสังคม* มหิดลสาร 25 กุมภาพันธ์ 2555 ปีที่ 37 ฉบับที่ 2

ชมพู โกติรัมย์ (2554) **มหาวิทยาลัยกับความรับผิดชอบต่อสังคม** บทความพิเศษ: เอ็กซ์-ไซท์ ไทยโพสต์ 28 พฤษภาคม 2554

นันทนา คชเสนี (2011) **การสร้างความร่วมมือทางการศึกษากับอาเซียน “รู้เขา รู้เรา”** สืบค้นเมื่อ 29 พฤษภาคม 2556

http://www.onec.go.th/onec_administrator/uploaded/Newseducation/announce2011/2012-02-21-TransnationalEducationSeminar-file4.pdf

นิด้า USB (2011) **โครงการสร้างจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม NIDA USB (University Social Responsibility)** กองทุนนิด้าพัฒนา กลุ่มงานนิด้าสัมพันธ์ กองงานผู้บริหาร แผนอุดมศึกษา ระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2550

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542

วิจิตร ศรีสอาน (2552) **การพัฒนาศาสตร์แห่งการบูรณาการผ่านเครือข่ายบัณฑิตอุดมคติไทยสู่การตักมลิทางปัญญา: การพัฒนาสังคมไทยผ่านการอุดมศึกษา** สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและสำนักงานมาตรฐานและประเมินผลอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ

สุเมธ แยมุ่น (2559) **มหาวิทยาลัยกับความรับผิดชอบต่อสังคม (University Social Responsibility: USB)** สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาแห่งประเทศไทย (สกอ.)

BIBLIOGRAPHY

Baker, M. (2012) Four Emerging Trends in Corporate Social Responsibility

Enevoldson, Naomi (2013) *What is Social Responsibility? How to Become a Social Entrepreneur?*, Retrieved May 30, 2013 from <http://www.imasocialentrepreneur.com/social-responsibility/>

Gajaseeni, Nantana (2011) *The Various Face of USR in ASEM Countries*, Knowledge Societies: University and Their Social Responsibilities, 2nd Asia-Europe Education Workshop, Innsbruck, Austria.

Gill, Saran Kaur (2011) *Management and Governance Systems to Facilitate Regional Stakeholder Engagement*, AUN USR&S University Social Responsibility and Sustainability, ASEAN University Network

GUNI (2017) *Towards a Social Responsible University: Balancing the Global with the Local*, Global University Network for Innovation (GUNI), Barcelona, Spain

Hohnen, P. (2007) *Corporate Social Responsibility: An Implementation Guide for Business*. International Institute for Sustainable Development, Canada

Kotler, P. and Lee, N. (2011) *Six Options for Doing Good, Corporate Social Responsibility*, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey

Kotler, P.; Hessekiel, D.; Lee, N. (2012) *Good Works!: Marketing and Corporate Initiatives that Build a Better World ...And the Bottom Line*, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey

Shawyun, Teay (2011) *Strategic USR Management Framework*. Knowledge Societies: University and Their Social Responsibilities, Innsbruck, Austria.

Van Loom, P. (2012) *Universities and Their Social Responsibilities*, ASEM Rectors' Conference, The 4th ASEM Meeting of Ministers of Education (ASEMME), Kuala Lumpur, Malaysia

Vasilescu, R.; Barna, C.; Epure, M; & Baicu, C. (2010) *Developing University Social Responsibility: A Model for a Challenges of the New Civil Society*. , Procedia Social and Behavioral Sciences, vol. 2, 2010, pp. 4177-4182.

Welford, Richard (2013) *Corporate Social Responsibility in Europe and Asia: Critical Elements of Best Practice*, Corporate Environment Program, The Centre of Urban Planning and Environmental Management, The University of Hong Kong, Hong Kong.

ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานขององค์การ : กรณีศึกษาสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2
จังหวัดชลบุรี¹

The Effectiveness of the Organizational Work Performance : A Case Study of the
Excise Office Zone 2, Chonburi Province.

ปรีดา บุญภา(Preeda Boonpa)²

รศ.ดร.สุธรรม เลิศพงษ์ประเสริฐ³

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรีและเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับข้าราชการ บุคลากรราชการ ลูกจ้างประจำ และลูกจ้างชั่วคราว ของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี จำนวน 215 คน โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยการหาค่าครอสแท็บ (Crosstabs)

ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000บาทต่อเดือน บุคลากรส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการ และปฏิบัติงานที่สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี เป็นระยะเวลาในการปฏิบัติงานระหว่าง 16-20 ปี ปัจจัยองค์การและการบริหารงานในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านลักษณะของสภาพแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านลักษณะขององค์การ ด้านลักษณะบุคคลในองค์การและด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติงาน ส่วนประสิทธิผลในการปฏิบัติงานขององค์การในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบค่านิยมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการบูรณาการด้านความสามารถในการปรับตัว และด้านการบรรจุเป้าหมาย ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานขององค์การอยู่ในระดับมากที่สุด และปัจจัยองค์การและการบริหารงานด้านลักษณะขององค์การ ด้านลักษณะของ

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์เรื่อง ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานขององค์การ : กรณีศึกษาสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี

² นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก ประจำปีการศึกษา 2560

³ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

สภาพแวดล้อม ด้านลักษณะบุคคลในองค์กร และด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานขององค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด

Abstract

The objectives of this research were to 1) investigate the effectiveness level of the organizational work performance of the employees at the Excise Office Zone 2, Chonburi Province, and 2) analyze the factors related to the effectiveness of the organizational performance of the employees at the Excise Office Zone 2, Chonburi Province. This was a quantitative research. The research instrument was the questionnaire. The samples were two hundred and fifteen staffs at the Excise Office Zone 2, Chonburi Province which consisted of government officers, government employees, permanent employees, and temporary staff. The data received were analyzed by mean, standard deviation, and crosstabs.

The results found that the majority of the respondents were female, age between 31 – 40 years old, married, received Bachelor's Degrees, and earned average monthly income between 15,001 – 20,000 baht. The majority of the respondents worked at the operational level, and had work experiences between 16 – 20 years. The majority of the respondents had the overall organizational and administrative factors at the highest level. Considering each factor from the highest mean to the lowest, the environmental factor received the highest mean. Next on down were: the organizational characteristics, the characteristics of the organizational performance which were found at high level. Considering at each factor, the originality of the value system received the highest mean. Next on down were: integration; adaptation ability; and goal attainment, respectively. In terms of the results of the hypothetical testing, it revealed that the respondents' gender, age, marital status, educational level, average monthly income, work position, and years of work experiences were related to the effectiveness of the organizational performance at the highest level. In addition, in terms of the organizational and performance factors, the result was the factors of the organizational characteristics, environmental characteristics, characteristics of the personnel of the

organization, and administrative and operational policy were related to the effectiveness of the organizational operation at the highest level.

บทนำ

ในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา มีกระแสการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม รวมทั้งการพัฒนาประชาธิปไตยที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนและการพัฒนาในด้านต่างๆ เข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์การเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลให้ประเทศต่างๆ ทั่วโลกต้องตื่นตัว และได้ทุ่มเททรัพยากรเพื่อการปฏิรูปการบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมของตนให้ทันต่อโลกที่ทันสมัย เนื่องจากภาครัฐไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกที่รวดเร็วและมีการแข่งขันสูงขึ้น ผลจากการที่ภาครัฐปรับตัวไม่ทันการณ์ส่งผลให้เกิดภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศตกต่ำ เกิดภาวะหนี้ท่วมหนี้สังคมเสื่อมศรัทธาในภาครัฐ ทั้งในเรื่องการบริหารและการทุจริตประพฤติมิชอบ (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2549: 25)

ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรภาครัฐก็มีความจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนตามยุคตามสมัย มีระบบสารสนเทศที่ทันสมัย เชื่อมต่อการปฏิบัติงาน การดำเนินงานเป็นเลิศ บุคลากรทันสมัยมีคุณภาพเป็นมืออาชีพ รวมทั้งให้ความสำคัญกับความประหยัดและควมมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรที่เป็นมาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับของประชาชน สามารถที่จะใช้วัดผลสำเร็จของการปฏิบัติงานได้อย่างเป็นรูปธรรม (รังสรรค์ ประเสริฐศรี, 2549: 59)

ประสิทธิผลองค์กร (Organization Effectiveness) จะมีได้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขที่ว่า องค์กร สามารถทำประโยชน์จากสภาพแวดล้อมจนบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ แต่สิ่งสำคัญที่สุดที่อยู่เบื้องหลังควบคู่กับประสิทธิผลคือ ความมีประสิทธิภาพ ซึ่งหมายถึงการมีสมรรถนะสูง สามารถมีระบบการทำงานที่ก่อให้เกิดผลได้สูง โดยได้ผลผลิตที่มีมูลค่าสูงกว่ามูลค่าทรัพยากรที่ใช้ไป ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ ลักษณะขององค์กร ลักษณะของสภาพแวดล้อม ลักษณะของบุคลากรภายในองค์กร นโยบายการบริหารและการปฏิบัติงาน ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จะเป็นตัวแปรที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อองค์กรที่จะทำให้ องค์กรบรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี มีบทบาทภาระหน้าที่ความรับผิดชอบในการจัดทำแผน ปฏิบัติการด้านการจัดเก็บภาษี การตรวจสอบ การป้องกันและปราบปราม และการประเมินผลการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาค สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่และสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่สาขา นอกจากนี้ยังจะต้องกำกับดูแลติดตาม ตรวจสอบ และสนับสนุน

การปฏิบัติงานของ สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่และพื้นที่สาขาให้เป็นไปตามนโยบาย แผนงาน และ เป้าหมายที่กำหนด ตลอดจนให้การสนับสนุนช่วยเหลือทางด้านวิชาการ ด้านกฎหมาย ด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศแก่ สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่และสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่สาขา รวมทั้ง ดำเนินการที่เกี่ยวกับงาน ด้านการบริหารงานบุคคล การเงิน การบัญชี งบประมาณ พัสดุ ครุภัณฑ์ อาคารสถานที่และยานพาหนะ ตลอดจนเป็นศูนย์ข้อมูลและประมวลผลการจัดเก็บภาษีที่กรม สรรพสามิต จัดเก็บของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่และพื้นที่สาขา รวมทั้งการตรวจสอบภาษีตาม กฎหมายว่าด้วยภาษีสรรพสามิต กฎหมายว่าด้วยพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิตด้วยระบบการ ตรวจสอบหลักฐานทางบัญชีและประเมินเรียกเก็บภาษี และการตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมาย ว่าด้วยสุรา ยาสูบและไฟ รวมทั้งการรณรงค์การประสานงานปฏิบัติงานร่วม หรือสนับสนุนการ ปฏิบัติงานกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันกรมสรรพสามิตต้องเผชิญกับความท้าทายอยู่ตลอดเวลา ทั้ง ความผันผวนทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยีที่ก้าวไกล เสถียรภาพทางการเมือง ภัยธรรมชาติ รวมถึง ภารกิจจัดเก็บภาษีที่เพิ่มสูงขึ้นทุกปี สำนักงานสรรพสามิตภาคจึงต้องปรับแผนการทำงานภายใต้ กรอบวิสัยทัศน์ที่ได้กำหนดไว้ผ่านยุทธศาสตร์การทำงานเน้น 1) เพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี เพื่อส่งเสริมฐานะทางการคลังอย่างยั่งยืน 2) เสริมสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจสังคม สิ่งแวดล้อม และพลังงาน 3) ผลักดันมาตรฐานบริการสู่ความเป็นเลิศระดับสากล และ 4) บริหารงานแบบองค์กร พลวัตโดยยึดหลักธรรมาภิบาล

ด้วยเหตุนี้สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี จึงได้มีการปรับบทบาทภารกิจ และโครงสร้างส่วนราชการในสังกัดมีการปรับปรุงเพื่อให้เหมาะสม สอดคล้องกับบทบาทและภารกิจ ที่ได้เปลี่ยนแปลงไป มีการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาระบบบริหารงานจัดเก็บรายได้ โดย มุ่งเน้นการจัดเก็บภาษีเพื่อเสริมการคลังที่ยั่งยืน สร้างความเป็นธรรมและความพึงพอใจกับ ผู้รับบริการและบริหารจัดการองค์กรให้มีมาตรฐานและทันสมัยตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อเร่งรัด พัฒนาระบบบริหารงานจัดเก็บภาษีให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และบรรลุตามเป้าหมาย โดยการ ปรับปรุงโครงสร้างภายในองค์กร การกระจายอำนาจ การพัฒนาระบบการจัดเก็บภาษี ระบบควบคุม และระบบตรวจสอบ สินค้าที่อยู่ในความรับผิดชอบให้รัดกุม และมีประสิทธิภาพ รวมถึงการป้องกัน และปราบปรามผู้กระทำผิดกฎหมายสรรพสามิตอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเป็นธรรม ให้แก่ผู้เสียภาษีโดยสุจริต ปรับปรุงระบบการให้บริการ และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เสียภาษี ตลอดจนส่งเสริมให้บุคลากรมีการพัฒนาองค์ความรู้ความสามารถ และศักยภาพอย่างต่อเนื่อง โดยการเสริมสร้างให้เกิดบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ตลอดเวลาภายในองค์กร เพื่อพัฒนาบุคลากร

ให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ รวมถึงรองรับยุทธศาสตร์ในการสร้างความยั่งยืนทางการคลัง และปรับระบบบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และในการปฏิบัติงานให้กับองค์กร เพื่อเป็นการตอบโจทย์สำคัญในภารกิจหลักของกรมสรรพสามิตในการจัดหารายได้ให้แก่รัฐบาลเพื่อนำไปใช้จ่ายบริหารประเทศได้อย่างเพียงพอและยั่งยืน รวมถึงต้องมีการพัฒนารูปแบบการทำงานโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยได้มาตรฐาน อำนวยความสะดวกต่อผู้เสียภาษี และสร้างความเป็นธรรมแก่ผู้เสียภาษีทุกคน นอกจากนี้การวางระบบการบริหารการจัดเก็บภาษีที่ดีย่อมเป็นหนทางที่จะดึง ผู้เสียภาษีที่อยู่นอกระบบให้เข้ามาในระบบมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการสร้างฐานภาษีที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะในการสร้างงานและการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิผลนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบที่ดี ได้แก่ การจัดรูปงาน การจัดองค์ประกอบ การจัดบริบท และการจัดการกระบวนการ (บุญคลี ปลั่งศิริ, 2548: 113-114) นอกจากนี้การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิผลมักจะมีคุณลักษณะที่ตรงกัน ได้แก่ การให้ความสำคัญในภาระในการทำงาน การได้ใช้ทักษะและความสามารถหลากหลาย การได้ทำงานที่มีลักษณะอันเป็นภาพรวมที่ใช้ทุกชั้นตอนในตัวเอง การมีโอกาสทำงานที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อคนส่วนใหญ่ ต้องมีบุคคลซึ่งมีความเชี่ยวชาญทางด้านเทคนิค ตลอดจนทักษะอื่นๆ เช่น การแก้ไขปัญหาในการตัดสินใจ มีความเปิดเผยตรงไปตรงมา มีทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีคุณลักษณะเข้ากับคนอื่น ๆ ได้ง่าย องค์กรต้องมีทรัพยากรที่เพียงพอต่อการทำงาน มีผู้นำที่ดี มีระบบการประเมินผลงาน และการให้ผลตอบแทนอย่างยุติธรรม และประการสุดท้ายคือ จะต้องมีการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิผลโดยจะต้องยึดมั่นต่อวัตถุประสงค์ จึงถือได้ว่ามีประสิทธิผล มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี เนื่องจากการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิผล คือ ตัวการที่จะเป็นเครื่องตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าการบริหารและองค์กรจะประสบความสำเร็จหรือไม่เพียงใด ซึ่งการบริหารจัดการที่ดีคือ การดูแลความสามารถในการจัดการ การใช้ทรัพยากรที่หามาได้ให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ และสามารถรักษาระดับการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิผลไว้ได้ ซึ่งปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางถึงแนวคิดเรื่องประสิทธิผลคือ ตัวการประสบปัญหาในด้านนโยบายตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่า การบริหารองค์กรจะไม่ชัดเจน การสั่งการที่ซ้ำซ้อน ส่งผลให้บุคลากรปฏิบัติงานค่อนข้างล่าช้ากว่ากำหนด ซึ่งการส่งเสริมให้บุคลากรมีการพัฒนาองค์ความรู้ ความสามารถและศักยภาพอย่างต่อเนื่อง โดยการเสริมสร้างให้เกิดบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ตลอดเวลารายในองค์กร เพื่อพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมใหม่ๆ รวมถึงรองรับยุทธศาสตร์ในการสร้างความ

ยั่งยืนและปรับระบบบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ มีความทันสมัยและโปร่งใสในการปฏิบัติงาน จึงเป็นเรื่องสำคัญในการปฏิบัติงานของบุคลากรให้ทันตามนโยบายการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี (Good Governance)

ดังนั้น บทบาทภาระหน้าที่ในการพัฒนาคุณภาพด้านต่าง ๆ ของหน่วยงานทั้งทางตรงและทางอ้อมของสำนักงานสรรพสามิตภาค 2 ยังส่งผลต่อผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติหน้าที่ และผู้ที่มาติดต่อราชการ เช่น ประชาชน องค์กร หน่วยงาน หรือบริษัท เป็นต้น เพื่อให้การบริหารจัดการของหน่วยงานให้มีประสิทธิผลมากขึ้น ว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการเพียงใด และเพื่อที่จะได้นำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไขปัญหา และอุปสรรคต่างๆ ในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาค 2 เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานและให้บริการในรูปแบบต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพตอบสนองความต้องการของประชาชนที่มาติดต่อราชการได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลจากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ในฐานะผู้ศึกษาอยู่ในองค์การนี้และปฏิบัติงานภายในสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี จึงสนใจศึกษาประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี

วิธีดำเนินการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้จะดำเนินการภายใต้ขอบเขตของการวิจัยในแต่ละด้าน ซึ่งประกอบไปด้วย 3 ส่วน ดังนี้

1. **ด้านเนื้อหา** การศึกษาครั้งนี้ จะมุ่งศึกษาประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี ซึ่งมีรายละเอียดของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังนี้

ตัวแปรต้น

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

- เพศ

- อายุ

- สถานภาพ
- ระดับการศึกษา
- รายได้ต่อเดือน
- ตำแหน่งงาน
- ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

2) ปัจจัยองค์การและการบริหารงาน ผู้ศึกษานำแนวคิดของ Steers (1977: 5-7) ได้เสนอ 4 ตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การ มากำหนดตัวแปรต้น ได้แก่

- ด้านลักษณะขององค์การ
- ด้านลักษณะของสภาพแวดล้อม
- ด้านลักษณะบุคคลในองค์การ
- ด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติงาน

ตัวแปรตาม ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดของ Steers (1977 อ้างถึงใน สุทธิติ ชัตติยะ, 2545: 25-34) ได้เสนอแนวคิดการวัดประสิทธิผลจากหน้าที่หลัก 4 ด้าน มากำหนดตัวแปรตาม ได้แก่ ด้านความสามารถในการปรับตัว ด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านการบูรณาการ ด้านการคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบค่านิยม

2.ด้านประชากร ศึกษาบุคลากรที่เป็นข้าราชการ บุคลากรราชการ ลูกจ้างประจำและลูกจ้างชั่วคราว ของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี จำนวน 215 คน และปฏิบัติงานที่สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี ตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป

3.ด้านพื้นที่ศึกษา ศึกษาพื้นที่สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ชลบุรี 1 และสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ชลบุรี 2

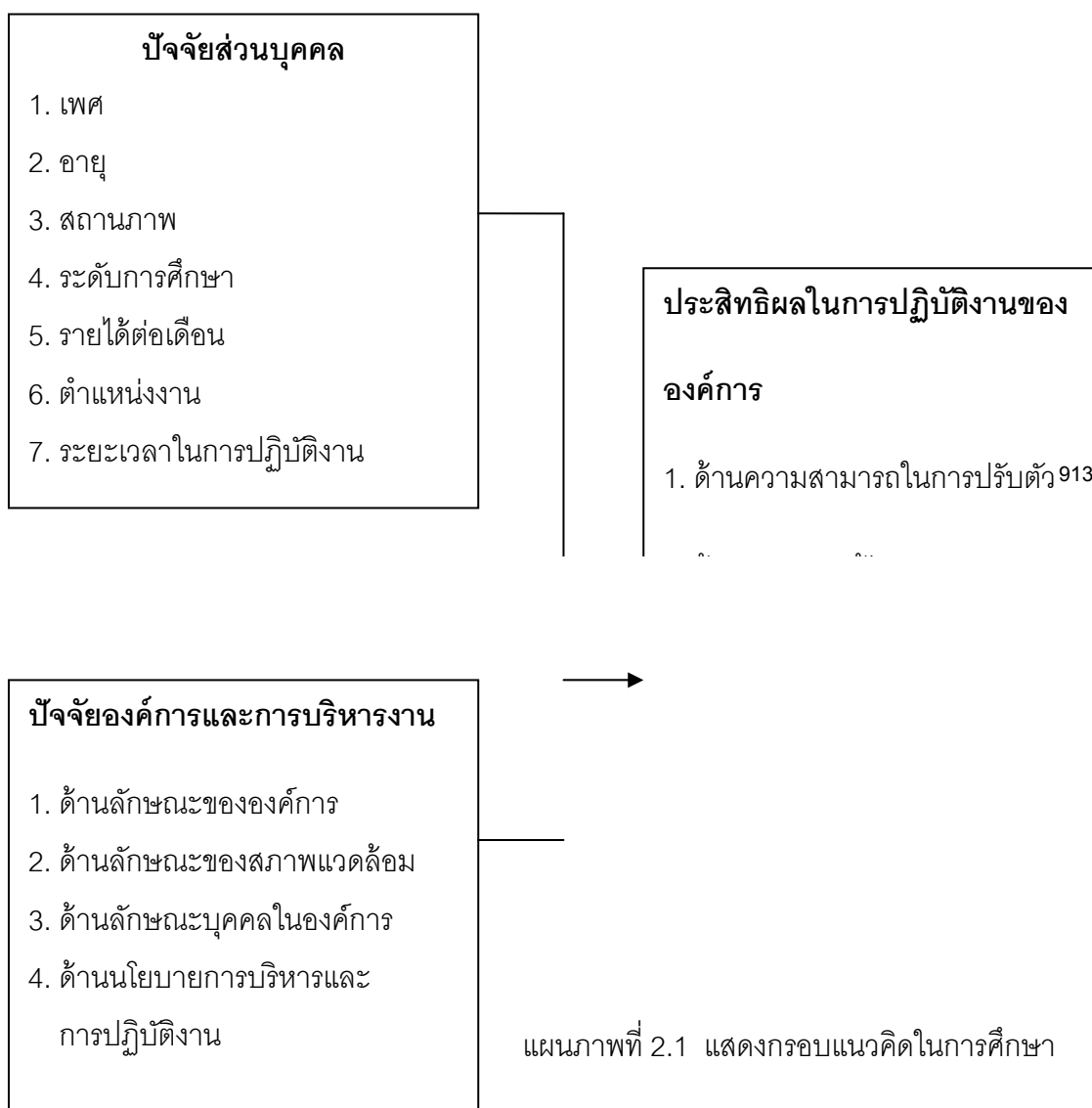
4. ด้านระยะเวลาในการทำการศึกษา การศึกษานี้ใช้เวลาในการดำเนินการศึกษา ระหว่างเดือนพฤษภาคม-สิงหาคม 2559

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.สามารถนำผลการศึกษาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานของบุคลากรให้มีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น
- 2.นำผลวิจัยมาเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการบริหาร และประเมินประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรได้อย่างถูกต้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานขององค์การ: กรณีศึกษา สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี ผู้ศึกษานำแนวคิดของ Steers (1977: 5-7) ได้เสนอ 4 ตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพขององค์การ ได้แก่ ด้านลักษณะขององค์การ ด้านลักษณะของสภาพแวดล้อม ด้านลักษณะบุคคลในองค์การ และด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติงาน มากำหนดตัวแปรต้นส่วนตัวแปรตาม ผู้ศึกษานำแนวคิดของ Steers (1977 อ้างถึงใน สุทธิชาติติยะ, 2545: 25-34) ได้เสนอแนวคิดการวัดประสิทธิภาพจากหน้าที่หลัก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความสามารถในการปรับตัว ด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านการบูรณาการ ด้านการคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบค่านิยม มากำหนดตัวแปรตาม สามารถแสดงเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้



แผนภาพที่ 2.1 แสดงกรอบแนวคิดในการศึกษา

สมมติฐานการศึกษา

ผู้ศึกษากำหนดสมมติฐานในการศึกษาดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย

1.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี

1.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี

1.3 สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี

1.4 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี

1.5 รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี

1.6 ตำแหน่งงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี

1.7 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยองค์การและการบริหารงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย

2.1 ด้านลักษณะขององค์การ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี

2.2 ด้านลักษณะของสภาพแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี

2.3 ด้านลักษณะบุคคลในองค์การ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี

2.4 ด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี

ผลการศึกษา

สรุปผล

ปัจจัยส่วนบุคคล ของบุคลากรสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี พบว่า บุคลากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน บุคลากรส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการ และปฏิบัติงานที่สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี เป็นระยะเวลาในการปฏิบัติงานระหว่าง 16-20 ปี

ปัจจัยองค์การและการบริหารงาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยองค์การและการบริหารงานในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านลักษณะของสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านลักษณะขององค์การ ด้านลักษณะบุคคลในองค์การ และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติงาน ซึ่งทั้ง 4 ด้าน มีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านลักษณะของสภาพแวดล้อม พบว่า องค์การมีมาตรการและระเบียบที่ชัดเจนในการจัดการสภาพแวดล้อมการทำงานเพื่อป้องกันอุบัติเหตุ รองลงมาคือ องค์การมีการประเมินสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนจากสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย และลำดับสุดท้ายคือ องค์การมีการจัดพื้นที่ในการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม

2. ด้านลักษณะขององค์การ พบว่า องค์การมีการกำหนดลักษณะงานและมีการแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบไว้อย่างเป็นระบบและชัดเจน รองลงมาคือ องค์การมีระบบเทคโนโลยี

สารสนเทศที่มีความทันสมัยเพียงพอ และมีประสิทธิภาพ และลำดับสุดท้ายคือ องค์การมีการจัดทำคู่มือการใช้ระบบสารสนเทศที่ถูกต้อง ที่ชัดเจน เข้าใจง่าย ว่าเป็นแนวทางการในการปฏิบัติงาน

3. ด้านลักษณะบุคคลในองค์การ พบว่า องค์การมีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร และความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับองค์การอยู่เสมอ รองลงมาคือ องค์การมีการสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรและทำนุรัฐภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์การ โดยไม่คิดเปลี่ยนแปลง หรือโยกย้ายไปที่อื่น และลำดับสุดท้ายคือ องค์การปฏิบัติงานโดยยึดเป้าหมายเป็นหลัก

4. ด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติงาน พบว่า องค์การมีการกำหนดนโยบายด้านการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรไว้อย่างเหมาะสม รองลงมาคือ องค์การมีการกำหนดนโยบายการจัดหาทรัพยากร และการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ไว้อย่างชัดเจน และลำดับสุดท้ายคือ องค์การมีนโยบายในการส่งเสริมให้บุคลากรมีการริเริ่มสิ่งใหม่ในการปฏิบัติงาน

ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านการคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบค่านิยม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการบูรณาการ ด้านความสามารถในการปรับตัวและค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านการบรรลุเป้าหมาย ซึ่งทั้ง 4 ด้าน มีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านการคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบค่านิยม พบว่า องค์การสามารถสร้างความมั่นคงในการดำเนินชีวิตให้แก่ท่านและครอบครัว รองลงมาคือองค์การปฏิบัติงานด้วยความภาคภูมิใจในค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์การ และลำดับสุดท้ายคือ องค์การให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลต่าง ๆ แก่ประชาชน เพื่อความโปร่งใส และตรวจสอบได้

2. ด้านการบูรณาการ พบว่า องค์การเปิดโอกาสให้บุคลากรได้ปฏิบัติงานร่วมกันอยู่เสมอ รองลงมาคือ องค์การดูแลให้ความช่วยเหลือและเอาใจใส่ซึ่งกันและกันในระหว่างการทำงาน และลำดับสุดท้ายคือ ผู้บริหารให้ความสำคัญกับตนเองกับบุคลากรในองค์การ

3. ด้านความสามารถในการปรับตัว พบว่า องค์การพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและวิธีการปฏิบัติงาน เพื่อขจัดความขัดแย้งในการทำงาน และองค์การสามารถปรับตัวได้กับภาระงานที่เพิ่มขึ้นจากการเจริญเติบโตขององค์การ รองลงมาคือ องค์การมีการนำเทคโนโลยีและวิทยาการใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการปฏิบัติงาน และบุคลากรสามารถเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว และลำดับสุดท้ายคือองค์การสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติงานให้เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

4. ด้านการบรรลุเป้าหมาย พบว่า องค์การสามารถจัดหาทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานได้อย่างครบถ้วนเพียงพอและเกิดประสิทธิภาพ รองลงมาคือ องค์การสามารถปฏิบัติงานที่อยู่ในความดูแลรับผิดชอบให้แล้วเสร็จภายในกำหนดเวลาเสมอ และลำดับสุดท้ายคือ องค์การปฏิบัติงานโดยยึดเป้าหมายและวัตถุประสงค์เป็นหลัก

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยองค์การและการบริหารงาน ได้แก่ ด้านลักษณะขององค์การ ด้านลักษณะของสภาพแวดล้อม ด้านลักษณะบุคคลในองค์การ และด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานขององค์การ : กรณีศึกษา สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และผลการศึกษปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าบุคลากรสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาทต่อเดือน มีตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการ และระยะเวลาในการปฏิบัติงานระหว่าง 16-20 ปี ทั้งนี้เพราะบุคลากรสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีตำแหน่งงานในระดับปฏิบัติการ ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบงานในสำนักงาน อาทิ งานบุคคล งานบัญชีและงบประมาณ งานพัสดุครุภัณฑ์ เป็นต้น ตลอดจน

บุคลากรสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี และปฏิบัติงานที่สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี มาแล้วเป็นเวลา 16 ปีขึ้นไป สอดคล้องกับการศึกษาของจำปา ไชแสง (2550) พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และรายได้พิเศษต่อเดือน ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานควบคุมของ เจ้าพนักงานเรือนจำกลางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ปัจจัยองค์การและการบริหารงาน

การศึกษาปัจจัยองค์การและการบริหารงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรีประกอบด้วยปัจจัย 4 ด้านคือ 1) ด้านลักษณะขององค์การ 2) ด้านลักษณะของสภาพแวดล้อม 3) ด้านลักษณะบุคคลในองค์การ และ 4) ด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติงาน ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรมีความคิดเห็นต่อปัจจัยองค์การและการบริหารงานในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อแยกพิจารณาปัจจัยองค์การและการบริหารงานทั้ง 4 ด้าน พบว่าด้านลักษณะของสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านลักษณะขององค์การ ด้านลักษณะบุคคลในองค์การ และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติงาน โดยในแต่ละด้านของปัจจัยองค์การและการบริหารงานมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดและระดับมากที่สุด จากผลการศึกษาสามารถอภิปรายผลในแต่ละด้านจากค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดได้ตามลำดับดังนี้

1. ด้านลักษณะของสภาพแวดล้อม พบว่า ปัจจัยองค์การและการบริหารงาน ด้านลักษณะของสภาพแวดล้อม ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรีมีมาตรการและระเบียบในการจัดการสภาพแวดล้อมการทำงานเพื่อป้องกันอุบัติเหตุ โดยมีการจัดระบบแสงสว่างภายในสถานที่ทำงานได้อย่างถูกต้องตามหลักความปลอดภัย ตลอดจนมีการประเมินสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนจากสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินงาน โดยมีสำรองไฟฟ้าเมื่อเกิดไฟฟ้าดับกะทันหัน เพื่อป้องกันข้อมูลสำคัญสูญหาย สำหรับพื้นที่บริเวณสำนักงานและภายในสถานที่ทำงานสะอาดและร่มรื่น ทั้งนี้เนื่องจากมีพนักงานทำความสะอาดบริเวณพื้นที่ที่รับผิดชอบอยู่เสมอ บริเวณสำนักงานมีต้นไม้ดอกไม้หลากหลายชนิด ทำให้บริเวณสำนักงานร่มรื่น มีความเหมาะสมเป็นสถานที่ปฏิบัติงาน สอดคล้องกับการศึกษาของอัญชญา สุริยานนท์ (2550) พบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมการทำงานมีผลต่อประสิทธิผล

การทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาภาค นครหลวง 4

2. ด้านลักษณะขององค์กร พบว่า ปัจจัยองค์กรและการบริหารงาน ด้านลักษณะขององค์กร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรีให้ความสำคัญในการกำหนดลักษณะงานและการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบไว้อย่างเป็นระบบและชัดเจน ทำให้บุคลากรเข้าใจถึงลักษณะงานและหน้าที่ความรับผิดชอบที่ตนเองต้องปฏิบัติ อาทิ หน้าที่และความรับผิดชอบในการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการจัดเก็บภาษี การตรวจสอบ การป้องกันและปราบปราม และการประเมินผลการปฏิบัติงาน เป็นต้น อีกทั้งองค์กรมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ เพราะถือว่าองค์กรเป็นศูนย์ข้อมูลและประมวลผลการจัดเก็บภาษี ซึ่งมีระบบการตรวจสอบหลักฐานทางบัญชีและประเมินเรียกเก็บภาษีที่ทันสมัย ตลอดจนองค์กรมีบุคลากรที่เพียงพอเหมาะสมกับลักษณะงานและปริมาณงาน อีกทั้งมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงานให้กับผู้ปฏิบัติงาน โดยเชิญผู้ที่มีความรู้และมีประสบการณ์ทางด้านภาษีมาถ่ายทอดให้บุคลากร สอดคล้องกับแนวคิดของ Weber (1947 อ้างถึงใน ดำรง วัฒนา, 2547: 7) กล่าวว่า คุณลักษณะขององค์กรแบบระบบราชการมีการแบ่งงานกันทำ โดยกำหนดขั้นตอนของงานอย่างละเอียดและเข้าใจง่าย เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่น รวมทั้งมีกฎระเบียบข้อบังคับ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงาน ตลอดจนผู้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับในฐานะคนจากหน่วยงานอื่น หัวหน้า ประชาชนที่มาติดต่อ หรือลูกค้าขององค์กรได้เข้าใจบทบาท ภาระหน้าที่ และสามารถคาดหวังผลงานจากผู้ปฏิบัติงานได้

3. ด้านลักษณะบุคคลในองค์กร พบว่า ปัจจัยองค์กรและการบริหารงาน ด้านลักษณะบุคคลในองค์กร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรีมีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับองค์กร โดยได้รับข้อมูลข่าวสารจากการพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา และพูดคุยกันอย่างไม่เปิดเผยในประชุม ข้อมูลที่บุคลากรได้รับล้วนถูกต้องไม่มีการบิดเบือนไปจากข้อเท็จจริงความเคลื่อนไหวหรือความเป็นไปต่าง ๆ ของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี บุคลากรรับรู้ได้จากการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ วารสาร และบอร์ดประชาสัมพันธ์ สำหรับการสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรให้มีความรู้สึกภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร โดยไม่คิดเปลี่ยนแปลงหรือโยกย้ายไปที่อื่น สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรีจะประเมินผลการปฏิบัติงานให้กับบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้วยความขยันขันแข็งและปฏิบัติงานเต็มที่ ซึ่งจะได้รับผลตอบแทนจากการพิจารณาเลื่อนขั้นเงินเดือน ตลอดจนบุคลากรจะได้รับสวัสดิการต่าง ๆ อาทิ

ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พัก เป็นต้น นอกจากนี้ สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรีมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ในการปฏิบัติงานไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้บุคลากรปฏิบัติหน้าที่ได้เต็มความสามารถ อันจะส่งผลให้องค์การประสบผลสำเร็จได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Steers (1977) กล่าวว่า ปัจจัยลักษณะของบุคคลในองค์การเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การ ทั้งนี้เกิดจากความปรารถนาของบุคคลในการปฏิบัติงาน เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายขององค์การ

4. ด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติงาน พบว่า ปัจจัยองค์การและการบริหารงาน ด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน ทั้งนี้เป็นเพราะสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรีมีการกำหนดนโยบายการบริหารและการปฏิบัติงานไว้อย่างชัดเจน ทำให้บุคลากรทราบถึงนโยบายและแผนงานต่างๆ ได้เป็นอย่างดีและทราบกันอย่างทั่วถึง อาทิ นโยบายด้านการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากร นโยบายการจัดหาทรัพยากรและการใช้ทรัพยากร นโยบายการพัฒนาสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน นโยบายและแผนงานเพื่อรองรับกับสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นต้น ตลอดจนสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรียังให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาระบบสารสนเทศให้สามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี เพราะถือว่าเป็นระบบที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับบุคลากรในการปฏิบัติงานอันจะส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์การ สอดคล้องกับการศึกษาของนงมล มหาวรรณ(2550) พบว่า ปัจจัยด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การของเทศบาลตำบลต้นเปา จังหวัดเชียงใหม่

ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี

การศึกษาประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วยปัจจัย 4 ด้าน คือ 1) ด้านความสามารถในการปรับตัว 2) ด้านการบรรลุเป้าหมาย 3) ด้านการบูรณาการ และ 4) ด้านการคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบค่านิยม ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อแยกพิจารณาประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี ทั้ง 4 ด้าน พบว่า ด้านการคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบค่านิยม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการบูรณาการ ด้านความสามารถในการปรับตัว และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการบรรลุเป้าหมาย โดยในแต่ละด้านของประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี มีระดับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมากที่สุดและ

ระดับมาก จากผลการศึกษานี้สามารถอภิปรายผลในแต่ละด้านจากค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาค่าเฉลี่ย
น้อยที่สุดได้ตามลำดับดังนี้

1. ด้านการคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบค่านิยม พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน
ของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี ด้านการคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบค่านิยม
ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรีเป็น
องค์กรที่มั่นคงและมีวัฒนธรรมองค์กรที่ควรส่งเสริมและรักษาไว้ โดยบุคลากรให้บริการแก่
ประชาชนผู้รับบริการอย่างเสมอภาค ตลอดจนปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตลอดจน
บุคลากรมีความภาคภูมิใจในค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรและมีความรู้สึกมั่นคงในการดำเนิน
ชีวิต สอดคล้องกับแนวคิดของ Steers (1977 อ้างถึงใน สุทธิติ ชัตติยะ, 2545: 25-34) กล่าวว่า การ
คงสภาพความสมบูรณ์ของระบบค่านิยมเป็นการดำรงรักษาระดับค่านิยมขององค์กร ซึ่งได้แก่
ความภักดี ศูนย์กลางความสนใจในชีวิต แรงจูงใจและเอกลักษณ์

2. ด้านการบูรณาการ พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิต
ภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี ด้านการบูรณาการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะสำนักงาน
สรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรีเปิดโอกาสให้บุคลากรได้ปฏิบัติงานร่วมกัน ให้ความช่วยเหลือ
และเอาใจใส่ต่อกัน ตลอดจนบุคลากรรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน นอกจากนี้สำนักงาน
สรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรียังให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันของบุคลากร
ในองค์กร โดยให้บุคลากรเข้าร่วมกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์ร่วมกัน เพื่อให้บุคลากรทุกระดับ
ในองค์กรมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับแนวคิดของยุทธนา ทาทายู
(2543: 19) กล่าวว่า ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมงานเป็นการติดต่อระหว่างผู้ร่วมงานด้วยกัน ทั้งที่
เป็นส่วนตัวและที่เกี่ยวข้องกับงานทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วม
ใจกันในการทำกิจกรรมร่วมกันให้บรรลุเป้าหมาย

3. ด้านความสามารถในการปรับตัว พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของสำนักงาน
สรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี ด้านความสามารถในการปรับตัว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก
ทั้งนี้เป็นเพราะสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรีให้ความสำคัญในการขจัดความขัดแย้ง

ในการทำงาน โดยส่งเสริมและสนับสนุนงบประมาณในการจัดกิจกรรมพัฒนาบุคลากร เพื่อเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกคนเข้าร่วมกิจกรรม กิจกรรมจะมุ่งเน้นให้บุคลากรทำงานเป็นทีม การมีน้ำใจ เอื้อเฟื้อและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและลดความขัดแย้งในการทำงาน นอกจากนี้สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรียังให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์การ และส่งเสริมให้บุคลากรเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อให้บุคลากรเกิดองค์ความรู้ใหม่และประสบการณ์ เพื่อปรับตัวกับภาระงานที่เพิ่มขึ้นและสามารถใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับแนวคิดของ Price (1968) กล่าวว่า ปัจจัยความสามารถในการปรับตัว เป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นสาเหตุของความแตกต่างในประสิทธิผลขององค์การ นั่นคือความมากน้อยขององค์การที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Mott (1972 อ้างถึงใน ภัทรภร เนียมแดง, 2552: 26) กล่าวว่า ความสามารถในการปรับตัว ถือเป็นปัจจัยทางด้านประสิทธิผลขององค์การ

4. ด้านการบรรลุเป้าหมาย พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี ด้านการบรรลุเป้าหมาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรีมีทรัพยากรในการดำเนินงานอย่างเพียงพอ อาทิ เครื่องถ่ายภาพเอกสาร เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องฟรึ้นเตอร์ เครื่องสแกนเนอร์ เครื่องพิมพ์ดีด เครื่องแฟกซ์ เครื่องฉายภาพโปรเจคเตอร์ เป็นต้น ทรัพยากรต่างๆ เหล่านี้ล้วนช่วยอำนวยความสะดวกแก่บุคลากรในการปฏิบัติงานให้สามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จตามระยะเวลาที่กำหนด และเป็นไปตามเป้าหมายขององค์การ สอดคล้องกับแนวคิดของ Steers (1977) กล่าวว่า การบรรลุถึงเป้าหมายให้ได้สูงสุดคือ ความสามารถขององค์การในการได้มาและใช้ประโยชน์ทรัพยากรที่มีจำกัด และมีคุณค่าให้เป็นประโยชน์ที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยคำนึงถึงข้อจำกัดในเรื่อง คน เงิน และเทคโนโลยี

5.2.4 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยองค์การและการบริหารงาน กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยองค์การและการบริหารงาน กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี พบว่า ทั้ง 2 ปัจจัยมีความสัมพันธ์ในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้ศึกษาสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจาก บุคลากรในตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีอายุช่วงระหว่าง 20 ปี จนถึง 60 ปี สถานภาพโสด สมรส หม้าย และหย่าร้าง สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาจนถึงสูงกว่าปริญญาตรี มีรายได้ช่วงระหว่าง 15,001 บาท จนถึง 20,000 บาทต่อเดือน และปฏิบัติงานมาแล้วมากกว่า 15 ปีขึ้นไป ต่างเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับการศึกษาของสิทธิชัย กิจประเสริฐ (2548) พบว่า ปัจจัยด้าน ชัยยศ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และรายได้หรือเงินเดือน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการปฏิบัติราชการของข้าราชการกรมส่งกำลังบำรุงทหารกองบัญชาการทหารสูงสุดในด้านโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านลักษณะของงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับการศึกษาของจำปา ไชแสง (2550) พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และรายได้พิเศษต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานควบคุมของเจ้าพนักงานเรือนจำกลางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยองค์การและการบริหารงานกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยองค์การและการบริหารงานด้านลักษณะขององค์การ ด้านลักษณะของสภาพแวดล้อม ด้านลักษณะบุคคลในองค์การ และด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจาก สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรีมีการบริหารจัดการปัจจัยองค์การและการบริหารงาน

โน้มไปในทิศทางที่ดีหรือเป็นไปตามเป้าหมายที่องค์การตั้งไว้ ก็จะส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับการศึกษาของจำปา ไชแสง (2550) พบว่า ปัจจัยด้านทรัพยากรการบริหารงานเรือนจำทุกด้านมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานควบคุมของเจ้าพนักงานเรือนจำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาประสิทธิผลในการปฏิบัติงานขององค์การ: กรณีศึกษา สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี ผู้ศึกษานำผลการศึกษาในแต่ละด้านมาเป็นประเด็นในการนำเสนอข้อเสนอแนะ จากผลการศึกษา ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

ปัจจัยองค์การและการบริหารงาน

1. ด้านลักษณะขององค์การ สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี มีการกำหนดลักษณะงานและแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบไว้อย่างชัดเจน มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ แต่สำนักงานยังขาดการถ่ายทอดองค์ความรู้ใหม่ๆ (KM) และคู่มือการใช้ระบบสารสนเทศที่ถูกต้อง ดังนั้น สำนักงานควรเชิญให้ผู้ที่มีความรู้มาถ่ายทอดความรู้ใหม่ๆ ให้กับบุคลากร ตลอดจนจัดทำคู่มือการใช้ระบบสารสนเทศที่เข้าใจง่าย ว่าเป็นแนวทางการในการปฏิบัติงาน

2. ด้านลักษณะของสภาพแวดล้อมสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี มีมาตรการและระเบียบที่ชัดเจนในการจัดการสภาพแวดล้อมการทำงาน แต่สภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบของสำนักงานควรมีการปรับปรุงให้ดีขึ้น เพื่อให้มีความเหมาะสมและสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดี ดังนั้น สำนักงานควรปรับปรุงสวนหย่อมและที่นั่งพักผ่อน ที่จอดรถจัดโซนสูบบุหรี่ และบริการน้ำดื่ม เป็นต้น ตลอดจนควรปรับปรุงพื้นที่ในการปฏิบัติงานให้มีความเหมาะสม เพื่ออำนวยความสะดวกให้บุคลากรปฏิบัติงานได้สะดวกและรวดเร็วทันต่อผู้มาใช้บริการ

3. ด้านลักษณะบุคคลในองค์การ สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหวต่าง ๆ เกี่ยวกับองค์การให้กับบุคลากรทราบอยู่เสมอ ตลอดจนมีการสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากร เพื่อป้องกันการโยกย้ายงานไปที่อื่น แต่สำนักงานยังปฏิบัติงานโดยลืมนำเป้าหมายหลักขององค์การและบทบาทหน้าที่ในการปฏิบัติงานของบุคลากร ดังนั้น สำนักงานควรยึดเป้าหมายหลักขององค์การเป็นสำคัญ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติงานที่ตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และการปฏิบัติงานของบุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้เต็มความสามารถและตรงตามหน้าที่ความรับผิดชอบ

4. ด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติงาน สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี มีการกำหนดนโยบายด้านการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากร นโยบายด้านการจัดหาทรัพยากรและการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ นโยบายด้านการพัฒนาสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน และนโยบายการดูแลรักษาระบบสารสนเทศให้สามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี ซึ่งทั้ง 4 นโยบายนี้ สำนักงานมีการนำนโยบายไปปฏิบัติให้เห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม แต่อีก 1 นโยบาย คือ นโยบายส่งเสริมให้บุคลากรมีการริเริ่มสิ่งใหม่ในการปฏิบัติงานนั้น สำนักงานนำนโยบายไปปฏิบัติได้ยังไม่เสร็จสมบูรณ์ ดังนั้น สำนักงานควรนำนโยบายนี้ไปปฏิบัติใหม่อีกครั้ง เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรมีการริเริ่มสิ่งใหม่ในการปฏิบัติงาน เพื่อรองรับกับสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไป

ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี

1. ด้านความสามารถในการปรับตัว สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรีสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและวิธีการปฏิบัติงานเพื่อขจัดความขัดแย้งในการทำงาน ตลอดจนปรับตัวกับภาระงานที่เพิ่มขึ้น แต่สำนักงานยังไม่สามารถปรับเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมในปัจจุบันได้ ดังนั้น สำนักงานควรแต่งตั้งคณะกรรมการมา 1 ชุด มีหน้าที่ในการปรับเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติภายในองค์การ เพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิภาพและให้ทันต่อยุคการเปลี่ยนแปลง

2. ด้านการบรรลุเป้าหมาย สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรีสามารถจัดหาทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานได้อย่างเพียงพอ และสามารถปฏิบัติงานที่อยู่ใน

ความดูแลรับผิดชอบให้แล้วเสร็จภายในกำหนดเวลาเสมอ แต่สำนักงานปฏิบัติงานโดยลืมนเป้าหมายและวัตถุประสงค์หลักขององค์การ ดังนั้น สำนักงานควรยึดเป้าหมายและวัตถุประสงค์หลักขององค์การเป็นสำคัญ เพื่อยึดถือให้การปฏิบัติงานบรรลุเป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์การที่ตั้งไว้

3. ด้านการบูรณาการ สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรีเปิดโอกาสให้บุคลากรได้ปฏิบัติงานร่วมกัน และให้การช่วยเหลือและเอาใจใส่กับบุคลากรระหว่างการปฏิบัติงาน แต่ผู้บริหารของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรียังให้ความสำคัญกับตนเองกับบุคลากรน้อยเกินไป รวมทั้งบุคลากรบางท่านมีความสัมพันธ์ที่ไม่ดีต่อกันในการปฏิบัติงาน ดังนั้น สำนักงานควรจัดสัมมนาออกสถานที่ โดยให้ทำกิจกรรมและทำงานเป็นทีมร่วมกัน เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและบุคลากรทุกระดับ

4. ด้านการคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบค่านิยม สำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรีสามารถสร้างความมั่นคงในการดำเนินชีวิตให้แก่บุคลากรและครอบครัว ตลอดจนบุคลากรปฏิบัติงานด้วยความภาคภูมิใจในค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์การ แต่สำนักงานยังขาดการเปิดเผยข้อมูลต่าง ๆ ให้แก่ประชาชนได้รับทราบ เพื่อความโปร่งใสและตรวจสอบได้ ดังนั้น สำนักงานควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ อาทิ ติดบอร์ดประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบกันทั่วถึง

ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี เช่น สมรรถนะในการปฏิบัติงาน องค์การแห่งการเรียนรู้ ธรรมชาติ และภาวะผู้นำ เป็นต้น

2. ควรศึกษาการบริหารการเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของสำนักงานสรรพสามิตภาคที่ 2 จังหวัดชลบุรี

บรรณานุกรม

- พิทยา บวรวัฒนา. 2530. ประสิทธิภาพของหน่วยงาน ทฤษฎีองค์การสำหรับนักรัฐประศาสนศาสตร์. เอกสารประกอบคำบรรยายวิชาทฤษฎีองค์การ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิภพ ชั่งเงิน. 2547. พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพมหานคร: รวมสาส์น.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. 2549. หลักแนวคิด นโยบาย และทิศทางการบริหารคน.
- กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน สำนักงานนายกรัฐมนตรี.
- สิทธิชัย กิจประเสริฐ. 2548. ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของการปฏิบัติราชการของข้าราชการกรมส่งเสริมการเกษตร กองบัญชาการทหารสูงสุด. ภาคนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยการบริการรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ไธธร บุญเลิศ. 2546. การศึกษาประสิทธิผลของศูนย์อบรมเด็กก่อนเกณฑ์ในวัดจังหวัดบุรีรัมย์. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Price, J.L. 1968. Organizational Effectiveness: An Inventory of Propositions. Illinois: Homewood.
- Reddin, W.J. 1970. Managerial Effectiveness. New York: McGraw-Hill Book.
- Steers, R.M. 1977. Organization Effectiveness: A Behavioral View. Santa Monica, Cliff: Good year Publishing.
- Thompson, Alba G. 1992. Teachers' Beliefs and Conceptions: A Synthesis of the Research. In Handbook of Research on Mathematics Teaching and Learning. A Project of the National Council of Teachers of Mathematics. Grouws, Douglas A., editor. New York: Macmillan.

การพัฒนาแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพบัญชีของนักบัญชีในกรุงเทพฯ และปริมณฑล
A DEVELOPMENT OF PROFESSIONAL APTITUDE TESTS SKILLS FOR
ACCOUNTANTS IN BANGKOK AND PERIMETER

ปัญญาพร ทองเล็ก¹

Pundjaporn Thonglek

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) สร้างแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพบัญชี 2) ตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพบัญชีด้านความตรงและความเที่ยง การวิจัยได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน แบบวัดความถนัดทางวิชาชีพบัญชีที่สร้างขึ้นเป็นแบบทดสอบแบบเลือกตอบ มีตัวเลือก 4 ตัว จำนวน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านทักษะทางปัญญา 9 ข้อ ด้านทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่งาน 9 ข้อ ด้านทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล 8 ข้อ ด้านทักษะการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นและการสื่อสาร 7 ข้อ ด้านทักษะทางองค์การและการจัดการธุรกิจ 9 ข้อ และด้านทักษะทางคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ 8 ข้อ ตรวจสอบคุณภาพความตรงของแบบวัดความถนัดเชิงเนื้อหาทั้งฉบับตามวิธีหาค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา ตรวจสอบคุณภาพด้านความยาก ค่าอำนาจจำแนก และหาความเที่ยงทั้งฉบับ ความตรงเชิงโครงสร้างด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันต้นฉบับสาม

ผลการวิจัยพบว่า

1. แบบวัดความถนัดทางวิชาชีพที่พัฒนาขึ้น 1 ฉบับ จำนวน 50 ข้อ แบ่งเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย ทักษะทางปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่งาน ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ทักษะการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นและการสื่อสาร ทักษะทางองค์การ และการจัดการธุรกิจ และทักษะทางคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ

2. คุณภาพของแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพตามทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม ด้านความตรงเชิงเนื้อหาทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.92 ค่าความยากระหว่าง 0.25-0.80 ค่าอำนาจจำแนกระหว่าง 0.29-0.93 ค่าความเที่ยงทั้งฉบับเท่ากับ 0.80 เมื่อตรวจสอบคุณภาพตามทฤษฎีการตอบสนองข้อสอบ พบว่า แบบวัดความถนัดที่สร้างขึ้นมีคุณภาพเข้าเกณฑ์มาตรฐานพารามิเตอร์อำนาจจำแนก มีค่าระหว่าง 0.51-1.950 พารามิเตอร์ความยากอยู่ระหว่าง -2.07 ถึง 2.00 ความตรงเชิงโครงสร้าง พบว่าโมเดลองค์ประกอบของแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพบัญชีมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($c2 = 2068$; $p = .000$; $df = 1762.70$; $GFI = 0.96$; $AGFI = 0.94$; $CFI = 0.95$; $RMSEA = 0.025$) และสัมประสิทธิ์การสรุปอ้างอิงทั้งฉบับเท่ากับ 0.891

¹นักศึกษาลัทธิสุตรปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

คำสำคัญ : แบบวัดความถนัด วิชาชีพทางบัญชี

Abstract

The objectives of this study were to 1) to measure professional skill test for accountants and 2) to inspect the validity and reliability of the professional skill test. The samples 400 accountants who were responsible for bookkeeping by multi-stage random sampling technique. There were 6 sides of professional skill which were four-option multiple choice questions, Include intellectual skills 9 items, practical academic skills and duties 9 items, personality skills 8 items, interpersonal skills and communication 7 items, organizational and business management skills 9 items, moral skills ethics and professional ethics 8 items. CVI was used to assess the content validity. The item analysis was estimated by classical test theory and item response theory. The construct validity was examined by third-order confirmatory factor analysis.

The results found that

1. Aptitude test professional skills for accountants developed 1 edition 50 items, 6 sides include intellectual skills, practical academic skills and duties, personality skills, interpersonal skills and communication, organizational and business management skills, moral skills ethics and professional ethics.

2. Quality of measure accountant developed the item analysis was estimated by classical test theory. The CVI of the developed professional aptitude. The difficulty of the item (p) was found from 0.25 to 0.80. The discrimination power of the item (r) was found from 0.29 to 0.93. The reliability was found to be 0.80. The item analysis was estimated by item response theory. The quality of aptitude test was standard, consisted of the discrimination parameter that ranged from 0.51 to 1.950. The difficulty parameter that ranged from -2.00 to 2.00. The construct validity of aptitude test for accountants correlated to the empirical data. The index were $\chi^2 = 2068$; $p = .000$; $df = 1762.70$; $GFI = 0.96$; $AGFI = 0.94$; $CFI = 0.95$; $RMSEA = 0.025$

Keywords : Aptitude Tests; Accounting Skills

บทนำ

การพัฒนาคนเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาประเทศ และการศึกษาเป็นตัวนำในการพัฒนาคนให้มีความสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมไทยที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะทางด้านการค้า อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 กำหนดไว้ว่า การจัดการศึกษาเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้และคุณธรรม จริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิตสามารถอยู่ร่วมกับคนอื่นได้อย่างมีความสุข และปรัชญาการศึกษาไทยได้กำหนดลักษณะของคนไทยที่พึงปรารถนาไว้อย่างชัดเจนว่า การจัดการศึกษาไทยต้องจัดให้คนไทยเป็นคนที่มีความรู้ มีคุณธรรม จริยธรรม มีความสามารถทางสังคม และมีความสามารถในการทำงาน

จากความเชื่อที่ว่าบุคคลที่มีความแตกต่างกันย่อมมีความสามารถหรือความถนัดที่แตกต่างกันด้วย ดังนั้น การรู้คุณสมบัติของมนุษย์ด้านความถนัด ย่อมเป็นประโยชน์สูงสุดต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพ และแบบวัดความถนัดจะเกิดประโยชน์สูงสุดได้ ถ้าชุดของแบบวัดนั้นมีความเหมาะสมในบริบทของการจัดการศึกษาในสถาบันการศึกษา บริบทของภาคส่วนอุตสาหกรรม และแบบวัดนั้นจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสมกับเด็กไทยในยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ที่มีการรับข้อมูลข่าวสารที่ต้องเป็นจริง ดังนั้น การจัดการศึกษาที่ดี มีประสิทธิภาพและก้าวทันต่อเทคโนโลยีการเปลี่ยนแปลงไป จะต้องมีการปรับเปลี่ยนระบบให้มีความเป็นจริงและทันสมัยมากยิ่งขึ้น ทั้งในรูปของข้อมูลข่าวสารและวิธีดำเนินการ ซึ่งจากเดิมระบบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จะเป็นแบบคงที่ (Static) ก็ได้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงมาเป็น ระบบข้อมูลแบบเคลื่อนไหว (Dynamic) โดยสร้างและพัฒนาระบบเป็นแบบสารสนเทศบนเว็บ (Web application) และได้รับความนิยมแพร่หลายมากขึ้นเรื่อย ๆ การใช้ระบบสารสนเทศที่ว่ามีประโยชน์มากมายหลายด้านและเหมาะกับเด็กยุคใหม่ในปัจจุบันที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ลดเวลา ลดต้นทุน สามารถเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานได้เป็นอย่างดี (อลงกรณ์ ราชคฤห์, 2554 : 56)

ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ และเป็นสิ่งที่พึงพอใจของลูกค้า นั้น ธุรกิจทุกแห่งต้องอาศัยข้อมูลทางบัญชีเพื่อใช้ในการวางแผนและตัดสินใจ การบัญชี คือ กระบวนการของการระบุ การจดบันทึก การสรุปผลและการรายงานข้อมูลเชิงเศรษฐกิจให้แก่ผู้ตัดสินใจหรือผู้ใช้ข้อมูลนั้น (Horngren, Sundem, Elliott & Philbrick, 2013 : 4) ข้อมูลบัญชีมีความสำคัญสำหรับผู้บริหาร โดยใช้ประเมินสถานะของธุรกิจ ความสามารถในการทำกำไร และความดำรงอยู่ภายใต้ความกดดันและความผันผวนทางเศรษฐกิจของประเทศ สำหรับผู้ใช้ข้อมูลนั้นมีความต้องการข้อมูลที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ มีความเกี่ยวข้องกับปัญหาในการตัดสินใจ และเป็นข้อมูลที่

ทันสมัยนำมาใช้ได้อย่างทันเวลา ดังนั้น นักบัญชีจึงเข้ามามีบทบาทในการจัดทำและนำเสนอข้อมูลให้แก่ผู้ใช้ข้อมูลประเภทต่าง ๆ การบัญชีเป็นเรื่องของการบันทึกเหตุการณ์ทางธุรกิจที่เกิดขึ้นแล้ว และสรุปผลออกมาเป็นรายงานที่เรียกว่า งบการเงิน (Financial Statements) โดยงบการเงินจะต้องสะท้อนข้อเท็จจริงเกี่ยวกับฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานอย่างน่าเชื่อถือ โดยต้องจัดทำขึ้นภายใต้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน

การทำงานในส่วนของงานบัญชี พบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ที่มีหน้าที่จัดทำบัญชี ได้แก่ ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติงานตามกฎหมาย ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจุบัน ไม่มีความรู้ ด้านการจัดทำบัญชี ให้เอกสารข้อมูลประกอบการลงบัญชีแก่ผู้ทำบัญชีไม่ครบถ้วน เก็บรักษาบัญชีและเอกสารประกอบการลงบัญชีไม่เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด ในส่วนปัญหาของผู้ทำบัญชี พบว่าเกิดปัญหาในเรื่อง ขาดความรู้และประสบการณ์ในการจัดทำบัญชี บันทึกรายการในบัญชี ไม่ถูกต้องตามความเป็นจริง และไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชี จัดทำงบการเงินโดยไม่ได้จัดทำบัญชี (กรมการจัดหางาน, 2557 : 24) ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยอื่น ๆ ในประเทศไทย พบว่า แบบวัดความถนัดทางวิชาชีพบัญชียังไม่ปรากฏว่ามีนักวิชาการท่านใดทำ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพบัญชี เพื่อนำไปใช้สำหรับทดสอบนักบัญชี เพื่อให้ได้แบบวัดที่มีคุณภาพทั้งในด้านความเที่ยง (Reliability) มีอำนาจจำแนก (Discrimination) แล้วยังมีการตรวจสอบในด้านความตรง (Validity) ของแบบวัดในเรื่องของความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่าแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพบัญชีที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพดี

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับทักษะทางวิชาชีพสำหรับนักบัญชี

สภาวิชาชีพบัญชีเป็นหน่วยงานกำกับดูแลที่มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิชาชีพบัญชีและเป็นสมาชิกสหพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ (International Federation of Accountants : IFAC) จึงต้องปฏิบัติตามข้อกำหนด เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งคณะกรรมการการศึกษาของสหพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ (IFAC Education Committee) ได้กำหนดมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับนักบัญชี (International Education Standards for Professional Accountants : IESs) จำนวน 8 ฉบับ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาวิชาชีพ ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้กล่าวถึงการพัฒนาความสามารถเชิงสมรรถนะหลักโดยสอดคล้องกับมาตรฐานฉบับที่ 3 เรื่อง ทักษะทางวิชาชีพ โดยมีวัตถุประสงค์

ให้ผู้ประกอบการมั่นใจได้ว่าผู้ที่จะเป็นนักบัญชีที่เป็นสมาชิกของสหพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ ต้องมีส่วนผสมของทักษะด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสมในการทำหน้าที่ในฐานะนักบัญชี และเพื่อให้ นักบัญชีสามารถประกอบอาชีพของตนได้ในฐานะผู้ประกอบการวิชาชีพที่มีความสามารถ ซึ่งปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมที่ซับซ้อนได้

ทักษะทางวิชาชีพบัญชีของนักบัญชี ประกอบด้วย

1. ทักษะทางปัญญา (Intellectual Skills)
2. ทักษะวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน (Technical and Functional Skills)
3. ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล (Personal Skills)
4. ทักษะทางการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร (Interpersonal and Communication Skills)
5. ทักษะด้านการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ (Organization and Business Management Skills) (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2550 : ออนไลน์)

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาแบบวัด

บุญชม ศรีสะอาด (2540 : 52) กล่าวถึงลักษณะการวิจัยเพื่อสร้างแบบวัดจำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ เป็นแบบวัดที่อาศัยการถามตอบของนักเรียน นักศึกษาหรือบุคคลที่จะถูกวัด ส่วนอีกลักษณะหนึ่งจะอาศัยการสังเกตพฤติกรรมทางจริยธรรมของนักเรียน นักศึกษา หรือบุคคลที่จะถูกวัดที่ผู้วิจัยจะเลือกสร้างแบบวัดจริยธรรมในด้านที่ตนสนใจ เช่น จริยธรรมด้านมีวินัย จริยธรรมด้านความรับผิดชอบ จริยธรรมด้านความซื่อสัตย์สุจริต จริยธรรมด้านความเมตตา กรุณา จริยธรรมด้านความไม่ประมาท จริยธรรมด้านความซื่อสัตย์ เป็นต้น แต่ละด้าน จะแบ่งออกเป็นด้านย่อยลงไป เช่น จริยธรรมด้านความรับผิดชอบ ซึ่งประกอบด้วยด้านย่อย 4 ด้าน ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อหน้าที่การงาน ความรับผิดชอบต่อภาระกระทำของตนเอง ความรับผิดชอบต่อตนเองและความรับผิดชอบต่อส่วนรวม จริยธรรมด้านความมีวินัย ประกอบด้วย 6 ลักษณะคือ ความมีเหตุผล ความเชื่อมั่นในตนเอง ความรับผิดชอบ ความตั้งใจจริง ความเป็นผู้นำ ความอดทนวิธีการวัดของแบบวัดจริยธรรมในลักษณะแรกที่เป็นการสร้างแบบวัดที่อาศัยการถามตอบของกลุ่มตัวอย่างนั้น นิยมใช้แบบสอบถามสถานการณ์สมมติให้ผู้สอบพิจารณาแล้วตอบคำถามที่กำหนดให้ทำ การสร้างแบบวัดอาจดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. กำหนดจุดมุ่งหมายในการสร้างแบบวัด
2. ศึกษาทฤษฎี วิธีการ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบวัด
3. วิเคราะห์หัวข้อที่จะวัดและเขียนนิยามดังกล่าว

4. สร้างแบบทดสอบตามนิยามปฏิบัติการและโครงสร้างแบบวัดให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณา แล้วนำข้อที่ผ่านมาพิจารณาพิมพ์เป็นแบบวัด
5. ทดสอบครั้งที่ 1 เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมกับภาษาและเวลาเฉลี่ย
6. วิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนก คัดเลือกคำถามข้อที่เข้าเกณฑ์
7. ทดสอบครั้งที่ 2 เพื่อตรวจสอบคุณภาพรายข้อ วิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง
8. ทดสอบครั้งที่ 3 วิเคราะห์หาความเชื่อมั่น ความเที่ยงตรง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุกัญญา บุญศรี และคนอื่น ๆ (2553) ได้ทำการพัฒนาแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพ วิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ และวิชาชีพครู ที่ใช้ในการสำรวจ คัดกรอง ผู้เรียนที่มีความสามารถ ความถนัด หรือคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในช่วงชั้นที่ 3 เข้าศึกษาต่อในโรงเรียนนาร่องทางวิทยาศาสตร์นวัตกรรมและเทคโนโลยี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มทดลองใช้เครื่องมือ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของภาษาที่ใช้และหาคุณภาพด้านความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบวัดฉบับละ 30 คน และกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลจริง ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 536 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพ จำนวน 5 ฉบับ ได้แก่ แบบวัดความถนัดทางวิทยาศาสตร์ แบบวัดความถนัดทางคณิตศาสตร์ แบบวัดความถนัดทางวิศวกรรมศาสตร์ แบบวัดความถนัดทางสถาปัตยกรรมศาสตร์ และแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพครู ซึ่งคณะผู้วิจัยได้สร้างขึ้น ผลการวิจัยพบว่า 1) ค่าเฉลี่ยของแบบวัดมีค่าเฉลี่ย 19.62 18.03 17.75 21.76 และ 21.40 ตามลำดับ 2) ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .88 .82 .54 .57 และ .61 ตามลำดับ

เจเน (Gene, 1987) ได้ทำการศึกษาแบบวัดความถนัดทางการเรียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (CPAB : Computer Programmer Aptitude Battery) เพื่อพยากรณ์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ภาษาฟอร์แทน (Fortran) กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาที่เรียนภาษาฟอร์แทนของมหาวิทยาลัยคิงส์เบอร์รี่ฟ ในเมืองนิวยอร์ก จำนวน 102 คน โดยใช้แบบทดสอบย่อยทั้ง 5 ฉบับ ได้แก่ แบบทดสอบความถนัดด้านถ้อยคำ (Verbal Meaning) แบบทดสอบความถนัดด้านเหตุผล (Reasoning) แบบทดสอบการเรียงลำดับตัวอักษร (Letter Series) แบบทดสอบความถนัดด้านจำนวน (Number Ability) และแบบทดสอบแผนภาพ (Diagramming) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Analysis) โดยใช้ GPA เป็นตัวเกณฑ์ พบว่า แบบทดสอบที่สามารถพยากรณ์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนได้ดี คือ

แบบทดสอบความถนัดด้านการเรียงลำดับตัวอักษร (Letter Series) แบบทดสอบความถนัดถ้อยคำ (Verbal Meaning) แบบทดสอบความถนัดด้านจำนวน (Number Ability) และแบบทดสอบแผนภาพ (Diagramming) ส่วนแบบทดสอบที่ไม่สามารถพยากรณ์ได้ คือแบบทดสอบความถนัดด้านเหตุผล (Reasoning)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสร้างแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพบัญชี
2. เพื่อตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพบัญชีด้านความตรงและความเที่ยง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากนักบัญชีที่ทำงานในสำนักงานบัญชีที่รับรองคุณภาพโดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักบัญชีที่ขึ้นทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า โดยทำงานในสำนักงานบัญชีที่มีคุณภาพ จำนวน 26,616 คน (www.dbd.go.th)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดขึ้นจากประชากรที่เป็นนักบัญชีที่ทำงานในสำนักงานบัญชี โดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) ตามรายชื่อผู้ประกอบการที่ขึ้นบัญชีไว้ โดยการเปิดตารางสำเร็จรูปของยามาเน (Yamane) ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นการประมาณขนาดตัวอย่างสำหรับการวิจัย โดยใช้หลักเกณฑ์ข้างต้นสามารถกำหนดขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยแบ่งตามเขตและสุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตตามสัดส่วนจนได้ตัวอย่างครบตามจำนวนที่กำหนด

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ขั้นที่ 1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีแบบทดสอบวัดทักษะที่ใช้ในประเทศและต่างประเทศ และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแบบทดสอบวัดทักษะ ตลอดจนงานวิจัยในอดีต

ขั้นที่ 2 ดำเนินการสร้างแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพบัญชี ผู้วิจัยกำหนดให้แบบทดสอบวัดทักษะเป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก โดยแบ่งขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

- 2.1 ศึกษาเอกสาร ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบวัดความถนัด
- 2.2 ผู้วิจัยกำหนดจำนวนข้อสอบในแต่ละด้านของการวัดไว้ไม่เกินด้านละ 10 ข้อ

2.3 สร้างข้อสอบของแบบวัดความถนัด ได้ข้อคำถามของแบบวัดความถนัดทั้ง 6 ด้าน รวม 50 ข้อ

2.4 นำแบบวัดความถนัดที่สร้างเสร็จไปปรึกษาอาจารย์ที่ควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบภาษาและความตรงเชิงเนื้อหาตามนิยามศัพท์

2.5 นำแบบวัดความถนัดไปปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ควบคุมวิทยานิพนธ์

2.6 นำแบบวัดความถนัดที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

2.7 นำผลการตัดสินของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณค่าสัดส่วนความความตรงเชิงเนื้อหา รายข้อ (CVR)

2.8 นำค่า CVR ที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยดัชนีความตรงเชิงเนื้อหาทั้งฉบับ (CVI) ของแบบวัดความถนัดทางวิชาชีวะบัญชี

ขั้นที่ 3 หาคุณภาพของแบบวัดความถนัดทางวิชาชีวะบัญชี ด้วยการนำแบบวัดความถนัดทางวิชาชีวะบัญชีที่สร้างขึ้น ไปทดลองใช้กับนักบัญชีที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง และนำผลมาวิเคราะห์หาคุณภาพเพื่อพิจารณาด้านภาษา หาคุณภาพรายข้อแบบอิงกลุ่ม หาค่าอำนาจจำแนก (r) ค่าความยาก (p) และหาคุณภาพทั้งฉบับ คือ ค่าความเที่ยง (Reliability) ตามทฤษฎีการวัดแบบดั้งเดิม (Classical test theory : CTT) เพื่อปรับปรุงข้อคำถามและตัวเลือก คัดเลือกข้อสอบที่มีคุณภาพ ตามเกณฑ์ $0.20 < p < 0.80$ และ $0.20 < r < 1.00$ (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2556 : 225) และค่าความยาก (b) คัดเลือกข้อสอบที่มีคุณภาพตามเกณฑ์ $0.31 < a < 2.00$ และ $-2.00 < b < 2.00$ (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2556 : 256) ตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ของแบบวัดความถนัดทางวิชาชีวะบัญชี โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสาม (Third Order Confirmatory Factor Analysis) ตรวจสอบความตรงเชิงเกณฑ์สัมพันธ์ (Criterion Validity) และวิเคราะห์ตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบวัดความถนัด ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือของคะแนน (G-Coefficient) ตามทฤษฎีการสรุปอ้างอิงความน่าเชื่อถือของผลการวัด (Generalizability Theory : G-Theory)

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยดังนี้

1. ผลการสร้างและพัฒนาแบบวัดความถนัดทางวิชาชีวะบัญชีที่สร้างขึ้นภายใต้ทฤษฎีของ Thurstone นำมาสร้างเป็นแบบวัดความ 6 ด้าน ได้จำนวนข้อสอบรวม 50 ข้อ โดยมีผล การสร้างและพัฒนา ดังนี้

1.1 ค่าความตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ตรวจสอบได้ค่าดัชนีบ่งชี้ความตรงเชิงเนื้อหาของแบบทดสอบวัดทั้งฉบับเท่ากับ 0.92 เมื่อแยกเป็นฉบับย่อยได้ค่าดัชนีบ่งชี้ความตรงเชิงเนื้อหาตั้งแต่ 0.900-0.924 มีข้อสอบที่มีคุณภาพตามเกณฑ์ จำนวน 120 ข้อ

1.2 ค่าความยากและอำนาจจำแนกตามทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม จากแบบทดสอบ 120 ข้อ ได้ข้อสอบที่มีคุณภาพตามเกณฑ์จำนวน 80 ข้อ มีค่าความยาก ตั้งแต่ 0.25 ถึง 0.80 ค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.29-0.93

1.3 ค่าความเที่ยง คำนวณโดย วิธีของคูเดอร์-ริชาร์ดสัน 20 (KR -20) ได้ค่าความเที่ยงทั้งฉบับเท่ากับ 0.80

2. ผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพสำหรับนักบัญชี โดยนำแบบวัดความถนัดทั้ง 6 ด้าน จำนวน 80 ข้อ ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพ ดังนี้

2.1 ผลการตรวจสอบคุณภาพแบบวัดความถนัดตามทฤษฎีทดสอบการตอบสนองข้อสอบ (IRT) 2 พารามิเตอร์จากข้อสอบ 80 ข้อ พบว่า ได้ข้อสอบที่มีคุณภาพตามเกณฑ์ จำนวน 50 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ อยู่ระหว่าง 0.51 ถึง 1.950 ค่าความยาก อยู่ระหว่าง -2.07 ถึง 2.00

2.2 ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง โดยการนำแบบวัดความถนัด 6 ด้าน มาวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสาม (Third Order Confirmatory Factor Analysis) พบว่า โมเดลองค์ประกอบของแบบทดสอบวัดทั้ง 6 ด้าน มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงสรุปได้ว่าแบบทดสอบวัดได้ตรงตามโครงสร้างของทฤษฎี โดยมีค่าไคสแควร์เท่ากับ 2068 ($p = .000$; $df = 1762.70$) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index : GFI) เท่ากับ 0.96 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index : AGFI) เท่ากับ 0.94 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index : CFI) เท่ากับ 0.95 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation : RMSEA) เท่ากับ 0.025 แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
Relative Chi-Square (χ^2/df)	< 3.00	1.151	ผ่าน
GFI	> 0.90	0.96	ผ่าน
AGFI	> 0.90	0.94	ผ่าน
CFI	> 0.90	0.95	ผ่าน
RMSEA	< 0.05	0.025	ผ่าน

2.3 ผลการวิเคราะห์คุณภาพด้านความเที่ยง (Reliability) วิเคราะห์ข้อมูลภายใต้กรอบทฤษฎีการสรุปอ้างอิงความน่าเชื่อถือของผลการวัด (Generalizability Theory : G-Theory) ด้วยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สรุปอ้างอิง (G-Coefficient) พบว่า สัมประสิทธิ์การสรุปอ้างอิงของแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพบัญชี โดยภาพรวม มีค่าเท่ากับ 0.917

อภิปรายผล

1. ผลการสร้างแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพบัญชี มีประเด็นที่นำมาอภิปราย ดังนี้

1.1 ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา แบบวัดความถนัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นได้ผ่านการตรวจสอบความเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน โดยมีค่าดัชนีความตรงเป็นรายด้านมีค่าตั้งแต่ .904-.920 ทุกด้าน และมีความตรงทั้งฉบับ เท่ากับ .920 แสดงว่าทุกด้านที่นำมาใช้ในแบบวัดความถนัดนี้มีความถูกต้องและเหมาะสมที่จะนำมาใช้วัดความถนัดในวิชาชีพทางบัญชี สอดคล้องกับ เกษม สหราษฎร์พิทย์ (2539 : 138) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ข้อสอบที่มีดัชนีความสอดคล้องน้อยกว่า .500 จะต้องดำเนินการปรับแก้ไขหรือตัดทิ้งไป เพราะถือว่าเป็นข้อสอบที่ขาดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

1.2 ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง แบบวัดความถนัดทางบัญชีเมื่อนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสาม องค์ประกอบในแต่ละด้านของแบบวัดมีความสัมพันธ์กันตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ และมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งมีลักษณะความตรงเชิงโครงสร้างดังที่ วัฒนา โอทาตะวงษ์ (2559 : 253) กล่าวถึงวิธีดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ด้วยการนำแบบวัดมาพิจารณาความมีนัยสำคัญทางสถิติ ตั้งแต่องค์ประกอบอันดับแรกจนถึงอันดับสาม ซึ่งพบว่า โมเดลทุกองค์ประกอบของแบบวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงสรุปได้ว่าแบบวัดความถนัด วัดได้ตรงตามโครงสร้างของทฤษฎี

1.3 ค่าความยากและค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดความถนัด จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความยากของแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพบัญชี มีค่าตั้งแต่ 0.25-0.80 ค่าอำนาจจำแนกมีค่าตั้งแต่ 0.20-0.93 ถือว่ามีคุณภาพเป็นไปตามเกณฑ์ในการเลือกข้อสอบที่มีค่าความยาก 0.20-0.80 และค่าอำนาจจำแนก 0.20 ขึ้นไป (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2556 : 225-227)

1.4 ค่าความเที่ยงของแบบวัดความถนัดวิชาชีพทางบัญชี โดยการหาค่า KR-20 ตามกรอบทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม แบบทดสอบมีค่าความเที่ยงทั้งฉบับ เท่ากับ 0.90 สอดคล้องกับ สดสี สุทธิศักดิ์ (2559 : 144) กล่าวว่า ภาพรวมของแบบวัดมีค่าความเที่ยงหรือความเชื่อมั่น 0.902 แสดงว่าแบบวัดชุดนี้มีค่าความเที่ยงอยู่ในระดับสูงมาก

2. ผลการพัฒนาแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพบัญชี มีประเด็นที่นำมาอภิปราย ดังนี้

2.1 ค่าความยากและอำนาจจำแนกของแบบวัดความถนัดทางวิชาชีวะบัญชี ได้ข้อสอบที่มีคุณภาพตามเกณฑ์ จำนวน 50 ข้อ จากการทดสอบครั้งที่ 1 มีช่วงของการกระจายของค่าความยากและค่าอำนาจจำแนกมาก แสดงว่าแบบวัดความถนัดยังต้องปรับปรุงแก้ไข และจากการทดสอบครั้งที่ 2 ผลการวิเคราะห์มีคุณภาพมากขึ้น ค่าถามมีความชัดเจนและตัวเลือกคำตอบมีประสิทธิภาพดีขึ้นกว่าครั้งแรก แต่ยังมีข้อที่ยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์ จึงปรับปรุงและตัดออกไป เมื่อได้ข้อสอบที่เหมาะสมได้นำไปทดสอบครั้งที่ 3 พบว่ามีค่าความยากและค่าอำนาจจำแนกอยู่ในเกณฑ์ที่ดีทุกข้อ แสดงว่าแบบวัดความถนัดมีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของเกียรติสุดา ไชยสุ (2542 : 26-35) ที่สร้างแบบทดสอบความถนัดทางการเรียน สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 5 ฉบับ ที่ใช้ในการทดสอบครั้งที่ 2 ผ่านการคัดเลือกและปรับปรุงมาแล้วจากการทดสอบครั้งที่ 1 ข้อคำถามมีความชัดเจนไม่กำกวม ตัวลวงมีประสิทธิภาพมากขึ้น ถึงแม้ว่าค่าความยากและค่าอำนาจจำแนกของข้อสอบส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด แต่ยังมีข้อสอบบางข้อยังมีค่าความยากและค่าอำนาจจำแนกไม่อยู่ในเกณฑ์ ดำเนินการสอบด้วยการเขียนตอบในกระดาษที่กำหนด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสาเหตุการสอบไม่มีผลต่อการเรียนของผู้สอบ จึงทำให้ผู้สอบให้ความสำคัญในการสอบค่อนข้างน้อย ไม่ตั้งใจทำแบบทดสอบเท่าที่ควร หลังจากการวิเคราะห์แล้ว ผู้วิจัยจึงได้พิจารณานำข้อสอบมาเรียงเป็นแบบทดสอบฉบับใหม่ โดยทำการตัดข้อสอบที่ไม่เข้าเกณฑ์ทิ้ง และคัดเลือกข้อสอบที่เข้าเกณฑ์ นำมาปรับปรุงข้อคำถามและตัวเลือกใหม่ให้ เหมาะสมยิ่งขึ้น ไปทดสอบครั้งที่ 3 กับกลุ่มตัวอย่างใหม่ คือ แบบทดสอบวัดความถนัดทางการเรียนด้านภาษาด้านเหตุผลเชิงเลขคณิต ด้านจำนวนด้านการเรียงตัวเลขและตัวอักษร และด้านการวิเคราะห์แผนภาพ ข้อสอบที่สร้างขึ้นได้นำไปทดสอบหาคุณภาพจำนวน 2 ครั้ง ได้ค่าความยากตั้งแต่ .08 ถึง .88 และค่าอำนาจจำแนก ตั้งแต่ -.03 ถึง .63 จะเห็นว่าค่าความยากและค่าอำนาจจำแนกของผู้วิจัยมีความแตกต่างกัน สาเหตุอาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการทดสอบเป็นคนละกลุ่มตัวอย่างกัน ซึ่งการวิเคราะห์จะเห็นว่ากรวัดแบบดั้งเดิมนั้น ค่าความยากและค่าอำนาจจำแนกของข้อสอบจะไม่คงที่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกลุ่มผู้สอบ (สำเร็จ บุญเรืองรัตน์, 2525 : 19-35) และสอดคล้องกับ ศิริชัย กาญจนวาสิ (2556 : 1) ที่กล่าวว่า ในการตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดตามทฤษฎีการทดสอบตอบสนองข้อสอบ เป็นการพัฒนาเพื่อแก้ไขจุดอ่อนของทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิมที่มีข้อจำกัดตามข้อตกลงเบื้องต้นและฐานของความเชื่อเกี่ยวกับคะแนนความคลาดเคลื่อน รวมถึงค่าพารามิเตอร์ของข้อสอบ ที่มีลักษณะเฉพาะขึ้นอยู่กับกลุ่มของผู้ตอบ โดยทฤษฎีการตอบสนองข้อสอบได้แก้ไขให้มีลักษณะทั่วไป พร้อมทั้งขยายแนวความคิดของการสอบให้ครอบคลุมสถานการณ์การสอบและให้ผลที่ถูกต้องเกิดประโยชน์กว้างขวางและน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

2.2 ค่าความเที่ยง แบบวัดความถนัดวิชาชีพทางบัญชี จำนวน 50 ข้อ มีค่าความเที่ยงทั้งฉบับ เท่ากับ 0.80 แสดงว่าแบบวัดความถนัดได้ผ่านการวิเคราะห์และนำมาแก้ไขปรับปรุงหรือตัดทิ้งให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้นทั้งข้อคำถาม ตัวเลือกคำตอบ รวมทั้งจำนวนข้อสอบพบว่า แบบวัดความถนัดมีคุณภาพทั้งฉบับ เท่ากับ 0.80 ซึ่งสอดคล้องกับ ศรีณย์พร ขำดำ (2551) ศึกษาเรื่องการสร้างแบบทดสอบวัดความถนัดทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 กลุ่มโรงเรียนเทศบาลเมืองอุดรดิถีต์ พบว่าค่าความเที่ยงตรงตามสภาพของแบบทดสอบโดยใช้สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างคะแนนที่ได้จากการทดสอบกับคะแนนที่ได้จากการทดสอบด้วยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ของสำนักทดสอบทางการศึกษาปีการศึกษา 2548 ได้ค่าความเที่ยงตรงตามสภาพอยู่ระหว่าง .166 ถึง .369 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับ วัฒนา โอทาตะวงษ์ (2559 : 260) ศึกษาการพัฒนาแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพช่างอุตสาหกรรมออนไลน์ พบว่าแบบทดสอบมีคุณภาพตามเกณฑ์ 3 ฉบับ ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ 3 ฉบับ คือต่ำกว่า 0.70 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การนำคะแนนของผู้ให้ข้อมูลที่มีลักษณะใกล้เคียงกันมาคำนวณหาค่าความเที่ยงค่าที่ได้จะต่ำกว่ากลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีลักษณะหลากหลายหากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีลักษณะใกล้เคียงกัน (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2546 : 60-65)

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 หน่วยงานของรัฐบาล ควรมีการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อประสานให้มีการนำผลงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพบัญชีไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

1.2 หน่วยงานทางการศึกษา ควรนำแบบวัดทักษะไปใช้เพื่อการแนะแนวการศึกษาต่อของผู้เรียน

2. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

2.1 การสร้างแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพบัญชี ผู้สร้างแบบวัดความถนัดต้องมีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และโปรแกรมที่ใช้ในการทดสอบเป็นอย่างดี จึงจะสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 หากจะนำแบบวัดความถนัดที่สร้างขึ้นไปใช้กับผู้สนใจทั่วไป ที่ไม่ใช่ นักบัญชี ควรหาคุณสมบัติของแบบวัดความถนัดเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มที่จะนำไปใช้ ซึ่งจะทำให้การแปลผลทำได้ถูกต้องและเหมาะสมยิ่งขึ้น

2.3 การดำเนินการสอบวัดความถนัดทางวิชาชีพบัญชี ควรแยกสอบเป็นรายด้านหรือรายฉบับ เพื่อให้ผู้สอบได้พักหรือเปลี่ยนอิริยาบถก่อนทำการสอบฉบับต่อไป

2.4 ควรมีการทำการวิจัยเพื่อพัฒนาแบบวัดความถนัดในระดับอื่น ๆ ให้กว้างขวาง
ยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการจัดหางาน. (2557). *แนวทางปฏิบัติการให้บริการแนะแนวอาชีพ*. กรุงเทพฯ :
กองส่งเสริมการมีงานทำ.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2560). สถิติผู้ทำบัญชี. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :
http://www.dbd.go.th/index_answer.php?wcad=4&wtid=4064255&t=4022543.
วันที่สืบค้น 2561, กุมภาพันธ์ 15.
- เกษม สานราษฎร์พิทย์. (2539). *การวัดผลการศึกษาและทฤษฎีการทดสอบ*. พิษณุโลก :
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เกียรติสุดา ไชยสุ. (2542). *การสร้างแบบทดสอบความถนัดทางการเรียนรู้ สำหรับนักเรียน
ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย*. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- วัฒนา โอทาทะวงษ์. (2559). *การพัฒนาแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพช่างอุตสาหกรรม
ออนไลน์*. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ศรัณย์พร ขำดำ. (2551). *การสร้างแบบทดสอบวัดความถนัดทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์
สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 กลุ่มโรงเรียนเทศบาลเมืองอุตรดิตถ์*.
คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, อุตรดิตถ์.
- สดสี สุทธิศักดิ์. (2559). *การพัฒนาแบบวัดความถนัดทางการเรียนวิทยาศาสตร์การกีฬา
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี*. *ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 18(3), 143-157.
- ลำเจิง บุญเรืองรัตน์. (2525). *คุณลักษณะของแบบทดสอบที่ดี*. *การวัดผลการศึกษา*,
(17), 19-35
- บุญชม ศรีสะอาด. (2540). *การวิจัยเบื้องต้น*. มหาสารคาม : ภาควิชาพื้นฐานการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2556). *ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2550). *มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้
ประกอบวิชาชีพบัญชี*. (23 กุมภาพันธ์ 2561) สืบค้นจาก [http://www.fap.or.th/
มาตรฐานวิชาชีพบัญชี/มาตรฐานการศึกษาและเทคโนโลยี.html](http://www.fap.or.th/มาตรฐานวิชาชีพบัญชี/มาตรฐานการศึกษาและเทคโนโลยี.html).
- สุกัญญา บุญศรี, สิริลักษณ์ หาญวัฒนานุกุล, ประนอม พันธุ์ไสว, เกียรติศักดิ์ สองแสง และ
อังค์วรา วงษ์รักษา. (2553). *การพัฒนาแบบวัดความถนัดทางวิชาชีพ*. คณะครุศาสตร์

- อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
อลงกรณ์ ราชฤทธิ. (2554). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ*. นครสวรรค์ :
โรงเรียนสตรีนครสวรรค์.
- Gene, G. (1987). *The Computer Programmer Aptitude Battery as A Predictor of
Achievement in Fortran Computer Programming Course at the two-years
Community College*. Dissertation Abstracts International. 43 : 2228-A.
- Horngren, C. T., Sundem, G. L., Elliott, J. A. & Philbrick, D. (2013). *Introduction to
Financial Accounting*. (11th ed.). Pearson.

**ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรกับการตัดสินใจซื้อ
ทาวน์โฮมมือสองของลูกค้า บริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด ในกรุงเทพมหานคร**

The relationship between Integrated Marketing Communication and purchase decision
for the secondhand townhome of customers at Unique Thai Homes Co., Ltd., in Bangkok

ปณณรุจน์ ธาตรีสกุลวัฒน์¹

Punnaruj Thateesakulwat

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรสำหรับธุรกิจทาวน์โฮมมือสองในกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสองของลูกค้า บริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรกับการตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสอง ของบริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ลูกค้าที่เลือกซื้อทาวน์โฮมมือสอง ของบริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า (1) การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรสำหรับธุรกิจทาวน์โฮมมือสองในกรุงเทพมหานคร มีระดับความคิดเห็นโดยภาพรวมแล้วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และถ้าทำการวิเคราะห์รายด้านจากระดับมากที่สุดไปถึงน้อยนั้นพบว่าด้านการตลาดทางตรงมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุดด้านการบอกต่อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (2) การตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสองของลูกค้า บริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด ในกรุงเทพมหานคร มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และทำการวิเคราะห์รายด้านเรียงลำดับจากระดับมากที่สุดไปถึงน้อย ด้านการประเมินทางเลือกนั้นมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และน้อยที่สุดคือด้านการตระหนักถึงปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (3) ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรกับการตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสอง ของลูกค้าบริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด ในกรุงเทพมหานคร ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสอง ของบริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

คำสำคัญ : การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร, การตัดสินใจซื้อ, ทาวน์โฮมมือสอง

Abstract

The objectives of this study were to (1) study the integrated marketing communication for the secondhand townhome business in Bangkok, (2) to study the

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี

purchase decision for the secondhand townhome of customers at Unique Thai Homes Co., Ltd., and 3) to study the relationship between integrated marketing communication and the purchase decision for the secondhand townhome of customers at Unique Thai Homes Co., Ltd. The samples of this study were 400 customers who purchased secondhand townhome of Unique Thai Homes Co., Ltd. The questionnaire was used as the research instrument. Data were analyzed using percentage, mean, and standard deviation and Pearson Correlation. The results of this study indicated that (1) the respondents had the highest level of their opinions towards overall integrated marketing communication for the secondhand townhome business in Bangkok. When individual aspects were considered, it was found that direct marketing had the highest mean score and word of mouth had the lowest mean score with its mean score at a moderate level, (2) the respondents had the highest level of their opinions towards overall purchase decision for the secondhand townhome at Unique Thai Homes Co., Ltd. When individual aspects were considered, it was found that evaluation of alternatives had the highest mean score and problem recognition had the lowest mean score, (3) integrated marketing communication was relatively highly related to the purchase decision for the secondhand townhome of customers at Unique Thai Homes Co., Ltd with a statistical significance level of 0.05, accepting the set hypothesis.

Keywords : integrated marketing communication, purchase decision, secondhand townhome

บทนำ

ในความเป็นจริงถ้าจะกล่าวถึงชีวิตที่สมบูรณ์แบบแล้วนั้น ในบรรทัดฐานของมนุษย์ จำเป็นต้องมีปัจจัย 4 อันประกอบไปด้วย อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค หากขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไป การดำเนินชีวิตก็จะยากลำบากลง (อัจฉรา พรหมคุณ, 2554) เพราะแต่ละปัจจัยล้วนมีความสำคัญด้วยกันทั้งหมดทั้งสิ้น แต่สิ่งที่สำคัญและเปรียบเสมือนพื้นฐานหลักในการดำเนินชีวิต อีกทั้งยังเป็นเครื่องชี้วัดระดับคุณภาพชีวิตของแต่ละบุคคลได้เป็นอย่างดี ก็คือที่อยู่อาศัย เพราะที่อยู่อาศัยบอกได้ถึงความเป็นอยู่ และเป็นการยกระดับพื้นฐานทางสังคม ซึ่งในกรุงเทพมหานคร มีอสังหาริมทรัพย์มากมายทั้งบ้านเดี่ยว ทาวน์โฮม คอนโดมิเนียม และที่ดิน แต่ในยุคสมัยที่ข่าวยากหมากแพงแบบปัจจุบันนี้ทำให้การเลือกซื้อหรือการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยนั้น ไม่ใช่เรื่องง่ายเหมือนเมื่อก่อน ยิ่งเป็นพนักงานกินเงินเดือนด้วยแล้วนั้นจะยากลำบากมากยิ่งขึ้นใน

การมีที่พักอาศัยเป็นของตนเอง เพราะมีหลากหลายปัจจัยเข้ามามีผลกระทบต่อกระบวนการใช้จ่าย อาทิเช่น ค่าผ่อนรถ ค่าโทรศัพท์ ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าใช้จ่ายในการดำเนินชีวิต ซึ่งมีค่าครองชีพที่สูงขึ้นตามระดับสังคม และสิ่งแวดล้อมรอบข้าง ด้วยเหตุนี้การที่จะตัดสินใจซื้อที่พักอาศัยจึงไม่ใช่เรื่องง่าย แต่ก็ไม่ใช่ว่าพนักงานกินเงินเดือนจะไม่มีโอกาสในการซื้อที่พักอาศัย เนื่องจากปัจจุบันอสังหาริมทรัพย์มือสองมีมากมายให้เลือก ทั้ง บ้านเดี่ยว ทาวน์โฮม อาคารพาณิชย์ และ คอนโดมิเนียม ทำให้เป็นอีกทางเลือกสำหรับผู้ที่มีรายได้ระดับปานกลางลงไปถึงระดับล่าง แต่ที่เป็นที่นิยมและเหมาะสำหรับครอบครัวที่มีสมาชิกมากกว่า 2 คนขึ้นไปก็จะหนีไม่พ้นทาวน์โฮม เพราะว่าทาวน์โฮมมีพื้นที่ใช้สอยมากรองลงมาจากบ้านเดี่ยวอีกทั้งราคาไม่แพงมากนัก และยังจับตลาดได้หลายกลุ่มตั้งแต่กลุ่ม อีกรั้วยังมีอัตราดอกเบี้ยค่อนข้างสูง สืบเนื่องมาจากมีความหลากหลาย ทั้งรูปแบบ และระดับราคาขายที่ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง และรูปแบบตัวอาคาร ซึ่งทาวน์โฮมปัจจุบันจะมีระดับราคาตั้งแต่ 800,000 – 3,000,000 บาท ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง และขนาดของพื้นที่เป็นองค์ประกอบด้วย

ปัจจุบันสถานการณ์ของตลาดอสังหาริมทรัพย์มือสองหรือสินทรัพย์ที่รอการขาย ในปี 2560 มีการซื้อขายเปลี่ยนมือกันอยู่หลักแสนล้าน ซึ่งศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ได้เก็บรวบรวมยอดการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยระหว่างบุคคลธรรมดา มีเป็นการโอนซื้อขายอสังหาริมทรัพย์มือสองตัวเลขล่าสุดถึงไตรมาส 4 ปี 2560 มีจำนวน 46,358 หน่วย จากจำนวนที่อยู่อาศัยที่โอนทั้งหมด 134,319 หน่วย และมีมูลค่ารวม 107,988 ล้านบาท จากมูลค่าการโอนที่อยู่อาศัยทั้งหมด 327,421 ล้านบาท (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2560) เนื่องจากภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์มือสองในกรุงเทพมหานครมีการเติบโตอย่างมากทั้งบ้านจัดสรร ทาวน์โฮมและคอนโดมิเนียม ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อเพื่อเข้าอยู่อาศัยจริง กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นพนักงานกินเงินเดือน ที่มองหาที่พักอาศัยที่มีราคา ระดับกลางไม่สูงมาก แต่ต้องมีความเป็นอยู่ที่สะดวกสบายสามารถใช้พื้นที่ใช้สอยได้อย่างลงตัว ซึ่งทาวน์โฮมเป็นลักษณะของที่พักอาศัยที่ตอบโจทย์เป็นอย่างมาก เพราะราคาไม่แพงจนเกินไป และยังได้พื้นที่ใช้สอยที่กว้างขวางรองลงมาจากบ้านเดี่ยว ผู้ที่มีรายได้น้อยสามารถเอื้อมถึงได้ เพราะไม่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโดยตรง แต่อาจจะเกิดความกังวลถึงรายได้และสถานะการทำงานในอนาคตเท่านั้น (อิธิป พีชานนท์, 2559)

นอกจากนี้ ราคาทาวน์โฮมมือสอง มีอัตราเพิ่มขึ้นดีกว่าราคาบ้านเดี่ยวเล็กน้อย โดยในส่วนของกรุงเทพฯ ราคาของทาวน์โฮมในไตรมาสที่ 4 ของปี 2559 เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ในช่วงไตรมาสเดียวกันถึง 2.9 จุด นั่นคือ 118 จุด เติบโตจาก 115.1 จุด และมีอัตราการเพิ่มขึ้นของราคาทาวน์โฮมโดยเฉลี่ย 2.5% โดยจากไตรมาสที่สี่ปี 2558 เป็น 114.6 จุด สู่อันดับ 118.3 จุด ในไตรมาสที่สี่ปี 2559 หรือเพิ่มขึ้นมา 3.7 จุด ซึ่งเป็นตัวเลขที่มาก และอนุมานได้ว่าตลาดทาวน์โฮมนั้นเติบโต

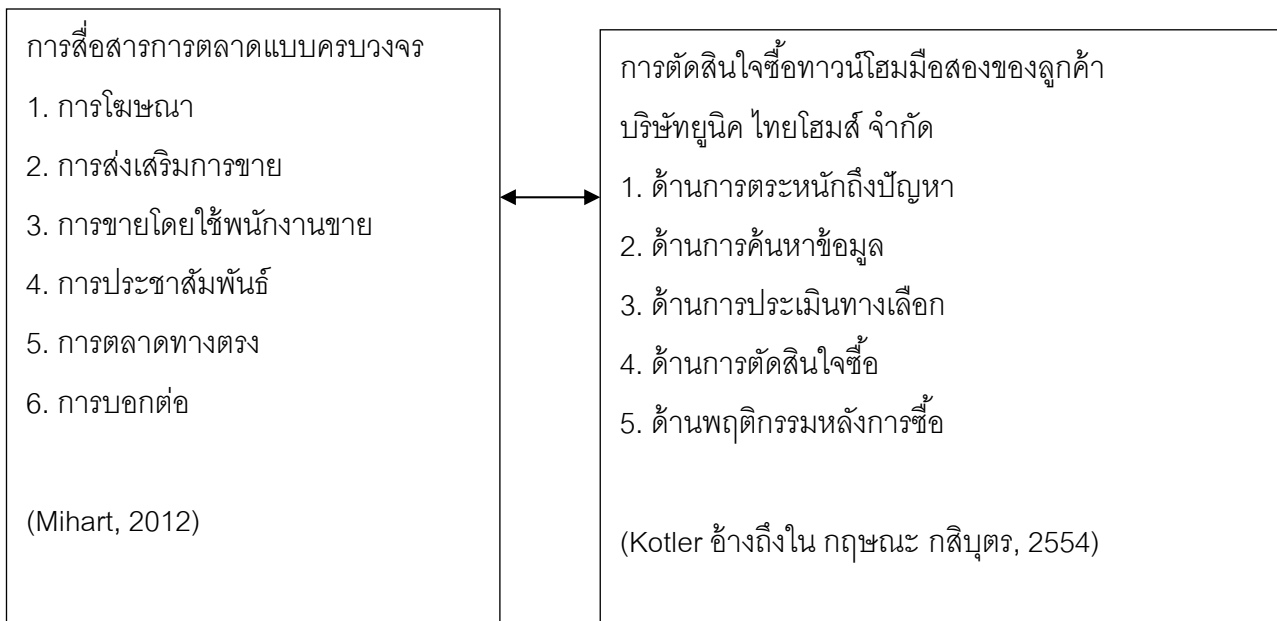
ได้ดีในเขตกรุงเทพและปริมณฑล อีกทั้งราคายังมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคาบ้าน โดยราคาทาวน์โฮมทั้งในเขตกรุงเทพฯ และ 3 จังหวัดปริมณฑล มีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 2.5% (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (REIC) 2560)

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาค้นคว้า “ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร กับการตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสองของลูกค้า บริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด ในกรุงเทพมหานคร” โดยมุ่งศึกษาในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร ประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงานขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง การบอกต่อ (Mihart, 2012) กับการตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสอง ของลูกค้า บริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด (กฤษณะ กสิบุตร, 2554) โดยผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้เหมาะสมกับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า และยังเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มือสองสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้เป็นข้อมูลให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการดำเนินธุรกิจ และประกอบกับการตัดสินใจในการลงทุนเพื่อจะได้เข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคมากที่สุด

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรกับการตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสองของลูกค้า บริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด ในกรุงเทพมหานคร

แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้ในการวิจัย คือ ทฤษฎีการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร กับทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ ซึ่งมีกรอบแนวคิด ดังนี้



1. เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรสำหรับธุรกิจทาวนิโฮมมือสองใน กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อซื้อทาวนิโฮมมือสองของลูกค้า บริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรกับการตัดสินใจซื้อทาวนิโฮม มือสอง ของบริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด

สมมติฐานในการวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรกับการตัดสินใจซื้อทาวนิโฮมมือสองของลูกค้า บริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด ในกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรกับการตัดสินใจซื้อทาวนิโฮมมือสองของลูกค้า บริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ลูกค้าที่เข้ามาเลือกซื้อทาวนิโฮมมือสอง ของบริษัทรับฝากขายบ้าน ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ลูกค้าที่เข้ามาเลือกซื้อทาวนิโฮมมือสอง ของบริษัทรับฝากขายบ้าน ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยได้คำนวณจากสูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) ซึ่งอ้างอิงสูตรจาก Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าไม่เกิน 5% สามารถคำนวณได้จากสูตร

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

เมื่อ

n คือ ขนาดของตัวอย่าง

Z คือ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

E คือ ค่าระดับค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้กำหนดไว้ไม่เกิน 5%

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$= 384.1$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะได้ 384.1 และเพื่อป้องกันการสูญเสียของแบบสอบถาม เพราะอาจมีคุณสมบัติของแบบสอบถามที่ไม่ครบถ้วน จึงทำให้ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามเพิ่มเป็น 400 ตัวอย่าง

ซึ่งการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบที่หน่วยตัวอย่างทุกหน่วยมีโอกาสถูกเลือกไม่เท่ากัน การกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบนี้ไม่เป็นไปตามหลักของความน่าจะเป็นซึ่งมักจะใช้ใน กรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน ใช้วิธีการเลือกแบบ (Non-probability sampling) ไม่ได้กำหนดโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่กลุ่มตัวอย่างจะได้รับเลือกมาจากประชากรทั้งหมด โดยจะใช้วิธีแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาวนิโฮมมือสองในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัย ได้พัฒนาขึ้นมาจากแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ เช่น ข้อมูลส่วนบุคคล จะใช้สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ที่มีความต้องการซื้อทาวนิโฮมในกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ตำแหน่งงาน สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อัตราเงินเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว โดยแบบสอบถามจะเป็นแบบปรนัยเป็นคำถามข้อมูลส่วนตัว และในส่วนของ การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรกับการตัดสินใจซื้อ สอบถามข้อมูลด้านต่างๆโดยคำถามจะเกี่ยวข้องกับเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร ประกอบไปด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงานขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง การบอกต่อ โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็นช่วงดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ระดับน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอนตามลำดับดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากภาควิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับลูกค้า บริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด

2. ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์ไปยังกรรมการผู้จัดการบริษัท ฯ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้าบริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับลูกค้า บริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด ด้วยตนเอง

4. ผู้วิจัยรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเองพร้อมตรวจสอบความถูกต้อง ความเรียบร้อย ความสมบูรณ์ของข้อมูล

5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมและตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้วนำไปวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยได้กำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกได้ ดังนี้

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 7 ข้อ เพศ อายุ ตำแหน่งงาน สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อัตราเงินเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามในด้านของการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร IMC ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงานขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง การบอกต่อ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) มีเกณฑ์ในการพิจารณาระดับค่าคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรแต่ละตัว โดยแบ่งระดับคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งกำหนดความกว้างของแต่ละอันดับภาค ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ระดับค่าเฉลี่ย} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(5-1)}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามในส่วนของการตัดสินใจซื้อทาวนิโฮมมือสอง มีเกณฑ์ในการพิจารณา ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรแต่ละตัว โดยแบ่งระดับคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งกำหนดความกว้างของแต่ละอันดับภาค ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ระดับค่าเฉลี่ย} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(5-1)}{1} = 0.8 \end{aligned}$$

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ในการทดสอบสมมติฐานนั้น ผู้วิจัยทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป (หรือข้อมูล 2 ชุดขึ้นไป) ในการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรว่ามีมากน้อยเพียงใด โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) เป็นค่าที่วัดความสัมพันธ์ เพื่อทดสอบสมมติฐาน เนื่องจากระดับของตัวแปรที่ใช้เป็นระดับอันดับและสามารถคำนวณได้ทั้งตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

ผลการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้สรุปผลการศึกษา ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 สถานภาพสมรส วุฒิ การศึกษาปริญญาตรี ตำแหน่งงานพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อัตราเงินเดือน 25,001 – 35,000 บาท มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน

การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร

การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรในภาพรวม

จากการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรกับการตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสองของลูกค้า บริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ในส่วนของการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการตลาดทางตรง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการใช้พนักงานขาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการบอกต่อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

การตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสองของลูกค้า บริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสองในภาพรวม

จากการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสองของลูกค้า บริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ในส่วนของการตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสอง โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการประเมินทางเลือกมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการค้นหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการตระหนักถึงปัญหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสอง ของผู้บริโภคที่มาใช้บริการบริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด

สมมติฐาน : ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรกับการตัดสินใจซื้อ

ทาวน์โฮมมือสองของลูกค้า บริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเกี่ยวกับ ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรกับการตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสองของลูกค้า บริษัท ยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ในส่วนของการพิจารณาว่า 2 ตัวแปรนั้นสัมพันธ์กันหรือไม่ พิจารณาได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

การสื่อสารการตลาด		การตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสอง					รวม
		การตระหนักถึงปัญหา	การค้นหาข้อมูล	การประเมินทางเลือก	การตัดสินใจซื้อ	พฤติกรรมหลังการซื้อ	
การโฆษณา	r	0.325* (ต่ำ)	0.283* (ต่ำมาก)	0.236* (ต่ำมาก)	0.453* (ต่ำ)	0.412* (ต่ำ)	0.411* (ต่ำ)
การส่งเสริมการขาย	r	0.390* (ต่ำ)	0.467* (ต่ำ)	0.464* (ต่ำ)	0.541* (ปานกลาง)	0.484* (ต่ำ)	0.567* (ปานกลาง)
การใช้พนักงานขาย	r	0.259* (ต่ำมาก)	0.449* (ต่ำ)	0.375* (ต่ำ)	0.441* (ต่ำ)	0.474* (ต่ำ)	0.421* (ต่ำ)
การประชาสัมพันธ์	r	0.401* (ต่ำ)	0.286* (ต่ำมาก)	0.627* (ปานกลาง)	0.448* (ต่ำ)	0.651* (ปานกลาง)	0.312* (ต่ำ)
การตลาดทางตรง	r	0.664* (ปานกลาง)	0.628* (ปานกลาง)	0.627* (ปานกลาง)	0.492* (ต่ำ)	0.561* (ปานกลาง)	0.684* (ปานกลาง)
การบอกปากต่อปาก	r	0.481* (ต่ำ)	0.610* (ปานกลาง)	0.611* (ปานกลาง)	0.516* (ปานกลาง)	0.608* (ปานกลาง)	0.674* (ปานกลาง)
รวม	r			0.729* (สูง)			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานทำได้ ดังนี้

1. ด้านการโฆษณามีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสองของผู้บริโภคภาพรวมและรายด้านทุกด้าน
2. ด้านการส่งเสริมการขายมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสองของผู้บริโภคภาพรวมและรายด้านทุกด้าน
3. ด้านการประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสองของผู้บริโภคภาพรวมและรายด้านทุกด้าน
4. ด้านการบอกต่อมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสองของผู้บริโภคภาพรวมและรายด้านทุกด้าน

5. ด้านการใช้พนักงานขายมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อทาวนโฮมมือสองของผู้บริโภคภาพรวมและรายด้านทุกด้าน

6. ด้านการตลาดทางตรงมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อทาวนโฮมมือสองของผู้บริโภคภาพรวมและรายด้านทุกด้าน

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรสำหรับธุรกิจทาวนโฮมมือสองในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร โดยภาพรวมแล้วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และถ้าทำการวิเคราะห์รายด้านจากระดับมากที่สุดไปถึงน้อยนั้นพบว่าด้านการตลาดทางตรงมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านการใช้พนักงานขายมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านส่งเสริมการขายมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นด้านโฆษณา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นด้านประชาสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และสุดท้ายด้านการบอกต่อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับ (Mihart, 2012) ที่ทำการศึกษาในเรื่องของการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรมีผลต่อการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ พบว่าทำธุรกิจการค้าที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องมีการสื่อสาร หรือการกระจายข่าวสารรูปแบบการนำเสนอที่ดีต่อผู้บริโภค เพื่อแสดงถึงภาพลักษณ์และศักยภาพที่เป็นส่วนสำคัญที่สุดขององค์กรนั้นๆ และสิ่งสำคัญที่สุดในการทำการตลาดที่เป็นขั้นพื้นฐานขององค์กรก็คือการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร ในด้านอสังหาริมทรัพย์แล้วการโฆษณาก็เป็นเรื่องสำคัญมากในการทำการตลาด รวมไปถึง การตลาดทางตรง การใช้พนักงานขาย การบอกปากต่อปาก การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ซึ่งนับได้ว่าเป็นทฤษฎีเบื้องต้นที่ได้ผลอย่างดียิ่ง

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อทาวนโฮมมือสองของลูกค้า บริษัทยูนิค ไทยโฮมส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อทาวนโฮมมือสอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และถ้าทำการวิเคราะห์รายด้านแล้วนั้นเรียงลำดับจากระดับมากที่สุดไปถึงน้อย ด้านการประเมินทางเลือกนั้นมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการค้นหาข้อมูลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการตัดสินใจซื้อและด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมากที่สุด และสุดท้ายคือด้านการตระหนักถึงปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ (กฤษณะ กสิบุตร, 2554) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าสอดคล้องกัน

ทุกด้าน ทั้งในด้านของการตระหนักถึงปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลนั้นมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านของอายุ ระดับการศึกษา และฐานเงินเดือน เป็นตัวบ่งชี้ถึงสภาพความพร้อม และความสามารถในการบริโภคหรือตัดสินใจซื้อ

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรกับการตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสอง ของลูกค้าบริษัท ยูนิค ไทยโฮม จำกัด ในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทาวน์โฮมมือสอง ของบริษัท ยูนิค ไทยโฮม จำกัด โดยรวมมีความสัมพันธ์กันซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับ (อัญชญา ทองเมืองหลวง, 2554) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของ บริษัท พกฤษา เร็ลเอสเตท จำกัด (มหาชน) พบว่าด้านประเมินทางเลือก และด้านการตัดสินใจ อยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และในส่วนของภาพรวมลูกค้าจะเน้นการตัดสินใจด้วยตัวบุคคลเอง ว่าสอดคล้องกับความต้องการหรือไม่ทั้งในส่วนของทำเลที่ตั้ง ความจำเป็นในการหาที่อยู่ใหม่ เพราะลูกค้าเองไม่ได้ปักใจเชื่อในส่วนของการตลาดที่บริษัทนำเสนอ แต่ลูกค้าจะพิจารณาไตร่ตรองด้วยตนเอง คำนึงถึงความจำเป็น เพราะบ้านพักอาศัยมีราคาที่สูง ลูกค้าจะต้องคำนึงและพิจารณาอย่างรอบคอบและถี่ถ้วนมากที่สุดเท่าที่จะทำได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

ภาพรวมพบว่าด้านการโฆษณากับการค้นหาข้อมูลยังมีความสัมพันธ์กันที่อยู่ในระดับต่ำมาก ซึ่งทางบริษัท อาจเพิ่มช่องทางในการนำเสนอให้มากขึ้น นอกเหนือไปจากเว็บไซต์ ซึ่งอาจจะเน้นไปในสื่อของ youtube, instragram, google seo โดยการทำการตลาดแบบ google seo เป็นการทำการตลาดที่ให้คำค้นหาติดอยู่ด้านบนของหน้าแรกในการค้นหานั้นเอง อีกด้านคือ ด้านการใช้พนักงานขายกับการตระหนักถึงปัญหานั้นยังมีความสัมพันธ์กันอยู่ระดับต่ำมากเช่นกันซึ่งพนักงานขายอาจไม่ใช่คำตอบสุดท้ายในการที่ลูกค้าจะคิดไตร่ตรองก่อนซื้อที่อยู่อาศัย พนักงานขายเองอาจจะต้องเพิ่มศักยภาพทางการขายให้มากขึ้น อาจมีคอร์สอบรมหรือกิจกรรมจัดการสัมมนาระหว่างลูกค้ากับเซล

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

อาจมีการศึกษาในส่วนของส่วนประสมการตลาดในด้านอสังหาริมทรัพย์ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น บ้านเดี่ยว อาคารพาณิชย์ คอนโดมิเนียม หรือที่ดินเปล่า และในส่วนของความต้องการส่วนบุคคลซึ่งในด้านของทัศนคติการย้ายครอบครัวหรือการย้ายถิ่นฐานก็อาจเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อ ทั้งในส่วนของอสังหาริมทรัพย์มือหนึ่ง และมือสอง เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545) หลักสถิติ. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีด้านสถิติประยุกต์.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

กฤษณะ กลีบบุตร. (2554) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและ

ปริมณฑล. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.

ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2560).

อัจฉรา พรหมคุณ. (2554) บทเรียนประกอบการสอนหลักการในการดำเนินชีวิต. ศูนย์บ้านไร่วิทยา

โรงเรียนบ้านไร่วิทยา, อุทัยธานี

อธิป พีชานนท์. (2559) บทความภาวะทางเศรษฐกิจและสังคม. ประชาชาติธุรกิจ.

Camelia Mihart. (2012) Impact of Integrated Marketing Communication on Consumer Behaviour: Effects on Consumer Decision – Making Process for Real Estate.

The Bucharest Academy of Economic West University of Timisoara.

Tanja Lautiainen. (2015) Factors affecting consumers' buying decision in the selection of brand. Faculty of Business Administration, Lappeenranta Degree Programme in International Business. Saimaa University of Applied Sciences.

คุณลักษณะทางประสาทสัมผัสของน้ำสมุนไพรไทยที่ใช้สารให้ความหวาน

SENSORY CHARACTERISTICS OF THAI HERBAL DRINKS USED SWEETENERS

ศกุนตลา มานะกล้า¹ และ ปัทมาภรณ์ เจริญนนท์¹

Sakunta Manakla and Pattamaporn Jaroennon

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสของน้ำสมุนไพรไทยที่ใช้สารให้ความหวานต่างชนิดโดยใช้สารทดแทนน้ำตาล 4 ชนิด ได้แก่ ซูคราโลส สารสกัดจากหญ้าหวาน ไซลิทอล แมนนิทอล เปรียบเทียบกับการใช้น้ำตาลในน้ำสมุนไพรไทย 5 ชนิด ประกอบด้วย น้ำกระเจี๊ยบ น้ำมะตูม น้ำตะไคร้ น้ำใบเตย ขิง ทดสอบทางประสาทสัมผัสด้วยผู้ทดสอบ 50 คน โดยใช้แบบทดสอบความชอบ 9 ระดับ (Hedonic-9 scale test) ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะด้านความหนืดและสีของน้ำสมุนไพรทั้ง 5 ชนิดที่ใช้สารให้ความหวานต่างชนิดกันมีคะแนนความชอบเฉลี่ยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การใช้สารให้ความหวานต่างชนิดกันไม่ส่งผลต่อคะแนนความชอบในทุกคุณลักษณะของน้ำตะไคร้ และน้ำขิง ส่วนน้ำกระเจี๊ยบ น้ำมะตูม และน้ำใบเตยมีคะแนนความชอบเฉลี่ยด้าน กลิ่นรส ความหวาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อใช้สารให้ความหวานต่างกัน โดยสูตรที่ใช้สารสกัดจากหญ้าหวานมีคะแนนความชอบน้อยกว่าน้ำสมุนไพรที่ใช้สารทดแทนน้ำตาลชนิดอื่น ในขณะที่การใช้ซูคราโลสมีคะแนนความชอบไม่แตกต่างจากสูตรควบคุมซึ่งมีคะแนนความชอบเฉลี่ยสูงที่สุดในน้ำสมุนไพรทุกชนิด สรุปได้ว่า การใช้สารทดแทนน้ำตาลไม่ส่งผลต่อความหนืดและสีของน้ำสมุนไพรทั้ง 5 ชนิด น้ำขิงและน้ำตะไคร้สามารถใช้สารทดแทนความหวานได้ทุกชนิด ส่วน น้ำกระเจี๊ยบ และน้ำใบเตย ควรใช้สารทดแทนน้ำตาลชนิด ไซลิทอล แมนนิทอล และซูคราโลส น้ำมะตูมควรใช้ซูคราโลสซึ่งเป็นสารทดแทนน้ำตาลที่เหมาะสมที่สุดในการในเครื่องดื่มสมุนไพรไทย และยังสามารถพัฒนาเพื่อใช้ทั้งในระดับครัวเรือน ชุมชน และในระดับอุตสาหกรรม

คำสำคัญ : น้ำสมุนไพรไทย สารให้ความหวาน คุณลักษณะทางประสาทสัมผัส

Abstract

This research was studied on the sensory characteristics of Thai herbal drinks used various sweeteners. Sugar substitutes used this study were xylitol, mannitol, Stevia

¹สาขาวิชาโภชนาการและการกำหนดอาหาร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

extracted and sucralose which were compared with the use sugar (suclose) of 5 Thai herbal drinks compose of Roselle, Bael, Lemon grass, Pandan, and Ginger. The sensory characteristics of Thai herbal drinks were tested on 50 people using Hedonic-9 scale test. Result showed that the viscosity and color score of all herbal drinks which used difference sweeteners were not significantly different. Using all of 5 sweeteners did not affect sensory characteristic (viscosity, flavor, sweetness and total acceptance) in lemon grass and ginger drink. Flavor and sweetness characteristics score of roselle, Bael and pandan drinks had a statistically difference when use 5 sweetness. When using different sweeteners, herbal drinks with the stevia extract was lower score than using other sugar substitutes. All sensory score of 5 herbal drinks with sucralose did not differ from the control. It is concluded that the use of sugar substitutes does not affect the viscosity and color of the herbal drinks. The ginger and lemon grass drinks can be used all sugar substitutes. Roselle and pandan drinks can be use xylitol, mannitol and sucralose for sugar substitutes. Bael drink should only use sucralose. Thus, sucralose is the most suitable sugar substitute in all of Thai herbal drinks. It can also be developed to use at the household, the community business, and industry.

Keywords : Herbal drinks, Sweetener and Sensory properties

บทนำ

ปัจจุบันผู้คนหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น โดยเฉพาะปัญหาความอ้วน น้ำหนักตัว และโรคเรื้อรังต่างๆที่มีผลจากการบริโภคอาหาร จึงทำให้การเลือกบริโภคสิ่งที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมีอิทธิพลต่อสังคมในยุคนี้ การดื่มน้ำสมุนไพรเพื่อสุขภาพที่ได้รับความนิยมมีหลากหลายชนิด เช่น น้ำกระเจี๊ยบ น้ำมะตูม น้ำใบเตย น้ำขิง น้ำตะไคร้ เป็นต้น นอกจากนี้มีการรายงานพบว่าน้ำสมุนไพรไทยมีปริมาณสารประกอบฟีนอลิกและยังมีฤทธิ์ในการต้านอนุมูลอิสระ (Kalyarat และ Kaew, 2006) แต่น้ำสมุนไพรในปัจจุบันมีน้ำตาลเป็นส่วนผสมในปริมาณมาก ซึ่งน้ำตาลเป็นคาร์โบไฮเดรตหน่วยย่อยที่เล็กที่สุดให้พลังงานที่สำคัญของร่างกาย แต่ในขณะเดียวกันถ้าบริโภคน้ำตาลที่ไม่สมดุลเกินความต้องการของร่างกายจนส่งผลให้เกิดภาวะโภชนาการเกินทำให้เกิดปัญหาสุขภาพต่างๆตามมา เช่น โรคหลอดเลือดหัวใจอุดตัน ความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน และโรคอ้วน เป็นต้น (Monique et al., 2018 และ Adriana et al., 2018) จึงเป็นเรื่องสำคัญมากที่ควรป้องกันหรือหยุดการบริโภคน้ำตาลจากเครื่องดื่ม

ต่างๆ ยิ่งไปกว่านั้นยังมีรายงานพฤติกรรมกรรมการบริโภคน้ำตาลของประชากรไทยระหว่างปี 2540-2553 เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จาก 28.1-33.8 กิโลกรัมต่อคนต่อปี หรือ 19.25-23.15 ช้อนชาต่อคนต่อวัน (ชนิษฐ์ รัตนรังสีมา, 2555) และเมื่อเปรียบเทียบกับธงโภชนาการของสำนักโภชนาการ กรมอนามัยซึ่งได้แนะนำให้รับประทานน้ำตาลไม่เกิน 6 ช้อนชาต่อคนต่อวัน (สำนักโภชนาการ กรมอนามัย, 2554) จะเห็นได้ว่าประชากรไทยได้รับน้ำตาลมากกว่าปริมาณที่แนะนำถึง 17 ช้อนชา ซึ่งเท่ากับได้รับพลังงานส่วนเกินประมาณ 340 กิโลแคลอรีต่อวัน

สารให้ความหวาน (Sweetener) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ สารที่ให้คุณค่าทางโภชนาการ เช่น น้ำตาลทราย (Sugar) หากบริโภคมากเกินไปจะก่อให้เกิดผลเสียต่อร่างกาย และน้ำตาลแอลกอฮอล์ (Sugar alcohol) ซึ่งให้พลังงานน้อยกว่าน้ำตาล อีกชนิดคือสารให้ความหวานที่ไม่ให้คุณค่าทางโภชนาการ (Non-nutritive sweeteners) หรือสารไม่ให้พลังงาน เช่น แอสปาแตม (Aspartame) ซูคราโลส (Sucralose) และสารสกัดจากหญ้าหวาน (Stevia extracted) (Neacsu & Madar, 2014) สารให้ความหวานที่ไม่ใช้น้ำตาลถูกนำมาใช้เป็นสารทดแทนน้ำตาล (Sugar substitutes) ซึ่งไม่ส่งผลกระทบต่อระดับน้ำตาลในเลือดของผู้ป่วยโรคอ้วน โรคเบาหวาน และผู้ที่มีน้ำหนักเกิน (Onakpoya & Heneghan, 2015) ดังนั้นการใช้สารให้ความหวานทดแทนสามารถใช้น้ำตาลจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่สำหรับผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตามการใช้สารให้ความหวานแทนน้ำตาลอาจทำให้รสชาติของน้ำสมุนไพรเปลี่ยนไปซึ่งส่งผลต่อคุณภาพของน้ำสมุนไพร ดังนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาผลของการใส่สารให้ความหวานแทนแทนน้ำตาลต่อคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสของน้ำสมุนไพร

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสของน้ำสมุนไพรไทยที่ใช้สารให้ความหวานต่างชนิด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. วัตถุดิบและวัสดุอุปกรณ์

วัตถุดิบ ประกอบด้วย สมุนไพร ได้แก่ ดอกกระเจี๊ยบแห้ง (*Hibiscus sabdariffa* Linn.) ผลมะตูมแห้งฝาน (*Aegle marmelos* (L.) Correa ex Roxb.) ลำต้นตะไคร้สด (*Cymbopogon citratus* Stapf.) ใบเตยหอม (*Pandanus amaryllifolius* Roxb.) และขิง (*Zingiber officinale* Roscoe) ซึ่งได้จากตลอดท้องถื่นในจังหวัดปทุมธานี และสารให้ความหวานทดแทนน้ำตาลคุณภาพสำหรับใช้

ทำอาหาร (Food grade) 5 ชนิด ได้แก่ น้ำตาลทราย ไซลิทอล แมนนิทอล สารสกัดจากหญ้าหวาน ซูคราโลส ซึ่งจากบริษัทเคมีภัณฑ์ (Chemipan Corporation Co., Ltd.)

2. การเตรียมตัวอย่าง

ผลจากการทดสอบทางประสาทสัมผัสที่ได้จากการศึกษาขั้นต้น (Preliminary study) โดยการปรับสูตรน้ำสมุนไพรให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคได้เป็นวิธีการเตรียมตัวอย่างน้ำสมุนไพร ดังนี้

น้ำกระเจี๊ยบ นำดอกกระเจี๊ยบแห้ง (250 กรัม) ใส่ในน้ำเดือด (1250 มิลลิลิตร) ต้มประมาณ 20 นาที จนน้ำกลายเป็นสีแดง ตักดอกกระเจี๊ยบออก เติมเกลือ 2.5 กรัม **น้ำมะตูม** นำผลมะตูมแห้ง (235 กรัม) คั่วในกระทะโดยใช้ไฟอ่อน จากนั้นนำไปต้มกับน้ำ (1250 มิลลิลิตร) จนเดือดประมาณ 20 นาที แล้วจึงหรีฟอง เคี้ยวจนน้ำเป็นสีเข้มและเนื้อผลมะตูมสีซีดลง นำไปกรองเอากากมะตูมออกด้วยผ้าขาวบาง **น้ำตะไคร้** นำตะไคร้ที่ตัดเป็นท่อนความยาว 5 เซนติเมตร (235 กรัม) ไปต้มกับน้ำเดือด (1250 มิลลิลิตร) เป็นเวลา 15 นาที แล้วกรองด้วยผ้าขาวบาง **น้ำใบเตย** นำใบเตยหั่นตามขวางเป็นชิ้นขนาด 2 เซนติเมตร (150 กรัม) แล้วแบ่งออกเป็นสองส่วน แบ่งเอาใบเตยครึ่งหนึ่งปั่นด้วยเครื่องปั่นผสม (HR2115, Funai Electric Co., Ltd.) ใช้เวลาปั่น 3 นาที แล้วกรองด้วยผ้าขาวบาง ต้มน้ำ (1250 มิลลิลิตร) ให้เดือดใช้ไฟปานกลางใส่ใบเตยอีกส่วนลงไปต้มด้วย พอเริ่มได้น้ำสีเขียวอ่อนก็ตักใบเตยออก แล้วเติมน้ำคั้นใบเตยลงไป **น้ำขิง** นำขิงที่ปอกเปลือกและตัดเป็นท่อนความยาว 5 เซนติเมตร (235 กรัม) นำไปต้มกับน้ำที่เดือด (1250 มิลลิลิตร) เป็นเวลา 15 นาที แล้วกรองด้วยผ้าขาวบาง

เมื่อน้ำสมุนไพรทั้งหมดเย็นลงจนถึงอุณหภูมิห้อง นำมาเติมสารให้ความหวาน 5 ชนิด ได้แก่ น้ำตาลทราย 25 กรัม ไซลิทอล 25 กรัม แมนนิทอล 50 กรัม สารสกัดจากหญ้าหวาน 0.0694 กรัม ซูคราโลส 0.0417 กรัม (ตารางที่ 1) ซึ่งปริมาณของสารให้ความหวานทั้ง 5 ชนิดจะมีระดับความหวานเท่ากับน้ำตาลทราย 25 เปอร์เซ็นต์ และคำนวณจากความหวานสัมพัทธ์ (Relative sweetness) ของสารให้ความหวานแต่ละชนิดเพื่อให้ น้ำสมุนไพรแต่ละชนิดมีระดับความหวานที่เท่ากัน โดยไซลิทอล เท่ากับ 1 แมนนิทอล เท่ากับ 0.5 สารสกัดหญ้าหวาน เท่ากับ 360 และ ซูคราโลส เท่ากับ 600 (Godswill , 2017)

ตารางที่ 1 ปริมาณการเติมสารให้ความหวานในน้ำสมุนไพร

สารให้ความหวาน	ปริมาณ (กรัม)
น้ำตาลทราย	25
ไซลิทอล	25
แมนนิทอล	50
สารสกัดจากหญ้าหวาน	0.0694
ซูคราโลส	0.0417

3. การประเมินคุณลักษณะทางประสาทสัมผัส

ในงานวิจัยนี้ใช้ผู้ทดสอบทางประสาทสัมผัสที่ไม่ผ่านการฝึกฝน คือ นักศึกษาโภชนาการ และกำหนดอาหารที่ไม่มีอาการแพ้ส่วนประกอบในน้ำสมุนไพรทั้ง 5 ชนิด จำนวน 50 คน ซึ่งแบ่งออกเป็นเพศชาย 43 คน และเพศหญิง 7 คน ส่วนตัวอย่างที่ใช้ คือ น้ำสมุนไพรที่ใส่สารให้ความหวานทดแทนน้ำตาลทั้ง 4 ชนิด (สูตรทดลอง) และน้ำสมุนไพรที่ใส่น้ำตาลทราย (สูตรควบคุม) ซึ่งจะทดสอบขณะที่น้ำสมุนไพรมีอุณหภูมิอยู่ในช่วง 15-20 องศาเซลเซียส ซึ่งในแต่ละตัวอย่างมีรหัสกำกับโดยใช้ตัวเลขสุ่ม 3 หลัก โดยใช้การทดสอบความชอบ 9 คะแนน (Hedonic 9-scale) กำหนดให้ 9 ชอบมากที่สุด 8 ชอบมาก 7 ชอบปานกลาง 6 ชอบเล็กน้อย 5 เฉยๆ 4 ไม่ชอบเล็กน้อย 3 ไม่ชอบปานกลาง 2 ไม่ชอบมาก และ 1 ไม่ชอบมากที่สุด โดยการทดสอบนี้จะประเมินคุณลักษณะด้าน ความหนืด สี กลิ่น รส ความหวาน และการยอมรับโดยรวม

4. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ผลจากการทดสอบทางประสาทสัมผัสจะนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS version 22 software โดยผลการทดสอบทางประสาทสัมผัสจะแสดงเป็นค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยและอภิปราย

ผลการศึกษาการทดสอบคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสในด้านการยอมรับโดยรวมของน้ำสมุนไพร 5 ชนิด ได้แก่ น้ำกระเจี๊ยบ น้ำมะตูม น้ำตะไคร้ น้ำใบเตย และน้ำขิง ที่ใส่สารให้ความหวานที่ต่างกัน 5 ชนิด ได้แก่ น้ำตาลทราย ไซลิทอล แมนนิทอล สารสกัดจากหญ้าหวาน ซูคราโลส พบว่าการยอมรับโดยรวมที่มีคะแนนสูงที่สุดคือ น้ำกระเจี๊ยบ (7.36 -7.06) รองลงมาคือ น้ำใบเตย (6.36-5.92) และน้ำมะตูม (6.35-5.81) ตามลำดับ ในขณะที่น้ำขิง (5.92-5.01) และน้ำตะไคร้ (4.92-4.01) (ตารางที่ 2) มีคะแนนการยอมรับโดยรวมน้อยกว่าน้ำสมุนไพรชนิดอื่น อาจเพราะเป็นน้ำสมุนไพรที่มีกลิ่นรสเฉพาะจากน้ำมันหอมระเหยที่ค่อนข้างแรง ในขณะที่น้ำกระเจี๊ยบ น้ำมะตูม และน้ำใบเตย มีกลิ่นรสค่อนข้างอ่อน และยังพบว่าน้ำตะไคร้และน้ำขิงที่ใส่สาร

ตารางที่ 2 คุณลักษณะทางประสาทสัมผัสของน้ำสมุนไพรที่ใช้ชนิดสารให้ความหวานแต่ละชนิด

คุณลักษณะ	ชนิดสารให้ความหวาน				
	น้ำตาลทราย	ไซลิทอล	แมนนิทอล	สารสกัดจากหญ้าหวาน	ซูคราโลส
1. น้ำกระเจี๊ยบ					
ความหนืด	7.92±0.81 ^a	7.64±0.77 ^a	7.64±0.77 ^a	7.34±0.97 ^a	7.92±0.81 ^a
สี	6.60±0.62 ^a	6.78±0.98 ^a	6.78±0.98 ^a	6.32±0.08 ^a	7.60±0.62 ^a
กลิ่นรส	7.01±0.13 ^a	7.18±0.79 ^a	7.24±0.99 ^a	6.89±0.14 ^b	7.28±0.73 ^a
ความหวาน	7.28±0.73 ^a	7.20±0.79 ^a	7.24±0.79 ^a	6.96±0.84 ^b	7.28±0.73 ^a
การยอมรับโดยรวม	7.18±0.53 ^a	7.10±0.79 ^a	7.24±0.29 ^a	7.06±0.84 ^a	7.28±0.73 ^a
2. น้ำมะตูม					
ความหนืด	6.92±0.81 ^a	6.64±0.77 ^a	6.64±0.77 ^a	6.34±0.97 ^a	6.92±0.81 ^a
สี	5.60±0.62 ^a	5.78±0.98 ^a	5.78±0.98 ^a	5.32±0.08 ^a	5.60±0.62 ^a
กลิ่นรส	6.72±0.69 ^a	5.36±0.22 ^b	5.36±0.22 ^b	5.12±0.33 ^c	6.72±0.69 ^{abc}
ความหวาน	6.28±0.73 ^a	6.14±0.79 ^b	6.14±0.79 ^b	5.66±0.84 ^{bc}	6.28±0.73 ^a
การยอมรับโดยรวม	6.34±0.01 ^a	6.01±0.06 ^b	6.01±0.86 ^b	5.81±0.14 ^{bc}	6.35±0.91 ^a
3. น้ำตะไคร้					
ความหนืด	4.82±0.81 ^a	4.64±0.77 ^a	4.64±0.77 ^a	4.34±0.97 ^a	4.92±0.81 ^a
สี	4.70±0.62 ^a	4.78±0.98 ^a	4.78±0.98 ^a	4.32±0.08 ^a	4.60±0.62 ^a
กลิ่นรส	4.22±0.71 ^a	4.36±0.22 ^a	4.36±0.22 ^a	4.12±0.33 ^a	4.72±0.69 ^a
ความหวาน	4.28±0.73 ^a	4.14±0.79 ^a	4.14±0.79 ^a	4.66±0.84 ^a	4.28±0.73 ^a
การยอมรับโดยรวม	4.36±0.01 ^a	4.06±0.86 ^a	4.01±0.86 ^a	4.92±0.15 ^a	4.36±0.01 ^a
4. น้ำใบเตย					
ความหนืด	6.82±0.81 ^a	6.54±0.27 ^a	6.54±0.77 ^a	6.44±0.77 ^a	6.82±0.01 ^a
สี	5.60±0.62 ^a	5.78±0.98 ^a	5.78±0.98 ^a	5.32±0.08 ^a	5.60±0.62 ^a
กลิ่นรส	6.72±0.69 ^a	5.36±0.22 ^b	5.36±0.22 ^b	5.12±0.33 ^c	6.72±0.69 ^{abc}
ความหวาน	6.23±0.73 ^a	6.24±0.72 ^b	6.14±0.71 ^b	5.01±0.81 ^{bc}	6.18±0.72 ^a
การยอมรับโดยรวม	6.36±0.91 ^a	6.06±0.86 ^b	6.11±0.86 ^b	5.92±0.15 ^{bc}	6.36±0.41 ^a
5. น้ำขิง					
ความหนืด	5.92±0.81 ^a	5.64±0.77 ^a	5.64±0.77 ^a	5.34±0.97 ^a	5.92±0.81 ^a
สี	5.60±0.62 ^a	5.78±0.98 ^a	5.78±0.98 ^a	5.32±0.08 ^a	5.60±0.62 ^a
กลิ่นรส	5.72±0.69 ^a	5.36±0.22 ^a	4.36±0.22 ^a	5.12±0.33 ^a	5.72±0.69 ^a
ความหวาน	5.28±0.73 ^a	5.14±0.79 ^a	5.14±0.79 ^a	5.66±0.84 ^a	5.28±0.73 ^a
การยอมรับโดยรวม	5.36±0.01 ^a	5.06±0.86 ^a	5.01±0.86 ^a	5.92±0.15 ^a	5.36±0.01 ^a

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มีค่า a, b, c, d ... เหมือนกันที่บ่งชี้ว่าคะแนนความชอบของน้ำสมุนไพรที่ใช้สารให้ความหวานที่แตกต่างกันไม่มีความแตกต่างกัน ในส่วนของค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มีค่า a, b, c, d ที่แตกต่างกันบ่งบอกถึงค่าผลิตภัณฑ์ที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$)

ให้ความหวานทั้ง 5 ชนิด มีคะแนนความชอบของคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสในด้านความหนืด สี กลิ่นรส ความหวาน และการยอมรับโดยรวม ที่มีตัวอักษรกำกับเหมือนกันทั้งหมด ซึ่งชี้ให้เห็นว่าคะแนนความชอบของน้ำสมุนไพรมันที่ใช้สารให้ความหวานที่แตกต่างกันไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งอาจเป็นเพราะกลิ่นรสจากน้ำมันหอมระเหยของตะไคร้และขิงที่ค่อนข้างแรงทำให้ผู้ทดสอบทางประสาทสัมผัสไม่สามารถแยกความแตกต่างได้ เมื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสในด้านกลิ่นรสและความหวานของน้ำกระเจี๊ยบที่ใช้สารให้ความหวานชนิดไซลิทอล (7.18 ± 0.79 , 7.20 ± 0.79) แมนนิทอล (7.24 ± 0.99 , 7.24 ± 0.79) และซูคราโลส (7.28 ± 0.73 , 7.28 ± 0.73) กับสูตรควบคุมซึ่งใช้สารให้ความหวานชนิดน้ำตาลทราย (7.01 ± 0.13 , 7.28 ± 0.73) พบว่ามีคะแนนความชอบใกล้เคียงกัน แต่สารสกัดจากหญ้าหวาน (6.89 ± 0.14 , 6.96 ± 0.84) มีคะแนนความชอบน้อยกว่าสูตรควบคุมและสูตรที่ใช้สารให้ความหวานชนิดอื่น ส่วนคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสในด้านกลิ่นรสและความหวานของน้ำมะตูมที่ใช้สารให้ความหวานชนิดซูคราโลส (6.72 ± 0.69 , 6.28 ± 0.73) มีคะแนนความชอบสูงที่สุดซึ่งใกล้เคียงกับสูตรควบคุม (6.72 ± 0.69 , 6.28 ± 0.73) ในขณะที่สูตรที่ใช้น้ำตาลแอลกอฮอล์ทั้งไซลิทอล (5.36 ± 0.22 , 6.14 ± 0.79) แมนนิทอล (5.36 ± 0.22 , 6.14 ± 0.79) และสารสกัดจากหญ้าหวาน (5.12 ± 0.33 , 5.66 ± 0.84) ได้รับความชอบรองลงมาตามลำดับ คุณลักษณะทางประสาทสัมผัสในด้านความหวานของน้ำใบเตยพบว่า การใช้สารให้ความหวานชนิดซูคราโลส (6.18 ± 0.72) มีค่าใกล้เคียงกันกับสูตรควบคุม (6.23 ± 0.73) ส่วนคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสในด้านกลิ่นรสของน้ำใบเตยที่ใช้สารให้ความหวานทั้ง 4 ชนิดมีค่าคะแนนความชอบแตกต่างกับกลุ่มควบคุม (ตารางที่ 2) จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่าคะแนนความชอบในการใช้สารทดแทนความหวานชนิดสารสกัดจากหญ้าหวานในน้ำสมุนไพรมัน กระเจี๊ยบ น้ำมะตูม น้ำใบเตย มีคะแนนความชอบต่ำที่สุดอาจเป็นไปได้ว่าสารสกัดจากหญ้าหวานมีรสขมหลังจากชิม (Bitter aftertaste) (Goyal et al., 2010) ซึ่งรสขมนี้อยู่กับวิธีการสกัดและการเตรียมสารสกัดหญ้าหวาน (Chranioti et al., 2016) นอกจากนี้คุณลักษณะของความหนืดและสีของน้ำสมุนไพรมันทั้ง 5 ที่ใช้สารให้ความหวานในแต่ละชนิดมีคะแนนความชอบเฉลี่ยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 2) แสดงให้เห็นว่าการใช้สารทดแทนน้ำตาลไม่ส่งผลต่อความหนืด (Brandenstein et al., 2015) และสีของน้ำสมุนไพรมัน

จากผลการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่าน้ำขิงและน้ำตะไคร้สามารถใช้สารทดแทนน้ำตาลทั้งชนิดน้ำตาลแอลกอฮอล์ สารสกัดจากหญ้าหวาน และซูคราโลส เนื่องจากการทดสอบคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสในแต่ละด้านมีคะแนนความชอบไม่แตกต่างกัน ส่วนน้ำกระเจี๊ยบและน้ำใบเตยสามารถใช้สารให้ความหวานชนิด ไซลิทอล แมนนิทอล และซูคราโลส แทนน้ำตาลได้ แต่การใช้สารสกัดจาก

หว่านส่งผลกระทบต่อรสหวาน ส่วนน้ำมะตูมมีเพียงซูคราโลสชนิดเดียวที่ไม่ผลกระทบต่อรสชาติ ดังนั้นสารให้ความหวานชนิดซูคราโลสเหมาะสมสำหรับใช้เป็นสารทดแทนน้ำตาลในน้ำสมุนไพรไทยมากที่สุด และควรนำสูตรน้ำสมุนไพรทั้ง 5 ชนิด ที่ได้จากการทดลองในครั้งนี้มาศึกษาอายุการเก็บรักษาน้ำสมุนไพรที่ใช้สารทดแทนน้ำตาลและพัฒนาเพื่อใช้ในระดับครัวเรือน ชุมชน และในระดับอุตสาหกรรมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ขนิษฐ รัตนรังสิมา (2555). สถานการณ์การบริโภคน้ำตาลของประชากรไทย ปี 2540 – 2553. *วิทยาสารทันตสาธารณสุข*, 17(2), 23 – 30.
- สำนักโภชนาการ กรมอนามัย. (2554). สุขภาพดี เริ่มที่อาหาร ลด หวาน มัน เค็ม เต็มเต็ม ผัก ผลไม้ เพิ่มขึ้น. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- Adriana, H., Adriana, B. D. I., & Jeffrey, L. & María, B. S. (2018). Characterization of the Types of Sweeteners Consumed in Honduras. *Nutrients*, 10(338), 1 – 10.
- Brandenstein, C. V., Busch-Stockfisch, M., & Fischer, M. (2015). Sweetness and other sensory properties of model fruit drinks: does viscosity have an impact. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 95(4), 809-818.
- Chranioti, C., Chanioti, S., & Tzia, C. (2016). Comparison of spray, freeze and oven drying as a means of reducing bitter aftertaste of steviol glycosides (derived from *Stevia rebaudiana* Bertoni plant)–Evaluation of the final products. *Food chemistry*, 190, 1151-1158.
- Goyal, S. K., Samsher, G. R., & Goyal, R. K. (2010). Stevia (*Stevia rebaudiana*) a bio-sweetener: a review. *International Journal of Food Science and Nutrition*, 61(1), 1-10.
- Godswill, A. C. (2017). Sugar alcohols: Chemistry, production, health concerns and nutritional importance of mannitol, sorbitol, xylitol, and erythritol. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology. Res*, 3, 31-66.
- Kalyarat, K., & Kaew K. (2006). Antioxidant activity, phenolic compound contents and antimutagenic activity of some water extract of herbs. *Thai Journal Pharmaceutical Science*, 30, 28-35.

- Monique, C. B., Thiago, D., & Juliano, D. D. (2018). Sweeteners and sweet taste enhancers in the food industry. *Food Science and Technology*, 38(2), 181 – 187.
- Neacsu, N. A., & Madar, A. (2014). Artificial sweeteners Versus Natural Sweeteners. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov*, 7(56), 59 – 64.
- Onakpoya, I. J., & Heneghan, C. J. (2015). Effect of the natural sweetener, steviol glycoside, on cardiovascular risk factors: a systematic review and meta-analysis of randomised clinical trials. *European journal of preventive cardiology*, 22(12), 1575-1587.

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของสถานีบริการ น้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง¹

Customer Satisfaction with Marketing Mix of ESSO Service Stations
Limited Partnership TrangBumisab Service Office Trang Province

โดย ปิยะ จันทรงสิกุล²

Piya Chantharangsikul

ปรีชา พันธุ์แน่น³

Preecha Phannan

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดของสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง ในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษา ประกอบไปด้วย 1) ศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง 2) ศึกษาความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดของสถานีบริการน้ำมัน เอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง และ 3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรและความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดของสถานีบริการน้ำมัน เอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน เอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เพื่อบรรยายลักษณะเกี่ยวกับตัวแปรต่างๆ ด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation: S.D.) และสถิติเชิงอนุมาน ด้วยค่าสถิติ t-test, F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง

² นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการสื่อสาร

³ อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์

ปัจจัยส่วนผสมการตลาดของสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิภาคบริการ จังหวัดตรัง ในภาพรวม อยู่ในระดับ เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจระดับมากได้แก่ ด้านราคา รองลงมา ได้แก่ ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิภาคบริการ จังหวัดตรัง กับ ลักษณะทางประชากร ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิภาคบริการ จังหวัดตรัง มีความแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรจำแนกด้านเพศ นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่

Abstract

Studying Customer Satisfaction with Marketing Mix of ESSO Service Stations Limited partnership Trang Bumisab Service, Trang province. The main objective of the study were as follows : 1) To study the demographic characteristics of ESSO service users. 2) To study the satisfaction of marketing Mix of ESSO service station and 3) to compare the differences between demographic characteristics and satisfaction with marketing mix factors of ESSO service stations. The samples used in this study were: Subscribers of ESSO Service Station Limited Trang Bumisab Service, Trang province, collected data using questionnaire as a tool. The data were analyzed by descriptive statistics to describe the variables. Frequency, percentage, mean (\bar{X}) and standard deviation (SD) and t-test, F-test were statistically significant at 0.05.

The results showed that most of respondents were female, aged between 20-30 years. They were employees of private companies / state enterprises, monthly income of 15,001-30,000 Baht, satisfied with the marketing mix of ESSO service stations. limited partnership Trang Bumisab Service Statistical Office was classified as a high level of satisfaction. Distribution channel satisfaction, product and marketing promotion, respectively.

Test results hypothesis Comparison of Customer Satisfaction with Marketing Mix of ESSO Stations. limited partnership Trang Bumisab Service, Trang province with the demographic characteristics. The study indicated that Customer Satisfaction with Marketing Mix of ESSO Service Stations. limited partnership Trang Bumisab Service, Trang province is different in terms of Sex Classifieds demographic characteristics. There is no difference.

Keywords: ingredient satisfaction, marketing mix, ESSO Service Station

บทนำ

ข้อมูลจากกรมธุรกิจพลังงานระบุว่า ช่วงไตรมาส 2/2560 มีสถานีบริการน้ำมันรวมทั้งสิ้น 24,459 แห่ง เทียบกับไตรมาส 4 /2559 ที่ 23,664 แห่ง เท่ากับ “เพิ่มขึ้น” ถึง 795 แห่ง โดยผู้ค้าน้ำมันที่มีสถานีบริการมากที่สุด ขณะนี้คือ บมจ. ปตท. มีรวม 1,721 แห่ง รองลงมาคือ บมจ.พีทีจี เอ็นเนอวี่ หรือ PTG 1,506 แห่ง บมจ.บางจากคอร์ปอเรชั่น 1,082 แห่ง บมจ. เอสโซ่ (ประเทศไทย) 542 แห่ง บจ.เชลล์แห่งประเทศไทย 507 แห่ง บจ.เซฟรอน (ประเทศไทย) เจ้าของสถานีบริการคาลเท็กซ์ 369 แห่ง ส่วนที่เหลือเป็นผู้ค้าน้ำมันอิสระ แม้จำนวนสถานีบริการน้ำมันทั่วประเทศจะสูงถึง 24,459 แห่งแล้ว แต่ผู้ค้าน้ำมัน “ทุกราย” ยังมีแผนขยายสถานีบริการต่อเนื่อง เพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาด โดย ปตท.ยังคงมีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุด 41% ทั้งนี้ ตามแผนการลงทุน 5 ปี (2559-2563) ปตท.ต้องการขยายสถานีบริการรวม 100 แห่ง/ปี ด้านพีทีจีมีแผนขยาย 400 แห่ง/ปี เป้าหมายปี 2565 จะมีสถานีบริการรวม 4,000 แห่ง, เอสโซ่มีแผนขยายเพิ่ม 20 แห่ง/ปี ขณะที่คาลเท็กซ์จะขยาย 25 แห่ง/ปี และบางจาก 400 แห่ง ในช่วง 5 ปีต่อจากนี้ (2559-2564) สำหรับรูปแบบการขยายที่ผู้ค้าน้ำมันใช้คือ รูปแบบที่ผู้ค้าน้ำมันเป็นผู้ลงทุนเองทั้งหมด หรือที่เรียกว่า COCO (Company Own Company Operate) และผู้แทนจำหน่าย หรือดีลเลอร์ ลงทุนเองทั้งหมด หรือ DODO (Dealer Own Dealer Operate) โดยบริษัทน้ำมันส่วนใหญ่ คือ ปตท., คาลเท็กซ์, เอสโซ่, เชลล์ เลือกขยายในรูปแบบของดีลเลอร์เป็นหลัก มีเพียงพีทีจี รายเดียวในขณะนี้ที่ลงทุนเองทั้งหมด ธุรกิจค้าปลีกน้ำมันและธุรกิจเสริม (Nonoil) ยังน่าสนใจเข้ามาลงทุน แม้ต้องใช้งบลงทุนสูง 40-100 ล้านบาท (ไม่รวมราคาที่ดิน) และขึ้นอยู่กับว่าลงทุนภายใต้เครื่องหมายการค้าอะไร รวมถึงขนาดของสถานีบริการด้วย ซึ่งการตัดสินใจว่าจะเลือกเป็นผู้แทนจำหน่ายให้กับผู้ค้าน้ำมันรายใดนั้น จะพิจารณาจากค่าการตลาด (Marketing Margin) รวมถึงธุรกิจเสริมในสถานีบริการน้ำมันนั้น ๆ ว่าได้รับความนิยมมากน้อยแค่ไหน พิจารณาจากค่าการตลาดโดยประมาณของผู้ค้าน้ำมันในสวนบริษัทข้ามชาติอย่างเชลล์, เอสโซ่ และคาล

เท็กซัสอยู่ที่ 0.90-1.20 บาท/ลิตร ซึ่งในส่วนของเซลล์และบางจาก หากดีเซลเลอร์ทำยอดขายน้ำมันได้ “มากกว่า” ยอดการันตีจะได้รับส่วนแบ่งกำไรส่วนต่างด้วย (www.prachachat.net/prachachat-top-story/)

ขณะที่บริษัท เอสโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นค่ายน้ำมันต่างชาติได้ประกาศขยายการลงทุน โดยเป้าขึ้นแท่นอันดับ 2 ภายในปี 2563 จากปัจจุบันมีส่วนแบ่งทางการตลาด 13% เป็นอันดับสามรองจากบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ตามลำดับ นอกจากนี้เอสโซ่ยังมีแผนขยายลงทุนสถานีบริการน้ำมันเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยในปีนี้ได้เตรียมขยายเพิ่มอีก 35 แห่ง จากปัจจุบันแล้ว 540 แห่ง ใช้เงินลงทุน 20 ล้านบาทต่อแห่ง ซึ่งเมื่อรวมกับเงินลงทุนในการปรับปรุงสถานีบริการน้ำมันให้มีความทันสมัยแล้ว เอสโซ่จะใช้เงินลงทุนรวมประมาณ 1.5 พันล้านบาทต่อปี (<http://www.thansettakij.com/content/157608>)

จากสถานการณ์ดังกล่าวกับการแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจน้ำมันทำให้บริการด้านอื่นๆ มีการเพิ่มรูปแบบใหม่ๆ มีการนำกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ของสถานีบริการน้ำมันมาใช้แบบครบวงจรมากยิ่งขึ้น มีการดำเนินกลยุทธ์การตลาดที่หลากหลาย ส่งผลกระทบต่อสถานีบริการน้ำมัน การปรับเปลี่ยนโฉมที่เปลี่ยนไปจากเดิมอย่างมาก มีความทันสมัยและความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น การปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนไปนี้นำมาซึ่งความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดขององค์กร เช่น การสร้างผลกำไรสูงสุด และในระยะยาวคือการขึ้นเป็นผู้นำตลาดขององค์กร หรือแม้แต่การเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค จึงต้องใช้ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนผสมการตลาด ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลในแนวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ แบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่ม คือ “4 Ps” อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) (Kotler, 2003: 24)

สถานีบริการน้ำมัน เอสโซ่ ของห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง เป็นสถานีบริการน้ำมัน เพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิงให้กับประชาชนซึ่งนับเป็นการให้บริการอย่างหนึ่งที่มีผลต่อทั้งด้านสภาพแวดล้อม และความปลอดภัยของเมืองที่เกิดขึ้นจากลักษณะที่ตั้งของสถานีบริการน้ำมัน ประกอบกับความเจริญและการขยายตัวของเมืองที่เพิ่มขึ้นทำให้สถานีบริการน้ำมันเพิ่มจำนวนมากขึ้น เป็นบริษัทบริษัท

ฯ ขยายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมแก่ลูกค้ารายย่อย ผ่านทางเครือข่ายที่กว้างขวางของสถานีบริการน้ำมันค้าปลีก ภายใต้ชื่อการค้าเอสโซ่ รวมทั้งขายโดยตรงให้แก่ลูกค้า การบินและการเดินเรือ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังขายผลิตภัณฑ์อะโรเมติกส์และเคมีภัณฑ์อื่น ๆ ที่บริษัทฯ ผลิตให้แก่ลูกค้าในภาคอุตสาหกรรมภายในประเทศ บริษัทฯ เป็นหนึ่งในบริษัทในเครือเอ็กซอน โมบิล คอร์ปอเรชั่น (Exxon Mobil Corporation) ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทพลังงานที่ใหญ่ที่สุดของโลก ยึดถือแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างมีวินัยสูงของเอ็กซอน โมบิล คอร์ปอเรชั่น ซึ่งเน้นที่ปัจจัยพื้นฐานระยะยาว นอกจากนี้ ประโยชน์อื่น ๆ ที่บริษัทฯ ได้รับจากการเป็นหนึ่งในบริษัทในเครือของเอ็กซอน โมบิล คอร์ปอเรชั่น ยังรวมถึงความเชี่ยวชาญในการบริการทางด้านเทคโนโลยี การดำเนินงานและวิศวกรรมที่ทันสมัย และโครงการวิจัยและพัฒนา นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับ ประโยชน์จากการใช้เครื่องหมายการค้า “เอสโซ่” และเครื่องหมายการค้าอื่น ๆ ซึ่งได้รับการ อนุญาตให้ใช้สิทธิจากเอ็กซอน โมบิล คอร์ปอเรชั่นและหรือบริษัทในเครือของเอ็กซอน โมบิล คอร์ปอเรชั่น รวมทั้งความช่วยเหลือทางด้านบุคลากรฝ่ายบริหารจัดการและเทคนิค และการสนับสนุน ทางด้านธุรกิจจากเอ็กซอนโมบิลคอร์ปอเรชั่นและหรือบริษัทในเครือของเอ็กซอนโมบิลคอร์ปอเรชั่น ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมของบริษัทฯ ซึ่งผลิตในประเทศไทย รวมถึงก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) น้ำมันเบนซิน น้ำมันก๊าด น้ำมันดีเซล อีกทั้ง บริษัทฯ ยังมีผลิตภัณฑ์ หล่อลื่นจำหน่าย เพื่อให้สอดคล้องกับแผนการขยายการตลาดของเอสโซ่ ด้วยการแข่งขันตลาดค้าปลีกน้ำมันนับวันรุนแรงมากขึ้นหลังราคาน้ำมันทรงตัวในระดับต่ำ ประกอบกับผู้บริโภคที่เคยใช้ก๊าซปิโตรเลียม(แอลพีจี) และก๊าซธรรมชาติสำหรับยานยนต์(เอ็นจีวี) เปลี่ยนมาใช้น้ำมันแทน ส่งผลให้ผู้ค้าน้ำมันเกือบทุกค่ายปรับแผนลงทุน ขยายสถานีบริการน้ำมันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (<https://id.id.facebook.com>)

จะเห็นได้ว่าสถานีบริการน้ำมันจะต้องให้ความสำคัญและต้องเอาใจใส่ในทุกรายละเอียดในทุกๆ ด้านเพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการแล้วเกิดความพึงพอใจสูงสุดจากการวิเคราะห์ด้วยปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้นและมีกำไรจากการดำเนินงาน ซึ่งสถานีบริการน้ำมัน เอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรังเป็นสถานีบริการน้ำมันอีกสถานีหนึ่ง ที่ได้ตระหนักถึงเรื่องดังกล่าวเพื่อจะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาว่า ประชาชนผู้มาใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน เอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง มีลักษณะทางประชากรอย่างไร มีความพึงพอใจต่อบริการส่วนผสมการตลาดของสถานีบริการน้ำมัน เอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง ในระดับใด และความพึงพอใจต่อบริการส่วนผสมการตลาดของ

สถานีบริการน้ำมัน เอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง มีความแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรอย่างไรหรือไม่ เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ค้นพบให้ผู้ที่สนใจและผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการวางแผนการสื่อสารการตลาดของสถานีบริการน้ำมันให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของประชาชนผู้ใช้บริการต่อไป

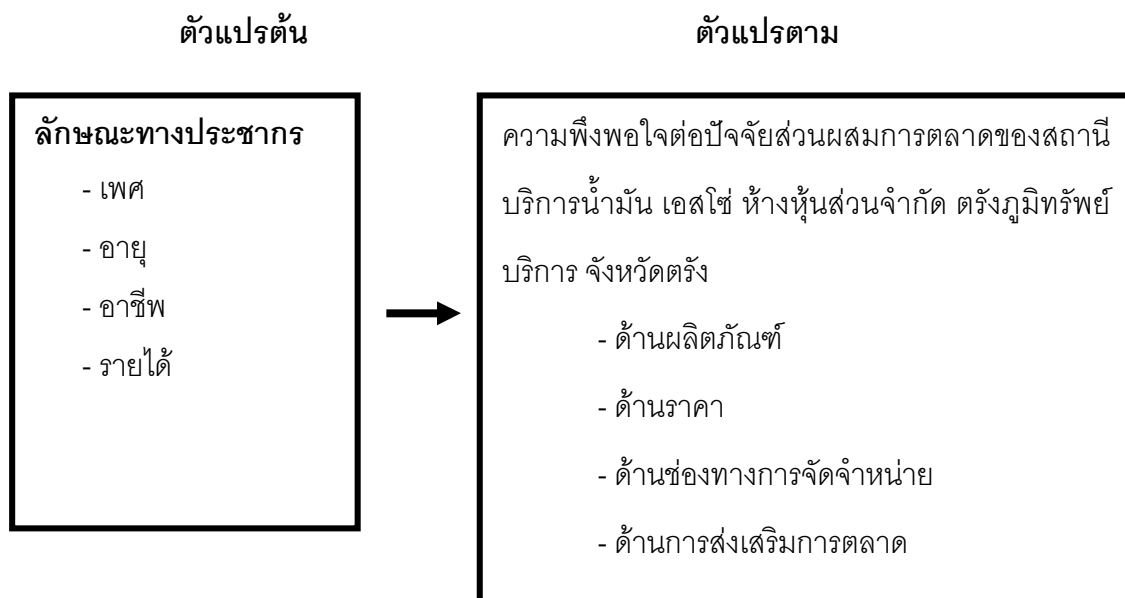
วัตถุประสงค์ในการวิจัย

ในบทความนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะทางประชากรผู้ใช้บริการของสถานีบริการน้ำมัน เอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อบัณฑิต ส่วนผสมการตลาดของสถานีบริการน้ำมัน เอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง และ 3) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจที่มีต่อบัณฑิตส่วนผสมการตลาดของสถานีบริการน้ำมัน เอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง ภายใต้ขอบเขตการศึกษาเฉพาะลักษณะทางประชากรของประชาชนผู้มาใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน เอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง จำแนกด้าน เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ รวมทั้งศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อบัณฑิตส่วนผสมทางการตลาดของสถานีบริการน้ำมัน เอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด เท่านั้น ภายใต้สมมติฐานที่ว่า ผู้ใช้บริการจำแนกด้านเพศ ด้านอายุ ด้านอาชีพ และด้านรายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตส่วนผสมการตลาดของสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง แตกต่างกัน

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบัณฑิตส่วนผสมการตลาดของสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อมุ่งศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบัณฑิตส่วนผสมการตลาดของสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง โดยการใช้แบบสอบถาม ที่มีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กรอบแนวคิดในการวิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากเอกสารวิชาการ ในแง่มุมของความหมาย ลักษณะ ความสำคัญ ประเภท ประโยชน์และหลักการ เพื่อนำแนวคิดที่ได้มาสังเคราะห์และสรุปเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิด ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบัณฑิตส่วนผสมการตลาดของสถานีบริการน้ำมัน

เอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตังงูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง โดยกำหนดเป็นตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะทางประชากร คือ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ส่วนตัวแปรตามได้แก่ ความพึงพอใจต่อบัณฑิตส่วนผสมทางการตลาดของสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตังงูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบัณฑิตส่วนผสมทางการตลาดสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตังงูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตังงูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง จำนวน 85,764 คน (ข้อมูลจากอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ปี พ.ศ.2560, www.mueangrtang.dopatrang.go.th) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตังงูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง ซึ่งคำนวณได้โดยใช้สูตรของ ยามาเน่ (Yamane, 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541) และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Selection) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ที่มีลักษณะเป็นโครงสร้างสอดคล้องกับหัวข้อและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องพร้อมทั้งแนะนำและแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม โดยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องของภาษา (Wording) การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ โดยการหาความตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบก่อน (Pre-test) กับผู้ให้บริการที่เข้ามาใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตังงูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอ

นบาค (Cronbach, 1990 : 202-204) ได้เท่ากับ 0.730 ซึ่งอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง มีการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร, แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ และแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด โดยอาศัยการค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ในช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม พ.ศ.2560 จากนั้นนำแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางด้านสังคมศาสตร์ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากร ใช้การสรุปหรือบรรยายคุณลักษณะ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดของสถานีบริการน้ำมัน เอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม โดยใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test และ One- way ANOVA (F-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.54$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจระดับมากได้แก่ ด้านราคา ($\bar{X}=3.57$) รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=3.56$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=3.55$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=3.48$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ปัจจัยส่วนผสมการตลาดของสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ	\bar{X}	S.D	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.55	0.716	มาก
ด้านราคา	3.57	0.707	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.56	0.790	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.48	0.752	มาก
รวมเฉลี่ย	3.54	0.698	มาก

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบริการปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง ในภาพรวม

การทดสอบสมมติฐาน เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง กับลักษณะทางประชากร ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง มีความแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรจำแนกด้านเพศ นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน

อภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการปัจจัยส่วนผสมการตลาดของสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง ในด้านราคา ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.57$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์น้ำมันเครื่อง และค่าบริการสอดคล้องกับคุณภาพ ($\bar{X}=3.68$) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจิรัฐา หมอชาติ (2556) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปางจากการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการในระดับมาก ให้ความสำคัญกับราคาน้ำมันที่มีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับตราสินค้าอื่นเป็นลำดับแรก ซึ่งอธิบายได้ว่า ราคา (Price) เป็นจำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์บริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ถูกรับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์บริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไป (Armstrong and Kotler 2009 : 616)

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดของสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.56$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ เส้น ทางเข้า-ออก ในการเข้ารับบริการมีความสะดวก ($\bar{X}=3.60$) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พัลลภา เนตรสุทัศน์(2554) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรม ของการใช้บริการ กลยุทธ์การตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์ ของธุรกิจการ ให้บริการในปั้มน้ำมันเขตตลาดพร้าว กรณีศึกษา บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ด้านการจัดจำหน่ายกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญในการใช้บริการในระดับมาก ซึ่งอธิบายได้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย (Placement-Channel of Distribution) กลยุทธ์ของนักการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์ แน่นนอนว่าสินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543: 26)

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์ จังหวัดตรัง มีความแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรจำแนกด้านเพศ นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน ข้อค้นพบดังกล่าวใกล้เคียงกับการศึกษาของ ภัควัฒน์ เกิดสุวรรณ (2551) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน Esso/Lotus Express สาขาหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการ เรื่องความถี่ในการใช้บริการในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมา (ครั้ง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งอธิบายได้ว่า กล่าวคือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ ความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าจะอยู่ในที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน (วิชัย เหลืองธรรมชาติ (2531: 15) นอกจากนี้ ความพึงพอใจ ยังเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวนี้จะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นถ้าหากความต้องการหรือเป้าหมายนั้น ไม่ได้รับการตอบสนอง ซึ่งระดับความพึงพอใจจะแตกต่างกัน ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยองค์ประกอบของการบริหาร (มนตรี เขียบแหลม, 2536: 9)

ข้อเสนอแนะ

1) ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ($\bar{X}=3.68$) ผู้บริหารสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง ควรดูแลเรื่องคุณภาพการบริการของพนักงานที่ต้องมีการฝึกอบรมในการ

บริการตลอดเวลา ขณะที่บริการอินเทอร์เน็ตไร้สายอยู่ในระดับมากแต่มีข้อเจ็ลี่ยน้อยกว่าข้ออื่น จึงควรดูแลระบบ Wifi ให้ใช้งานได้และมีป้ายเข้ารหัสให้ชัดเจนขณะที่ลูกค้าผู้ใช้ บริการรอการบริการ

2) ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา พบว่า ความพึงพอใจระดับมากได้แก่ผลิตภัณฑ์น้ำมันเครื่อง และค่าบริการสอดคล้องกับคุณภาพ ($\bar{X}=3.68$) ผู้บริหารสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง ควรดูแลเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำมัน และน้ำมันเครื่องให้สอดคล้องกับราคาตลาด ขณะที่ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงแต่ละประเภทสอดคล้องกับคุณภาพอยู่ในระดับมากแต่มีข้อเจ็ลี่ยน้อยกว่าข้ออื่น จึงควรติดตามราคาน้ำมันและไม่ควรขึ้นราคาก่อนทางภาครัฐแจ้งประกาศ

3) ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ความพึงพอใจระดับมากได้แก่ เส้น ทางเข้า-ออก ในการเข้ารับบริการมีความสะดวก ($\bar{X}=3.60$) ผู้บริหารสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง ควรดูแลรถที่เข้ามาให้บริการให้เข้าใช้บริการได้ตรงกับหัวจ่ายน้ำมัน โดยไม่ต้องรอคิวนาน ขณะที่ปริมาณตู้จ่ายน้ำมันมีเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า อยู่ในระดับมาก แต่มีค่าเจ็ลี่ยน้อยกว่าข้ออื่น จึงควรจัดหัวจ่ายให้สอดคล้องกับปริมาณประเภทรถที่เข้าใช้บริการตามลำดับมากขึ้น

4) ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ การเอาใจใส่ด้านบริการของพนักงานสถานีบริการฯ ($\bar{X}=3.55$) ผู้บริหารสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง ควรดูแลขวัญและกำลังใจพนักงานสำหรับผู้ที่ได้รับคำชมเชยจากผู้ใช้บริการ ขณะที่มีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต อยู่ในระดับปานกลาง จึงควรจัดให้มีการรับชำระด้วยบัตรเครดิตที่ร่วมรายการเพิ่มมากขึ้น

5) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศที่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์ จังหวัดตรังแตกต่างกัน ดังนั้นผู้บริหารของสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตรังภูมิทรัพย์ จังหวัดตรัง จึงควร จัดกิจกรรมสื่อสารทางการตลาดให้ผู้หญิงที่ขับรถยนต์หรือจักรยานยนต์ได้มีความรู้ในเรื่องการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง หรือตรวจเช็คความเหมาะสมตามระยะ ได้เช่นเดียวกันกับผู้ชาย

สรุป

ประชาชนผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัดตรังภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง โดยเจ็ลี่ยส่วนใหญ่แล้วจะมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่นำมาเป็น

ปัจจัยในการวิเคราะห์ความพึงพอใจดังกล่าว อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์น้ำมันเครื่องและบริการที่สอดคล้องกับคุณภาพที่ได้ แสดงถึงการให้บริการที่ดีและไม่ต่างจากการบริการที่ศูนย์ของพาหนะที่ผู้ใช้บริการใช้อยู่ อีกทั้งเส้นทางการเข้าออกที่มาใช้บริการก็มีความสะดวก การบริการที่เอาใจใส่ของผู้ให้บริการคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตังกรภูมิทรัพย์บริการ ยังสอดคล้องกับการพัฒนาของบริษัทเอสโซ่ ที่มุ่งเป้าหมายที่จะกลับมาเป็นบริษัทค้าปลีกน้ำมันที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดมาเป็นอันดับ 2 รองจาก ปตท.และบางจาก ซึ่งถ้าเป็นเช่นนี้แล้ว ผลการวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดของสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ตังกรภูมิทรัพย์บริการ จังหวัดตรัง ก็มีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จได้

บรรณานุกรม

มนตรี เขียบแหลม. (2536) รายงานวิจัยเรื่องความพึงพอใจในภาวະหน้าที่และงานของเกษตรกรอำเภอในจังหวัด ภาคเหนือ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิเชียร เกตุสิงห์. (2541) สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. การบริหารการตลาด กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

สารนิพนธ์, วิทยานิพนธ์, งานวิจัย และบทความทางวิชาการ

จิรัฐา หมอชาติ. (2556) “พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการน้ำมันปตท. ในเขตอำเภอเมืองจังหวัด ลำปาง”. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเนชั่น.

พัลลภา เนตรสุทัศน์. (2554) “การศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของการใช้บริการ กลยุทธ์การตลาด และการจัดการเชิงกลยุทธ์ ของธุรกิจการให้บริการในปีน้ำมันเขตตลาดพร้าว กรณีศึกษาบริษัทปตท.จำกัด (มหาชน)”. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ภักดิ์วัฒน์ เกิดสุวรรณ.(2551) “พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน Esso/Lotus Express สาขาหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. ภาคนิพนธ์สาขาวิชาการจัดการทั่วไป หลักสูตร บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

วิชัย เหลืองธรรมชาติ.(2531) “ความพึงพอใจและการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมใหม่ของประชากร'ในหมู่บ้านอพยพโครงการเขื่อนรัชชประภา (เขื่อนหาลาน) จังหวัดสุราษฎร์ธานี”. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Books

Armstrong, G., & Kotler, P. (2009) **Marketing: An introduction (9th ed.)**. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Kotler Philip. (2003) **Marketing Management**.(11th ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.,

Cronbach, L. J (1990). **Essentials of psychological testing (5th ed.)**. New York: Harper Collins, 1990.

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

Website

www.prachachat.net/prachachat-top-story/news-35639 เข้าสืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2560.

<http://www.thansettakij.com/content/157608> เข้าสืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2560.

<https://id-id.facebook.com> เข้าสืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2560

www.mueangrtang.dopatrang.go.th) เข้าสืบค้นเมื่อ 14 มกราคม 2561

อิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านระหว่างมูลค่าลูกค้ำและความภักดีของนักลงทุนไทย

The Influence of Mediator Variables between Customer Equity and Loyalty of

Investors in Thailand

บุญชรัสมิ์ บริรักษ์เจริญกิจ¹ ศศิวิมล สุขบท² และ อิศรัฎฐ์ รินไธสง³

Puncharat Borirakcharoenkit Sasiwemon Sukbot and Idsaratt Rinthaisong

บทคัดย่อ

การสร้าง ความภักดีของนักลงทุนไทยมีความสำคัญอย่างยิ่งในธุรกิจหลักทรัพย์เนื่องจากจำนวนนักลงทุนมีน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับประชากรในประเทศ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของธุรกรรมทางออนไลน์เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างมูลค่าลูกค้ำและความภักดี เหมาะกับยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทกับชีวิตประจำวันมากขึ้น ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวก ประหยัดเวลาและลดต้นทุนด้วยการทำธุรกรรมทางออนไลน์

คำสำคัญ: ตัวแปรส่งผ่าน มูลค่าลูกค้ำ ความภักดี

Abstract

Creating loyalty among Thai investors is very important in the securities business because of the number of investors is very small compared to the Thai population. Literature review found that perceived usefulness and perceived ease of use of online transactions are mediator variables between customer equity and loyalty. Technology is playing a role in everyday life, thus it gains benefit to save time and reduce the cost for transactions online.

Key words: Mediator variables; Customer Equity; Loyalty

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทกับชีวิตประจำวันมากขึ้นทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป การดำเนินชีวิตแตกต่างไปจากเดิม ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสาร การซื้อสินค้าหรือบริการทำได้สะดวกมากขึ้น ช่วยประหยัดเวลา และลดต้นทุนในการทำธุรกรรมต่างๆ ล้วนมาจากนวัตกรรมทางเทคโนโลยี เช่นเดียวกับธุรกิจหลักทรัพย์เพราะลูกค้ำหรือนักลงทุนไม่จำเป็นต้อง

¹ นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

Email: waykk.borirak@gmail.com

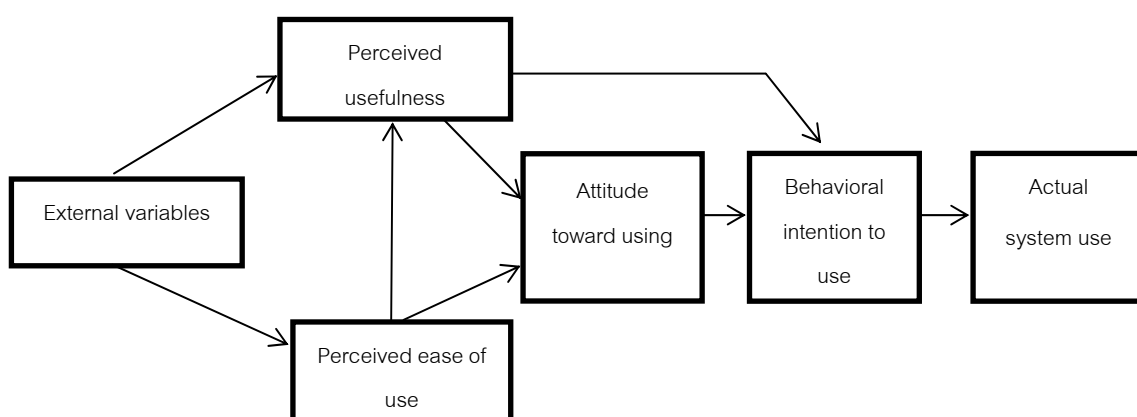
² รศ.ดร.คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

Email: sasiwemon.s@psu.ac.th

³ ดร.คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ Email: idsaratt.r@psu.ac.th

เดินทางมาที่บริษัทหรือเจอบริษัทที่ให้บริการ เพราะสามารถช่วยเหลือตัวเองได้ (Self service) นอกจากนี้ยังเป็นตัวเสริมให้องค์กรธุรกิจสามารถแข่งขันได้ เพราะเทคโนโลยีใหม่ๆ จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการทำงาน (Regan, Stevens, & Horberry, 2014)

บทความวิจัยนี้ได้ให้ความสำคัญกับการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) โดยแบบจำลองนี้เกี่ยวข้องกับความเข้าใจและการพยากรณ์พฤติกรรมของมนุษย์ และอธิบายการยอมรับเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์ โดยมีพื้นฐานเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้งาน อาทิ ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward using) พฤติกรรมความตั้งใจ (Behavioral intention to use) และการนำเทคโนโลยีมาใช้งานจริง (Actual system use) (Davis, 1989) ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 Technology Acceptance Model (TAM)

ที่มา: Davis (1989)

โดยให้นำหน้าทั้งสองปัจจัยหลักที่เป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator variables) ได้แก่ (1) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived usefulness) หมายถึง ทัศนคติของผู้ใช้ที่มีต่อบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยตระหนักถึงคุณค่าและประโยชน์ที่จะได้รับ และ(2) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) หมายถึง มุมมองของผู้ใช้บริการในการพิจารณาการใช้เทคโนโลยีว่ามีขั้นตอนง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และไม่จำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989)

ธุรกิจหลักทรัพย์ในยุคเก่าไม่มีระบบอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ลูกค้าหรือนักลงทุนต้องเดินทางมาที่บริษัทหรือห้องค้าหลักทรัพย์เพื่อทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น การส่งคำสั่งซื้อขายหลักทรัพย์ การซื้อหุ้นเพิ่มทุน การชำระราคา ต่อมาระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในทุกภาคส่วนของอุตสาหกรรม โดยเฉพาะภาคการเงินการลงทุน ทำให้พฤติกรรมของลูกค้าหรือนักลงทุนได้

เปลี่ยนไปจากเดิมเพราะสามารถส่งคำสั่งซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบออนไลน์ได้สะดวกยิ่งขึ้นและมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้เทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญโดยเฉพาะเน้นความง่ายในการใช้งาน (Timothy, Xitao, & Jianxia, 2015) และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพอใจ

ปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันสูงหลายองค์กรจึงนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาช่วยเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการกับลูกค้าเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันระยะยาว ตัวแบบการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) มีการพัฒนามาจากพื้นฐานทฤษฎีจิตวิทยาทางสังคม (Social Psychology) ประยุกต์แบบจำลองทฤษฎีการแสดงออก โดยไตร่ตรองอย่างมีเหตุผล (Theory Reasoned Action :TRA) และพฤติกรรมที่ได้รับการวางแผน (Theory of planned Behavior :TPB) โดยแบบจำลอง (Davis et al., 1989) มีการนำปัจจัยการรับรู้มาศึกษาหาความสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived usefulness) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward using) พฤติกรรมความตั้งใจ (Behavioral intention to use) และการนำเทคโนโลยีมาใช้งานจริง (Actual system use) โดยจากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยหลายงาน ให้ความสำคัญกับ 2 ปัจจัยในการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ (1) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived usefulness) หมายถึง ทัศนคติของผู้ใช้ที่มีต่อบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยตระหนักถึงคุณค่าและประโยชน์ที่จะได้รับ และ(2) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) หมายถึง มุมมองของผู้ให้บริการในการพิจารณาการใช้เทคโนโลยีว่ามีขั้นตอนง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และไม่จำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Kuester, Konya-Baumbach, & Schuhmacher, 2018) เป็นการเพิ่มคุณค่าและสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าที่มาทำธุรกรรมผ่านออนไลน์ (Rad, Rasoulia, Mirzaei, & Sharifipour, 2017) นอกจากนั้นยังสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการและ สร้างความผูกพันให้มากขึ้นได้ (Luo, Chen, Ching, & Liu, 2011) ดังนั้นทุกองค์กรจึงให้ความสำคัญกับนวัตกรรมเทคโนโลยีทางการเงินมากขึ้นเรื่อยๆ รวมทั้งมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ลูกค้าหรือนักลงทุนสามารถส่งคำสั่งซื้อขายได้เองโดยผ่านระบบออนไลน์ทำได้สะดวกยิ่งขึ้น ช่วยให้ทราบถึงความเคลื่อนไหวของตลาดหุ้น การคัดเลือกหุ้นที่เหมาะสมกับระดับความเสี่ยง โดยตัวแปรส่งผ่าน (Mediator Variables) ซึ่งเป็นตัวแปรที่สามเข้ามาแทรกกลางที่มีอิทธิพลระหว่างตัวแปรต้น คือ มูลค่าลูกค้า (Customer Equity) ส่งผลต่อตัวแปรตามคือความภักดี (Loyalty)

จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดด้านคุณค่ามีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้า สร้างความพอใจเพื่อตอบสนองความต้องการและมีความคาดหวังว่าลูกค้าจะเกิดความภักดี (Furrer, 2002) นอกจากนั้นการรับรู้ขึ้นอยู่กับพื้นฐานทางความคิด ความรู้สึกและสภาพแวดล้อมของผู้บริโภค โดยจะเลือกรับรู้หรือเปิดรับข้อมูลที่ตนเองสนใจได้ง่ายเท่านั้น โดย

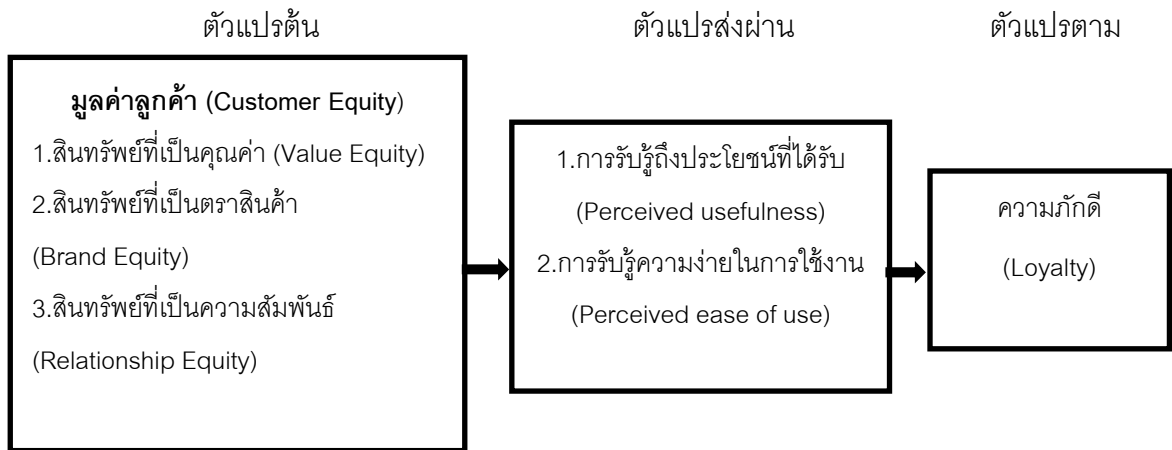
กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคตกอยู่ใต้อิทธิพลของปัจจัยทางจิตวิทยาที่สำคัญ 5 ประการ คือ (1) การจูงใจ (Motivation) (2) การรับรู้ (Perception) (3) การเรียนรู้ (Learning) (4) ความเชื่อ (Beliefs) และ (5) ทศนคติ (Attitudes) เนื่องจากลูกค้ามีความต้องการที่แตกต่างกันทำให้การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองของความพอใจได้ การรับรู้ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ รวมถึงความเต็มใจจ่าย (Remar, Campbell, & DiPietro, 2016) และประสบการณ์มีส่วนช่วยตัดสินใจซื้อ (Duralia, 2015) ดังนั้นองค์กรต้องทำความเข้าใจพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าและนำมาปรับให้เหมาะสม เพื่อสร้างความภักดีให้ลูกค้ายังอยู่กับบริษัทตลอดช่วงวงจรชีวิตลูกค้า

ขณะที่แนวคิดด้านมูลค่าลูกค้า (Customer Equity) ซึ่งเป็นสินทรัพย์ที่มีค่าที่สุดในธุรกิจที่ให้บริการโดยเฉพาะอุตสาหกรรมทางการเงินการลงทุนที่มีรายได้หลักมาจากค่าธรรมเนียมซื้อขายหลักทรัพย์ มีองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยในการขับเคลื่อนให้กับลูกค้าได้รับรู้คุณค่าผ่านมุมมอง 3 ประการ ได้แก่ (1) สินทรัพย์ที่เป็นคุณค่า (Value Equity) (2) สินทรัพย์ที่เป็นตราสินค้า (Brand Equity) และ (3) สินทรัพย์ที่เป็นความสัมพันธ์ (Relationship Equity) (K. N. Lemon, R. T. Rust, & V. A. Zeithaml, 2001; Rust, Zeithaml, & Lemon, 2001) ซึ่งคุณค่า (Value) เป็นสิ่งที่ทุกบริษัทหรือองค์กรบรรจงใส่ลงไปในสินค้าหรือบริการโดยตรงเพียงอย่างเดียวเพื่อส่งมอบให้กับลูกค้าแต่ละคน การสร้างคุณค่าและตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ผ่านการรับรู้คุณค่าด้านคุณภาพการบริการ ราคาที่ยุติธรรม และความรู้สึกถึงความคุ้มค่าส่งผลให้เกิดความภักดี (Forgas-Coll, Palau-Saumell, Sánchez-García, & María Caplliure-Giner, 2014)

ความภักดี หมายถึง ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการเป็นครั้งแรกต่างมีความคาดหวังบางอย่างเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้น ถ้าทุกอย่างเป็นไปตามความคาดหวังหรือมากกว่าที่คาดไว้ ก็มีความเป็นไปได้ที่จะกลับมาซื้อซ้ำอีก (Vogel, Evanschitzky, & Ramaseshan, 2008) โดยบริษัทต้องทำมากกว่าการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ (Satisfied Customer) เพราะจะมีโอกาสพัฒนาต่อไปเป็นลูกค้าที่เชื่อมั่น (Committed Customers) และนำไปสู่ความภักดีในที่สุด (Fandos Roig, Garcia, & Moliner Tena, 2009; Hur, Kim, & Park, 2013)

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของมูลค่าลูกค้าส่งผลต่อความภักดีของนักลงทุนโดยมีการยอมรับเทคโนโลยีเป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยเฉพาะธุรกิจที่ให้บริการทางการเงินการลงทุน จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ช่วยอำนวยความสะดวกสบายในการทำธุรกรรม โดยเน้นประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน และความสำคัญกับมูลค่าลูกค้า (Customer Equity) ซึ่งเป็นสินทรัพย์ที่มีค่าที่สุดในปัจจุบันและอนาคตตลอดช่วงวงจรชีวิตของลูกค้า โดยเฉพาะธุรกิจหลักทรัพย์ที่มีรายได้หลักมาจากค่าธรรมเนียมซื้อขายหลักทรัพย์ ด้วยการนำกลยุทธ์ที่ช่วยในการขับเคลื่อนเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับ

ลูกค้าและคาดหวังให้เกิดพฤติกรรมซื้อซ้ำ ได้แก่ คุณค่า ตราสินค้า และความสัมพันธ์ จึงเป็นที่มาของกรอบแนวคิด ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดตัวแปรส่งผ่านระหว่างมูลค่าลูกค้ากับความภักดีต่อสินค้าหรือบริการ

กรอบแนวคิดตัวแปรส่งผ่านระหว่างมูลค่าลูกค้ากับความภักดีต่อสินค้าหรือบริการได้นำเสนอเพื่อทำการวิจัยเพื่อตรวจสอบความเป็นตัวแปรส่งผ่าน เกี่ยวกับตัวแปรต้น (Dependent Variables) คือ มูลค่าลูกค้า (Customer Equity) ผ่านมุมมอง 3 ประการ ได้แก่ (1) สินทรัพย์ที่เป็นคุณค่า (Value Equity) (2) สินทรัพย์ที่เป็นตราสินค้า (Brand Equity) และ (3) สินทรัพย์ที่เป็นความสัมพันธ์ (Relationship Equity) ส่งผลต่อตัวแปรตาม (Independent Variables) คือ ความภักดี (Loyalty) และมีตัวแปรส่งผ่าน (Mediator Variables) คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived usefulness) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use)

มีงานวิจัยที่สนับสนุนความเป็นตัวแปรส่งผ่านของการยอมรับเทคโนโลยีกับมูลค่าลูกค้าและความภักดี ได้แก่ งานวิจัยเกี่ยวกับการทำธุรกรรมผ่านออนไลน์ของลูกค้าธนาคาร ซึ่งเป็นการเพิ่มคุณค่าและสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าที่มาทำธุรกรรม (Rad et al., 2017) ช่วยเพิ่มคุณภาพการบริการและทำให้เกิดการซื้อซ้ำ (Marimon, Vidgen, Barnes, & Cristóbal, 2010) เป็นการสร้างความสัมพันธ์ รวมถึงเพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (Jung, Ineson, & Green, 2013) นอกจากนั้นเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการ และสร้างความผูกพันส่งผลต่อภักดี (Luo et al., 2011)

สำหรับงานวิจัยเกี่ยวกับมูลค่าลูกค้า มีงานหลายงานได้กล่าวไว้ ดังนี้

1. สินทรัพย์ที่เป็นคุณค่า (Value Equity)

ธุรกิจการบริการเป็นกิจกรรมหรือผลประโยชน์เชิงนามธรรม ซึ่งผู้ให้บริการได้เสนอขายโดยผู้รับบริการไม่สามารถครอบครองการบริการนั้นได้ การบริการจึงเกี่ยวข้องกับการเสนอขายความ

พยายาม (Effort) การปฏิบัติงาน (Performance) หรือการกระทำให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยไม่ได้เป็นเจ้าของบริการนั้น ลูกค้าจะรับรู้คุณค่าผ่านคุณภาพของสินค้าและบริการ (Wang, 2017) งานวิจัยนี้ใช้การวัดมูลค่ามาจากการรับรู้โดย แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้ (1) คุณภาพ (2) ราคา และ (3) ความสะดวกสบาย (Lemon, rust, & Zeithaml, 2001)

มีงานวิจัย พบว่า ราคาส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (อวิชชัย มงคลสกุลฤทธิ์, 2550) เป็นเครื่องพิจารณาคุณค่าของสินค้าในสายตาผู้ซื้อและราคาส่งผลต่อความภักดี (Leenders, 2010) นอกจากนั้นความสะดวกสบายเป็นสิ่งที่จับต้องได้ในสายตาลูกค้า รวมถึงนวัตกรรมทางเทคโนโลยี องค์กรจำเป็นต้องมีเพื่อสร้างความแตกต่างจากบริการของคู่แข่ง (Jain & Bala, 2018) ส่วนการรับรู้คุณค่าส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความภักดีคือการซื้อซ้ำ (Yoon & Oh, 2016) และการรับรู้คุณค่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ คุณภาพการบริการ ความไว้วางใจ และความพอใจส่งผลต่อความภักดี (Jose & K. P, 2017)

2. สินทรัพย์ที่เป็นตราสินค้า (Brand Equity)

เป็นการรับรู้ที่ไม่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติทางกายภาพของสินค้าหรือบริการ แต่เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกเป็นส่วนใหญ่ การสร้างและการบริหารตราสินค้าสามารถสร้างความได้เปรียบหลายอย่างแก่ธุรกิจบริการ ช่วยสร้างระดับของความภักดีของลูกค้าให้สูงขึ้นทำให้ลูกค้าตอบสนองที่ดีเมื่อมีการแข่งขันด้านราคา ตลอดจนเพิ่มโอกาสการขยายผลิตภัณฑ์อื่นได้เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือที่จะรักษาลูกค้าเอาไว้ให้ซื้อสินค้าและบริการจากบริษัทต่อไป

มีงานวิจัย พบว่า ตราสินค้า (Brand Equity) เป็นการสื่อสารทางการตลาดให้ลูกค้ารับทราบว่าสินค้าและบริการนั้นเหมาะสมกับราคาที่ลูกค้าพอใจจ่าย ซึ่งประกอบด้วย (1) สร้างการรับรู้ให้แก่ลูกค้า (2) สร้างตัวตนให้กับสินค้าหรือบริการและองค์กร (3) ส่งเสริมให้กำหนดราคาสูงได้ (4) เป็นสินทรัพย์ขององค์กร และ(5) สินค้าหรือบริการและตราสินค้า (ปิยะชาติ อิศรภักดี, 2559) รวมถึงเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจซื้อ (ศศิวิมล สุขบท, 2544) เป็นตัวแทนด้านคุณลักษณะของบริษัท ตราสินค้าสามารถสร้างรายได้และความมั่นคงให้กับบริษัทในช่วงเวลาหนึ่ง (Kotler, Kartajaya and Huan, 2015; (Furinto, Pawitra, & Balqiah, 2009) มีพื้นฐานมาจากความนิยม เช่น ความภักดีที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้า โดยมีปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตราสินค้าเกิดคุณค่า ได้แก่ การรับรู้ ภาพลักษณ์ คุณภาพ ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความภักดี (สุดาพร กุลชลบุตร, 2557) (Chen & Myagmarsuren, 2011) คุณภาพของตราสินค้านำไปสู่การสร้างกลยุทธ์ด้านราคาได้สูงกว่าคู่แข่ง รวมถึงภาพลักษณ์และประสบการณ์ที่ดีส่งผลต่อความภักดีที่มีต่อตราสินค้า (Leenders, 2010) นอกจากนั้นการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบออนไลน์ช่วยอำนวยความสะดวกสบาย เช่น การค้นหาข้อมูลต่างๆสามารถสร้างความผูกพันและส่งผลต่อความภักดี

ในตราสินค้าได้ (Sung, Kim, Kwon, & Moon, 2010) ทำให้องค์กรสามารถบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าง่ายขึ้น

3. สินทรัพย์ที่เป็นความสัมพันธ์ (Relationship Equity)

การที่องค์กรจะรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวได้นั้น จะต้องเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนหรือธุรกรรมต่างๆที่ดำเนินกับลูกค้าในปัจจุบัน และผู้ที่จะเป็นลูกค้าในอนาคตด้วย โดยให้ความสำคัญกับทุกกิจกรรมเพื่อที่จะรักษาลูกค้าไว้ให้ได้ เช่น กิจกรรมสร้างความภักดี กิจกรรมสร้างความรู้สึกรักพิเศษ กิจกรรมสร้างกลุ่ม/ชุมชนตราสินค้า และกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับตราสินค้า การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งสองฝ่ายคือลูกค้าและบริษัทเอง การจัดการความสัมพันธ์ (Customer Relationship Management :CRM) จะทำให้บริษัทสามารถเพิ่มคุณค่าให้แก่ลูกค้า สร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้ายังคงมีความภักดีต่อบริษัท และรักษาลูกค้าที่แท้จริงของบริษัทไว้ได้ (Kotler, Kartajaya and Setiawan, 2011)

มีงานวิจัย พบว่า การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นสิ่งที่ทุกบริษัทต้องตระหนักถึงเพราะความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้นทำให้พฤติกรรมลูกค้าเปลี่ยนแปลงไป ลูกค้ามีทางเลือกมากมายในการซื้อสินค้าและบริการโดยเฉพาะคู่แข่งทั้งจากภายในและต่างประเทศ ทำให้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการได้มากขึ้น การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้ายังช่วยให้ทราบพฤติกรรมของลูกค้าเพื่อที่จะได้วางกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างมูลค่าตลอดชีวิตแก่บริษัทเอง (Silk, 2015) โดยมาจากความภักดีซึ่งแบ่งได้ 6 ระดับ ดังนี้ (1) กลุ่มบุคคลที่ความเป็นไปได้ว่าจะ是客户 (Suspect) (2) ผู้ที่คาดว่าจะซื้อหรือใช้สินค้า (Prospect) (3) กลุ่มลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อและใช้บริการในครั้งแรก (First Time Customer) (4) กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการซ้ำ (Repeat Customer) (5) กลุ่มลูกค้าประจำ (Client) และ (6) กลุ่มลูกค้าผู้ภักดี (Advocate) (นภวรรณ คณานุรักษ์, 2554) นอกจากนั้นการรักษาความสัมพันธ์เป็นกลยุทธ์ช่วยให้มีการซื้อซ้ำ สร้างความไว้วางใจและความภักดี (Petre, Minocha, & Roberts, 2006) รวมถึงคุณภาพความสัมพันธ์ส่งผลต่อความภักดี (Chen & Myagmarsuren, 2011) อีกทั้งยังช่วยให้ทราบพฤติกรรมของลูกค้าเพื่อที่จะได้วางกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Radionova-Girsa, 2017) ขณะที่การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับและการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของเทคโนโลยีช่วยสร้างความพอใจ ความน่าเชื่อถือ และส่งผลถึงความภักดี (Chiou & Shen, 2012)

ความภักดี หมายถึง ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการเป็นครั้งแรกต่างมีความคาดหวังบางอย่างเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้น ถ้าทุกอย่างเป็นไปตามความคาดหวังหรือมากกว่าที่คาดหวัง ก็มีความเป็นไปได้ที่จะกลับมาซื้อซ้ำอีก โดยบริษัทต้องทำมากกว่าการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ (Satisfied Customer) เพราะจะมีโอกาสพัฒนาต่อไปเป็นลูกค้าที่เชื่อมั่น (Committed

Customers) และนำไปสู่ความภักดี นอกจากนี้ความต้องการของลูกค้า ด้านคุณค่า คุณภาพการบริการ และความพอใจ นำไปสู่การบอกต่อ สอดคล้องกับแนวคิดของ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985; A. Parasuraman, 1988) คือ พฤติกรรมที่แสดงออก (Behavioral Aspect) เป็นทัศนคติเชิงบวกและทำให้เกิดพฤติกรรมที่ดี เช่น การบอกต่อ (Word of Mouth) ขณะนี้ (Zhang, Li, Wang, & Wang, 2016) พบว่า ความภักดีมาจากความไว้วางใจ ความรู้สึกดี หากลูกค้ามีประสบการณ์ทางบวกและมีความรู้สึกพึงพอใจก็จะมีการบอกต่อบุคคลอื่นในทางที่ดีหรือแก้ไขข่าวที่ไม่ดี (Chahal & Dutta, 2015) นอกจากนี้คุณภาพของความสัมพันธ์ช่วยให้องค์กรนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับธุรกิจของตัวเองได้อย่างเหมาะสม (Ou, Verhoef, & Wiesel, 2017) ในธุรกิจหลักทรัพย์พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การกระทำและกระบวนการตัดสินใจของคนแต่ละคนในการค้นหา ประเมิน จัดหาและใช้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้อง มีผลต่อกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ สามารถตรวจสอบได้จากความน่าจะเป็นในการกลับมาซื้อซ้ำสินค้าและบริการในอนาคต ผ่านกระบวนการการบริโภค 4 ขั้นตอน ดังนี้ (1) การตัดสินใจซื้อ (2) การซื้อ (3) การใช้ และ (4) การประเมินผลหลังการ โดยผู้บริโภคจะพิจารณาตัดสินใจว่าคุณภาพของสินค้าหรือบริการนั้นสอดคล้องกับความคาดหวังของตัวเองหรือไม่ ซึ่งการประเมินนี้จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกพอใจหรือไม่พึงพอใจตามมา และจะนำไปสู่พฤติกรรมหลังการประเมิน เช่น การซื้อซ้ำ การบอกต่อ การเลิกใช้ หรือ การร้องเรียน เป็นต้น (Sundel and Sundel, 2004 อ้างถึงในชูชัย สมितिไกร 2553)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดพฤติกรรมของลูกค้าที่แสดงออกถึงความภักดีซึ่งเป็นแนวคิดของ (Parasuraman et al., 1985; A. Parasuraman, 1988) มาสร้างเป็นตัวแปรตาม (Independent Variables) คือ การบอกต่อ (Word of Mouth) หมายถึง ความเต็มใจ ชอบใจของลูกค้าที่มาใช้บริการก่อนและมีการแนะนำลูกค้าอื่นมาใช้บริการ เนื่องจากผู้บริโภคมีบทบาทมากขึ้น ที่สำคัญลูกค้าเดิมคือพลังแห่งการกระจายข่าวสาร การบอกต่อ ปากต่อปาก กลายเป็นการสื่อสารที่ดีและมีประสิทธิภาพสุด โดยเฉพาะในยุคที่ลูกค้ามีอำนาจต่อรองสูง ซึ่งตรงกับธุรกิจหลักทรัพย์ในปัจจุบัน เพราะลูกค้าเป็นทั้งผู้บริโภคเอง และสามารถติดต่อซื้อขายได้โดยตรง (สมฤดี ศรีจรรยา, 2559) นอกจากนี้ประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าส่งผลต่อความพอใจและมีการบอกต่อ เช่น การแนะนำเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จัก มาเป็นลูกค้าของบริษัท เป็นต้น (Dölarşlan, 2014)

บทสรุป

มูลค่าลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับธุรกิจหลักทรัพย์ที่ให้บริการทางการเงินการลงทุน เนื่องจากรายได้หลักมาจากค่าธรรมเนียมการซื้อขายหลักทรัพย์ ดังนั้นเป้าหมายของธุรกิจ คือ การรักษาลูกค้าให้คงอยู่กับบริษัทตลอดวงจรชีวิตของเขา โดยผ่านแรงขับเคลื่อนใน 3 ประเด็น ได้แก่ (1) สินทรัพย์ที่เป็นคุณค่า (2) สินทรัพย์ที่เป็นตราสินค้า และ (3) สินทรัพย์ที่เป็น

ความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived usefulness) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) ของการใช้เทคโนโลยี เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้พฤติกรรมของลูกค้าหรือนักลงทุนเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ นอกจากนี้ยังช่วยอำนวยความสะดวกสบายและประหยัดเวลาในการทำธุรกรรมต่างๆ ได้ง่ายขึ้น (Shu-Fang & Tzai-Zang, 2011) เพื่อสร้างคุณค่าที่แท้จริงในธุรกิจที่ให้บริการมีความโดดเด่นและสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Robinson & Celuch, 2016) เป็นการสร้างการรับรู้เชิงบวกของลูกค้าส่งผลต่อความตั้งใจและยังคงอยู่ให้บริการกับบริษัทต่อไปโดยไม่หันไปใช้บริการของคู่แข่ง (Nik Hashim, Alam, Pandit, & Manan, 2015) นอกจากนี้ยังทำให้ทราบถึงพฤติกรรมที่แท้จริงและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทำให้การบริการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Alcántara-Pilar, Blanco-Encomienda, Rodríguez-López, & Del Barrio-García, 2018) อีกทั้งยังมีการศึกษาทัศนคติและความตั้งใจซื้อของลูกค้ามาจากการรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ประโยชน์ของระบบออนไลน์ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า (Siew-Lee & Yen-Nee, 2017; J. Kim & Forsythe, 2008; Pavlou & Fygenson, 2006) มีงานวิจัย พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ด้านคุณภาพบริการและแรงจูงใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการสร้างความภักดี ขณะที่การรับรู้ถึงประโยชน์ที่สูงขึ้นของบริการทางออนไลน์ทำให้คุณภาพการบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Naidoo & Leonard, 2007) อีกทั้งการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานในอุตสาหกรรมบริการได้มีการตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เกิดจากความพร้อมของลูกค้ามีความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงประโยชน์ ความสะดวกในการใช้งาน และความตั้งใจซื้อ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าเป้าหมายตลอดช่วงวงจรชีวิต (Wendel, Dellaert, Ronteltap, & Van Trijp, 2013) ขณะที่การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารทางออนไลน์ทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในตราสินค้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้าแล้ว ยังรวมถึงความเชื่อมั่นและการรับรู้ถึงประโยชน์ (Yi & Gray, 1996; Chi-Hsing, 2015) ส่วนการรับรู้ความสะดวกในการใช้งานและการรับรู้ประโยชน์ของการสื่อสารผ่านออนไลน์ เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสร้างโอกาสในการเรียนรู้และการมีส่วนร่วม ซึ่งช่วยพัฒนากลยุทธ์และเพิ่มประสิทธิภาพระดับการมีส่วนร่วมระหว่างกันมากขึ้น (Barn, 2016) นอกจากนี้ยังส่งผลต่อทัศนคติ โดยเฉพาะมิติความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญ (Barn, 2016) และเป็นกลยุทธ์สร้างสร้างความโดดเด่นเพื่อประโยชน์ในการแข่งขัน (Celuch & Robinson, 2016) ขณะเดียวกันประสิทธิภาพของระบบออนไลน์ของบริษัทที่ให้บริการทางการเงิน สามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อทดแทนได้หรือลดความจำเป็นในการปฏิสัมพันธ์ส่วนบุคคลในการให้บริการของตนอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตามความต้องการของลูกค้าด้านทัศนคติต่อการใช้และความตั้งใจในการใช้บริการทางอินเทอร์เน็ต ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่านอกเหนือจากความสะดวกในการใช้และการรับรู้ถึง

ประโยชน์ของระบบสารสนเทศแล้ว บริษัทจำเป็นต้องใช้ประโยชน์จากลูกค้าด้วยความสัมพันธ์ที่สร้างขึ้นในสภาพแวดล้อมแบบออนไลน์ซึ่งอาจมีผลต่อความตั้งใจในการใช้งานของลูกค้าต่อไป รวมถึงบริการทางออนไลน์ได้ในอนาคต (Chiou & Shen, 2012) ส่วนการศึกษาการยอมรับของผู้ใช้ในระบบสารสนเทศได้เริ่มมีการใช้มากขึ้นภายในพื้นที่การตลาด (Haenlein & Kaplan, 2011) รวมถึงประสบการณ์ของลูกค้าที่มีต่อสภาพแวดล้อมของระบบออนไลน์เป็นการสนับสนุนบริการหลังการขายทั้งผลิตภัณฑ์และบริการ มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณค่าและคุณภาพการให้บริการซึ่งส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า (Petre, Minocha, & Roberts, 2006) ขณะเดียวกันมีการบริการข้อมูลผ่านมือถือ ซึ่งกำลังเข้าสู่ทุกด้านของชีวิตผู้คนและคาดว่าจะกลายเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของผู้ให้บริการ โดยผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือจำเป็นต้องเพิ่มประสิทธิภาพการลงทุนในบริการ (Jiayin, Ling, Yuanquan, & Huaying, 2009) อีกทั้งประสบการณ์ในแง่ของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความสะดวกในการใช้งานและการบริการลูกค้ามีอิทธิพลอย่างเห็นได้ชัดหลังจากมีประสบการณ์การใช้บริการผ่านออนไลน์ ถึงแม้ว่าการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานเป็นสิ่งสำคัญ แต่ในขณะเดียวกันลูกค้าคาดหวังถึงความปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยีด้วย (Iniesta-Bonillo, Sánchez-Fernandez, & Cervera-Taulet, 2012)

ผลของการทบทวนวรรณกรรมได้ข้อสรุปว่า องค์กรควรให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นอันดับแรก ซึ่งเปรียบเสมือนสินทรัพย์ที่มีคุณค่ามากที่สุดในธุรกิจที่ให้บริการ ด้วยการสร้างความพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าเป้าหมายให้มากกว่าที่ลูกค้าคาดหวังเพื่อให้เกิดพฤติกรรมซื้อซ้ำและคาดหวังให้ลูกค้าภักดีกับองค์กร ส่งผลให้เกิดกำไรในการดำเนินงานเป็นการสร้างความได้เปรียบในระยะยาว

ขณะเดียวกันนวัตกรรมทางเทคโนโลยีใหม่ ๆ มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงิน ช่วยลดต้นทุนให้กับลูกค้าเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างความพอใจ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived usefulness) และ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) นอกจากนี้มูลค่าลูกค้า (Customer Equity) ซึ่งเปรียบเสมือนทรัพย์สินในระยะยาวของบริษัทสามารถวัดได้จากความสัมพันธ์ของบริษัทกับลูกค้า เพราะลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบันถือเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญที่สุด โดยผ่านกลยุทธ์ที่ขับเคลื่อนไปในทิศทางที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้าได้รับรู้ คือ (1) สินทรัพย์ที่เป็นคุณค่า (Value equity) (2) สินทรัพย์ที่เป็นตราสินค้า (Brand equity) และ (3) สินทรัพย์ที่เป็นความสัมพันธ์ (Relationship equity) ส่งผลต่อความภักดี (Loyalty) ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรปรารถนาอยากให้เป็นมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- ชูชัย สมितिไกร.(2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธวัชชัย มงคลสกุลฤทธิ์.(2550). *คัมภีร์การตั้งราคาสินค้า (Power Pricing)*. กรุงเทพฯ: ไอ เอ็ม บุ๊คส์.
- นภวรรณ คณานุกรณ์. (2554). *กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy)*. กรุงเทพฯ: ซีวีแอลการพิมพ์.
- ปิยะชาติ อิศรภักดี. (2559). *การตลาด 3.0 สู่อการสร้างแบรนด์ 4.0*. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ศศิวิมล สุขบท.2544.*การจัดจำหน่ายอุตสาหกรรมเกษตรเพื่อการส่งออกของไทย*. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- สมฤดี ศรีจรรยา. (2559). *การตลาดยุคสร้างสรรค์ 4.0*. ปทุมธานี: ดีเอ็มเอส คอร์ปอเรชั่น.
- สุดาพร กุลทลบุตร.(2557). *หลักการตลาดสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya and Hooi Den Huan.(2558). *คิดใหม่สู่อาเซียน (Think New Asean)*. (ผู้สดี พลสารัมย์ และ ภาณุชาติ บุญยเกียรติ แปล). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แมคกรอฮิลล์.
- Philip and Milton Kotler .(2556). *การตลาดเพื่อสร้างการเติบโตทางธุรกิจ Market your way to Growth*. (ณรงค์ลักษณ์ จารุวัฒน์ แปล). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์.
- Chahal, H., & Dutta, K. (2015). Measurement and impact of customer experience in banking sector. *Decision* (0304-0941), 42(1), 57-70.
- Chen, C.-F., & Myagmarsuren, O. (2011). Brand equity, relationship quality, relationship value, and customer loyalty: Evidence from the telecommunications services. *Total Quality Management & Business Excellence*, 22(9), 957-974.
- Chiou, J.-S., & Shen, C.-C. (2012). The antecedents of online financial service adoption: the impact of physical banking services on Internet banking acceptance. *Behaviour & Information Technology*, 31(9), 859-871.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Dölarslan, E. S. (2014). Assessing the effects of satisfaction and value on customer loyalty behaviors in service environments: High-speed railway in Turkey as a case study. *Management Research Review*, 37, 706-727.

- Duralia, O. (2015). Changes in Consumer's Behavior of Tourism Products and Services. *Revista Economica*, 67(4), 52-62.
- Fandos Roig, J. C., Garcia, J. S., & Moliner Tena, M. A. (2009). Perceived value and customer loyalty in financial services. *Service Industries Journal*, 29(6), 775-789.
- Forgas-Coll, S., Palau-Saumell, R., Sánchez-García, J., & María Caplliure-Giner, E. (2014). The role of trust in cruise passenger behavioral intentions. *Management Decision*, 52(8), 1346-1367.
- Furinto, A., Pawitra, T., & Balqiah, T. E. (2009). Designing competitive loyalty programs: How types of program affect customer equity. *Journal of Targeting, Measurement & Analysis for Marketing*, 17(4), 307-319.
- Furrer, O. (2002). Driving Customer Equity: How Customer Lifetime Value Is Reshaping Corporate Strategy. *International Journal of Service Industry Management*, 13(1), 107-110.
- Hur, W.-M., Kim, Y., & Park, K. (2013). Assessing the Effects of Perceived Value and Satisfaction on Customer Loyalty: A 'Green' Perspective. *Corporate Social - Responsibility and Environmental Management*, 20(3), 146.
- Jain, A., & Bala, R. (2018). Differentiated or integrated: Capacity and service level choice for differentiated products. *European Journal of Operational Research*, 266(3), 1025-1037.
- Jose, A., & K. P, S. (2017). Reexamining the Link between Sstisfaction and Loyalty: A Study in the Dynamic Insureance Business Environment in India. *Clear International Journal of Research in Commerce & Management*, 8(5), 29-34.
- Jung, T. H., Ineson, E. M., & Green, E. (2013). Online social networking: Relationship marketing in UK hotels. *Journal of Marketing Management*, 29(3-4), 393-420.
- Kuester, S. k. b. u.-m. d., Konya-Baumbach, E. k.-b. b. u.-m. d., & Schuhmacher, M. C. m. s. w. u.-g. d. (2018). Get the show on the road: Go-to-market strategies for e-innovations of start-ups. *Journal of Business Research*, 83, 65-81.
- Leenders, M. A. A. M. (2010). The relative importance of the brand of music festivals: a customer equity perspective. *Journal of Strategic Marketing*, 18(4), 291-301.
- Lemon, rust, & Zeithaml. (2001). What driver customer equity. *Marketing management*, 10, 20-25.

- Lemon, K. N., Rust, R. T., & Zeithaml, V. A. (2001). What drives customer equity. *Marketing management*, 10, 20-25.
- Luo, M. M., Chen, J.-S., Ching, R. K. H., & Liu, C.-C. (2011). An examination of the effects of virtual experiential marketing on online customer intentions and loyalty. *Service Industries Journal*, 31(13), 2163-2191.
- Marimon, F., Vidgen, R., Barnes, S., & Cristóbal, E. (2010). Purchasing behaviour in an online supermarket. *International Journal of Market Research*, 52(1), 111-129.
- Ou, Y.-C., Verhoef, P., & Wiesel, T. (2017). The effects of customer equity drivers on loyalty across services industries and firms. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(3), 336-356.
- Parasuraman, Zeithaml, & Berry. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A. (1988). SERVQUAL : A Multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Petre, M., Minocha, S., & Roberts, D. (2006). Usability beyond the website: an empirically-grounded e-commerce evaluation instrument for the total customer experience. *Behaviour & Information Technology*, 25(2), 189-203.
- Rad, H. S., Rasouljan, A., Mirzaei, M., & Sharifipour, A. (2017). Electronic Banking; a New Strategy to Create Customers' Loyalty to Investment and Its Impact on Economic Initiatives. *International Journal of Management, Accounting & Economics*, 4(4), 431-442.
- Radionova-Girsa, E. (2017). The Customer Loyalty Problems: Online Problems. *Proceedings of the Multidisciplinary Academic Conference*, 28-36.
- Regan, M. A., Stevens, A., & Horberry, T. (2014). *Driver Acceptance of New Technology : Theory, Measurement and Optimisation*. Burlington, VT: Ashgate.
- Remar, D., Campbell, J., & DiPietro, R. B. (2016). The impact of local food marketing on purchase decision and willingness to pay in a foodservice setting. *Journal of Foodservice Business Research*, 19(1), 89-108.
- Rust, Zeithaml, & Lemon. (2001). Driving Customer Equity: How Customer Lifetime Value Is Reshaping Corporate Strategy. *Journal of Marketing*, 64, 107-109.

- Sung, Y., Kim, Y., Kwon, O., & Moon, J. (2010). An Explorative Study of Korean Consumer Participation in Virtual Brand Communities in Social Network Sites. *Journal of Global Marketing*, 23(5), 430-445.
- Timothy, T., Xitao, F., & Jianxia, D. (2015). Technology acceptance among pre-service teachers: Does gender matter? *Australasian Journal of Educational Technology*, 31(3), 235-251.
- Vogel, V., Evanschitzky, H., & Ramaseshan, B. (2008). Customer Equity Drivers and Future Sales. *Journal of Marketing*, 72, 98-108.
- Wang, S. (2017). Improving China Department Stores Through Total Quality Management. *Chinese Economy*, 50(2), 128-138.
- Yoon, S., & Oh, J.-C. (2016). A cross-national validation of a new retail customer equity model. *International Journal of Consumer Studies*, 40(6), 652-664.
- Zhang, R., Li, G., Wang, Z., & Wang, H. (2016). Relationship value based on customer equity influences on online group-buying customer loyalty. *Journal of Business Research*, 69(9), 3820-3826.

มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการโฆษณา : ศึกษากรณีการโฆษณาเกินจริง
สินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร

Legal measures to control advertising : Case study of over-hyped food products

บุญญพัฒน์ ระไล¹

Punyapat Raso

สมบุญ ส่องรัมย์บุตร²

Dr. Somboon Sangiambut

บทคัดย่อ

การโฆษณาสินค้าในปัจจุบันเป็นที่นิยมกันมาก เพื่อช่วยให้สินค้าเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปโดยง่าย ซึ่งเป็นการง่ายต่อการจดจำเพราะการโฆษณาสินค้าส่วนมากผู้ประกอบการมักจะให้บุคคลที่มีความน่าเชื่อถือมาทำการโฆษณาสินค้า จากการศึกษพบว่า ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ควรมีมาตรการในการควบคุมและบทลงโทษของการโฆษณาเกินจริงสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร ควรให้มีการให้มีการลงโทษที่เด็ดขาดกว่าเดิมเพราะการโฆษณาสินค้าจำนวนมากที่กระทำความผิดซ้ำ

คำสำคัญ: โฆษณาเกินจริง ; ผลิตภัณฑ์อาหาร

ABSTRACT

Today's advertising is very popular. To help people know the product is simple. It is easy to remember because most advertisers advertise their products to people who are credible. According to studies, it has been found that According to the Consumer Protection Act 1979, there should be measures to control and penalties for over-advertising. It should be punished more than ever because of advertising a large number of repeat offenses.

Keywords : Overdraft ; Food products

บทนำ

การโฆษณาสินค้าเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคเป็นอย่างยิ่งนอกจากที่จะทำให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงประโยชน์ของสินค้าต่างๆแล้วก็ยังได้ทราบถึงวิธีการนำไปใช้อย่างถูกต้องตาม

¹ นักศึกษาลัทธิสุตฺรนิติศาสตรมหาบัณฑิต (สาขากฎหมายธุรกิจ) คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ประเภทสินค้าต่างๆที่ผู้บริโภคจะนำไปใช้ตามความต้องการของผู้บริโภคเอง แต่นอกจากจะเป็นประโยชน์แล้วก็มีโทษตามมาเช่นกันหากว่าผู้บริโภคนำสินค้าเหล่านั้นไปใช้อย่างไม่ถูกต้องตามแบบที่โฆษณาได้ระบุไว้ว่าต้องใช้อย่างไร ซึ่งปัจจุบันการโฆษณาได้มีการโฆษณาได้หลายช่องทางไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาในทางรายการโทรทัศน์ วิทยุ หรือแม้กระทั่งทางเว็บไซต์ต่างๆโดยเฉพาะในปัจจุบันช่องทางในการโฆษณาสินค้ารูปแบบที่ง่ายขึ้นคือการโฆษณาทางยูทูปโดยการที่นำสินค้าต่างๆนำมาโฆษณา

อาหารเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อมนุษย์ทุกคนในการดำรงชีวิตนั้น ในปัจจุบันยังคงมีการโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารที่มีลักษณะในการเกินความเป็นจริงอยู่ไม่น้อยทำให้ผู้บริโภคที่ได้พบเห็นการโฆษณาเหล่านั้นและเชื่อในผลิตภัณฑ์อาหารเหล่านั้นว่าเป็นประโยชน์แก่ตนเอง และมีสินค้าอีกจำนวนไม่น้อยที่ทำการโฆษณาโดยการใช้อุบายที่คล้ายคลึงกันทำให้คนทั่วไปเข้าใจว่าเป็นสินค้าชนิดเดียวกันจึงทำให้คนทั่วไปสับสนได้ว่าตกลงว่าเป็นสินค้าชนิดใด

ตัวอย่างสินค้าที่โฆษณาแล้วทำให้ผู้บริโภคเกิดการสับสนและเกิดความเข้าใจผิดได้ง่าย เช่น กรณีการโฆษณาและฉลากเครื่องดื่มรังนก ได้ระบุข้อความว่า “รังนกแท้100%” ทำให้คนทั่วไปเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวทำมาจากเนื้อของรังนกในปริมาณที่สูงมาก ซึ่งในความเป็นจริงแล้วนั้นเครื่องดื่มผลิตจากรังนกซึ่งเป็นน้ำลายของรังนกนางแอ่น(Edible-nest Swittlet) จัดเป็นเครื่องดื่มพร้อมบริโภคมีลักษณะเป็นของเหลวและมีน้ำเป็นส่วนประกอบหลักวิธีบริโภคใช้ดื่ม สำหรับเครื่องดื่มรังนกจะมีลักษณะเฉพาะ หากสังเกตจากส่วนประกอบของรังนกแล้วนั้นจะมีรังนกแห้งประมาณ1%แต่เมื่อนำไปต้มกับน้ำรังนกแห้งจะทำการดูดน้ำและขยายตัวมากกว่า10เท่า จึงทำให้ดูมีปริมาณที่มากขึ้น สำหรับปริมาณของรังนกแห้งได้มีการแสดงไว้ที่ส่วนประกอบโดยแสดงเป็นร้อยละของน้ำหนักไม่ใช่ร้อยละของปริมาณ³ ดังนั้น จะทำให้เห็นว่า การโฆษณาเกินจริงของรังนกดังกล่าว คือคำว่า “รังนกแท้100%” ทำให้คนทั่วไปเกิดความเข้าใจผิดว่าส่วนประกอบนั้นเป็นรังนกแท้ๆไม่ได้มีส่วนประกอบอื่นใดมาผสมหรือมีแต่รังนกแท้ๆ

ตัวอย่างสินค้าอีกประเภทคือ การโฆษณาโดยใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันกับสินค้าต้องห้าม เช่น กรณีการใช้เครื่องหมายการค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยนำมาโฆษณาใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันในน้ำดื่ม ทำให้คนทั่วไปเกิดความสับสนและเข้าใจผิดว่าเป็นสินค้าเดียวกัน ซึ่งเป็นการโฆษณาที่มีความใกล้เคียงกัน จึงเป็นปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไข

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

³ อย.จีโฆษณาและฉลากเครื่องดื่มรังนก ระบุข้อความ “รังนกแท้100%”อาจทำผู้บริโภคสับสน อย. เตริม ดำเนินคดีผู้กระทำผิดทุกราย. (25 ก.ค. 2554): <https://www.thairath.co.th/content/188926>.สืบค้นวันที่ 8 ส.ค.2561.

1. การไม่ให้ความสำคัญกับความศักดิ์สิทธิ์ของเจตนา (Freedom of Will) หรือเสรีภาพในการทำสัญญา

แนวคิดทฤษฎีดังกล่าวมีความเหมาะสมในสภาพสังคมที่เท่าเทียมกันในอำนาจต่อรองและมีระบบการค้าที่แข่งขันค่อนข้างสมบูรณ์มีเหตุผลมาจาก ทฤษฎีความรับผิดชอบเฉพาะคู่กรณีในสัญญา (Privity of Contract) นั้นเป็นผลมาจากการที่ได้มีเสรีภาพในการทำสัญญาขึ้นก็เหมาะสมกับกรณีที่คู่สัญญามีความสามารถในการต่อรองเท่าๆกันแต่ในเรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภคนั้น ได้มีเหตุที่ผู้บริโภคไม่จำเป็นที่จะต้องบริโภคสินค้าหรือบริการโดยได้อาศัยความสัมพันธ์ในทางสัญญาเสมอไปสืบเนื่องมาจากการบริโภคเป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติของมนุษย์ โดยมีได้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขในสถานะทางสังคม (Status Quo) ความสามารถของบุคคล (Capability) หรือข้อตกลงในทางนิติกรรมสัญญา จะเห็นได้ว่าหลักเกณฑ์หรือทฤษฎีความรับผิดชอบในความเสียหายที่ต้องอาศัยความผูกพันทางสัญญาที่กฎหมายรับรองจึงเป็นปัญหาในการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีได้เป็นคู่กรณีในสัญญาทฤษฎีกฎหมายที่ก่อตั้งสิทธิในการได้รับการเยียวยาชดใช้เมื่อมีความเสียหายเกิดขึ้นจากการบริโภคจึงไม่คำนึงถึงหลักความสัมพันธ์ทางสัญญา (Privity Rule) แต่อย่างใด

ดังนั้น หากจะกำหนดว่า ผู้บริโภคคือผู้ใดนั้นก็ไม่สามารถที่จะกำหนดได้โดยอาศัยหลักของความสัมพันธ์ในทางสัญญา โดยแนวคิดที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคนี้จึงทำให้เกิดเป็นการปฏิเสธทฤษฎีเสรีภาพในการทำสัญญา อีกทั้งหลักของความรับผิดชอบคู่กรณีโดยสิ้นเชิง กรณีดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการกำหนดกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคจึงออกมาในรูปแบบของการขยายความรับผิดชอบของผู้ขายไปสู่บุคคลอื่นๆอีกด้วยบุคคลเหล่านั้นอาจจะมีชื่อชื้อก็เป็นได้เช่นกัน⁴

2. ทฤษฎีความรับผิดในทางละเมิดซึ่งใช้บทสันนิษฐานความผิด (Presumption of Fault) หลักความรับผิดในทางละเมิดนั้น มีทฤษฎีความรับผิดที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปอยู่ 2 หลัก คือ มีความรับผิดเมื่อมีความผิด กล่าวคือผู้กระทำละเมิดจงใจหรือประมาทเลินเล่อก่อให้เกิดความเสียหาย และหลักความรับผิดโดยกฎหมายสันนิษฐานว่ามีความผิดแม้ไม่ได้มีการจงใจ หรือประมาทเลินเล่อ บางกรณีก็เป็นการสันนิษฐานเด็ดขาดไม่มีข้อยกเว้นในการนำสืบหักล้าง (Absolute Liability) หรือ No Fault Liability บางกรณีก็มีข้อยกเว้นให้มีการนำสืบหักล้างบทสันนิษฐานที่กฎหมายบัญญัติไว้ได้ หลักความรับผิดขอบแบบที่สองนี้เรียกโดยทั่วไปว่า ความรับผิดเด็ดขาด (Strict Liability) หลักความรับผิดเด็ดขาดได้รับการยอมรับมากขึ้นเฉพาะอย่างยิ่งใน

⁴ สุขุม ศุภนิติย์. (2552). คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค. หน้า 11.

กรณีที่มีความเสียหายเกิดจากผลิตภัณฑ์ซึ่งมีความสลับซับซ้อนในการผลิตผู้ใช้ได้รับความเสียหาย ไม่อาจพิสูจน์ถึงเหตุแห่งความเสียหายได้ว่าเป็นความผิดพลาดของผู้ใด

เหตุผลของการนำเอาทฤษฎีความรับผิดชอบเด็ดขาดในทางละเมิดมาปรับใช้กับคดีที่ฟ้องให้ชดใช้ความเสียหายที่เกิดจากการบริโภคก็เพราะว่าความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการบริโภคนั้นเป็นเรื่องที่ยากจะพิสูจน์ได้ว่าเกิดขึ้นจากความผิดของฝ่ายใด ยิ่งกระบวนการในการบริโภคอันประกอบด้วยผู้ผลิต ผู้ขายส่ง ผู้ขายปลีก ผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่กว้าง ยิ่งยากแก่การเริ่มพิสูจน์ว่าความบกพร่องจะเกิดขึ้นในช่วงใด และความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่ผู้บริโภคคนสุดท้ายที่บริโภคนั้นเกิดนั้นเนื่องจากเหตุแห่งความบกพร่องในขณะใด ในกรณีการการผลิตที่มีเทคนิคสลับซับซ้อน การพิสูจน์ว่ามีความบกพร่องในการผลิตยังไม่อยู่ในวิสัยที่ผู้บริโภคจะพิสูจน์ได้ง่ายว่าผู้ผลิตสินค้ากระทำโดยประมาทเลินเล่อเป็นเหตุให้มีความชำรุดบกพร่องในผลิตภัณฑ์ที่กำหนดให้ผู้ผลิตหรือผู้ขาย (ในบางกรณี) ต้องรับผิดชอบโดยปราศจากการกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อ จึงเป็นการเหมาะสม ทั้งนี้ภายใต้เงื่อนไขว่า ผู้ผลิตหรือผู้ที่กฎหมายกำหนดให้ต้องรับผิดชอบนี้อาจพิสูจน์เพื่อพ้นความรับผิดได้ เช่น

1) พิสูจน์ว่า ผู้บริโภคใช้สินค้านั้นโดยไม่ถูกวิธีในกรณีที่มีคำอธิบายวิธีใช้หรือคำเตือนไว้แล้ว

2) พิสูจน์ว่าความเสียหายเกิดจากความประมาทเลินเล่อของผู้บริโภคเอง

3) ความชำรุดบกพร่องมิได้มีอยู่ในขณะที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น หากแต่เกิดความชำรุดบกพร่องขึ้นเพราะการกระทำของบุคคลอื่นซึ่งผู้ผลิตหาจำต้องรับผิดชอบ⁵

3. แนวคิดว่าด้วยหลักความศักดิ์สิทธิ์ในการแสดงเจตนา (Autonomy of Will)

หลักความศักดิ์สิทธิ์ในการแสดงเจตนาคืออำนาจบังคับทั้งหมดของสัญญาที่อยู่ที่การแสดงเจตนาของคู่สัญญาที่ต้องปฏิบัติตามรัฐจะไม่ไปแทรกแซง แนวคิดนี้มีพื้นฐานมาจากหลักปัจเจกชนนิยมที่ยืนยันหลักว่า รัฐต้องรับรู้สิทธิส่วนบุคคลให้มากที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ รัฐต้องรับรองเสรีภาพส่วนบุคคล ทุกคนมีเสรีภาพ เสรีภาพส่วนบุคคลจะถูกจำกัดลงได้ด้วยความสมัครใจของบุคคลนั้นเป็นสิทธิที่มีตั้งแต่ก่อนแสดงเจตนาเข้าทำสัญญา⁶

วัตถุประสงค์การวิจัย

⁵ สุขุม ศุภนิติย์. (2552). คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค. หน้า12-13.

⁶ วิชนันท์ เสริมพงศ์สุรภา. ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจบริการจัดหาคู่: ศึกษาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558 . หน้า 9.

- 1) เพื่อศึกษาถึงความหมาย ประวัติความเป็นมาและสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นจากการโฆษณาเกินจริงสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร
- 2) เพื่อศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเกินจริงสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร
- 3) เพื่อศึกษาถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเกินจริงสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร
- 4) เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัญหาหากกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเกินจริงสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร
- 5) เพื่อเสนอแนะมาตรการทางกฎหมายที่เหมาะสมในการโฆษณาเกินจริงสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร

วิธีการดำเนินการวิจัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นการค้นคว้าศึกษาวิจัยเอกสาร(Documentary Reseach) โดยศึกษาจากกฎหมายที่เกี่ยวข้อง จากหนังสือตำรากฎหมาย บทความในวารสารกฎหมาย บทความในเอกสารข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ และแนวคำพิพากษาที่เกี่ยวข้อง วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง และข่าวทางสื่อออนไลน์ในยุคนี้อัจจุบัน เพื่อนำมารวบรวมและวิเคราะห์ให้เป็นระบบเพื่อที่จะทำการศึกษา และหาข้อสรุปของปัญหาและข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหา

ผลการวิจัย

สรุปและอภิปรายผล

การโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารในปัจจุบันมีการโฆษณาสินค้าประเภทดังกล่าวอยู่มากมายแต่ก็ยังคงมีการโฆษณาที่ทำให้คนทั่วไปเกิดความสับสนและเข้าใจผิดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารซึ่งโดยทั่วไปแล้วมักจะคำนึงถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์อาหารที่จะเลือกซื้อเป็นหลักว่ามีประโยชน์อย่างไร ผู้บริโภคควรได้รับการคุ้มครองในการโฆษณาที่ไม่ควรจะเกินความเป็นจริงโดยเฉพาะเกินความเป็นจริงในด้านส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อาหาร จึงควรมีมาตรการในการควบคุมดูแลให้ครอบคลุมมากกว่าเดิม โดยสรุปวิเคราะห์เบื้องต้นในประเด็นดังต่อไปนี้

1. ปัญหาในการใช้ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อาหาร ในการโฆษณาต้องไม่เกินความเป็นจริงในเรื่องของส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อาหาร เช่น คำว่า แท้ 100% แต่ความเป็นจริงในส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีส่วนประกอบอื่นรวมอยู่ด้วยย่อมทำให้คนทั่วไปสับสนและเข้าใจผิดได้ว่าเป็นของแท้ๆไม่มีสิ่งใดรวมอยู่ในส่วนประกอบนั้น

2.ปัญหาการใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันกับสินค้าต้องห้าม เช่นโดยปกติแล้วใช้เครื่องหมายการค้าดังกล่าวในการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ก็นำเครื่องหมายการค้าเดียวกันมาโฆษณาในน้ำดื่มซึ่งมีการโฆษณาใกล้เคียงกันจึงทำให้คนทั่วไปสับสนและเข้าใจผิด

3.มาตรการทางกฎหมายในเรื่องของบทลงโทษควรให้เพิ่มโทษในการโฆษณาเกินจริงในผลิตภัณฑ์อาหารให้สูงขึ้นเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการกระทำผิดซ้ำอีก

ข้อเสนอแนะ

1.ควรบัญญัติกฎหมายเพิ่มเติมในส่วนของการโฆษณาเกินจริงในกรณีผลิตภัณฑ์อาหารในเรื่องห้ามโฆษณาเกินจริงในส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อาหาร

2.ควรบัญญัติกฎหมายเพิ่มเติมในส่วนของการห้ามนำเครื่องหมายการค้าเดียวกันกับสินค้าต้องห้ามนำมาโฆษณาที่มีความใกล้เคียงกันจนทำให้คนทั่วไปสับสนและเข้าใจผิด

3.ควรบัญญัติกฎหมายเพิ่มเติมในส่วนของโทษที่สูงขึ้นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้มีการกระทำผิดซ้ำอีก

เอกสารอ้างอิง

ไพโรจน์ วายุเทพ.(2555). คำอธิบายกฎหมายวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัทกรุงสยามพับลิชชิ่ง จำกัด.

มานิตย์ จุมปา.(2554). คำอธิบายกฎหมายความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศักดิ์ดา ธนิตกุล.(2552). คำอธิบายและคำพิพากษาเปรียบเทียบกฎหมายความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.

สุนีย์ มัลลิกะมาลย์.(2540). กฎหมายว่าด้วยความรับผิดในผลิตภัณฑ์ของประเทศญี่ปุ่น, บทบัญญัติ, เล่ม 53 ตอน 1 ,มีนาคม. สำนักอบรมกฎหมายแห่งเนติบัณฑิตยสภา.

สุขสม ศุภนิตย์. (2544). คำอธิบายกฎหมายความรับผิดในผลิตภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.

_____. (2554). คำอธิบายพัฒนาการของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____.(2557). คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมศักดิ์ เขียมพลับใหญ่.(2556). เกร็ดกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บัณฑิตอักษร.

สำนักงานคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชน.(2554). **ความรู้ด้านคุ้มครองผู้บริโภค(ฉบับประชาชน)**. สำนักงานอัยการสูงสุด.พิมพ์ครั้งที่ 3.

บทความ

ศักดิ์ดา ธนิตกุล. WTO กับการคุ้มครองผู้บริโภค : นโยบายของกฎหมาย PL ญี่ปุ่นต่อไทย, วารสารกฎหมาย , ปีที่ 19 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม 2542) : 91.

วิทยานิพนธ์

ร้อยตำรวจเอกสุรวุฒิ รั้งไสย.(2548). มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับความรับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย ศึกษาเฉพาะกรณีสินค้ายานยนต์.(วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์). กรุงเทพมหานคร:มหาวิทยาลัยเกริก

ไพฑูรย์ หอมสุวรรณ.(2555). มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคศึกษาเฉพาะกรณีผู้ใช้บริการ นวดและสปาเพื่อสุขภาพ.(วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์). กรุงเทพมหานคร:มหาวิทยาลัยเกริก.

เอมอมร่า กฤษณะโถม.(2557). กฎหมายความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัยศึกษาเฉพาะกรณีความรับผิดชอบของผู้จัดหาเลือดมนุษย์. (วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์).กรุงเทพมหานคร:สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ฐิตินันท์ วรรณเวช.(2558). มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการโฆษณาแฝงในผลิตภัณฑ์อาหารเสริม. (วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์).กรุงเทพมหานคร:มหาวิทยาลัยเกริก.

วิชนันท์ เสริมพงศ์สุรภา.(2558). ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจบริการจัดหาคู่:ศึกษาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์) กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปรีชา ฉิมมาแก้ว.(2559) มาตรการคุ้มครองชั่วคราวกรณีการละเมิดลิขสิทธิ์ในระบบคอมพิวเตอร์. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์).กรุงเทพมหานคร:มหาวิทยาลัยเกริก.

ชัชววรรณ บุษราคัมกุล.(2559) ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับสิทธิหน้าที่ของคู่ความภายหลังมีคำพิพากษาของศาล : ศึกษากรณีคดีผู้บริโภค.(วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์). กรุงเทพมหานคร:มหาวิทยาลัยเกริก.

หัตถยา วีระสมวงศ์.(2560).มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารลดน้ำหนักผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย.(วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

Geraint, Howells and Weatherill ,Stephen . Consumer Protection Law .

England: Ashgate, 2005.

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

แจ้งข้อหาทารา แบบจัดเต็ม รีวิว-เมจิกสกิน วีระชัยลั่นจัดระเบียบศิลป์ โดย ไทยรัฐฉบับพิมพ์.

ค้นหาข้อมูล ณ วันที่ 4 กรกฎาคม 2561.

แหล่งที่มา : <http://www.thairath.co.th/content/1266462>

“รีวิว” (Review) มีความหมายว่าอะไร ทำไมถึงเสี่ยงคุก. ค้นหาข้อมูล ณ วันที่ 8 กรกฎาคม 2561

แหล่งที่มา : <https://www.pptvhd36.com>

<http://www.prachachat.net/general/new-147214>. “ฟังนายไขคำตอบดารานีตไอดอลรีวิว

สินค้าผิดกฎหมายมีโทษหรือไม่”.สืบค้นข้อมูลวันที่ 5 กรกฎาคม 2561.

อย.จีโฆษณาและฉลากเครื่องดื่มรังก ระบุข้อความ “รังกแท้100%”อาจทำผู้บริโภคสับสน

อย.เตรียมดำเนินคดีผู้กระทำผิดทุกราย.(ข่าวของวันที่ 25 ก.ค. 2554):

แหล่งที่มา:<https://www.thairath.co.th/content/188926>.สืบค้นวันที่ 8 ส.ค.2561.

กฎหมาย

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

ประมวลกฎหมายอาญา

ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง

ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551

พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551

พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551

พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติควบคุมยาสูบ พ.ศ. 2535

พระราชบัญญัติควบคุมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุดของผู้บริโภค
ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

The Use of Marketing-Mix Factors Affecting the Customer Decision-Making in
Purchasing the Condominium in Lak-Si District, Bangkok

ปุณฺทริก วสุวัต¹

Phuntarik Vasuwat

วิลัยลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ²

Wilailak Ratanapeantamma

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้บริโภคที่จะตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุด เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานครและเปรียบเทียบการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรทั่วไปในบริเวณเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานครที่ให้ความสนใจ ตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุด จำนวน 384คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ,F-test (One way ANOVA)และในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใช้การทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้ออาคารชุด เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่ายด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านบุคคล และอันดับสุดท้ายคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยภาพรวมในการตัดสินใจซื้ออาคารชุดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยภาพรวมในการตัดสินใจซื้ออาคารชุดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับพฤติกรรมของผู้บริโภค ส่วนใหญ่ รัับหรือค้นหาข้อมูลข่าวสารของอาคารชุดทางอินเทอร์เน็ต ซึ่เพื่อให้ครอบครัวตัวเองอยู่อาศัย และเลือกเรื่องทำเลที่ตั้งของอาคารชุดอยู่ในจุดที่คมนาคมขนส่งสะดวกมาเป็นอันดับแรก

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดการตัดสินใจพฤติกรรม

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

²ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) analyze the marketing-mix factors affecting the customer decision-making in purchasing the condominium in Lak-Si District, Bangkok, and 2) compare the marketing-mix factors affecting the customer decision-making in purchasing the condominium in Lak-Si District, Bangkok, classifying according to the personal factors. The samples for this research were three hundred and eighty-four customers who made decision in purchasing condominium in Lak-Si District, Bangkok. The research tool was the questionnaire. The data received were analyzed by percentage, mean, standard deviation, 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 decision-making in purchasing the condominium in Lak-Si District, Bangkok at the highest level. When considering at each factor, the factors of marketing promotion and of service process received the highest mean. Next on down were the factors of distribution, physical evidence, price, personnel, and product, respectively. In terms of the results of the hypothetical testing, the respondents who were from different marital status used different marketing-mix factors affecting their decision in purchasing condominium at statistical significant level of 0.05. On the other hand, the respondents who were from different gender, age group, educational background, and average monthly income were not different in using marketing-mix factors affecting their decision-making in purchasing condominium in Lak-Si District, Bangkok at statistical significant level of 0.05. In terms of the behavior of the respondents, the majority of them searched and received information about condominium via internet. They purchased the condominium for their own family and choose the condominium location which was convenient for commuting as their priority.

Key Words: Marketing-Mix Factors; Decision-Making; Condominium

บทนำ

ปัจจัยพื้นฐานที่เป็นความต้องการ เพื่อดำรงชีพของมนุษย์มี 4 อย่าง หรือที่รู้จักกันในชื่อ ปัจจัยสี่ หนึ่งในสี่ปัจจัยสำคัญที่มนุษย์ขาดไม่ได้คือ ที่อยู่อาศัย โดยที่อยู่อาศัยนี้เป็นที่พักพิงของมนุษย์ หรือเรียกว่าบ้าน ในอดีตนั้น บ้าน หรือที่อยู่อาศัย ใช้สำหรับป้องกันภัย ทั้งจากธรรมชาติ ภูมิอากาศ สัตว์ป่า และยังหมายรวมถึงการสร้างครอบครัว สังคม จนไปถึงชุมชน ก็ใช้ที่อยู่อาศัย รวมกลุ่มกันขึ้นมา แม้ว่าในปัจจุบัน ความหมายและความจำเป็นของที่อยู่อาศัยจะปรับเปลี่ยนไป บ้าง เช่น กลายเป็นที่พักผ่อน หรือสถานที่พักผ่อนชั่วคราว แต่นัยยะของคำว่าที่อยู่อาศัย ก็ไม่แปรเปลี่ยนไปจาก อดีตกาลมากนัก บ้านหรือที่อยู่อาศัย ยังคงเป็นที่ที่มนุษย์ใช้ เป็นที่พัก สร้างครอบครัว และปรับสภาพเพื่อเอาชนะ ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมอยู่นั่นเอง

ในสมัยก่อนจำนวนมนุษย์ยังมีอยู่น้อยความเจริญและเทคโนโลยี มีจำกัด ทำให้มนุษย์เลือกที่อยู่อาศัยในแนวราบ กล่าวคือปลูกสร้างบ้านเรือน เพื่อเป็นที่พักพิง กันแดด กันฝน ในลักษณะเป็นหลัง และเนื่องจากพื้นที่ต่อหน่วยประชากรในเขตที่ทำมาหากิน หรือประกอบอาชีพ ไม่แออัด สิ่งปลูกสร้างและที่อยู่อาศัยจึงกินพื้นที่ในแนวราบเป็นส่วนใหญ่ แต่ในปัจจุบัน เนื่องจากชุมชนในเมือง เริ่มมีความเจริญ และแออัดมากขึ้น ที่ดินมีราคาสูงขึ้น ตามสภาวะเศรษฐกิจ การปลูกสิ่งก่อสร้างในแนวราบ เช่น บ้านเรือน หรืออาคารต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องปรับสภาพ จากแนวราบที่กินพื้นที่มากมาย ขึ้นไปในแนวตั้ง ซึ่งกินพื้นที่น้อยกว่า แต่ ใช้ประโยชน์ได้มากกว่า และคุ้มค่ากว่า เมื่อเทียบต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่ กับจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่

จากข้อมูลทางสถิติ ปัจจุบันประชากรในประเทศไทยมี 64,627,515 คน และในกรุงเทพฯ มีประชากร 5,491,304 คน ในขณะที่กรุงเทพมหานคร มีพื้นที่ 1,568.737 ตร.กม.เมื่อเทียบตามสัดส่วนแล้ว จำนวนประชากรต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่ ถือว่าแออัดมาก โดยคิดว่า พื้นที่หารเฉลี่ยต่อคนต่อพื้นที่ครอบครองเท่าๆ กัน เมื่อจำนวนประชากรต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่ แออัด พื้นที่จึงต้องถูกจัดการอย่างรอบคอบ ในหนึ่งหน่วยพื้นที่ หากต้องจัดการเป็นที่อยู่อาศัย จึงมักจะสร้างให้อยู่ในแนวสูง เพื่อประหยัดพื้นที่ แต่สามารถรองรับผู้อยู่อาศัยได้มากกว่าที่อาศัยในแนวราบ

ประเภทของที่อยู่อาศัยในแนวตั้ง หรือแนวสูงนี้ ถูกพัฒนา ปรับเปลี่ยน และปรับปรุง ลักษณะให้ ตรงและ ตอบสนองกับความต้องการของผู้อยู่อาศัยในปัจจุบันแม้ว่ามุมมองของผู้อยู่อาศัยที่เน้นเอาความสะดวกสบายมากขึ้น ลักษณะ รูปแบบ การใช้ชีวิตของผู้ที่อาศัยในอาคารชุด จะมีแนวคิดคล้ายๆกัน แต่ในความเป็นจริงแล้ว การเลือกซื้อ หรือเลือกอยู่อาคารชุดก็มีความแตกต่างกัน ตามปัจจัยของแต่ละบุคคลที่มี บางคนเลือก เพราะความสะดวก บ้างเพราะราคา บ้างเพราะมีความทันสมัย หรูหรา ลักษณะทางกายภาพของอาคารชุดเอง แม้แต่การให้บริการวิธีปฏิบัติต่อผู้บริโภค ทั้งก่อนตัดสินใจซื้อ และหลังจากที่ได้ซื้อไปแล้ว หรือในอีกหลายๆปัจจัยที่มีความพึง

เขตหลักสี่ พื้นที่ 22.841 ตร.กม. มีประชากร 104,701 คน เทียบต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่ 4583.90 คนต่อตารางกิโลเมตรและเนื่องจาก เขตหลักสี่ ถนนแจ้งวัฒนะ ซึ่งถือว่าเป็นถนนเศรษฐกิจผ่าน มีสถานที่ทำงาน บริษัทห้างร้าน และศูนย์ราชการ ทำให้ เขตหลักสี่ คือศูนย์กลางเศรษฐกิจ ของกรุงเทพมหานคร อีกเขตหนึ่ง ในขณะที่ความคับคั่งในเมืองเพิ่มมากขึ้น สถานที่อยู่อาศัย ในเขตนี้ จึงพัฒนาจากแนวราบ ไปสู่แนวสูงมากขึ้น อาคารชุดคือหนึ่งในที่อยู่อาศัยในแนวสูงที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง โครงการอาคารชุด หรือหน่วยงานขายอาคารชุดสามารถใช้ประโยชน์งานวิจัยในเรื่องของการให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคสนใจและตัดสินใจซื้ออาคารชุดต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ธุรกิจด้านการบริการ จำเป็นต้องใช้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบความคิดที่ใช้ ในการวิจัยการให้ความสำคัญเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้ออาคารชุด ของผู้บริโภค ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร เลือกใช้ ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดเกี่ยวกับด้านบริการ 7Ps (Kotler & Keller 2016, ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2560) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product)ราคา(Price) สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)ส่งเสริมการตลาด(Promotion) บุคคล(People) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical) กระบวนการ (Process)เป็นเครื่องมือ ประกอบกับแบบสอบถาม ในการสำรวจ และกำหนดตัวแปร

ในกรอบแนวคิดของงานวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ปัจจัยส่วนบุคคล
1 เพศ
2 อายุ
3 สถานภาพ
4 ระดับการศึกษา
5 รายได้ต่อเดือน



ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
1 ด้านผลิตภัณฑ์
2 ด้านราคา
3 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย
4 ด้านส่งเสริมการตลาด
5 ด้านบุคคล
6 ด้านลักษณะทางกายภาพ
7 ด้านกระบวนการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้ออาคารชุด ของผู้บริโภค ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้ออาคารชุด ในเขตหลักสี่กรุงเทพมหานคร
- 2) เพื่อเปรียบเทียบ ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุด ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อต่างกัน ให้ความสำคัญกับการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุดในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้ออาคารชุด ในเขตหลักสี่เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยเลือกศึกษาจากประชาชนทั่วไป และประชาชนให้ความสำคัญ เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการเลือกซื้ออาคารชุด ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนไม่สามารถนับจำนวนได้ (Infinite Population) ใช้สูตรคำนวณจำนวนประชากร ของคอคแรน (Cochran, 1977 อ้างในธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) กำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน (ธานีทรศิลปีจาร์ 2555) ผู้วิจัยได้เพิ่มขนาดตัวอย่างอีก 16 ตัวอย่างรวมเป็น 400 ตัวอย่างการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบจำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล คือค่า t-test เพื่อทดสอบสมมติฐานสำหรับกลุ่มตัวแปรอิสระ 2 กลุ่ม คือ เพศ ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ตามตัวแปร อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย

ผู้บริโภครู้ได้ให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้ออาคารชุดในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าอันดับแรกคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ (ให้ความสำคัญทั้งสองด้านเท่ากัน) รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย และอันดับสุดท้ายคือ ด้านผลิตภัณฑ์

ตาราง ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาคารชุดในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ทั้ง 7 ด้านโดยภาพรวม

(n = 400)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	\bar{X}	SD	ระดับการให้ความสำคัญ	อันดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.20	0.611	มาก	6
2. ด้านราคา	4.31	0.592	มากที่สุด	4
3. ด้านการจัดจำหน่าย	4.35	0.543	มากที่สุด	2
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.37	0.646	มากที่สุด	1
5. ด้านบุคคล	4.23	0.606	มากที่สุด	5
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.34	0.594	มากที่สุด	3
7. ด้านกระบวนการ	4.37	0.593	มากที่สุด	1
รวม	4.31	0.485	มากที่สุด	

จากตาราง พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้ออาคารชุดในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.31) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้ออาคารชุดอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ (ทั้งสองด้านมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.37) รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.35) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.31) ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.23) และอันดับสุดท้ายคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยสรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาและด้านบุคคลในการตัดสินใจซื้ออาคารชุดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนด้านภาพรวม และด้านอื่นๆไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้ออาคารชุดเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้ออาคารชุด โดยภาพรวม ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้ออาคารชุด ด้านผลิตภัณฑ์และด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ส่วนด้านภาพรวม และด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 5 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้ออาคารชุด ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ส่วนด้านภาพรวม และด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง การให้ความสำคัญในการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้ออาคารชุดเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานครสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารายข้อ อันดับแรกคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ฟิตเนส สระว่ายน้ำที่จอดรถ รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และอันดับสุดท้ายคือการออกแบบสวยงาม ทันสมัย อยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤตย์อร ศรีคงแก้ว (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยการตลาดซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร พบว่าการประเมินผลทางเลือกเกี่ยวข้องกับด้านผลิตภัณฑ์นั้นที่ระดับมาก คำนึงถึงประโยชน์หรือคุณค่าที่จะได้รับจากที่พักอาศัย อันได้แก่ ระยะเวลาที่สั้นลงและการประหยัดเวลาของการเดินทางไปกลับที่ทำงาน อยู่ใกล้และมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่ มีระบบขนส่งมวลชน

ด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านราคาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารายข้อ อันดับแรกคืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ธนาคารต่ำ

ด้านการส่งเสริมการตลาดผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอันดับแรกคือมีการงดเว้นส่วนกลางตามการส่งเสริมการขาย รองลงมาคือ จัดระยะเวลาผ่อนชำระนานขึ้น และอันดับสุดท้ายคือ มีส่วนลดเงินสด อยู่ในระดับมากที่สุดทั้งสามข้อในรายด้านการส่งเสริมการตลาดสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคได้ตรงกับ สุชิน นະตะปา(2541) กล่าวไว้ด้วยเรื่องการส่งเสริมการตลาดว่า ผู้บริโภคถูกกระตุ้นด้วยสิ่งจูงใจ (incentive) ในการซื้อสินค้า เครื่องมือส่งเสริมการขายประกอบด้วย การส่งเสริมการขายมุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer promotion) เช่น ลดราคา ผ่อนชำระนาน ส่วนลดเงินสด คุ้มครองเงินสด ของแถม ชิงรางวัล ฯลฯ ในผลงานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงเครื่องมือที่ใช้เป็นการจูงใจจากการลดราคาสินค้า

ด้านบุคคล ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านบุคคลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อันดับแรกคือให้บริการสอบถามทางโทรศัพท์ Call Center รองลงมาคือ มีเจ้าหน้าที่บริการติดต่อให้กับธนาคารสำหรับการกู้สินทรัพย์ และอันดับสุดท้ายคือ มีเจ้าหน้าที่ขายให้รายละเอียดโครงการชัดเจนอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อมองความสัมพันธ์ทางด้านบุคคลเป็นรายด้านแล้ว ผู้บริโภคเลือกการให้ความสำคัญด้านบุคคลเน้นไปทางด้านบริการ ของเจ้าหน้าที่เพื่ออำนวยความสะดวกทั้งทางข้อมูลเอง และการบริการที่เกี่ยวกับการซื้อขายอาคารชุด ตรงและสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรพงศ์ พงษ์สิทธิ์ (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความสัมพันธ์ของปัจจัยการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม กรณีศึกษา คอนโดมิเนียมลุมพินี คอนโดทาวน์ โครงการบดินทร์เดชา รามคำแหง พบว่า ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญกับด้านบุคคลที่ได้ให้บริการมากที่สุด โดยที่ผู้ให้บริการมีความสามารถในการปฏิบัติงาน ทำให้ผู้รับบริการหรือผู้บริโภครู้สึกไว้วางใจ ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นต่อบุคคลและสถานที่

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านลักษณะทางกายภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อันดับแรกคือมีความปลอดภัยในสถานที่ตั้งของสถานที่ใกล้แหล่งชุมชน รองลงมาคือ โครงสร้างแข็งแรง ปลอดภัยได้รับการรับรองจากวิศวกรรมสถาน และอันดับสุดท้ายคือ โครงการมีความปลอดภัยมีระบบรักษาความปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกันวิเคราะห์ได้ว่าผู้บริโภคมองเรื่องลักษณะทางกายภาพเรื่องความปลอดภัยสูงกว่าด้านความสวยงามตรงกับงานวิจัยของวรยุทธลี แซ่ลิ้ม และมณฑล อัครดิลลภฤทธิ (2559) ได้ทำงานวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคบริเวณสีแยกอโศก กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะรายด้านเรื่องการก่อสร้างเป็นลำดับแรก ต้องมีความมั่นคงแข็งแรงได้มาตรฐาน และให้ความสำคัญกับระบบรักษาความปลอดภัย พอใจในความปลอดภัยของทำเลที่ตั้งและระบบรักษาความปลอดภัยในอาคารคอนโดมิเนียม ที่มีความเข้มงวดรวมทั้งการมีกล้องวงจรปิด บันไดหนีไฟ ทางออกฉุกเฉิน เป็นต้น

ด้านกระบวนการ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านกระบวนการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อันดับแรกคือขั้นตอนการโอนรวดเร็วทำสัญญา พร้อมเข้าอยู่ได้ทันที รองลงมาคือ มีการทำสัญญาครอบคลุมถึงค่าใช้จ่ายด้านส่วนกลางในอนาคต และอันดับสุดท้ายคือ ขั้นตอนการจดทะเบียนโอนรวดเร็ว อยู่ใน

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยที่ได้ให้ความสำคัญกับการใช้ปัจจัยในแต่ละด้าน แต่ละข้อที่ให้ความสำคัญมาก และเพื่อใช้เป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการที่จะทำธุรกิจเกี่ยวกับการซื้อขายอาคารชุดที่จะพัฒนาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ตอบรับกับความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริง

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. ด้านการส่งเสริมการตลาดควรจัดการส่งเสริมร่วมกับส่วนลดจากการค้าประเภทสิ่งของอื่นที่จำเป็นต้องใช้อยู่แล้วในอาคารชุด เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน นอกจากการแถมสินค้าอื่นๆ ยังจัดกิจกรรมซื้ออาคารชุด ณ ช่วงเวลาที่กำหนด ซื้อ เฟอร์นิเจอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า หรืออุปกรณ์ใดๆ ได้ส่วนลดตามไปด้วย เป็นการส่งเสริมการตลาดร่วมกับสินค้าที่ใช้สอยภายในอาคารชุด เป็นการผูกพันมิตรทางการค้าแบบขายเป็นทีมอีกด้วย

2. ด้านกระบวนการ โครงการมีการจัดทำรถตัวอย่างบ้านเคลื่อนที่ลักษณะเดียวกับ showroom สินค้าเคลื่อนที่ เพื่อความสะดวกของผู้บริโภคในการชมสินค้าตัวอย่างเพื่อตัดสินใจ คร่าวๆ ก่อนที่จะเดินทางมาดูโครงการจริง เป็นการบริการให้ชมสินค้าตัวอย่างถึงที่

3. ด้านช่องทางจัดจำหน่าย โครงการมีการจัดกิจกรรมบอกส่วนลดแต่ในที่นี่การบอกต่อ หมายถึงถึงช่องทางการจัดจำหน่าย เพราะว่าผู้อาศัยอยู่เดิมมีสิทธิ์ถือสัญญาจองและรับค่าตอบแทนจากทางโครงการถือเป็นการจัดจำหน่ายผ่านผู้ขายโดยตรงโดยที่ผู้ขายคือผู้ใช้สินค้า หรือผู้อาศัยในคอนโดทำให้ได้ทัศนคติและประสบการณ์ส่งต่อไปยังผู้ที่สนใจได้โดยตรง

4. ด้านลักษณะทางกายภาพเนื่องจากคอนโดมีเนียมคือที่พักอาศัยที่มีคนอยู่ร่วมกันเป็นสังคม ลักษณะทางกายภาพจากงานวิจัยบ่งบอกถึงผู้บริโภคต้องการความปลอดภัยสำหรับข้อเสนอแนะแนะนำให้หน่วยงานของราชการ เช่น หน่วยงานตำรวจ หน่วยงานดับเพลิงเข้ามาตรวจตราความปลอดภัยและความเรียบร้อยอยู่เป็นประจำ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคมศาสตร์ ด้านจิตวิทยา ที่มีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม เพื่อเพิ่มมิติในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ที่จะตัดสินใจเลือกซื้อ คอนโดมิเนียมให้รู้แนวโน้มในการตัดสินใจกว้างขึ้น

2. ควรศึกษาในเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจและความพึงพอใจหลังการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแล้ว

3. ควรนำเอาผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ว่าด้วยเรื่องสัญญา เงื่อนไขการซื้อขาย และผ่อนชำระ การส่งเสริมการขายหลังการซื้อขาย และด้านกระบวนการที่เกี่ยวกับการดูแลความสะดวกรวดเร็วในขั้นตอนการซื้อและทำสัญญา เพื่อเป็นแนวทางในการขายของโครงการคอนโดมิเนียมที่ขายอยู่และจะขึ้นใหม่ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.(2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุง 2560*.

กรุงเทพมหานคร : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

สุชิน นตะปา(2541). *หลักการตลาด*. กรุงเทพมหานคร : พิสิกส์เซ็นเตอร์.

ธีรภูมิเอกะกุล, (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*.

อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี

ธานินทร์ ศิลป์จารุ.(2555). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. กรุงเทพมหานคร

:ปัสซิเนสอาร์แอนด์ดี

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ระบบสถิติทางการทะเบียน. (15 พฤษภาคม 2561) สืบค้นจาก www.stat.dopa.go.th

ขนาดพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร. (29 เมษายน 2561) สืบค้นจาก <http://th.m.wikipedia.org> จำนวน

ประชากรต่อพื้นที่เขตหลักสี่. (6 พฤษภาคม 2561) สืบค้นจาก <http://th.m.wikipedia.org>

วิทยานิพนธ์ / งานวิจัย

นฤตย์อร ศรีคงแก้ว. (2558). *ปัจจัยการตลาดซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม*

ในกรุงเทพมหานคร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

วัชรพงศ์ พงษ์สิทธิ์. (2556). *พฤติกรรมและความสัมพันธ์ของปัจจัยการเลือกซื้อ*

คอนโดมิเนียม กรณีศึกษาคอนโดมิเนียมลุมพินี คอนโดทาวน์ โครงการบดินทร์

เดชา รามคำแหง. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ภูวิษ สิงห์กุลชัยชาญ. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมประเภทสูงเกิน*

กว่า 8 ชั้น (high rise) ในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วรณัฐลี แซ่ลิ้ม และมณฑล อัครดิถี. (2559). *การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจซื้อ*

คอนโดมิเนียมของผู้บริโภคบริเวณสี่แยกกอศอก กรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัยการ

จัดการและนวัตกรรมมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ณัฐปคัลภ์ ปิ่นทอง. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยคอนโดมิเนียมของ*

ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

จิราพร กำจัดทุกข์. (2552). ความพึงพอใจหลังจากการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ในเขต
กรุงเทพมหานคร. คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Book

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

แนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์และบรรยากาศองค์การมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี

Approaches for Promoting Labor Relations and Organizational Climate, and Its Relationships with Work Performance of Food Industry Factory Employees, Pathumthani Province

พงศ์ธวัช จันทบุลย์¹ Phongthawach Chantabul

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาระดับการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ บรรยากาศองค์การและผลการปฏิบัติงานของลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี 2) ศึกษาแนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์และบรรยากาศองค์การมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี ประชากรเป็นพนักงานที่ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี จำนวนโรงงานทั้งหมดรวม 311 แห่ง สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ได้โรงงานมา 30 แห่ง คำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน และได้เก็บข้อมูล แห่งละ 13 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการศึกษาพบว่า

1) แนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ บรรยากาศองค์การและผลการปฏิบัติงานของลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า

การจัดการแรงงานสัมพันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านนายจ้างและลูกจ้างคำนึงถึงประโยชน์ร่วมกัน มีระดับความเห็นสูงสุด รองลงมา คือด้านมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแรงงานสัมพันธ์ และด้านการจัดการแรงงานสัมพันธ์

บรรยากาศองค์การ ในภาพรวมทุกด้านรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการสนับสนุน ระดับความเห็นสูงสุด รองลงมา คือ ด้านโครงสร้าง ด้านรางวัลและการยอมรับ และด้านความเป็นหนึ่งเดียวในองค์การ

ผลการปฏิบัติงานในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลสัมฤทธิ์ของงาน มีระดับความเห็นสูงสุด รองลงมาคือด้านความพึงพอใจในงาน และด้านความผูกพันในงาน

¹ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยปทุมธานี hrdcommunication@hotmail.co.th

2) แนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ และบรรยากาศองค์การมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี

แนวทางส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับบรรยากาศองค์การ ในทางบวกในระดับต่ำ ($r = .365$) มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานในทางบวกในระดับต่ำมาก ($r = .246$) และบรรยากาศองค์การมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานในทางบวกในระดับปานกลาง ($r = .581$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : การส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์, บรรยากาศองค์การ, ผลการปฏิบัติงาน

Abstract

The purpose of this research is 1) to study the promotion level of labor relations, organizational climate and performance of employees in food factory employees in Pathumthani province. 2) to study approaches for promoting labor relations, organizational climate and its relationships with performance of employees in food factory employees in Pathumthani province. From the total population of 311 factories, 30 were selected with purposive sampling. The sample size were calculated with unknown population, resulted with 385 samples and collected data from 13 employees per factory. The tools used in the research were questionnaires. As a quantitative research, the statistics used were frequency, percentage, mean, standard deviation, and Pearson's correlation coefficient.

The study indicated that:

1) Approaches for promoting labor relations and its relationships with performance of employees in food factory employees in Pathumthani province. The research indicated that:

The level of labor relations management in general is high. When considered individually, the employer-employee mutual benefit is highest, followed by participation in labor relations management and labor relations management.

The level of organizational climate in general is high. When considered individually, support is highest, followed by structure, reward and recognition, and solidarity in the organization.

The level of work performance management in general is high. When considered individually, achievement of the task is highest, followed by job satisfaction, and commitment to work.

2) Approaches for promoting labor relations and organizational climate, and its relationships with work performance of food industry factory employees in Pathumthani province.

Labor relations approaches had a low positive relationship with organizational climate ($r = .365$), and had a very low positive relationship with work performance ($r = .246$). Organizational climate had a medium positive relationship with work performance ($r = .581$) at statistically significant level of .01.

Keywords: Labor Relations; Organizational climate; Work Performance

บทนำ

ปัจจุบันโรงงานอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยกำลังประสบปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงานระดับปฏิบัติการ โดยมีสาเหตุสำคัญจากภาวะการถดถอยในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารที่เพิ่มมากขึ้น แต่การผลิตบุคลากรในระดับปฏิบัติการที่ใช้ทักษะฝีมือมีแนวโน้มลดลง และยังมีปัญหาแรงงานสัมพันธ์ อันเนื่องมาจากความขัดแย้งและความไม่เข้าใจกันระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารยังคงมีปรากฏอยู่อย่างต่อเนื่องและยังคงเป็นปัญหาสำคัญประการหนึ่งที่จะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

ปัจจุบันองค์การที่ประสบความสำเร็จได้นั้น เป็นองค์การที่ให้ความสำคัญกับเรื่องทุนมนุษย์ (Human Capital) เป็นผลทำให้องค์การหลายแห่งต้องมีการทบทวนวิเคราะห์บทบาทตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถของพนักงานในองค์การให้มากขึ้น องค์การจึงจำเป็นต้องสร้างเครื่องมือเพื่อพัฒนาแรงงานสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์การ ผู้ใช้แรงงานถือเป็นผู้ขับเคลื่อนที่สำคัญที่ทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตอยู่ได้ เพื่อเป็นการยกย่อง และชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของผู้ใช้แรงงาน เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการทำงานตามที่องค์การได้คาดหวังไว้และนำไปสู่เป้าหมายที่ต้องการได้ ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ในปัจจุบันมีความสำคัญอย่างยิ่ง เป็นนักจัดการการเปลี่ยนแปลง คือ การนำระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่มาใช้ในการพัฒนาแรงงานสัมพันธ์ มีการปฏิบัติต่อแรงงานและคุ้มครองแรงงานตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อให้แรงงานมีขวัญและกำลังใจ ทำงานโดยใช้ความรู้ ทักษะ ในการทำงาน วิจัย โสสุวรรณจินดา (2553) ในโรงงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามความต้องการขององค์การอย่างแท้จริงต่อไป

การพัฒนาฝีมือแรงงาน ได้วางยุทธศาสตร์การปฏิรูปกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน 20 ปี (ปี 2560 – 2580) เพื่อรองรับประเทศไทย 4.0 โดยระยะเร่งด่วน (1 ปี) ปี 2560 มุ่งเน้นการ Start Up Skills Worker เน้นการเตรียมความพร้อมกำลังแรงงานไทยรองรับประเทศไทย 4.0 และแผนปฏิรูปงานในภาพรวมของหน่วยงาน ด้านบุคลากรปรับทัศนคติในการทำงาน ปรับวิธีการทำงานเชิงคุณภาพ การเปลี่ยนแปลงของแนวคิดด้านแรงงานสัมพันธ์ในประเทศไทย จากแนวคิดที่แรงงานสัมพันธ์เป็นเรื่องของความขัดแย้ง ไปสู่แนวคิดในการสร้างความร่วมมือระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง ภายใต้กรอบของวัฒนธรรม ค่านิยม กฎหมายและนโยบาย วิจัย โสสุวรรณจินดา (2553) และแรงผลักดันจากภาครัฐเพื่อลดความขัดแย้งระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง โดยวิเคราะห์ผลการวิจัย เรื่องแรงงานสัมพันธ์แบบใหม่ : การปรึกษาหารือ และการร่วมมือในโรงงานอุตสาหกรรม นอกจากนี้ยังมีการศึกษา แรงงานสัมพันธ์เชิงสมานฉันท์ของ วิจัย โสสุวรรณจินดา (2553) ส่วนในการปฏิบัตินั้น รัฐบาลได้มีการประกวดโรงงานอุตสาหกรรมอาหารที่มีแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงานดีเด่น เพื่อส่งเสริมระบบแรงงานสัมพันธ์ที่ดีด้วย

ปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะและมีผลิตภาพในการทำงานสูงเป็นหนึ่งในอุปสรรคหลักของการลงทุนในนวัตกรรมของภาคธุรกิจไทย โดยทักษะที่ขาดแคลนมากจะเป็นทักษะพื้นฐาน และทักษะเชิงเทคนิค เช่น การใช้เทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์ยังเป็นปัญหา การขาดแคลนบุคลากรในภาคเอกชน ในขณะที่มีผู้ประกอบการจำนวนน้อยเท่านั้น (ร้อยละ 3.9) นายจ้างระบุว่าบัณฑิตที่ถูกผลิตออกมาจากร่วมมหาวิทยาลัยนั้นก็ยังมีทักษะที่ไม่ตรงตามความต้องการของตน ซึ่งผลที่พบนี้แสดงออกถึง “ความไม่สอดคล้องในตลาดแรงงาน” (Mismatch) ที่เกิดขึ้นทั้งความไม่สอดคล้องในเชิงปริมาณที่เกิดจากการผลิตบัณฑิตไม่เพียงพอในบางสาขา เช่นสาขาทางด้านวิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ และเทคโนโลยี รวมไปถึงความขาดแคลนในเชิงคุณภาพในด้านทักษะของบัณฑิตที่จบจากร่วมมหาวิทยาลัยแต่กลับมีระดับทักษะที่ไม่ตรงกับความต้องการ (พีริยะผลพิรุฬห์, 2558) ดังนั้นอุตสาหกรรมต่างๆ ต้องพัฒนาแรงงานให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการทำงาน รวมถึงแรงงานสัมพันธ์

ความสำคัญของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วยอุตสาหกรรมการผลิตที่หลากหลายประเภทและมีความเชื่อมโยงกันในลักษณะของห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ตั้งแต่ทรัพยากร ผู้จัดหา ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภค โดยมีระบบโลจิสติกส์ที่ดี และความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมในจังหวัดปทุมธานีค่อนข้างดีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.96 ซึ่งปัจจัยที่จังหวัดปทุมธานีมีความสามารถในการแข่งขันมากที่สุด ได้แก่ด้านปัจจัยการผลิต และอุตสาหกรรมอาหารในจังหวัดปทุมธานี มีโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 311 แห่ง เงินลงทุน 26,046,043,280 บาท คนงานทั้งหมดประมาณ 25,881 คน อุตสาหกรรมอาหารที่มีจำนวนคนงานสูงเป็นอันดับ 2 รองจากอุตสาหกรรมไฟฟ้า จำนวน 78,141 คน

ดังนั้นการวิจัยในเรื่องนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อการศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์และบรรยากาศองค์การมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี เพื่อเป็นการสร้างความร่วมมือและการลดความขัดแย้งระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง การสร้างบรรยากาศในการทำงานให้เหมาะสมและเพื่อส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง การหาความสอดคล้องเหมาะสม เพื่อนำไปสู่แนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร ต่อไป

วัตถุประสงค์ ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ บรรยากาศองค์การ และผลการปฏิบัติงานของลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ และบรรยากาศองค์การมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรม เพื่อสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย เรื่องแนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์และบรรยากาศองค์การมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย

แนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ คือการจัดการแรงงานสัมพันธ์ ให้มีความชัดเจน และเปิดเผย โดยการใช้ระบบการปรึกษาหารือ ให้โอกาสพนักงานเข้ามามีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น และการตัดสินใจในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับพนักงานโดยตรง และการสร้างความร่วมมือระหว่างนายจ้างและลูกจ้างเพื่อลดปัญหาความขัดแย้ง พัฒนาจากแนวคิดของ วิชัย, 2553; Joungrakul, 2005 และKatz and Kochan (2005 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร 1) การจัดการแรงงานสัมพันธ์ 2) ส่วนร่วมในการจัดการแรงงานสัมพันธ์ และ3) นายจ้างและลูกจ้างค่านึงถึงประโยชน์ร่วมกัน

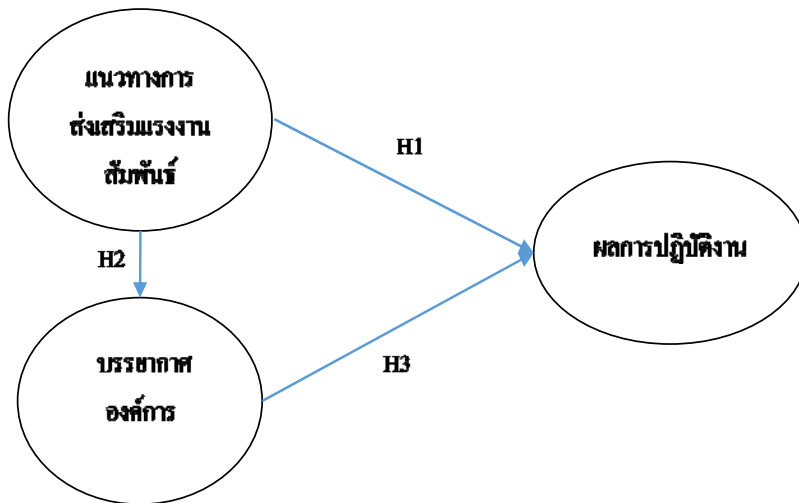
ด้านบรรยากาศองค์การ (Organizational climate) คือการเสริมสร้างบรรยากาศที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่แข็งแกร่ง การมีส่วนร่วมในการทำงานของพนักงาน ความพึงพอใจในการทำงาน และประสิทธิภาพการทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมจนสามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการได้ พัฒนาจากแนวคิดของ Litwin & Stringer, 2002; Kristensen et al. 2005; Bakker, A.B., & Leiter, M.P. (Eds.) 2010 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร 1) ด้านโครงสร้าง 2) การสนับสนุน 3) รางวัลและการยอมรับ และ4) ความเป็นหนึ่งเดียวในองค์การ

ด้านผลการปฏิบัติงาน (Performance) คือ การเกิดจากผลสัมฤทธิ์ของงาน ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันในงาน ของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม พัฒนาจากแนวคิดของ

Rothbard, & Patil, 2011; และ Macey, W. H., & Schneider, B., 2008 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร

1) ผลสัมฤทธิ์ของงาน 2) ความพึงพอใจในงาน และ 3) ความผูกพันในงาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานที่ทำงานโรงงานอุตสาหกรรมอาหารในจังหวัดปทุมธานี จำนวนโรงงานทั้งหมดรวม 311 แห่ง สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ได้โรงงานมาทั้งหมด 30 แห่ง คำนวณขนาดตัวอย่างตามสูตรของ Cochran, W.G. (1953) ซึ่งเป็นวิธีคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน และได้เก็บข้อมูลจากบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร แห่งละ 13 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่า .945 ถึง 1.00 ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .802 และเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความเห็นแนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ บรรยากาศองค์การและผลการปฏิบัติงานของลูกจ้าง โรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี

1.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความเห็นของแนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเห็นของการจัดการแรงงานสัมพันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.87 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านนายจ้างและลูกจ้างคำนึงถึงประโยชน์

ร่วมกัน ค่าเฉลี่ย 4.11 มีระดับความเห็นสูงสุด รองลงมา คือด้านมีส่วนร่วมในการบริหารแรงงานสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 3.83 และด้านการจัดการแรงงานสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 3.64 ตามลำดับ

ด้านการจัดการแรงงานสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเห็นของด้านการจัดการแรงงานสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.64 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านหน่วยงานรับผิดชอบด้านการจัดการแรงงานสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 3.70 มีระดับความเห็นสูงสุด รองลงมา คือด้านการฝึกอบรม ฝ่ายจัดการและหัวหน้างานทุกระดับชั้นในเรื่องการจัดการแรงงานสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 3.69 โรงงานได้ปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองแรงงาน ค่าเฉลี่ย 3.60 และคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน ค่าเฉลี่ย 3.56 ตามลำดับ

ด้านมีส่วนร่วมในการบริหารแรงงานสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเห็นของด้านมีส่วนร่วมในการบริหารแรงงานสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านหัวหน้างานส่งเสริมให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นริเริ่มสร้างสรรค์ ค่าเฉลี่ย 3.94 มีระดับความเห็นสูงสุด รองลงมา คือด้านร่วมแสดงความคิดเห็นในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับพนักงานโดยตรง ค่าเฉลี่ย 3.86 ด้านการพัฒนาความก้าวหน้าในอาชีพการงาน ค่าเฉลี่ย 3.85 ด้านหัวหน้างานให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาในการทำงาน ค่าเฉลี่ย 3.83 และด้านร่วมในการตัดสินใจในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับพนักงานโดยตรง ค่าเฉลี่ย 3.71 ตามลำดับ

ด้านนายจ้างและลูกจ้างค่านึงถึงประโยชน์ร่วมกัน ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเห็นของด้านนายจ้างและลูกจ้าง ค่านึงถึงประโยชน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.11 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านมีความมั่นคงในการทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.36 มีระดับความเห็นสูงสุด รองลงมา คือด้านสร้างความคุ้นเคยและความไว้วางใจกัน ค่าเฉลี่ย 4.22 ด้านระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ค่าเฉลี่ย 4.11 ด้านนายจ้างและลูกจ้างยอมรับในเหตุผลซึ่งกัน ค่าเฉลี่ย 4.04 และด้านเคารพในสิทธิและบทบาทหน้าที่ของฝ่ายนายจ้าง ค่าเฉลี่ย 3.83 ตามลำดับ

1.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความเห็นของบรรยากาศองค์การ

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเห็นของบรรยากาศองค์การ ในภาพรวมทุกด้านรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.03 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการสนับสนุน ค่าเฉลี่ย 4.14 ระดับความเห็นสูงสุด รองลงมา คือ ด้านโครงสร้างองค์การ ค่าเฉลี่ย 4.05 ด้านรางวัลและการยอมรับ ค่าเฉลี่ย 4.03 และด้านความเป็นหนึ่งเดียวในองค์การ ค่าเฉลี่ย 3.91 ตามลำดับ

ด้านโครงสร้างองค์การ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเห็นของด้านโครงสร้างองค์การโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านระบบการทำงานที่ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.21 มีระดับความเห็นสูงสุด รองลงมา คือด้านการเปิดเผยโครงสร้างของโรงงาน ค่าเฉลี่ย 3.98 และหน่วยงานที่ทำหน้าที่ด้านการจัดการแรงงานสัมพันธ์ระบุอยู่ในโครงสร้างองค์การ ค่าเฉลี่ย 3.96 ตามลำดับ

ด้านการสนับสนุน ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเห็นของด้านการสนับสนุน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านโรงงานสนับสนุนให้ลูกจ้างเสนอแนวคิดใหม่ ๆ ในการทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.44 มีระดับความเห็นสูงสุด รองลงมา คือ ด้านโรงงานสนับสนุนการพัฒนาลูกจ้างให้ก้าวหน้าในงาน ค่าเฉลี่ย 4.41 ด้านเมื่อประสบปัญหาในการทำงาน พนักงานสามารถปรึกษาหัวหน้างานได้ตลอดเวลา ค่าเฉลี่ย 4.38 ด้านโรงงานสนับสนุนอุปกรณ์เครื่องมือ และงบประมาณในการทำงานตามความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.30 ด้านการสนับสนุนช่วยเหลืออย่างเต็มที่ของโรงงาน ทำให้ลูกจ้างทำงานอย่างมีขวัญและกำลังใจ ค่าเฉลี่ย 4.16 ด้านโรงงานสนับสนุนเรื่องการจัดการแรงงานสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 3.76 และด้านโรงงานกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐานอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.63 ตามลำดับ

ด้านรางวัลและการยอมรับ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเห็นของด้านรางวัลและการยอมรับโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.03 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านได้รับรางวัลเมื่อมีผลการปฏิบัติงานที่ดี ค่าเฉลี่ย 4.31 มีระดับความเห็นสูงสุด รองลงมา คือด้านได้รับรางวัลเมื่อสร้างชื่อเสียงให้โรงงาน ค่าเฉลี่ย 4.15 ด้านได้รับการยอมรับและยกย่องเมื่อมีผลการปฏิบัติงานดี ค่าเฉลี่ย 3.96 และด้านได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน ค่าเฉลี่ย 3.69 ตามลำดับ

ด้านความเป็นหนึ่งเดียวในองค์กร ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเห็นของด้านความเป็นหนึ่งเดียวในองค์กรโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.91 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านพนักงานทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข ค่าเฉลี่ย 4.43 มีระดับความเห็นสูงสุด รองลงมา คือด้านทีมงานเข้มแข็ง ค่าเฉลี่ย 3.74 และด้านพนักงานมีความรัก ความสามัคคี ค่าเฉลี่ย 3.57 ตามลำดับ

1.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความเห็นของผลการปฏิบัติงาน

ผลการปฏิบัติงาน ในภาพรวมผลการวิจัยพบว่า ระดับความเห็นของผลการปฏิบัติงานในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.91 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลสัมฤทธิ์ของค่าเฉลี่ย 4.00 มีระดับความเห็นสูงสุด รองลงมา คือด้านความพึงพอใจในงาน ค่าเฉลี่ย 3.93 และด้านความผูกพันในงาน ค่าเฉลี่ย 3.82 ตามลำดับ

ด้านผลสัมฤทธิ์ของงาน ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเห็นของด้านผลสัมฤทธิ์ของงานในภาพรวมทุกด้านรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านปฏิบัติงานตามเป้าหมายที่ยากและท้าทายได้ ค่าเฉลี่ย 4.31 มีระดับความเห็นสูงสุด รองลงมา คือด้านพัฒนาผลงานสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ค่าเฉลี่ย 4.28 ด้านผลการปฏิบัติงานเกินกว่าเป้าหมาย ค่าเฉลี่ย 3.92 และมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน ค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

ด้านความพึงพอใจในงาน ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเห็นของด้านความพึงพอใจในงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.93 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านทำงานด้วยความ

กระตือรือร้น ค่าเฉลี่ย 4.26 มีระดับความเห็นสูงสุด รองลงมา คือด้านทำงานด้วยความเต็มใจให้
โรงงาน ค่าเฉลี่ย 4.19 ด้านไม่ย่อท้อต่อปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.16 ด้านอุทิศ
เวลาในการปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ ค่าเฉลี่ย 3.91 ด้านมีโอกาสที่จะได้รับการสนับสนุน
ให้เลื่อนตำแหน่งได้ตามความสามารถของท่าน ค่าเฉลี่ย 3.75 ด้านสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่
เกิดขึ้นจากการทำงานได้ด้วยตนเอง ค่าเฉลี่ย 3.63 และด้านผลงานของพนักงานได้รับการยอมรับ
จากผู้บังคับบัญชา ค่าเฉลี่ย 3.63 ตามลำดับ

ด้านความผูกพันในงาน ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเห็นของด้านความผูกพันในงาน
โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.82 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านได้เรียนรู้และมี
ประสบการณ์ในการทำงานมากขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.34 มีระดับความเห็นสูงสุด รองลงมา คือด้าน
ที่มงานทำงานอย่างมีคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 4.21 ด้านทำงานอย่างเต็มความสามารถ ค่าเฉลี่ย 3.65
ด้านผูกพันต่อความสำเร็จของงานตามเป้าหมาย ค่าเฉลี่ย 3.64 ด้านทำงานหนักเพราะเห็นคุณค่า
ของงาน ค่าเฉลี่ย 3.61 ด้านปรับปรุงการทำงานให้มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 3.50
ตามลำดับ

2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ กับบรรยากาศ องค์การและผลการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยพบว่า

แนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับบรรยากาศองค์การในทางบวกใน
ระดับต่ำ ($r = .365$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

แนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานในทางบวกใน
ระดับต่ำมาก ($r = .246$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

บรรยากาศองค์การ มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานในทางบวกในระดับปานกลาง
($r = .581$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

เรื่องแนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์และบรรยากาศองค์การมีความสัมพันธ์กับผล
การปฏิบัติงานของลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความเห็นแนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ บรรยากาศ
องค์การและผลการปฏิบัติงานของลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี

1.1 ระดับแนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเห็นด้าน
การจัดการแรงงานสัมพันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.87 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน
พบว่า ด้านนายจ้างและลูกจ้างคำนึงถึงประโยชน์ร่วมกัน ค่าเฉลี่ย 4.11 มีระดับความเห็นสูงสุด
รองลงมา คือด้านมีส่วนร่วมในการบริหารแรงงานสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 3.83 และด้านการจัดการ

แรงงานสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย ตามลำดับ สอดคล้องกับการศึกษาของ Mueller et.al., (2011) ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจครอบครัว และการจัดการแรงงานสัมพันธ์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมในปี 2004-2006 จำนวน 800 กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางในประเทศสหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส เยอรมัน และ สหราชอาณาจักร ผลการศึกษาบ่งชี้ว่าธุรกิจครอบครัวเป็นธุรกิจที่ยากต่อการจัดการ ด้านการจัดการแรงงานสัมพันธ์ และมีแรงงานจำนวนมากที่ทำงานอยู่ในธุรกิจครอบครัวในประเทศที่ด้อยในเรื่องแรงงานสัมพันธ์

1.2 ระดับบรรยากาศองค์การ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเห็นของบรรยากาศองค์การในภาพรวม ทุกด้านรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.03 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการสนับสนุน ค่าเฉลี่ย 4.15 ระดับความเห็นสูงสุด รองลงมา คือ ด้านโครงสร้าง ค่าเฉลี่ย 4.05 ด้านรางวัลและการยอมรับ ค่าเฉลี่ย 4.03 และด้านความเป็นหนึ่งเดียวในองค์การ ค่าเฉลี่ย 3.91 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Babaei & et al. (2012) ได้ทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์และผลปฏิบัติงานขององค์การในธนาคารจำนวน 179 สาขาในประเทศอิหร่าน โดยได้เลือกการให้รางวัลและการประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นวิธีปฏิบัติด้านทรัพยากรมนุษย์ที่ใช้ในการศึกษา และได้ใช้คุณภาพของการบริการเป็นตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานขององค์การ ซึ่งพบความสัมพันธ์ในด้านบวกระหว่างตัวแปรทั้งสอง

1.3 ระดับผลการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเห็นของผลการปฏิบัติงานในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.91 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลสัมฤทธิ์ของงาน ค่าเฉลี่ย 4.00 มีระดับความเห็นสูงสุด รองลงมา คือด้านความพึงพอใจในงาน ค่าเฉลี่ย 3.93 และด้านความผูกพันในงาน ค่าเฉลี่ย 3.82 สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐพร ฉายประเสริฐและคณะ (2560) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี พบว่าระดับความสำคัญในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านแรงจูงใจมีระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือด้านการจัดการ ด้านความพึงพอใจในงาน และด้านความผูกพันต่อองค์การ

2. ความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับบรรยากาศองค์การและผลการปฏิบัติงานของลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี

แนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับบรรยากาศองค์การ ในทางบวกในระดับต่ำ ($r = .365$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับการศึกษาของ มัทธรา ตันติเวชยานนท์ (2550) ศึกษาเรื่องบรรยากาศในองค์การที่มีความสัมพันธ์ต่อยุทธศาสตร์ในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เอ็ม เอฟ อี ซี จำกัด (มหาชน) เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศในองค์การกับปัจจัยในการปฏิบัติงาน ด้านการเปลี่ยนแปลงใน

องค์กร ด้านรางวัลตอบแทน ด้านความอบอุ่นและให้การสนับสนุน ด้านการยอมรับการขัดแย้ง ด้านโครงสร้าง ด้านความเป็นอิสระ

แนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน ในทางบวกในระดับต่ำมาก ($r = .246$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับการศึกษาของ Whitener (2001) ได้ใช้การข้ามระดับ (Cross-level Paradigm) และทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) สนับสนุนการรับรู้ในองค์กรเพื่อค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างการปฏิบัติของทรัพยากรมนุษย์ การเชื่อใจในการบริหารและข้อผูกมัดขององค์กร จากการทดสอบพบว่า การปฏิบัติของทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนการรับรู้ในองค์กร และการผูกมัดขององค์กร หรือ ความเชื่อใจในการบริหาร

บรรยากาศขององค์กรมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน ในทางบวกในระดับปานกลาง ($r = .581$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับการศึกษาของ Berg and Kallebang (2002) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องผลกระทบของระบบผลการปฏิบัติงานสูงกับความพึงพอใจในงานในอุตสาหกรรมเหล็กประเทศสหรัฐอเมริกา ดังนั้น ผู้เขียนคาดว่าวิธีการปฏิบัติเพื่อผลการปฏิบัติงานสูง มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการทำงานเพื่อผลการปฏิบัติงานสูงของบุคลากร และระบบผลการปฏิบัติงานสูงมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการทำงาน เพื่อผลการปฏิบัติงานสูงผ่านความพึงพอใจในงาน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

ผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์และบรรยากาศขององค์กรมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในประเด็นต่างๆ รายละเอียดดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความเห็นของแนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ บรรยากาศขององค์กร และผลการปฏิบัติงานของลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี

ด้านแนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ พบว่า ระดับความเห็นของแนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านนายจ้างและลูกจ้างค้ำึงถึงประโยชน์ร่วมกัน มีระดับความเห็นสูงสุด รองลงมา คือด้านมีส่วนร่วมในการบริหารแรงงานสัมพันธ์ และด้านการจัดการแรงงานสัมพันธ์ ดังนั้น พนักงานเห็นว่านายจ้างและลูกจ้างค้ำึงถึงประโยชน์ร่วมกัน เป็นเรื่องสำคัญ ข้อเสนอแนะให้ปรับปรุง ด้านลูกจ้างเคารพในสิทธิและบทบาทหน้าที่ของฝ่ายนายจ้าง นายจ้างและลูกจ้างยอมรับในเหตุผลซึ่งกัน มีระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สร้างความคุ้นเคย และความไว้วางใจกันและมีความมั่นคงในการ

ทำงาน โดยให้ลูกจ้างมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแรงงานสัมพันธ์ร่วมกัน ข้อเสนอแนะให้ปรับปรุง

ด้านบรรยากาศองค์การ พบว่า ระดับความเห็นของบรรยากาศองค์การ ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการสนับสนุน ระดับความเห็นสูงสุด รองลงมา คือ ด้านโครงสร้าง ด้านรางวัลและการยอมรับ ด้านความเป็นหนึ่งเดียวในองค์การ ข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงด้านความเป็นหนึ่งเดียวในองค์การ ให้รางวัลและการยอมรับ และการสนับสนุน เมื่อลูกจ้างทำงานได้ดี เช่นประกาศเป็นพนักงานดีเด่น ประจำเดือน ประจำปี เป็นต้น หรือให้รางวัลอื่นๆ โดยกำหนดไว้เป็นนโยบายให้ชัดเจนเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน

ด้านผลการปฏิบัติงาน พบว่า ด้านผลสัมฤทธิ์ของงาน มีระดับความเห็นสูงสุด รองลงมา คือด้านความพึงพอใจในงาน และด้านความผูกพันในงาน ข้อเสนอแนะให้ปรับปรุง ด้านผลสัมฤทธิ์ของงาน เพื่อให้พนักงานมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน ทำผลการปฏิบัติงานให้เกินกว่าเป้าหมาย พัฒนาผลงานสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และสามารถปฏิบัติงานตามเป้าหมายที่ยากและท้าทายได้ เป็นผลสัมฤทธิ์ เป็นการสร้างความภาคภูมิใจของพนักงานและโรงงานผลิตอาหารในอนาคตต่อไป

1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ บรรยากาศองค์การ และผลการปฏิบัติงานของลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี มีข้อเสนอแนะดังนี้

แนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับบรรยากาศองค์การในทางบวกในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ข้อเสนอแนะให้ปรับปรุง ด้านการสนับสนุน หรือสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน ด้านโครงสร้างมีระบบการทำงานที่ชัดเจนมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ด้านการจัดการแรงงานสัมพันธ์ นายจ้างและลูกจ้างมีความเป็นหนึ่งเดียวในการทำงานในองค์การ

แนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานในทางบวกในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ข้อเสนอแนะให้ปรับปรุง ด้านแนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ ส่งเสริมนายจ้างและลูกจ้างให้คำนึงถึงประโยชน์ร่วมกัน ให้ลูกจ้างมีส่วนร่วมในการบริหารแรงงานสัมพันธ์ ประชุมร่วมกันเพื่อหาแนวทางการบริหารจัดการแรงงานสัมพันธ์ ร่วมกันด้วยความจริงใจต่อกัน จึงจะปฏิบัติงานร่วมกันอย่างมีความสุขและได้ประโยชน์หรือผลการปฏิบัติงานสูงสุดร่วมกัน

บรรยากาศองค์การมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานในทางบวกในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งให้เห็นว่าโรงงานอุตสาหกรรมอาหารส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศในโรงงานและทำให้มีการปฏิบัติงานในระดับปานกลาง เสนอแนะให้มีการสร้างบรรยากาศที่ดีอย่างต่อเนื่องโดยการสนับสนุนเรื่องการให้รางวัล ให้เกียรติ ให้การยอมรับ และมีระบบในการพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง บรรยากาศในการทำงานในองค์การก็จะดีขึ้น ผลการปฏิบัติงานก็จะสูงขึ้นด้วย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ บรรยากาศองค์การมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดปทุมธานี

ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางในการวิจัยครั้งต่อไป เกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมแรงงานสัมพันธ์ในเรื่องที่เกี่ยวกับการพัฒนาพนักงาน เพื่อพัฒนาพนักงานให้เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพและสมรรถนะสูงให้ทันกับยุคแห่งการแข่งขัน ดังนั้นโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจึงควรพัฒนาพนักงานให้มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ และมีมือระดับสูง ให้ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรมทำให้โรงงานอุตสาหกรรมอาหารมีศักยภาพในการแข่งขันกับระดับนานาชาติได้อย่างยั่งยืน เพื่อตอบสนองนโยบายครัวโลกในอนาคตและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอาหารไปสู่อุตสาหกรรม 4.0 (Industries 4.0) ต่อไป

References

ณัฐพร นายประเสริฐ นิธิมา ยืนยงและพงษ์วิฑูรย์ จันทบุญย์. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, Vol 11, No 25 (2017): พฤษภาคม – สิงหาคม 2560

มนเสถียร ประชาศิลป์ ชัย (2555). คุณภาพชีวิตในการทำงาน จิตลักษณะ และการถ่ายทอดทางสังคมในองค์การกับความมุ่งมั่นทุ่มเทของพนักงาน: กรณีศึกษา พนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

วิชัย โถสุวรรณจินดา. (2553). **แรงงานสัมพันธ์เชิงสมานฉันท์ในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย.**

พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2558). การพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานและการฝึกอบรม: กรณีศึกษาภาคอุตสาหกรรมไทย. วารสาร : พัฒนาการเศรษฐกิจปริทรรศน์ ปีที่ : 9 ฉบับที่ : 1 เลขหน้า : 127-152.

มัชตรา ตันติเวชยานนท์ .(2550). บรรยากาศในองค์การที่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอ็ม เอฟ ซี จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยอีส เทิร์นเอเชีย.

Babaei A, Ward BD, Ahmad S, Patel A, Nencka A, Li SJ, Hyde J, Shaker R. (2012). Reproducibility of swallow-induced cortical BOLD positive and negative fMRI activity. Am J Physiol Gastrointest Liver Physiol.

- Bakker, A.B., & Leiter, M.P. (Eds.). (2010). **Work engagement: A handbook of essential theory and research**. New York, NY: Psychology Press.
- Berg, P.; & Kalleberg, A. L. (2002). **The effect of high performance work practices on job stress: Evidence from a survey of U.S. workers**. Conference on Work Intensification. Paris.
- Cochran, W.G., (1953). **Sampling Techniques**. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Joungtrakul, Jamnean. (2005). **Industrial Democracy and Best Practice in Thailand: A Stakeholder Study**. A Thesis for the degree of Doctor of Business Administration, Curtin University of Technology, Australia.
- Katz, H., Kochan, T. (2005). **Collective Bargaining and Industrial Relations**. (3rd ed.). New York: McGraw - Hill.
- Kristensen TS, Hannerz H, Høgh A, Borg V. (2005). **The Copenhagen Psychosocial Questionnaire—a tool for the assessment and improvement of the psychosocial work environment**. From CQM Journal Homepage.
- Litwin, G. & Stringer, R. (2002). **Leadership and organizational climate**. Upper Saddle River: New Jersey.
- Macey, W.H. and Schneider, B. (2008). **The Meaning of Employee Engagement**. *Industrial and Organizational Psychology*, 1, 3-30.
- Müller UC, Pross J, Tzedakis PC, Gamble C, Kotthoff U, Schmiedl G, Wulf S, Christanis K. (2011). **The role of climate in the spread of modern humans into Europe**. *Quaternary Science Reviews* 30(3–4):273–9.
- Rothbard, N. P., & Patil, S. V. (2011). **Being there. Work engagement and positive organizational scholarship**. In K. Cameron & G. M. Spreitzer (Eds.), *Oxford handbook of positive organizational scholarship* (pp. 56–69). New York.
- Vance, R. J. (2006). **Employee engagement and commitment; A guide to understanding, measuring and increasing engagement in your organization**. VA: SHRM Foundation
- Whitener E.M., (2001). **Do ‘high commitment’ human resource practices affect employee**. A cross-level analysis using hierarchical linear modeling. *Journal of Management* 27, (2001), pp. 515–535.

หลักธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการ สำนักงานเขตบางเขน

GOOD GOVERNANCE AND WORK PERFORMANCE OF OFFICER

IN BANGKHEN DISTRICT OFFICE

พรชัย บุตรพันธ์ (Pronchai Butaraphun)¹

เฉลิม เกิดโมลี (Chalerm Kerdmoli)²

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาธรรมาภิบาล ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการ และความสัมพันธ์ของหลักธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน ของข้าราชการ ประชากรคือข้าราชการในสำนักงานเขตบางเขน ทำการสุ่มตัวอย่างได้จำนวน 130 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการศึกษา พบว่า ระดับธรรมาภิบาลและระดับประสิทธิผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานตามหลักธรรมาภิบาลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ : ธรรมาภิบาล/ ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

Abstract

The purpose of this article was to study good governance, work performance of officer and the correlation between good governance and work performance. The population was all officer in Bangkhen District Office. The sample consist of 130 officers who selected through sampling. Data were collected by questionnaire. The hypotheses were analyzed using Pearson's Correlation. The result showed that the mean score of good governance and work performance of officer were the highest level. An analysis of hypotheses found that the statistically significant correlation between good governance and work performance of officer in Bangkhen District Office at 0.01.

Keyword : good governance/ work performance

บทนำ

สำนักงานเขตเป็นหน่วยงานภาครัฐที่ให้บริการประชาชนในแต่ละท้องที่ในเขตพื้นที่รับผิดชอบ ซึ่งพื้นที่กรุงเทพมหานครเป็นเขตปกครองพิเศษในพื้นที่เมืองมีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดี ทั้งนี้การให้บริการที่ดีต่อประชาชนเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนเป็นพันธกิจสำคัญอันดับแรกที่หน่วยงานภาครัฐพึงกระทำ

อย่างยิ่ง ซึ่งในปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐและประชาชนความสัมพันธ์อันดีเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งประชาชนมีความต้องการและสามารถเรียกร้องการให้บริการจากการทำงานของเจ้าหน้าที่และพนักงานของหน่วยงานปกครองระดับสำนักงานเขตที่ดีขึ้น ซึ่งถือว่าการให้บริการประชาชนเป็นหัวใจสำคัญประการหนึ่งในการทำงานของหน่วยงานภาครัฐที่จะมอบให้ประชาชน การบริการสาธารณะหรือการบริการประชาชนเป็นหลักประกันคุณภาพของผลงาน การดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาลของหน่วยงานภาครัฐ เป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้เกิดความชอบธรรมในการปกครองเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้บรรลุผลสำเร็จในการแข่งขัน ซึ่งเป็นผลมาจากความสามารถในการให้บริการทางด้านเศรษฐกิจและสังคมแก่ประชาชนที่มีประสิทธิภาพ โดยสามารถสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างมีคุณภาพและคุ้มค่าจากการให้บริการแก่ประชาชน แต่สิ่งที่เกิดขึ้นมักเกิดการความไม่เข้าใจกันเกี่ยวกับการให้บริการที่เหมาะสมของเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตบางเขต ซึ่งจากปัญหาที่ประสบจากการพูดคุยของสมาชิกในชุมชนมักประสบปัญหาความล่าช้าในการดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ที่เกิดขึ้นบนความคาดหวังของประชาชน หรือแม้แต่การกำหนดนโยบายที่ไม่ตรงตามความต้องการและความคาดหวังของประชาชนในท้องถิ่น เพราะเป็นการดำเนินการเพียงเจ้าหน้าที่หรือพนักงานเพียงฝ่ายเดียว อีกทั้งการตัดสินใจในการพัฒนาโครงการต่างๆ ก็เป็นการตัดสินใจบนผลประโยชน์ที่เอื้อต่อพวกพ้องของผู้เกี่ยวข้องเป็นส่วนใหญ่หรือการแก้ไขปัญหานั้นพื้นที่ของความสะอาดของเจ้าหน้าที่ ก่อให้เกิดปัญหาความไม่โปร่งใส การคอร์รัปชั่นเกิดขึ้นในสังคมไทย ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาประเทศเป็นอย่างมาก ถ้าระบบราชการยังทำงานบริหารงานล่าช้าและขาดการตรวจสอบจากประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประชาสังคมแล้ว ความพยายามแก้ปัญหาคงขับเคลื่อนไปได้อย่างเชื่องช้าและขาดประสิทธิภาพ จึงมีการปฏิรูประบบราชการเกิดขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว การปฏิรูประบบราชการในยุคปัจจุบันเริ่มได้รับความสนใจอย่างจริงจังเมื่อมีการเสนอแผนแม่บทการปฏิรูประบบราชการไทย ที่ได้ผ่านความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมารัฐบาลทุกชุดได้ให้ความสำคัญกับการปฏิรูป มีการตั้งคณะกรรมการดำเนินการเรื่องนี้อย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง (นรนิติ เศรษฐบุตร, 2545: 24) รัฐบาลที่ได้รับความสนใจอย่างมากจากสังคมเรื่องของการปฏิรูประบบราชการไทย เริ่มดำเนินการด้วยการแถลงนโยบายสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องมีการปรับบทบาทและโครงสร้างของราชการให้มีความชัดเจน

นอกจากนั้น รัฐบาลต้องเปลี่ยนบทบาทจาก “ผู้ทำเอง หรือ ผู้กระทำให้” มาเป็น “ผู้เอื้ออำนวย” โดยการสนับสนุนภาคประชาสังคม (Civil Society) หรือประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิรูประบบราชการ (เฉลิม ศรีนดุง, 2545: 7) ต่อมาได้มีการออกร่างพระราชบัญญัติที่สำคัญ 2 ฉบับ ได้แก่ พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน และพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พระราชบัญญัติทั้งสองได้ผ่านคณะรัฐมนตรีและผ่านการพิจารณาของสภา

ผู้แทนราษฎรที่ผ่านมา การเมืองและการบริหารของประเทศไทยได้มีกระแสของการปฏิรูประบบราชการ ซึ่งถือว่าเป็นนโยบายที่จะต้องมีการดำเนินการอย่างเร่งด่วนและเป็นที่สนใจของสังคมเสมอมา ในส่วนของแนวทางการปฏิรูประบบราชการในอนาคต คือ การสร้างวัฒนธรรมในการปฏิบัติงานเป็นทีม และการดำเนินการป้องกันและปราบปรามการทุจริตต่อราษฎรบังหลวงในวงราชการ จากการที่ระบบราชการจะมีการยึดถือประชาชนเป็นศูนย์กลางเพราะการตอบสนองความต้องการของประชาชนอย่างถูกต้องตรงจุดเพื่อให้ประชาชนมีความเป็นอยู่อย่างผาสุก คือ ความต้องการของหน่วยงานภาครัฐกับการให้บริการแก่ประชาชนเพื่อให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจสูงสุด คือเป้าหมายของข้าราชการทุกคนเมื่อประชาชนเป็นสุขการพัฒนาประเทศจะสามารถดำเนินการไปได้อย่างมีประสิทธิภาพตามที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน ในการปฏิบัติหน้าที่ของส่วนราชการต้องใช้วิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้คำนึงถึงความรับผิดชอบของผู้ปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมของประชาชน การเปิดเผยข้อมูล การติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้ให้ความสำคัญกับประโยชน์สุขของประชาชนในการปฏิบัติหน้าที่ส่วนราชการให้มีการนำวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี หมายถึง หลักการบริหารจัดการที่ดี (Good Governance) มาปฏิบัติในส่วนของ การปฏิรูประบบบริหารราชการ จะใช้หลักธรรมาภิบาลเป็นวิธีการในการพิจารณาจัดการประเด็นปัญหาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการพัฒนาโครงสร้างสถาบัน การสร้างขีดความสามารถ การกระจายอำนาจและหน้าที่ออกจากศูนย์กลาง ความสัมพันธ์ระหว่างนักการเมืองกับข้าราชการ การประสานงาน และบทบาทในการส่งเสริมหลักธรรมาภิบาลของผู้นำรัฐบาล แต่ที่ผ่านมามีการทำงานในระบบราชการเกิดปัญหาที่บั่นทอนความเจริญของประเทศมากมาย และสาเหตุหนึ่งที่เป็นปัญหาในการพัฒนาประเทศอย่างรุนแรง คือ ปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันในประเทศไทย นับได้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการคอร์รัปชันอย่างในระดับสูง เมื่อเปรียบเทียบกับหลายๆ ประเทศในทวีปเดียวกัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นอุปสรรคสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาประเทศในทุกๆ ด้าน

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสังเกตเห็นว่าหลักธรรมาภิบาล หรือ Good Governance ที่มีการนำมาปรับใช้ในหน่วยงานและองค์กรภาครัฐ เพราะหลักธรรมาภิบาลที่ว่านี้เป็นหลักที่องค์กรต่างประเทศ เช่น World Bank นำมาใช้ในการประเมินประเทศที่ต้องการกู้ยืมเงินจากองค์กร เนื่องจากประเทศที่ขาดหลักธรรมาภิบาลในการบริหารประเทศจะส่งผลให้การพัฒนาประเทศ ประชาชนในประเทศมีชีวิตความเป็นอยู่ รวมไปถึงการมีภาวะทางเศรษฐกิจภายในประเทศสามารถพัฒนาไปในทางที่ดีได้ การบริหารราชการแผ่นดินต้องใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือหรือกลไกในการบริหารราชการแผ่นดินของฝ่ายบริหารให้เป็นไปตามหลัก “นิติรัฐ” (Rule of Law) เมื่อฝ่ายบริหารมีกฎหมายเป็นเครื่องมือในการบริหารราชการแผ่นดิน ประชาชนซึ่งอยู่ภายใต้บังคับกฎหมายจึงต้องใช้กฎหมายเป็น

เครื่องมือในการตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐเช่นกัน เพื่อให้การบริหารราชการแผ่นดินเป็นไปด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับ “หลักธรรมาภิบาล” (Good Governance) จากการที่หน่วยงานภาครัฐต้องการมุ่งเน้นในเรื่องของการกระจายอำนาจมากยิ่งขึ้น ตามพระราชบัญญัติดังกล่าวข้างต้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับธรรมาภิบาลของสำนักงานเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของสำนักงานเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของหลักธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของสำนักงานเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

วิธีการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ทำการศึกษาจากประชากรที่เป็นบุคลากรของสำนักงานเขตบางเขน ประกอบด้วย ผู้อำนวยการสำนักงานเขตบางเขน จำนวน 1 ราย รองผู้อำนวยการสำนักงานเขตบางเขน จำนวน 2 ราย หัวหน้าฝ่าย จำนวน 3 ราย เจ้าหน้าที่ของรัฐ จำนวน 110 ราย และลูกจ้างประจำที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการบริหารงานในทุกส่วนงาน จำนวน 14 ราย รวมจำนวน 130 คน โดยจะนำบุคลากรดังกล่าวมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) สร้างจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านธรรมาภิบาลและด้านประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

แนวคิดในการศึกษา

ธรรมาภิบาล

ธรรมาภิบาล หมายถึง การบริหารการจัดการทรัพยากรทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อการพัฒนาประเทศโดยมีการเชื่อมโยงองค์ประกอบ ทั้ง 3 ส่วนของสังคมเข้าด้วยกัน คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ให้มีการสนับสนุนซึ่งกันและกันอย่างสร้างสรรค์ ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองอย่างสมดุล ซึ่งจะส่งผลให้สังคมดำรงอยู่ร่วมกันอย่างสันติ ตลอดจนมีการใช้อำนาจในการบริหารราชการแผ่นดินให้มีความแข็งแกร่ง มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ มีความโปร่งใส ยุติธรรม และสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งจะส่งผลให้การพัฒนาประเทศชาติเป็นไปอย่างมั่นคง ยั่งยืน และมีเสถียรภาพ (สันถวพันธ์ พยาเลิศ, 2552: 5)

ส่วนอนันท์ ปัญญาารชุน (2542 : 25) ได้กล่าวถึง ธรรมนูญบบาลว่าเป็นผลลัพท์ของการจัดการกิจกรรมซึ่งบุคคล และสถาบันทั้งในภาครัฐและเอกชนมีผลประโยชน์ร่วมกันได้กระทำลงไปหลายทาง มีลักษณะเป็นขบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจนำไปสู่การผสมผสานผลประโยชน์ที่หลากหลาย และขัดแย้งกันได้

สำหรับหลักธรรมนูญบบาล ตามองค์ประกอบของระเบียบตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. 2542 ประกอบด้วย หลัก 6 ประการ ได้แก่ 1) หลักนิติธรรม 2) หลักคุณธรรม 3) หลักความโปร่งใส 4) หลักความรับผิดชอบ 5) หลักการมีส่วนร่วม 6) หลักความคุ้มค่า ทั้งนี้ มีชัย โสกันทัต (2552 : 10-23) ได้จำแนกแนวทางที่ชัดเจนในการปฏิบัติแต่ละหลักการ เป็น 3 ระดับ คือ ระดับประเทศ ระดับภาครัฐ และระดับองค์การ ซึ่งแต่ละระดับมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน กล่าวคือ ระดับองค์การที่มีการบริหารจัดการที่ดีจะช่วยสนับสนุนการจัดการที่ดีของภาครัฐ และระดับประเทศต่อไป ซึ่งสาระสำคัญมีดังนี้

1. หลักนิติธรรม หมายถึง การตรากฎหมายที่ถูกต้อง เป็นธรรม การบังคับให้เป็นไปตามกฎหมาย การกำหนดกฎกติกาและการปฏิบัติตามกฎกติกาที่ตกลงกันไว้อย่างเคร่งครัด โดยคำนึงถึงสิทธิเสรีภาพ ความยุติธรรมของสมาชิก โดยมีแนวทางการดำเนินการตามหลักนิติธรรม ใน ระดับประเทศ ระดับภาครัฐ และระดับองค์การ ดังนี้

1.1 ในระดับประเทศ กระบวนการเสนอร่างกฎหมาย กฎ ข้อบังคับต่างๆ เป็นไปด้วยความชอบธรรมเนื้อหาของกฎหมายมีความทันสมัย เป็นธรรมเป็นที่ยอมรับของสังคม และสังคมยินยอมพร้อมใจกันปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ข้อบังคับเหล่านั้น จะต้องไม่ขัดกับรัฐธรรมนูญ บังคับใช้กับทุกคนอย่างเสมอภาค

1.2 ในระดับภาครัฐ ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบที่ใช้ในการบริหารงานร่วมกันในภาครัฐเช่น กฎหมาย กฎระเบียบ ที่เกี่ยวกับการบริหารงบประมาณ พัสดุ และบริหารงานบุคคล

1.3 ในระดับองค์การ กฎ กติกาที่ใช้ในการบริหารงานภายในเช่น การมาทำงาน การเข้าร่วมประชุมตรงเวลา การให้บริการประชาชนอย่างเสมอภาค รวมถึงข้อตกลงในการปรับเปลี่ยนหน้าที่ภายในองค์การ

2. หลักคุณธรรม หมายถึง การยึดมั่นในความถูกต้องดีงามส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนพัฒนาตนเองไปพร้อมกัน เพื่อให้คนไทยมีความซื่อสัตย์ จริงใจ ชยัน อดทน มีระเบียบวินัย ประกอบอาชีพสุจริตจนเป็นนิสัยประจำชาติ โดยมีแนวทางการดำเนินการตามหลักคุณธรรม ในระดับประเทศ ระดับภาครัฐ และระดับองค์การ ดังนี้

2.1 ในระดับประเทศ ประชาชนแต่ละคนทำหน้าที่อย่างถูกต้อง คือแต่ละคนเลือกทำงานที่สุจริตและเป็นประโยชน์ต่อสังคมต่อส่วนรวม การปฏิบัติตามกฎหมาย และพลเมืองดี คือ

ถือปฏิบัติตามฆราวาสธรรม ได้แก่ สัจจะ-การรักษาความสัตย์ ทมะ-การรู้จักข่มใจตนเอง ชั้นดี-การอดทนอดกลั้นและอดออม และจาคะ-การรู้จักละวางความชั่วทุจริต

2.2 ในระดับภาครัฐ ผู้แทนประชาชนที่เข้ามาบริหารราชการจะต้องทำหน้าที่ด้วยความชอบธรรม ทั้งเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเมืองและฝ่ายประจำ จะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานทางคุณธรรมและจริยธรรมของเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ระบุไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 มาตรา 77

2.3 ในระดับองค์การ เจ้าหน้าที่ของรัฐจะต้องปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพให้ความยุติธรรมแก่ประชาชนอย่างเท่าเทียมกัน รวมทั้งจัดระบบงานที่ตอบสนองความต้องการแก่ประชาชน และปฏิบัติตามข้อบังคับว่าด้วยจรรยาบรรณของข้าราชการพลเรือน พ.ศ. 2537 คือ จรรยาบรรณต่อตนเอง ต่อหน่วยงาน ต่อผู้ร่วมงาน ต่อประชาชน และสังคม

3. หลักความโปร่งใส หมายถึง การสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกันของคนในชาติโดยปรับปรุงกลไกการทำงานขององค์การทุกวงการให้มีความโปร่งใส โดยมีแนวทางหลักดำเนินการความโปร่งใส ในระดับประเทศ ระดับภาครัฐ และระดับองค์การ ดังนี้

3.1 ในระดับประเทศ ประชาชนมีอิสระในการสื่อสาร สื่อมวลชนสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเต็มที่ และมีจริยธรรม มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมอย่างตรงไปตรงมาด้วยภาษาที่เข้าใจง่ายประชาชนเข้าถึงข่าวสารได้อย่างสะดวก และมีกระบวนการให้ประชาชนสามารถตรวจสอบความถูกต้องได้

3.2 ในระดับภาครัฐ การตัดสินใจและการปฏิบัติงานของภาครัฐต้องมีความโปร่งใส ข้อมูลข่าวสารของภาครัฐจะช่วยภาคธุรกิจของเอกชน และประชาชนสามารถตรวจสอบการทำงานของภาครัฐได้ พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ช่วยให้ประชาชนมีโอกาสกว้างขวาง ในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินการต่างๆของรัฐ เป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้ประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็นและใช้สิทธิทางการเมืองได้อย่างถูกต้องกับความเป็นจริงอันเป็นการส่งเสริมให้มีความเป็นรัฐบาลโดยประชาชนมากยิ่งขึ้น

3.3 ในระดับองค์การ ประชาชนรู้ขั้นตอนที่จะติดต่องาน และสามารถตรวจสอบการทำงานได้ ภายในองค์การต้องมีความโปร่งใสในการตัดสินใจ ในการบริหารงานการเงิน การบริหารบุคคล มีการสื่อสารที่ดี เพื่อให้สมาชิกขององค์การได้รับทราบความเคลื่อนไหวขององค์การ

4. หลักการมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับรู้และเสนอความเห็นในการตัดสินใจปัญหาสำคัญของประเทศไม่ว่าด้วยการแจ้งความเห็นการไต่สวนสาธารณะ การประชาพิจารณ์ การแสดงประชามติ เป็นต้น โดยมีแนวทางการดำเนินการตามหลักการมีส่วนร่วม ในระดับประเทศ ระดับภาครัฐ และระดับองค์การ ดังนี้

4.1 ในระดับประเทศ รัฐธรรมนูญกำหนดให้ บุคคลย่อมมีสิทธิมีส่วนร่วมในการพิจารณาของเจ้าหน้าที่ของรัฐที่จะมีผลหรืออาจมีผลกระทบต่อสิทธิหรือเสรีภาพของตน (มาตรา 60) และให้รัฐบาลส่งเสริมสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดนโยบายการตัดสินใจในทางการเมือง การวางแผนพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองรวมทั้งตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐทุกระดับ (มาตรา 76) ให้ท้องถิ่นพึ่งตนเองและตัดสินใจในกิจการท้องถิ่นได้เอง มีการพัฒนาระบบเศรษฐกิจในท้องถิ่น และระบบสาธารณสุขปโภค สาธารณูปการ ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศในท้องถิ่นให้ทั่วถึงและเท่าเทียมกันทั่วประเทศ รวมทั้งพัฒนาจังหวัดที่มีความพร้อมให้เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดใหญ่โดยคำนึงถึงเจตนารมณ์ของประชาชนในจังหวัดนั้นๆ (มาตรา 78) และให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาอบรมด้วย (มาตรา 81)

4.2 ในระดับภาครัฐ ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการปฏิบัติราชการเพื่อประชาชนของหน่วยงานของรัฐ พ.ศ. 2523 กำหนดหลักเกณฑ์ และวิธีรับฟังความคิดเห็นในปัญหาสำคัญของชาติที่หลายฝ่ายมีความคิดเห็นต่างกัน เพื่อเป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจของรัฐในการดำเนินงานอันมีผลกระทบต่อประชาชน และควรมีการสำรวจความคิดเห็นของผู้รับบริการเพื่อปรับปรุงงานให้เกิดประโยชน์สูงขึ้น

4.3 ในระดับองค์กร จะต้องมีการวางแผนระบบการรับฟังความคิดเห็น และการรับเรื่องราวร้องทุกข์ที่จะให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมขณะเดียวกันภายในองค์กรต้อง สนับสนุนการมีส่วนร่วมในการบริหารภายในด้วย

5. หลักความรับผิดชอบ หมายถึง การตระหนักในสิทธิหน้าที่ ความสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม การใส่ใจปัญหาสาธารณะของบ้านเมือง และการกระตือรือร้นในการ แก้ไขปัญหาตลอดจนเคารพในความคิดเห็นที่แตกต่างและกล้าที่จะยอมรับผลดีและผลเสียจากการกระทำของตนเอง ซึ่งแนวทางการดำเนินการตามหลักความรับผิดชอบ ในระดับประเทศ ระดับภาครัฐ และระดับองค์กร ดังนี้

5.1 ในระดับประเทศ ประชาชนรู้เข้าใจในสิทธิ เสรีภาพ และปฏิบัติหน้าที่ตามที่รัฐธรรมนูญกำหนดไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าหน้าที่ของรัฐจะต้องปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย และใช้อำนาจโดยคำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์และเสรีภาพตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ และมีความรับผิดชอบต่อบทบาทหน้าที่ของภาครัฐ ธุรกิจเอกชนมีหน้าที่สร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีคุณภาพปลอดภัยให้ผู้บริโภค และไม่สร้างความเดือดร้อนให้ผู้อาศัยในท้องถิ่น

5.2 ในระดับภาครัฐ กำหนดแนวทางไว้ในรัฐธรรมนูญ มาตรา 88 สำหรับตรากฎหมายและการกำหนดนโยบายในการบริหารราชการแผ่นดินโดยในการแถลงนโยบายรัฐสภาให้ชัดแจ้งว่าจะดำเนินการใด เพื่อจะบริหารราชการแผ่นดินให้เป็นไปตามนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐที่บัญญัติไว้ในหมวดนี้ และต้องจัดทำรายงานแสดงผลการดำเนินการรวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่อ

รัฐสภา ปีละ 1 ครั้ง การจัดสรรหน้าที่ความรับผิดชอบระหว่างเจ้าหน้าที่ของรัฐฝ่ายการเมือง และฝ่ายประจำจะต้องมีความชัดเจนโดยให้ฝ่ายการเมืองรับผิดชอบในเรื่องนโยบาย ส่วนฝ่ายประจำรับผิดชอบในการดำเนินงานให้บรรลุผลตามนโยบาย กรณีเกิดปัญหาในสังคม ภาครัฐ ต้องชี้แจงต่อประชาชนได้

5.3 ในระดับองค์กร มีการกำหนดโครงสร้างและระบบการใช้อำนาจรัฐใหม่ มีการกระจายอำนาจการตัดสินใจไปสู่ระดับล่าง เพื่อให้ความรับผิดชอบในทุกระดับมีความชัดเจน และมีรายงานประจำปี รายงานผลการปฏิบัติงานที่มีตัวชี้วัดความสำเร็จ ตลอดจนมีการรณรงค์ให้ประชาชนมีส่วนร่วมรับผิดชอบด้วย

6. หลักความคุ้มค่า หมายถึง การบริหารจัดการและใช้ทรัพยากรที่มีจำกัด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อส่วนรวม โดยรณรงค์ให้คนไทยมีความประหยัดใช้ของอย่างคุ้มค่า สร้างสรรค์สินค้า และบริหารที่มีคุณภาพ สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก และรักษาพัฒนา ทรัพยากรธรรมชาติให้สมบูรณ์ยั่งยืนโดยมีแนวทางการดำเนินการตามหลักความคุ้มค่าในระดับประเทศ ระดับภาครัฐ และระดับองค์กร ดังนี้

6.1 ในระดับประเทศ การใช้ทรัพยากรของต่างๆ ประเทศต้องเป็นไปด้วยความประหยัด หมุนเวียนใช้ และสร้างทดแทนใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ พยายามลดมลภาวะทั้งในดิน ในน้ำ และบนอากาศ เพื่อการส่งทอดทรัพยากรที่มีความสมบูรณ์ให้คนไทยรุ่นถัดไป

6.2 ในระดับภาครัฐ ทุกหน่วยงานต้องใช้งบประมาณอย่างประหยัด มีการรายงานผลการทำงานและแสดงประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรต่อสาธารณะซึ่งเจ้าหน้าที่ของรัฐ ต้องมีความเข้าใจอย่างดีในเรื่องประสิทธิภาพและความคุ้มค่าของโครงการ

6.3 ในระดับองค์กร ผู้บริหารต้องทบทวนงานในความรับผิดชอบเพื่อ พิจารณาถ่ายโอนงานที่ภาคธุรกิจเอกชน ภาคประชาชนทำได้ มีประสิทธิภาพสูงกว่าออกไปเลือกนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้และพัฒนาความสามารถของเจ้าหน้าที่ของรัฐอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

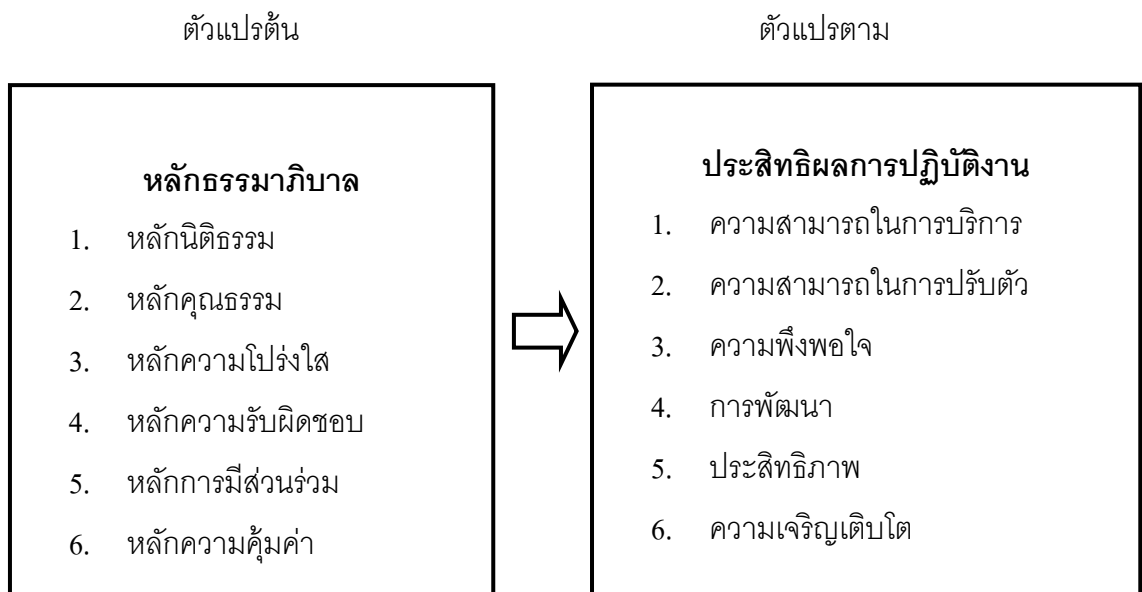
นักวิจัยและนักปฏิบัติหลายท่านได้กำหนดที่จะให้เป้าหมายที่เป็นเงื่อนไข นักวิชาการในแต่ละสาขาได้ให้นิยามของประสิทธิผล (Effectiveness) ไว้ต่างกันขึ้นอยู่กับว่าเป็นคนให้ความหมาย มุมมองของนักวิชาการแต่ละสาขาจึงแตกต่างกันออกไป แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมองประสิทธิผลไปในแนวทางที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของงานเป็นสำคัญ ประสิทธิผลจึงเป็นการวัดผลสัมฤทธิ์เทียบกับเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของการปฏิบัติงาน คือ ดูว่าผลลัพธ์หรือผลผลิตที่เกิดขึ้นบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์มากน้อยเพียงไร สำหรับ Becker & Neuhauser (1975 อ้างถึงใน ประดิษฐ์ สุคนธ์สวัสดิ์, 2536: 24) ได้กล่าวว่า ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน คือ การบรรลุ

เป้าหมายแล้ว ยังมีปัจจัยผลการทำงานที่มองเห็นได้สัมพันธ์ในทางบวกกับประสิทธิภาพและสามารถมองได้ชัดเจนว่ามีผลต่อการทำงาน

การศึกษาครั้งนี้ได้นำแนวคิดผลการปฏิบัติงานของ Steer (1977, อ้างในอุทัย สันติสกุล , 2534: 40-41) มาประยุกต์ใช้ดังนี้

1. ความสามารถในการบริการ หมายถึง ความสามารถและคุณภาพในการให้บริการตามที่ประชาชนต้องการ
2. ความสามารถในการปรับตัว หมายถึง ความมากน้อยของสมาชิกขององค์การในการยืดหยุ่นยอมรับบรรทัดฐานการปฏิบัติงานในองค์การ
3. ความพึงพอใจ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการองค์การโดยพิจารณาจากความผูกพันต่อองค์การ ขวัญและกำลังใจในการทำงาน
4. การพัฒนา หมายถึง กระบวนการซึ่งพยายามที่จะเพิ่มพูนประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้วยการผสมผสานความปรารถนาของบุคคลที่จะเจริญก้าวหน้า และพัฒนาเข้ากับเป้าหมายขององค์การ
5. ประสิทธิภาพ หมายถึง อัตราส่วนของผลผลิตต่อตัวป้อนหรือปัจจัยเกณฑ์การวัด ประสิทธิภาพรวมถึงผลตอบแทนจากการใช้งบประมาณหรือค่าใช้จ่ายต่อหน่วย ค่าสูญเสียและสูญเสียเปล่าจากการใช้ทรัพยากรต่ำกว่าขีดความสามารถ เป็นต้น
6. ความเจริญเติบโต หมายถึง ความสามารถขององค์การในการพัฒนางานขององค์กร และสามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

กรอบแนวคิดในการศึกษา



สมมติฐานในการศึกษา

หลักธรรมาภิบาลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษา

ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรสำนักงานเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ หลักนิติธรรม ค่าเฉลี่ย 4.71 รองลงมา หลักคุณธรรม ค่าเฉลี่ย 4.69 หลักความคุ้มค่า ค่าเฉลี่ย 4.65 หลักความโปร่งใส ค่าเฉลี่ย 4.64 หลักการมีส่วนร่วม ค่าเฉลี่ย 4.61 และ หลักความรับผิดชอบ ค่าเฉลี่ย 4.60 ตามลำดับ (ดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรสำนักงานเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

หลักธรรมาภิบาล	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
1. หลักนิติธรรม	4.71	0.47	มากที่สุด
2. หลักคุณธรรม	4.69	0.48	มากที่สุด
3. หลักความโปร่งใส	4.64	0.56	มากที่สุด
4. หลักความรับผิดชอบ	4.60	0.49	มากที่สุด
5. หลักการมีส่วนร่วม	4.61	0.67	มากที่สุด
6. หลักความคุ้มค่า	4.65	0.54	มากที่สุด
รวม	4.65	0.54	มากที่สุด

ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในภาพรวม พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านประสิทธิภาพ ค่าเฉลี่ย 4.77 ด้านความพึงพอใจ ค่าเฉลี่ย 4.74 ด้านการพัฒนา กับ ด้านความเจริญเติบโต ค่าเฉลี่ย 4.71 ด้านความสามารถในการบริการ ค่าเฉลี่ย 4.66 ด้านความสามารถในการปรับตัว ค่าเฉลี่ย 4.63 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคคลสำนักงาน เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

ประสิทธิผลองค์การ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความสามารถในการบริการ	4.66	0.63	มากที่สุด
2. ความสามารถในการปรับตัว	4.63	0.49	มากที่สุด
3. ความพึงพอใจ	4.74	0.44	มากที่สุด
4. การพัฒนา	4.71	0.45	มากที่สุด
5. ประสิทธิภาพ	4.77	0.45	มากที่สุด
6. ความเจริญเติบโต	4.71	0.50	มากที่สุด
รวม	4.68	0.50	มากที่สุด

ความสัมพันธ์ระหว่างหลักธรรมาภิบาล และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของสำนักงานเขตบางเขน จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า หลักธรรมาภิบาลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยหลักความคุ้มค่า หลักความรับผิดชอบมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานในระดับปานกลาง หลักการมีส่วนร่วม หลักนิติธรรม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานในระดับต่ำ ขณะที่หลักคุณธรรม มีความสัมพันธ์ทางลบกับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน และหลักความโปร่งใสไม่มีประสิทธิผลการปฏิบัติงาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ดังปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างหลักธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของสำนักงานเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายด้าน

องค์ประกอบพื้นฐาน	Correlation	Asymp. Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
			เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
หลักนิติธรรม	0.140	0.000	✓	-
หลักคุณธรรม	- 0.249	0.004	✓	-
หลักความโปร่งใส	0.059	0.507	-	✓
หลักความรับผิดชอบ	0.303	0.000	✓	-
หลักการมีส่วนร่วม	0.232	0.008	✓	-
หลักความคุ้มค่า	0.389	0.000	✓	-
ธรรมาภิบาล	0.365**	0.000	✓	-

อภิปรายผล

หลักธรรมาภิบาล

ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ พบว่า ระดับธรรมาภิบาลของบุคลากรสำนักงานเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ศึกษาขออภิปรายตามหลักธรรมาภิบาล ดังนี้ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักความรับผิดชอบ หลักการมีส่วนร่วม และหลักความคุ้มค่า

1. **หลักนิติธรรม** จากการศึกษาพบว่า การปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเขตบางเขน ในภาพรวมมีระดับมากที่สุด เนื่องจากบุคลากรเห็นว่าสำนักงานเขตบางเขนจัดทำระเบียบโดยคำนึงถึงความถูกต้องเหมาะสมและยุติธรรม มีการใช้ระเบียบราชการเป็นกรอบในการดำเนินงานเพื่อปรับลดขั้นตอนการทำงานเพื่อให้เกิดความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว ซึ่งการนำระเบียบเป็นแนวทางการดำเนินงานถือเป็นนิติธรรมทางกฎหมายเพื่อให้เกิดความถูกต้องตามระเบียบ มีความเสมอภาคและไม่เลือกปฏิบัติ

2. **หลักคุณธรรม** จากการศึกษาพบว่า การปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเขตบางเขน ในภาพรวมมีระดับมากที่สุด เนื่องจากบุคลากรของสำนักงานเขตบางเขนมีความซื่อสัตย์ต่องานที่รับผิดชอบ มีการกำหนดมาตรการในการป้องกันปราบปรามการทุจริตคอร์รัปชัน มีการฝึกอบรมเพื่อสร้างจิตสำนึกด้านคุณธรรม จริยธรรมให้กับบุคลากรในหน่วยงาน และผู้บริหารสำนักงานเขตบางเขนมีความซื่อสัตย์สุจริตในการใช้อำนาจตามระเบียบราชการ

3. **หลักความโปร่งใส** จากการศึกษาพบว่า การปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเขตบางเขนในภาพรวมมีระดับมากที่สุด เนื่องจากบุคลากรสำนักงานเขตบางเขนมีการจัดระบบตรวจสอบภายในเกี่ยวกับการเบิกจ่ายเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปี การเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงและรับทราบข่าวสารได้ มีโครงการ/กิจกรรมต่างๆ ที่สำนักงานเขตบางเขนดำเนินการอย่างเปิดเผยหรือเผยแพร่ให้ประชาชนรับรู้โดยทั่วไป ประชาชนและบุคลากรทุกคนเข้าใจและติดตามการดำเนินงานของสำนักงานเขตบางเขนได้ และสำนักงานเขตบางเขนมีการจัดทำแผนงานโดยการประชุมผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนด้วยความโปร่งใส

4. **หลักความรับผิดชอบ** จากการศึกษาพบว่า การปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเขตบางเขนในภาพรวมมีระดับมากที่สุด เนื่องจากการทำงานในทุกฝ่าย ทุกระดับ ของบุคลากรทุกคนในสำนักงานเขตบางเขน มุ่งสร้างความพึงพอใจของประชาชนในพื้นที่เป็นเป้าหมายสูงสุด มีการตัดสินใจในการบริหารและดำเนินงานของสำนักงานเขตบางเขน โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนเป็นสำคัญ และบุคลากรทุกคนในสำนักงานเขตบางเขน มีความเสียสละ มีจิตสาธารณะ มีจิตสำนึกและรับผิดชอบต่อสิ่งที่ได้คิดตัดสินใจดำเนินการ

5. **หลักการมีส่วนร่วม** จากการศึกษาพบว่า การปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเขต บางเขนในภาพรวมมีระดับมากที่สุด เนื่องจากมีการส่งเสริมการเรียนรู้และส่งเสริมศักยภาพของกลุ่ม ชุมชน ให้สามารถร่วมกิจกรรมได้ เปิดโอกาสให้พนักงานทุกฝ่าย ทุกระดับ แสดงความต้องการเกี่ยวกับระเบียบของหน่วยงาน มีการรับฟังความคิดเห็นจากบุคลากรทุกระดับ ทุกฝ่าย ก่อนตัดสินใจกำหนดโครงการ/กิจกรรมต่างๆ มีการสำรวจความต้องการของประชาชนเพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลตัดสินใจกำหนดแผนงาน/โครงการ และมีการจัดทำประชาคมเพื่อรับฟังความต้องการของประชาชนก่อนกำหนดแผนพัฒนาพื้นที่

6. **หลักความคุ้มค่า** จากการศึกษาพบว่า การปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเขต บางเขนในภาพรวมมีระดับมากที่สุด เนื่องจากมีการจัดบริการสาธารณะ เช่น ถนน สิ่งปลูกสร้าง ของสำนักงานเขตบางเขนโดยคำนึงถึงความคุ้มค่า และประโยชน์ส่วนรวมเป็นสำคัญ มีการพิจารณาคัดสรร บรรจุ แต่งตั้งบุคลากรโดยคำนึงถึงความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นหลัก และมีการจัดบริการสาธารณะ เช่น ถนน สิ่งปลูกสร้าง ของสำนักงานเขตบางเขนโดยคำนึงถึงความคุ้มค่า ซึ่งถือประโยชน์ส่วนรวมเป็นสำคัญ

ซึ่งสอดคล้องกับ ยุทธนา ชูดวงม้วน (2550) ได้ทำการศึกษาคำชี้แจงหลักธรรมาภิบาลในการบริหารของคณะกรรมการบริหารสถานศึกษา ผลจากการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการใช้หลักธรรมาภิบาลของคณะกรรมการบริหารสถานศึกษาพบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ ด้านความรับผิดชอบ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านนิติธรรม ด้านความโปร่งใส ด้านความคุ้มค่า และด้านคุณธรรม และควรมีการพัฒนาพฤติกรรมการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลในหลายหน่วยงาน และสอดคล้องกับ เบญจวรรณ วันดีศรี (2549) ได้ทำการศึกษาความเป็นธรรมาภิบาลของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษาพบว่านายกองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดร้อยเอ็ดมีธรรมาภิบาลในภาพรวมอยู่ในระดับสูง

ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ระดับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเขต บางเขน กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากบุคลากรมีความสามารถในการบริการ มีความสามารถในการปรับตัว เกิดความพึงพอใจ เกิดการพัฒนาผลการปฏิบัติงาน ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพ ความเจริญเติบโต และความมั่นคง เมื่อพิจารณาระดับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ทั้ง 6 ด้าน เรียงจากมากไปหาน้อย ซึ่งผู้ศึกษาสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. **ความสามารถในการบริการ** จากการศึกษาพบว่า ความสามารถในการบริการ การปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเขตบางเขนในภาพรวมมีระดับมากที่สุด เนื่องจากบุคลากรสำนักงานเขตบางเขนสามารถจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณูปโภคตอบสนองความต้องการ

ของประชาชนได้ และสามารถจัดบริการสาธารณะด้านสวัสดิการสังคมตามตอบสนองความต้องการของประชาชนได้

2. ความสามารถในการปรับตัว จากการศึกษาพบว่า ความสามารถในการปรับตัวของบุคลากรสำนักงานเขตบางเขนในภาพรวมมีระดับมากที่สุด เนื่องจากบุคลากรสำนักงานเขตบางเขนสามารถปรับตัวและพัฒนางานอย่างสม่ำเสมอ สามารถเปลี่ยนแปลงสิ่งที่เกิดขึ้นและพยายามกระจายอำนาจการตัดสินใจในการทำงาน และสามารถปรับตัวต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ตลอดเวลา

3. ความพึงพอใจของบุคลากร จากการศึกษาพบว่า ความความพึงพอใจของบุคลากรสำนักงานเขตบางเขนในภาพรวมมีระดับมากที่สุด เนื่องจากบุคลากรสำนักงานเขตบางเขนมีบรรยากาศในการปฏิบัติงานที่เป็นกันเอง มีการปรึกษาหารือ และรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน บุคลากรสำนักงานเขตบางเขนมีความพึงพอใจกับงานและหน้าที่ปัจจุบันในองค์การ

4. การพัฒนาของบุคลากร จากการศึกษาพบว่า การพัฒนาของบุคลากรสำนักงานเขตบางเขนในภาพรวมมีระดับมากที่สุด เนื่องจากบุคลากรสำนักงานเขตบางเขนมีความยืดหยุ่นในการบริหารงานเพื่อสามารถพัฒนางานได้ดี มีการพัฒนาที่ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และมีการจัดอบรมสัมมนาให้กับท่าน/บุคลากรเพื่อพัฒนาตนเองและพัฒนาองค์การ

5. ประสิทธิภาพของบุคลากร จากการศึกษาพบว่า การพัฒนาของบุคลากรสำนักงานเขตบางเขนในภาพรวมมีระดับมากที่สุด เนื่องจากบุคลากรสำนักงานเขตบางเขนมีระบบและวิธีการบริหารจัดการที่มีวิธีปฏิบัติชัดเจน สื่อสารเข้าใจตรงกัน และมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบไว้อย่างชัดเจน

6. ความเจริญเติบโตของบุคลากร จากการศึกษาพบว่า การพัฒนาของบุคลากรสำนักงานเขตบางเขนในภาพรวมมีระดับมากที่สุด เนื่องจากบุคลากรสำนักงานเขตบางเขนมีการพัฒนาให้เกิดความเจริญเติบโตของโครงการ/กิจกรรมต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ มีการขยายการบริหารงาน บริการสาธารณะ และจำนวนบุคลากรมากขึ้น

ซึ่งสอดคล้องกับ ฌองก์ แสงแก้ว (2550) ได้ศึกษาประสิทธิผลการปฏิบัติงานในฝ่ายโยธา สำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร ตามหลักธรรมาภิบาล ผลการศึกษาพบว่าประชาชนมีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานในฝ่ายโยธา สำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร ตามหลักธรรมาภิบาลแตกต่างกัน ทั้งนี้ผลจากการวิจัยเมื่อเปรียบเทียบตามปัจจัยด้านบุคคล แสดงให้เห็นว่าประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลที่แตกต่างกัน เพราะประชาชนที่มีอาชีพทุกอาชีพ มีความรู้ มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานตามหลัก ธรรมาภิบาลเท่าเทียมกัน

และอาชีพไม่ใช่ข้อจำกัดต่อความรู้ ความคิดเห็น จึงทำให้ความคิดเห็นต่อการบริหารงานตามหลัก
ธรรมาภิบาลไปในทิศทางเดียวกัน

เอกสารอ้างอิง

- เบญจวรรณ วันดีศรี. (2549). การศึกษาความเป็นธรรมาภิบาลของนายกองค์การบริหารส่วน
ตำบลในจังหวัดร้อยเอ็ด. คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, กรุงเทพฯ.
- ประดิษฐ์ สุคนธ์สวัสดิ์. (2536). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของ
คณะกรรมการสภาตำบลในการพัฒนาชนบท ศึกษาเฉพาะกรณีกิ่งอำเภอสี้ออำนาจ
จังหวัดอุบลราชธานี. คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พระยุพธนา ชุตทองม้วน. (2550). การใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารของคณะกรรมการบริหาร
โรงเรียนโปลิเทคนิคคานนา เชียงใหม่. คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,
เชียงใหม่.
- มีชัย ไสกันทต. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้หลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษา
กับความผูกพันต่อสถานศึกษาของข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
เลย เขต 1. คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, เลย.
- สันถวันท์ พยาเลี้ยง. (2552). การบริหารโรงเรียนตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนประถมศึกษา
สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากทมมหานคร เขต 1. คณะบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, กรุงเทพฯ
- อานันท์ ปันยารชุน. (2542). มุมมองนายอานันท์. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : มติชน.
- อุทัย สันติสกุล. (2534). การวิเคราะห์ประสิทธิผลและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของ
องค์การ : การศึกษาเฉพาะกรณีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. คณะบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

บทบาทสตรีในการพัฒนาสังคมตามหลักพหุศาสนา

ROLE OF WOMEN IN SOCIAL DEVELOPMENT BASED ON RELIGIOUS EXTREMISM

พระมหาณัฐฐานันท์ อนาลโย (กุลจรัสโกคิน)¹

Phramaha Nattanan Analayo (Kunjaruspokin)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาบทบาทสตรี ในการพัฒนาสังคมตามหลักของศาสนาพุทธ ศาสนาคริสต์ ศาสนาอิสลาม 2) เพื่อศึกษาการส่งเสริมบทบาทสตรีขององค์กรศาสนาพุทธ ศาสนาคริสต์ ศาสนาอิสลาม 3) เพื่อวิเคราะห์บทบาทสตรีตามหลักพหุศาสนากับการพัฒนาสังคม รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลรวม 36 รูป/คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. บทบาทสตรีในการพัฒนาสังคมตามหลักพหุศาสนา (ศาสนาพุทธ ศาสนาคริสต์ ศาสนาอิสลาม) ผลการวิจัยพบว่า ทุกศาสนาได้เปิดให้สตรีมีบทบาทในกิจกรรมในแต่ละศาสนาเป็นอย่างมาก และเปิดเผย อาทิเช่น ศาสนาพุทธได้ให้สิทธิ เสรีภาพ ความเสมอภาค กับสตรีมากที่สุด โดยมอบบทบาทสตรีในบางเรื่องเท่าเทียมกับผู้ชาย เช่นเป็นกรรมการ เป็นมัคทายก สัปเหร่อหญิง ไวยาวัจกร เป็นต้น นอกเนื่องจากการเป็นผู้นำในการทำบุญ การจัดงานต่างๆ ในวัด เป็นหัวเลี้ยวหัวแรงในการจัดกิจกรรมต่างๆ ของทางวัด ส่วนศาสนาคริสต์ จะให้ความสำคัญกับสตรีเพียงการเป็นครอบครัว รักกันดังพี่น้อง ดังนั้น การแสดงบทบาทของสตรีจึงเป็นลักษณะของการแสดงความคิดเห็นในระดับครอบครัว และศาสนาอิสลาม มีความอิสระเช่นเดียวกับศาสนาพุทธ เพียงแต่ที่ไม่สามารถเป็นผู้นำทางศาสนาได้เท่านั้น

2. พหุศาสนามีการส่งเสริมบทบาทสตรี ผลการวิจัยได้พบว่าพหุศาสนาเปิดช่องให้มีการส่งเสริมสตรีให้มีบทบาทในสังคมปัจจุบันมากขึ้น เช่น 1) การสร้างภาวะผู้นำสู่การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยให้สตรีมีการแสดงความเป็นภาวะผู้นำ การจัดโครงการช่วยเหลือผู้ค่อยโอกาส โดยใช้วิธีการผสมผสานระหว่างเพศชายและเพศหญิง เพื่อสร้างความเข้มแข็งในการมองกิจกรรมที่ปฏิบัติ มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เข้าร่วมในกิจกรรมทำให้การทำงานภายในกลุ่มมีความคล่องตัวเป็นอย่างมาก 2) มีการสร้างบทบาทสตรีในการตรวจสอบความถูกต้อง โดยทุกฝ่ายจะเห็นถึงความละเอียดอ่อน ความรอบครอบของเพศสตรี จึงได้มอบหมายหน้าที่ในเรื่องที่ต้องใช้ความรอบครอบ และการตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม 3) การสร้างบทบาทเกี่ยวกับการแสดงออกของผู้นำ การแสดงความคิดเห็นในด้านกิจกรรมอาทิทางด้านการเงินของชุมชน และการ

¹ นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการพัฒนาสังคม คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

พัฒนาทรัพยากรที่แตกต่างกันของแต่ละพื้นที่ออกไปตามความเหมาะสมของสภาพภูมิประเทศ 4) การสร้างผู้นำสตรีที่สามารถเข้าร่วมการบริหารในทุกด้าน ซึ่งในแต่ละชุมชนมีการจัดการอะไรก็ตาม จะเปิดให้สตรีเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการบริหารด้วยทุกคณะ

3. วิเคราะห์บทบาทสตรีต่อการพัฒนาสังคมตามพหุศาสนามี ผลการวิจัยพบว่า สตรีเป็นด้านแรกที่สามารถพัฒนาสังคมได้เพราะใกล้ชิดกับครอบครัว ความพร้อมของสตรีก่อนที่สตรีจะออกไปสู่สังคมในปัจจุบัน ตามพหุศาสนาสิ่งแรกๆ ที่ทำได้ก็คือ 1) จะเป็นเรื่องของการให้การสนับสนุนในเรื่องของการศึกษา 2) เป็นเรื่องของสุขภาพอนามัยของสตรี 3) เป็นเรื่องของการประกอบอาชีพและรายได้ 4) ด้านการเมืองการปกครอง 5) การสร้างพลังและเครือข่ายสตรี เป็นต้น

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า บทบาทสตรีในการพัฒนาสังคม ตามหลักพหุศาสนาจะเน้นในเรื่องของการเป็นผู้นำซึ่งสตรีสามารถทำได้ดีในทุกด้าน ในปัจจุบัน ได้เปิดให้สตรีมีบทบาทได้มากขึ้น เพียงแต่มีข้อกำหนดตามหลักศาสนาเท่านั้นที่ถูกบัญญัติเป็นข้อห้ามเท่านั้น สตรีมีการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมในทุกๆ ด้าน และสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ไปพัฒนาสังคม ปัญหาที่ควรสนับสนุน ควรให้สตรีได้มีโอกาสแสดงบทบาทของตนเอง เพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชนก่อน และเริ่มในการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมกับผู้อื่นให้เกิดผลอย่างมีประสิทธิภาพเท่าเทียมกับบุรุษในสังคมและไม่จำเป็นที่สตรีจะต้องเป็นช้างเท้าหลังต่อไปอีกแล้ว

คำสำคัญ : บทบาทสตรี ; การพัฒนาสังคม ; พหุศาสนา

ABSTRACT

This research has 3 objectives. 1) to study the role of women. In the development of society based on the principles of Buddhism, Christianity, Islam. 2) To study the promotion of the role of women in religions organizations, Buddhism, Christianity and Islam. 3) To analyze the role of women according to the principle of religious and social development. The qualitative research method was used to collect data from 36 interviewees.

The research found that.

1. The role of women in social development by multiple religions (Buddhism, Christianity, Islam). Research found that all religions have turned to women's role in the activities of each religion very seriously and openly, such as Buddhism granted. Liberty, equality, with most women. Offering the role of women in some way equal to men. The Board of Directors The deacons week waiting female drug innovators such as the

leadership in philanthropy. Events such as the measure for the Katin forest harmony. Leader of the House to join me. As transitional head first into the activities of the temple. To participate in the cooking. The Christianity Will cater to women only as a family. Love each other as brothers and sisters, the role of women as a way of commenting on the family level. The mean is the mean between residents of the same church. In the family The practice, however, it is up to God. And Islam Are independent as well as Buddhists. It just can not be the only religious leader. According to the provisions of Religion The society is open to women development can be grouped strengthening and proposed various mosques in which a group of women and comment on the reason for each meeting as well. The researchers concluded that Women's role as primary religious pluralism today has opened a women's roles even more. The only requirements are constituted by religious taboo only.

2. Religious pluralism is to promote the role of women. Research has found that religious pluralism allow the promotion of women's role in society, such as: 1) creating conditions leading to the strengthening of the community. The woman is showing the leadership to co-operate with organizations such as attending a comment in an event organized philanthropy. The project will assist the neck. By using a mix of male and female. To strengthen the practice of looking at things is open to women who have been in the news. The communication within the group With the use of new technologies; Participate in activities to build the facility. The working group has streamlined a lot. Fulfill the perceived problems. Cause of problem Women have the opportunity to participate in the storage and data to contribute to the social development of the community to develop higher 2) the creation of women's role in monitoring accuracy. By all parties to be seen as sensitive. The cover of women's sexuality The duties of the accounting system. Answering the visitors in the community. And to help ensure the correct fit. These can be seen that the role of women as a modern up to date. 3) create a role on the expression of leadership. Commenting on the event, including the financial community. And development of different areas along the suitability of the terrain, 4) creating women leaders who can participate in the management of the financial side. Each community has to deal with the financial aspects of the fund made up by the participating fund. If the Fund in accordance with the value and benefit to the

community. The community has strengths in finance. The researchers concluded that. To develop women will have to start from their own development, starting from their own families to be well happy. To be able to develop the corporate group. Participation in the creation process and set the direction for the development of the community. You need to increase the role of women to leadership.

3. Analysis of the role of women to social development by religious pluralism what. Research analyzed the role of women in the development of social, religious pluralism, women were the first side to social development because of its proximity to family. So start developing that women should have a defined role and development potential. The availability of women before women go out into society. According to religious pluralism things first To do is 1) it is a matter of providing support in the field of education. Because education is regarded as the beginning of the development of every man's need to learn all the time to raise the self-knowledge. Be equal with others And to recognize their own development In today's global society, cognizant. 2) is the subject of women's health. Women should exercise Have a strong, healthy and live well with others. 3) as a matter of occupation and income. Currently, money is important in life. It is important for all women to have a career and earn an adequate family. 4) political dominance. Women need to be active participants in the process in motion. As can be seen today And sometimes Women have the opportunity to become the backbone of the resistance in many cases. 5) Empowerment and Women's Network etc. Today women have the opportunity to participate in the community, especially the integration among the women. Researchers have concluded that the issue of good leadership in all aspects. Because today's women do not lack opportunities to develop. Not being exploited But by not acting on their own. Therefore, women should have a key role in strengthening the community.

Keywords : role of women ; social development ; religious extremism

บทนำ

เมื่อพูดถึงคำว่า “เพศ” คนเรามากที่จะเอาอวัยวะสืบพันธุ์มาตีกรอบให้กับความเป็นเพศเสมอ ซึ่งมักถูกมองว่าเป็นความแตกต่างที่มีมาตามธรรมชาติ กล่าวคือไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งนำไปสู่สถานะของผู้หญิงที่ด้อยกว่าผู้ชาย ตัวอย่าง ความเชื่อที่ว่าผู้หญิงเป็นเพศที่ไม่เท่าเทียม

กับเพศชายมาโดยตลอด เพราะถูกมองข้ามว่าไม่มีความสามารถ และความเชื่อที่ว่าผู้หญิงมีคุณสมบัติหรือความสามารถทางเพศในการดูแลผู้อื่น ทำให้ผู้หญิงกลายเป็นผู้รับภาระหลักในการดูแลลูกและคนในครอบครัว เป็นต้น สาเหตุหรือที่มาของความไม่เสมอภาคทางเพศ มักมีอคติรากฐานความคิดของสังคมตะวันตก ซึ่งเป็นปิตาธิปไตย ชนชั้นกลาง ผู้ชาย และผิวขาว หนึ่งในปัญหาเพศภาวะอันได้แก่ การเลือกปฏิบัติระหว่างชายหญิง สิทธิแห่งความเป็นมนุษย์ของชายหรือหญิง ตลอดจนสถานะและบทบาทตามเพศในฐานะเป็นสมาชิกของสังคม ปัญหาเหล่านี้ปรากฏเป็นภาพซ้ำซ้อนตั้งแต่อดีตกระทั่งปัจจุบัน แม้ว่าสภาวะการณ์แห่งความเท่าเทียมระหว่างหญิงและชายทุกวันนี้ในหลายพื้นที่ หลายภูมิภาคต่างๆ ทั้งในทวีปยุโรป ออสเตรเลีย อเมริกาเหนือหรือบางแห่งในเอเชียจะแปรเปลี่ยนไป เพื่อลดความเหลื่อมล้ำหรืออยู่ดิ้นรนระหว่างเพศให้ทุเลาลงกว่าแต่ก่อนได้ แต่อย่างไรก็ตามภาพสะท้อนของความไม่เสมอภาคดังกล่าวนี้ก็ยังคงดำเนินอยู่หรืออาจดำรงอยู่ต่อไปภายในบางสังคมวัฒนธรรม ดังที่อริสโตเติล (Aristotle) นักปรัชญาชาวกรีกได้กล่าวไว้อย่างชัดเจนว่าโดยธรรมชาติผู้ชายอยู่เหนือกว่าและอยู่ในฐานะผู้ปกครอง ส่วนผู้หญิงนั้นด้อยกว่า อยู่ในฐานะผู้ถูกปกครองและผู้หญิงก็คือผู้ชายที่เสื่อมสมรรถภาพนั่นเอง รวมถึงเสนอความแตกต่างของผู้หญิงและผู้ชายไว้ว่าผู้หญิงมีความนุ่มนวลในการจัดการเรื่องต่างๆ มากกว่าผู้ชาย

หากเราต้องการศึกษาเรื่องเพศวิถี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับความเท่าเทียมกันในบริบทสังคมวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน นั้น มีประโยชน์อย่างยิ่งเพื่อจะได้เข้าใจผู้อื่น รวมถึงตระหนักคุณค่าของผู้หญิงซึ่งเป็นเพศแม่ หรือความเข้มแข็งที่แสดงถึงผู้ชายซึ่งเป็นเพศพ่อ เป็นการทำความเข้าใจผู้อื่นอยู่เสมอว่า หากเราเป็นผู้ถูกระทำบ้างจะรู้สึกอย่างไร การศึกษาบทบาทของเพศชายหรือเพศหญิง ก็คือศาสตร์ที่มุ่งเน้นสร้างเสริมความเข้าใจอันดีและสังคมวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ความเข้าใจระหว่างกันและกันนี้จึงนำไปสู่การไม่อคติแบ่งแยกเขา หรือเราให้หมดไปจากมโนสำนึกของคนในสังคมได้ในที่สุด²

แนวคิดทางศาสนาจึงมีส่วนสนับสนุนระบบชายเป็นใหญ่ นับเป็นเวลาหลายร้อยปีแล้วที่ผู้ชายครอบงำและควบคุมการนำในองค์กรทางศาสนา ภายใต้ระบบสังคมปิตาธิปไตยอันมีหลายศตวรรษเกือบทุกศาสนา จัดระเบียบเปิดทางให้ผู้หญิงมีบทบาทเพียงเป็นรองผู้ชาย ระบบความเชื่อและจารีตประเพณีได้สืบทอด ผลิตซ้ำอย่างสอดคล้องกัน เพื่อดำรงความเป็นผู้นำในสังคมของกลุ่มเพศชาย แม้ว่าเมื่อเริ่มแรกก่อตั้งนั้นปรัชญาของศาสนาใหญ่ๆ ได้ให้ความสำคัญต่อผู้หญิงในศาสนาและกิจการของส่วนรวมหลายๆ เรื่อง ทว่าภายหลังในบางแห่งอิทธิพลจากกลุ่มเคร่งครัดัมภีร์ซึ่งมุ่งใช้ความรุนแรงในสังคมมีเพิ่มมากขึ้น และกลุ่มอนุรักษนิยมได้ดัดแปลงกฎเกณฑ์เพื่อควบคุม

² ณรงค์ กรรณ รอดทรัพย์, "ปิตาธิปไตย : ภาพสะท้อนแห่งความไม่เสมอภาคระหว่างชายหญิงในสังคมเอเชีย", วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2555) : 15-16.

และเอาเปรียบผู้หญิง จนมีความเห็นจากนักสตรีนิยมจำนวนหนึ่งว่าเป็นการทำให้ศาสนาถดถอย เพราะถูกใช้เป็นเครื่องมือในกาครอบงำสังคม เพื่อบ่อนทำลายและศักดิ์ศรีอันชอบธรรมของกลุ่มผู้หญิง

ดังนั้น ปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้เห็นถึงบทบาทสตรี ในการพัฒนาสังคม พิจารณาจาก ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา Edward W. Weider³ ได้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

กลุ่มแรก เห็นว่าการพัฒนาเป็นเรื่องของการเจริญเติบโต (Growth) โดยมีปริมาณผลที่สูงขึ้น เช่น การปลูกสร้างบ้าน การเลี้ยงลูกให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ เป็นต้น

กลุ่มที่สอง มองว่า เป็นเรื่องของการเปลี่ยนในระบบที่กระทำการ (System Change) โดยอาจจะพิจารณาจากการแสดงความคิดเห็นของสตรี หรือบุรุษ ที่จะสามารถมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงระบบต่างๆ ที่ปฏิบัติอยู่ให้ดีขึ้น

กลุ่มที่สาม เห็นว่าการพัฒนา เป็นการปฏิบัติการโดยมีจุดหมาย (Goal Orientation) โดยเฉพาะจุดหมายเพื่อให้ทันสมัย (Modernity) หรือการสร้างชาติ (Nation-building) และความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจสังคม (Socio-economic Progress) มุ่งให้เกิดความทันสมัย ในบ้านเมืองพร้อมกับเน้นหนักในการสร้างชาติ และความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและสังคม

กลุ่มที่สี่ มองว่า เป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีการวางแผนไว้ก่อน (Planned Change) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

ดังนั้น จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าบทบาทสตรี มีผลต่อการพัฒนาสังคม ตามหลักทฤษฎีศาสนา มีเหตุปัจจัยมาจากความเชื่อทางด้านศาสนา ของแต่บุคคลที่มีความเชื่อว่าแนวคิด หลักการ ข้อปฏิบัติในแต่ละศาสนา ผู้วิจัยจึงได้นำเอาแนวคิดและหลักปฏิบัติทางศาสนาทั้ง 3 คือ ศาสนาพุทธ ศาสนาคริสต์ ศาสนาอิสลาม มาวิจัยเพื่อให้เห็นภาพในลักษณะบทบาทของสตรีว่าแต่ละศาสนาสามารถสนับสนุนบทบาทสตรีในการพัฒนาสังคมได้อย่างไรบ้าง และมีแนวคิด หลักการ ข้อปฏิบัติ หรือการส่งเสริมบทบาทสตรีในด้านใดบ้าง และส่งผลให้สตรีมีบทบาทในการพัฒนาสังคมได้อย่างเป็นรูปธรรม การมีบทบาททางสังคมของสตรี ทำให้เกิดความเชื่อในแนวคิดและหลักปฏิบัติของเพศหญิงเป็นสำคัญ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.แนวคิดทฤษฎีบทบาท

วัลภา ไชยทิพย์⁴ ให้แนวคิดที่เกี่ยวกับบทบาทดังนี้ บทบาท หมายถึง การทำหน้าที่ตามบท การทำตามบท โดยปริยาย หมายความว่า การทำตามหน้าที่ที่ได้กำหนดไว้ เช่น บทบาท

³ Edward W. Weidner, "The Elements of Development Administration", in Edward Weidner (ed.), DEVELOPMENT ADMINISTRATION IN ASIA, (Kingsport, Tennessee : Kingsport press, 1970), p. 4-9.

ของบิดามารดาในการเลี้ยงดู บุตรธิดา บทบาทของครูในการสอนหนังสือ เป็นต้นดิน บทบาท หมายถึง พฤติกรรมที่สังคมกำหนดและคาดหวังให้บุคคลกระทำที่เกี่ยวกับบทบาทดังนี้ มโนทัศน์ (Concept) ของบทบาท คือ การแสวงหามาตรฐานทางสังคมเพื่อใช้ในการอธิบายถึงพฤติกรรม เช่น กัปตันเรือยอมตองเดินทางไปกับเรือเพราะถูกยอชมรับในบทบาทแห่งการเป็น กัปตันเรือ หมายความว่ากัปตันเรือยอมที่จะมีอำนาจการควบคุมหรือสั่งการต่าง ๆ ในการ เดินเรือด้วย เป็นต้น สถานภาพเป็นนามธรรม หมายถึงตำแหน่งในแต่ละตำแหน่งจะได้กำหนดบทบาทไว้อย่างไรบ้าง

ฉะนั้นเมื่อมีตำแหน่ง ก็จะต้องมีบทบาทควบคู่กันไปเสมอ คือ เมื่อบุคคลมีตำแหน่ง ย่อมจะต้องมีสิทธิและหน้าที่ตามมาเอง บางคนก็ปฏิบัติหน้าที่ได้ สมบทบาท บางคนก็ทำไม่ได้เต็มที่เพราะเกิดขัดแย้งกันในบทบาท ผู้ที่มีตำแหน่งจะปฏิบัติหน้าที่ได้สมบทบาทหรือไม่ ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลาย ๆ อย่าง เช่น บุคลิกภาพของ ผู้ที่สวมบทบาท ลักษณะของสังคม ตลอดจน ประเพณีและวัฒนธรรมของสังคมนั้นการแสดงบทบาทของบุคคลขึ้นอยู่กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องของต่อไปนี้ 1. บทบาทที่สังคมคาดหวัง (Role Expectation) หมายถึง บทบาทที่สังคมคาดหวัง ให้บุคคลปฏิบัติตามความคาดหวังที่กำหนดโดยสังคมและสถานภาพที่บุคคลนั้นครองอยู่ 2. การรับรู้ บทบาท (Role Conception) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ในบทบาทของตนเองว่าควรจะมีบทบาท ใด ๆ และสามารถจะมองเห็นบทบาทของตนเองได้ตามการ รับนั้นซึ่งเกี่ยวข้องกับความต้องการของบุคคลนั่นเอง โดยที่การรับรู้ในบทบาทและความต้องการของบุคคลก็ขึ้นอยู่กับ ลักษณะฐานส่วนบุคคล ตลอดจนเป้าหมายใน ชีวิตและค่านิยมของบุคคลที่สวมบทบาทนั้น 3. การยอมรับบทบาทของบุคคล (Role Acception) จะเกิดขึ้นเมื่อความสอดคล้อง ของบทบาทตาม ความคาดหวังของสังคมและบทบาทที่ตนรับอยู่ การโดยยอมรับบทบาท เป็นเรื่องเกี่ยวกับความเข้าใจในบทบาทและการสื่อสารระหว่างสังคมและบุคคลนั้น ทั้งนี้ เพราะบุคคลจะไม่ได้ยินดียอมรับ บทบาทเสมอไป แม้ว่าจะได้รับการคัดเลือกหรือถูกแรง ผลักดันจากสังคมให้รับตำแหน่งและมี บทบาทหน้าที่ปฏิบัติตาม เพราะหากบทบาทที่ ได้รับนั้นทำให้ได้รับผลเสียหายหรือเสียประโยชน์ โดยเฉพาอย่างยิ่งถ้าขัดแย้งกับความ ต้องการ หรือค่านิยมของบุคคลนั้น ผู้ครองตำแหน่งอยู่กลับ พยายามหลีกเลี่ยงบทบาทนั้น ไม่ยอมรับบทบาทนั้นๆ 4. การปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ของบุคคล (Role Performance) เป็นบทบาทของ เจ้าของสถานภาพที่แสดงออกจริง (Actual Role) ซึ่งอาจ เป็นการแสดงบทบาทตามที่สังคม คาดหวัง หรือเป็นการแสดงบทบาทตามการรับรู้และตามความ คาดหวังของตนเอง การที่ บุคคลใดจะปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ได้ดีเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับระดับ การยอมรับบทบาท นั้น ๆ ของบุคคลที่ได้ครองตำแหน่งนั้นอยู่เนื่องจากความสอดคล้องกับบทบาท

⁴ วัลภา ไชยทิพย์, (สังคมสงเคราะห์) (มจร.), มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย (2558).

ตามความ คาดหวังของสังคมและการรับรู้บทบาทของตนเอง บทบาท คือการกระทำต่างๆ ที่ "บท
,, กำหนดไว้ให้ผู้แสดงต้องทำ トラบไตที่ยังคงอยู่ใน "บท" นั้น เปรียบได้เหมือน "บท" ของตัวละครที่
กำหนดให้ผู้แสดง ในละครเรื่องนั้นๆ ว่ามีบทบาทที่จะต้องแสดงอย่างไร ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับ
บทบาทดังนี้ บทบาท หมายถึง การแสดงถึงพฤติกรรมของ บุคคลตามสิทธิและหน้าที่ความ
รับผิดชอบของสถานภาพ แบ่งได้ 3 ลักษณะ คือ 1.บทบาทตามความคาดหวัง (Expected Role)
เป็นบทบาทที่ต้องแสดงตามความ คาดหวังของผู้อื่น เช่น บทบาทของนักเรียนตามความคาดหวัง
ของครู 2.บทบาทตามลักษณะการรับรู้ (Perceived Role) เป็นบทบาทที่เจ้าของสถานภาพ รับรู้ว่า
ตนควรมีบทบาทอย่างไร 3. บทบาทที่แสดงออกจริง (Actual Role) เป็นบทบาทที่เจ้าของ
สถานภาพได้แสดง ออกจริง ซึ่งอาจเป็นบทบาทตามที่สังคมคาดหวัง หรือเป็นบทบาทที่ตนเอง
คาดหวัง หรือ อาจจะไม่เป็นบทบาทตามที่สังคมคาดหวังและตนเองคาดหวัง

2.แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา

การพัฒนา (Development) **สนิท สมัครการ**⁵ มองว่า การพัฒนาสังคมเป็นกระบวนการ
เปลี่ยนแปลงตามแผนทางสังคมและวัฒนธรรม (A process of Planed Socio-cultural Change)
นั่นคือการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากแผนการกระทำทั้งหลายที่ก่อผลกระทบต่อแบบแผน
ความสัมพันธ์ทางสังคม และแบบแผนของค่านิยมทางวัฒนธรรมของกลุ่มมนุษย์ใดๆ ถือเป็น
การพัฒนาสังคมทั้งหมด ความหมายนี้รวมถึงทางเศรษฐกิจ การเมือง ครอบครั้ว การศึกษา และการ
อนามัยด้วย

Saul M, katz⁶ ได้ให้ความหมายไว้ว่า การพัฒนานั้นเป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่าง
สำคัญเปลี่ยนสภาพรัฐที่มีความเป็นอยู่ของคนในชาติในลักษณะหนึ่งไปสู่ลักษณะอื่นที่มีคุณค่า
มากกว่าเดิม โดยมีการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองประกอบกัน

Edward W. Weider⁷ ได้รวบรวมแนวความคิดนักวิชาการที่ให้ความหมายคำว่า "การ
พัฒนา" ออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

⁵ Snit smuckam, "Social Development and Peasant Culture : A Thai case" in Suntaree Komin (ed),
Social Development : A Synthesis of East and Western Experiences. (BKK : NIDA, 1982), p 155-6.

⁶ Saul M. katz, "A system Approach to Development administration". In Fred W Riggs (ed.),
FRONTIERS OF DEVELOPMENT ADMINITRATION, (Durtiam, North carolian ; Duke University Press,
1970), p. 110.

⁷ Edward W. Weidner, "The Elements of Development Administration" in Edward Weidner (ed.),
DEVELOPMENT ADMINISTRATION IN ASIA, (Kingsport Tennessee : Kingsport press, 1970), p. 4-9.

กลุ่มแรก เห็นว่าการพัฒนาเป็นเรื่องของการเจริญเติบโต (Growth) โดยมีปริมาณผลที่สูงขึ้น เช่น การปลูกสร้างบ้าน การเลี้ยงลูกให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ เป็นต้น

กลุ่มที่สอง มองว่า เป็นเรื่องของการเปลี่ยนในระบบที่กระทำการ (System change) โดยอาจจะพิจารณาจากการแสดงความคิดเห็นของสตรี หรือบุรุษ ที่จะสามารถมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงระบบต่างๆ ที่ปฏิบัติอยู่ให้ดีขึ้น

กลุ่มที่สาม เห็นว่าการพัฒนา เป็นการปฏิบัติการโดยมีจุดหมาย (Goal Orientation) โดยเฉพาะจุดหมายเพื่อให้ทันสมัย (Modernity) หรือการสร้างชาติ (Nation-Building) และความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจสังคม (Socio-economic Progress) ซึ่งมีความทันสมัยนั้น หมายถึง การมีสภาพเศรษฐกิจดีขึ้นกว่าเดิม ฯลฯ ส่วนการสร้างชาติ ซึ่งเป็นผลอีกอย่างหนึ่ง ที่ได้จากการพัฒนานั้นมองได้หลายด้าน สำหรับประเทศด้อยพัฒนานั้น อาจมองได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ของชาติ (National Identity) ความเป็นปึกแผ่นของประเทศ (Solidarity) การก่อร่างสร้างตัวของประเทศ และการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชน (Structuralization and Participation) สำหรับความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจสังคม หมายถึงการแก้ไขปรับปรุงโดยทั่วถึงและไม่ลดละ ทั้งในด้านวัตถุและสวัสดิการสังคม ซึ่งสามารถเห็นผลได้และวัดได้ เช่น ดูรายได้เฉลี่ยต่อหัว (Per Capita Income) เพิ่มสูงขึ้น หรือเด็กที่สำเร็จการศึกษาระดับสูงเพิ่มจำนวนมากขึ้น และอื่นๆ ในลักษณะเดียวกันกับประเทศที่พัฒนาได้อย่างรวดเร็ว จะต้องเป็นประเทศที่มีการปฏิบัติงานโดยมีจุดหมาย (Goal Oriented Country) มุ่งให้เกิดความทันสมัย ในบ้านเมืองพร้อมกับเน้นหนักในการสร้างชาติ และความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและสังคม

กลุ่มที่สี่ มองว่า เป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีการวางแผนไว้ก่อน (Planned Change) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

ราชบัณฑิตยสถาน⁸ ได้ให้ความหมายของคำว่า “การพัฒนา” ในภาษาไทยว่ามาจาก “อชฺฒน” ในบาลี และ “วรฺณ” ในภาษาสันสกฤต แปลว่า ความเจริญ

สนธยา พลศรี⁹ ได้ให้ความหมายและอธิบายไว้ว่า “การพัฒนา” มาจากคำภาษาบาลีว่า วัฒนะ แปลว่า เจริญ ซึ่งแบ่งออกเป็นสองส่วน คือการพัฒนาคน เรียกว่า ภาวนา กับการพัฒนาสิ่งอื่นๆ ที่ไม่ใช่คน เช่น วัตถุ และสิ่งแวดล้อมต่างๆ เรียกว่า พัฒนา หรือ วัฒนะ เช่น การก่อสร้าง ถนน บ่อน้ำ อ่างเก็บน้ำ สะพาน โรงงานผลิตกระแสไฟฟ้า เป็นต้น จึงเป็นเรื่องของการเพิ่มพูนขยายทำให้มากขึ้นหรือทำให้โตขึ้นในทางวัตถุ และได้เสนอข้อคิดไว้ว่า คำว่า “การพัฒนา” หรือคำ

⁸ ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542, (กรุงเทพมหานคร : นานมีบุ๊คพับลิเคชันส์ จำกัด, 2546), หน้า 779.

⁹ สนธยา พลศรี, ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน, พิมพ์ครั้งที่ 4, (กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, 2555), หน้า 2.

ว่า “เจริญ” นั้นไม่ได้แปลว่าทำให้มากขึ้นเพิ่มพูนขึ้นอย่างเดียวนั้นแต่มีความหมายว่า รก เช่น นิสยา โลกวิทูมโน แปลว่าอย่างเป็นคนรกโลกอีกด้วย ดังนั้นการพัฒนาจึงเป็นสิ่งที่ทำแล้วมีความเจริญจริงๆ คือไม่ต้องเกิดปัญหาตามหรือไม่เสื่อมถอยลงไปกว่าเดิมถ้าเกิดปัญหาหรือเสื่อมลงไม่ใช่เป็นการพัฒนา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบทบาทสตรี ในการพัฒนาสังคมตามหลักของศาสนาพุทธ ศาสนาคริสต์ ศาสนาอิสลาม
2. เพื่อศึกษาการส่งเสริมบทบาทสตรีขององค์กรศาสนาพุทธ ศาสนาคริสต์ ศาสนาอิสลาม
3. เพื่อวิเคราะห์บทบาทสตรีตามหลักพุทธศาสนากับการพัฒนาสังคม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research)

ผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารชั้นปฐมภูมิ ได้แก่ พระไตรปิฎกฉบับมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อรรถกถาฎีกา อนุฎีกา และปกรณ์วิเสส คัมภีร์ไบเบิล คัมภีร์อัลกุรอาน เป็นต้น และเอกสารชั้นทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ ตำรา วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย หนังสือเอกสารสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น บทความทางวิชาการหนังสือพิมพ์ วารสาร อินเทอร์เน็ต ตามแนวทางทฤษฎีทางการพัฒนาสังคม และจากหลักฐานที่เป็นลายลักษณ์อักษร คำบอกเล่า ซึ่งมีความเชื่อมโยงทางพุทธศาสนา คติ ความเชื่อ สังคม และวัฒนธรรม ตามประเด็นที่เป็นการเปิดโอกาสให้สตรีมีบทบาทในการพัฒนาสังคม

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

เป็นการวิจัยภาคสนาม (Field Research) โดยผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) และทำการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) รวมถึงการสนทนาถามตอบแบบไม่เป็นทางการกับบุคคลที่เชื่อถือได้ โดยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้นำทางศาสนาพุทธ ศาสนาคริสต์ ศาสนาอิสลาม ผู้นำท้องถิ่น ศาสนิกชนที่นับถือศาสนาพุทธ ศาสนาคริสต์ ศาสนาอิสลาม ในกรุงเทพมหานคร 3 เขต ได้แก่ เขตภาษีเจริญ เขตบางแค เขต

ธนบุรี จำนวน 39 รูป/คน และผู้ให้ข้อมูลหลักตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้ง 8 คำถามและอื่นๆ
ที่จะเป็นแนวทางการสนับสนุนสตรีให้มีบทบาทในการพัฒนาสังคม

ผลการวิจัย

1. บทบาทสตรีในการพัฒนาสังคมตามหลักพหุศาสนา (ศาสนาพุทธ ศาสนาคริสต์
ศาสนาอิสลาม)

บทบาทสตรีในแต่ละศาสนา มีความพยายามที่จะสนับสนุนให้สตรีมีบทบาทมากขึ้นแต่
ด้วยหลักคำสอนของศาสนาที่ถูกบังคับให้สตรีต้องอยู่ในระเบียบ แบบแผน ตามความเชื่อของแต่ละ
ศาสนา ซึ่งคำสอนของแต่ละศาสนามีมานานจึงไม่ได้เขียนให้เห็นว่าสตรีเป็นเพศที่จะเท่าเทียม
กับบุรุษได้เลย แต่ซ้ำเติมที่จะให้สตรีอยู่กับเข้าเฝ้ากับเรือนมากกว่า มีหน้าที่ในการดูแลบุตรธิดา
หรือแม้แต่จะต้องมีการทำงานภายในบ้าน ปลูกผัก เลี้ยงสัตว์ ในขณะที่บุรุษออกไปสู้รบหรือออก
หาอาหารในที่ไกลๆ ส่งผลให้สตรีไม่มีบทบาทที่จะสามารถเข้ามาพัฒนาสังคมได้อย่างเห็นได้
ชัดเจน ในปัจจุบันองค์กรต่างๆ เริ่มที่จะเปลี่ยนบทบาทของสตรีให้สามารถเข้ามาเทียบเท่ากับบุรุษ
ได้ เนื่องจากปัจจุบันเพศชายเริ่มมีน้อยลง และปัญหาทางด้านสุขภาพที่ผู้ชายจะเสียชีวิตได้ง่าย
กว่าสตรี ทำให้สังคมต้องพัฒนาสตรีให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการสนับสนุนให้สตรีสามารถอยู่ได้
ด้วยตนเอง และสามารถแสดงบทบาทของตนให้กับสังคมได้เป็นอย่างดี

2. การส่งเสริมบทบาทสตรีขององค์กรตามหลักพหุศาสนา (ศาสนาพุทธ ศาสนาคริสต์
ศาสนาอิสลาม)

องค์กรแต่ละศาสนาได้มีการส่งเสริมบทบาทสตรีอย่างมากเนื่องจากสตรีมีความพร้อม
มากกว่าผู้ชาย มีการสนับสนุนให้เข้าร่วมกิจกรรมทุกอย่าง และมีการส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ใน
วิชาการต่างๆ มากยิ่งขึ้น ซึ่งเห็นได้จากการส่งสตรีเข้าฝึกอบรม หรือแม้แต่จะให้เข้าฝึกหลักสูตรคำ
สอนของแต่ละศาสนา ให้มีความชำนาญมากยิ่งขึ้น บางศาสนาก็ได้ให้ผู้หญิงเป็นผู้ถ่ายทอดคำ
สอนในบทบัญญัติของตน ส่งผลให้บทบาทสตรีมีมากขึ้น ต่อไปในอนาคตสตรีอาจจะได้เป็นผู้นำ
ทางศาสนาหรือเป็นผู้ปรับเปลี่ยนคำสอนของศาสนาเพื่อเป็นการเปิดโอกาสในสตรีได้มีบทบาทใน
สังคมมากขึ้นก็ได้ เนื่องจากในแต่ละศาสนาได้แนะนำ และเปิดให้สตรีสามารถเข้าใกล้คัมภีร์มาก
ขึ้น ปัจจุบันจะเห็นได้จากสตรีเป็นผู้นำทางด้านการศึกษา เพื่อปกป้องเกียรติภูมิความเป็นหญิง
หรือแม้แต่อิสรภาพบางอย่างที่ทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันระหว่างเพศชายและเพศหญิง การ
เข้าฝึกอบรมสัมมนาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม การแก้ไขดัดแปลงกฎหมายที่ไม่สอดคล้องกับสังคม
ปัจจุบัน

3. การวิเคราะห์บทบาทสตรีกับการพัฒนาสังคม ตามหลักพหุศาสนา (ศาสนาพุทธ
ศาสนาคริสต์ ศาสนาอิสลาม)

เนื่องจากสตรียังไม่พร้อมที่จะเป็นผู้นำทั้งทางด้านการเมือง ด้านการศาสนา หรือแม้แต่ในระดับครอบครัว จะพบเห็นบ่อยๆ ว่า สตรีจะถูกเพศชายข่มเหงจากชาวประจำวันมากกว่า การที่สตรีได้ออกมาเป็นผู้นำเรียกร้องซึ่งมีจำนวนน้อยกว่าเพศชาย ถึงแม้ว่าบางศาสนาจะอำนวยหรือสนับสนุน ส่งเสริมบทบาทสตรีก็ตาม จากการศึกษาวิเคราะห์บทบาทสตรีบางท่านก็อาจจะเป็นเพียงหุ่นเชิดของผู้ชาย เพื่อให้โลกมองว่าสตรีมีความสามารถ แต่เบื้องหลังกลอุบายต่างๆ จะพบว่ามาจากเพศชาย เช่น นักการเมือง นักสังคมสงเคราะห์ นักบริหารหลายๆ ท่านจะพบว่าเบื้องหลังผู้ดูแลจะเป็นผู้ชายมากกว่า ผู้ชายใช้สตรีในการเป็นหุ่นเชิดเพราะเห็นว่าบุคลิกความอ่อนโยน การเข้ากับบุคคลอื่นๆ ได้ง่าย ส่งผลให้ประโยชน์ผลสำเร็จเป็นจำนวนมาก

อภิปรายผลวิจัย

การพัฒนาสตรีในคัมภีร์พุทธศาสนา พระพุทธองค์ทรงยกย่องและให้ความสำคัญแก่สตรีเสมอบุรุษ และทรงยอมรับว่าสตรีมีศักยภาพทางจิตวิญญาณทัดเทียมกับบุรุษในการบรรลุธรรม โดยการเปิดโอกาสให้สตรีได้เป็นนักบวชได้ อันเป็นการแสดงถึงความเคารพต่อสิทธิและเสรีภาพของสตรีในการที่จะเข้ามารับผิดชอบต่อพระพุทธศาสนาที่ได้รับมอบหมายจากพระองค์ และสามารถพึงธรรมศึกษาธรรมและปฏิบัติธรรมได้ตามกาลเวลาที่พอเหมาะ

หลักธรรมที่ใช้ในการพัฒนาสตรีนั้นเป็นหลักธรรมเดียวกับการพัฒนามนุษย์ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) สอนคฤหัสถ์ 2) สอนบรรพชิต หลักธรรมมีจุดมุ่งหมายเน้นที่ต่างกันคือ หากสอนคฤหัสถ์ผู้ครองเรือนจะมุ่งผลที่สัมพันธ์กับการครองชีวิตของผู้ครองเรือน หลักธรรมที่สอนเรียกว่า บุญกิริยาวัตถุ ได้แก่ 1) ทาน การให้ การสละ การเผื่อแผ่แบ่งปัน 2) ศีล ความประพฤติสุจริตทางกาย วาจา 3) ภาวนา การฝึกจิตและปัญญา ถือว่าเป็นบุญกิริยาวัตถุเป็นข้อปฏิบัติทางกาย วาจา ที่สัมพันธ์กับมนุษย์และสังคม คือ ทานและศีล ซึ่งใช้ขัดเกลาให้มีชีวิตและจิตใจที่ประณีตเจริญงอกงามโดยใช้การกระทำภายนอกเป็นเครื่องมือ ส่วนภาวนาคือสมาธิและปัญญา จะแสดงเนื้อหาที่เบาไม่ยากแก่การปฏิบัตินักอันมีจุดมุ่งหมายเพื่อความมีชีวิตที่พ้นทุกข์ ส่วนหลักธรรมที่ใช้สอนบรรพชิตคือเรื่องไตรสิกขา คือ 1) อริสัจสี่สิกขา ข้อปฏิบัติสำหรับการฝึกอบรมในทางความประพฤติอย่างสูง 2) อริจิตตสิกขา ข้อปฏิบัติสำหรับฝึกอบรมจิตเพื่อให้เกิดสมาธิคือความแน่วแน่ 3) อริปัญญาสิกขา ข้อปฏิบัติสำหรับฝึกอบรมปัญญา เพื่อให้เกิดความรู้แจ้งอย่างสูง ความมุ่งหมายของไตรสิกขาก็คือ เพื่อฝึกหัดอบรม กาย วาจา จิตใจ และปัญญาของปัจเจกบุคคลเท่านั้น หากแต่ต้องทำให้เกิดในระดับชุมชนและสังคมด้วย ไตรสิกขาซึ่งเป็นข้อปฏิบัติเพื่อการฝึกอบรมกาย วาจา และใจนี้ เป็นสิ่งที่ใช้ตั้งโพธิปักขิยธรรม คือองค์ธรรมเกื้อหนุนแห่งการตรัสรู้หรือเกื้อหนุนแก่ อริยมรรค มี 37 ประการ คือ สติปัฏฐาน 4 สัมมัปปธาน 4 อิทธิบาท 4 อินทรีย์ 5 พละ 5 โพชฌงค์ 7 มรรคมรรค 8 และหลักธรรมที่พระพุทธองค์แก้ปัญหานำสู่ความพ้นทุกข์ แต่

ธรรมที่คอยกำกับหรือเป็นยอดแห่งธรรมทั้งหลายคือ ความไม่ประมาท คือการดำเนินชีวิตโดยมีสติ เป็นเครื่องกำกับความประพฤติปฏิบัติและการกระทำทุกอย่าง

สำหรับวิธีการพัฒนาสตรี คือวิธีการพัฒนาคุณสมบัติอันได้แก่จิตใจ สามารถทำได้หลายวิธี คือ 1) โดยการศึกษาธรรม เพื่อการทำให้บุคคลเจริญในศีลธรรม และเกิดการบรรลุดุริยธรรมในระดับต่างๆ ด้วยหลักธรรมที่กล่าวแล้วข้างต้น 2) โดยการปฏิบัติธรรม คือ การนำธรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตจริง หรือการทำกิจหน้าที่ทุกเรื่องให้ถูกต้องเกิดประโยชน์เพราะเราทุกคนมีหน้าที่ต้องดำเนินชีวิตให้ตั้งงามถูกต้อง นอกจากนี้การปฏิบัติธรรมยังมีอีกความหมายหนึ่งคือ การฝึกฝนจิตอย่างจริงจังแบ่งออกเป็น 2 อย่างคือ สมณภาวนา และวิปัสสนาภาวนา 3) โดยการเข้าถึงพระรัตนตรัยและด้วยปัจจัย 4 การรักษาศีลเพื่อการควบคุมตนให้ตั้งอยู่ในความไม่เบียดเบียน และการภาวนาเพื่อการฝึกอบรมจิตให้เจริญองงามด้วยคุณธรรม 4) โดยการบรรพชาเป็นภิกษุณี – สามเณรี เปรียบได้กับภิกษุและสามเณร เป็นผู้เห็นภัยในสังขารและเพียรทำลายกิเลสให้หมดสิ้นไป ด้วยการศึกษาลักไตรสิกขา

การพัฒนาสตรีในศาสนาคริสต์ นั้นมีการอบรมผู้นำในศาสนจักรของผู้หญิง ศาสนาคริสต์ มีสมาคมนางเคราะห์ที่มีชื่อเสียง ซึ่งสอนเกี่ยวกับเรื่องทางวิญญาณและเรื่องราวประจำวันที่เป็นพรแก่ทุกคนในครอบครัว ในขณะที่เดียวกันสามีก็ต้องปฏิบัติต่อภรรยาและลูกๆ ด้วยความสุภาพอ่อนโยน โดยมีโบสถ์และพระคริสต์ที่จะทำหน้าที่สอนให้ทราบว่าศาสนิกทุกคน ที่สิ้นชีวิตแล้วจะเป็นลูกของศาสนจักรตลอดไป ทุกอย่างที่ต้องการจะพบในศาสนจักรนี้ เป็นศาสนจักรของผู้หญิง ศาสนจักรต้องการแสดงความเห็นอย่างเปิดเผยจากประสบการณ์ของสตรีเอง ว่าชีวิตสตรีมีค่างดงาม และดีขึ้นอย่างไม่สิ้นสุดเพราะพระกิตติคุณของพระเยซูคริสต์ นี้ไม่ได้จำกัดสิทธิสตรีหรือไม่ได้เป็นแนวคิดล้าหลัง แต่หลักคำสอนของศาสนจักรเกี่ยวกับบทบาทของสตรีในครอบครัว ศาสนจักร ชุมชน ประเทศชาติ และพระวิหาร และชายหญิงเกี่ยวข้องและมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างไร เป็นหลักคำสอนที่เหมาะสมที่สุด เปี่ยมด้วยอิทธิพล จุดประกายความคิด และให้พลังอย่างที่ไม่เคยได้มีมาก่อน

หลักคำสอนของพระเจ้าผู้เป็นเจ้าของชายกับหญิงมีภาระรับผิดชอบเท่าเทียมกัน พระกิตติคุณของพระเยซูคริสต์ประยุกต์ใช้ทั้งกับชายและหญิง หลักคำสอนของพระเจ้าผู้เป็นเจ้าของทั้งคู่มิ ภาระรับผิดชอบเท่าเทียมกัน โดยไม่มีสองมาตรฐาน พระเจ้าผู้เป็นเจ้าของไม่ทรงยอมรับสิ่งยั่วยวนจากสื่อต่างๆ ความไม่เท่าเทียมกัน หรือการกดขี่ข่มเหง โดยไม่คำนึงถึงเพศ อีกทั้งให้ความเข้าใจเรื่องเพศหญิงและเพศชาย ตลอดจนบทบาทอื่นๆ ในฐานะธิดาและบุตร พี่สาวน้องสาวและพี่ชายน้องชาย ภรรยาและสามี มารดาและบิดา

การพัฒนาสตรีในศาสนาอิสลาม จะพบว่าบุรุษมิได้ให้สตรีเคียงข้างไปกับบุรุษเลย เพียงแต่ให้สตรีทำหน้าที่ของตนด้วยการออกคำสั่ง ถึงแม้จะให้สตรีเข้ามาร่วมจัดสัมมนาเชิง

วิชาการและการติดตามทางศาสนา เพียงเพื่อสร้างความเข้าใจให้สตรีมีความรู้ความเข้าใจในหลักศาสนาเท่านั้น การเปิดให้สตรีเพิ่มศักยภาพของตนเองนั้นก็ยิ่งให้อยู่ภายใต้การปกครองของบุรุษในอดีตสตรีต้องไปสู้อุปการะจะเห็นได้ว่าสตรีถูกเอารัดเอาเปรียบมานานแล้ว เมื่อเข้าสู่ครอบครัวของฝ่ายชายก็ต้องเป็นแม่บ้านดูแลคนทั้งครอบครัวของฝ่ายชาย ซึ่งตามหลักศาสนาผู้ชายมีภรรยาได้ถึง 4 คน แม้ในปัจจุบันความเชื่อตามหลักศาสนาที่ว่าเมื่อสามีตายภรรยาจะต้องกระโดดเข้ากองไฟไปด้วยนั้น ก็ยังมีพบเห็นได้บ่อยครั้ง เป็นสิ่งที่น่าเวทนามากกับสตรี การพัฒนาสตรีจึงมีไม่ค่อยมากและเป็นการสะสมมาเป็นเวลายาวนาน จะเห็นว่าสตรีอิสลามยังต้องการพัฒนามากส่งผลให้การเข้าร่วมพัฒนาสังคมเป็นไปได้ยาก นอกจากการส่งเสริมให้สตรีมีการเรียนรู้มากขึ้นให้มีการรักษาเกียรติของตนมากขึ้น โดยให้มอบข้ามคำสอนบางหลักการของศาสนา เพื่อเป็นการก้าวไปสู่โลกในยุคใหม่ ในปัจจุบันศาสนิกบางส่วนของศาสนาอิสลามได้เปิดให้มีการจัดกิจกรรมแสดงบทบาทเกี่ยวกับสตรีและหลักคำสอนของศาสนา

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาบทบาทสตรีตามหลักพหุศาสนาในพื้นที่ต่างๆ มากขึ้นเพื่อจะได้ทราบว่ามีปัญหาอุปสรรคจะมีลักษณะคล้ายกันหรือไม่
2. ควรศึกษาวิเคราะห์ความเท่าเทียมทางเพศของแต่ละศาสนาในประเทศไทย
3. ควรศึกษาบทบาทสตรีตามหลักพหุศาสนา ในพระคัมภีร์ของแต่ละศาสนาว่าบทบาทสตรีมีมาตั้งแต่เริ่มมีการกำหนดพระคัมภีร์หรือไม่ และบทบาทของสตรีมีลักษณะอย่างไรเมื่อเทียบกับบทบาทสตรีในปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

ณรงค์ วรรณ รอดทรัพย์, "ปีศาจปีศาจ : ภาพสะท้อนแห่งความไม่เสมอภาคระหว่างชายหญิงในสังคมเอเชีย", วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2555) .

ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542, กรุงเทพมหานคร :
นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์ จำกัด, 2546.

สนธยา พลศรี, ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน, พิมพ์ครั้งที่ 4, กรุงเทพมหานคร :
ไอดีเอ็นเอสโตร์, 2555.

Edward W. Weidner, "The Elements of Development Administration", in Edward Weidner (ed.), DEVELOPMENT ADMINISTRATION IN ASIA, Kingsport, Tennessee : Kingsport press, 1970.

Snit smuckam, "Social Development and Peasant Culture : A Thai case" in Suntaree Komin (ed), Social Development : A Synthesis of East and Westem Experiences. BKK : NIDA, 1982.

Suntaree Komin, "The Relevance of value System to Social Development in Skomin" (ed.), Social Development : A Synthesis op. cit.

Saul M. katz, "A system Approach to Development administration". In Fred W Riggs (ed.), FRONTIERS OF DEVELOPMENT ADMINITRATION, Durtiam, North carolian ; Duke University Press, 1970.

พุทธทำนาย : สะท้อนบทบาทหน้าที่สตรีในยุคปัจจุบัน

The Speculation of the Buddha on Women's Roles in the Present Situation

พระศรีสรวงศ์ สิริภทฺโท (ตรีวิเศษศรี)¹

PhraSrisuwong siripattho Treeviseassri

บทคัดย่อ

บทความเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาพุทธทำนายสะท้อนบทบาทหน้าที่สตรีในยุคปัจจุบัน 2. เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่สตรีต่อครอบครัวในยุคปัจจุบัน 3. เพื่อศึกษาหลักธรรมที่เหมาะสมและเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาในด้านการป้องกันภัยคุกคามที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่สตรีด้านหลักธรรมในพุทธศาสนา งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเอกสาร ผลการวิจัย พบว่า พุทธทำนายสะท้อนบทบาทหน้าที่สตรีในยุคปัจจุบัน คือ ด้านพฤติกรรมส่วนตัวของสตรี ควรมีการปรับเปลี่ยนทัศนคติที่ถูกต้องและพฤติกรรมให้เหมาะสมกับสถานะภาพความเป็นสตรีในสังคมไทย 2. ด้านสัมพันธภาพในครอบครัว ควรมีการนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนามาประพุดติปฏิบัติต่อกันระหว่างคู่สามีภรรยา ประกอบด้วย หลักทศ 6 สมชีวิธธรรม สาราณียธรรม ฆราวาสธรรมและหลักเบญจศีลเบญจธรรม 3. ด้านการป้องกันภัยคุกคาม ด้วยการนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเป็นข้อประพุดติปฏิบัติ หน่วยงานภาครัฐ เอกชน องค์กรที่เกี่ยวข้องกับสตรี ก็ควรให้ความสำคัญในการปกป้องสิทธิและความเสมอภาคของสตรี มีกฎ ระเบียบ บทลงโทษผู้กระทำความรุนแรงต่อสตรีอย่างจริงจัง

คำสำคัญ : พุทธทำนาย, บทบาทหน้าที่, สตรีในยุคปัจจุบัน

Abstract

The objectives of this research paper were to study the speculation of the Buddha on women's roles in the present situation, to study women's role of family in the present situation, to study Dhamma that are suitable for problem solution of women's roles in the present situation according to the Buddha's speculation, and to suggest ways to a problem of women's role by using the Buddha's principles This research is the documentary research. The findings of this research were revealed that the speculation of the Buddha that reflected to women's roles for the present that was personality of women who should adjust their attitude in the right way to be in line with Thai present status of woman; the relationship within family that should apply the Buddha's principle to

¹พระศรีสรวงศ์ สิริภทฺโท (ตรีวิเศษศรี). นักศึกษาสาขาวิชาพุทธศาสนศึกษา คณะศาสนาและปรัชญา (บัณฑิตวิทยาลัย) : มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย).

practicing among couple including Six Directions, Samajividhamma, Saraniyadhamma, Garavasadhmma, and Benjasila-Benjadhmma; the aspect of prevention of threats should apply the Buddha's principle to practicing that the government sector and private sector concerned with women should emphasis on the protection of women's right by making a rule or regulation as well as strong punishing a person who behaves illegally with the woman.

Keyword : Speculation of the Buddha , Roles, Women's in the Present Situation.

บทนำ

สตรีกับพฤติกรรมกรรมการเปลี่ยนแปลงในยุคสังคมปัจจุบัน จากกระแสเทคโนโลยีที่ทันสมัยในยุคโลกาภิวัตน์ ทำให้วิถีชีวิตของสตรีได้เปลี่ยนไป ประกอบกับการเพิ่มประชากรมากขึ้น (สำนักทะเบียนกลาง : 2558) สถิติอัตราหญิงเพิ่มขึ้นมากกว่าชาย เป็นส่วนหนึ่งที่สตรีได้มีบทบาทการใช้วิถีชีวิตสังคมยุคปัจจุบัน ในรูปแบบต่าง ๆ ตามสภาพสรีระของที่จะเอื้ออำนวยกับงานกิจการที่ทำ เช่น ธุรกิจการค้า อุตสาหกรรม การบริการ ศิลปกรรมการแสดง และการเกษตร เป็นต้น ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าภาพลักษณ์ของสตรีจะแตกต่างจากอดีต คือ มีภาระหน้าที่ความเป็นแม่หรือภรรยาที่ดีของครอบครัวที่ต้องทำงานบ้าน แต่สตรียุคใหม่กับการก้าวไปสู่การทำงานนอกบ้าน ด้วยภาระหน้าที่เพิ่มขึ้นจากหน้าที่หลักคือภรรยา ซึ่งสังคมยุคปัจจุบันได้เปิดกว้างยอมรับในเรื่องความรู้ความสามารถของสตรีมากยิ่งขึ้น แม้ในบางประเทศมีข้อจำกัดด้านจารีตประเพณีและศาสนาก็ตาม ดังนั้นสตรีจึงเป็นแรงขับเคลื่อนทางสังคมอีกทางหนึ่ง ที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงในหลายด้านเช่น บทบาทผู้นำทางการเมือง เป็นที่ยอมรับและปรากฏในนานาประเทศที่มีสตรีเป็นผู้นำทางการเมือง แต่หากสตรีนั้นถูกมองเป็นสัญลักษณ์ทางเพศที่อ่อนแอ ก็จะถูกการกดขี่เอาเปรียบในหลายด้านโดยเฉพาะสิทธิความเสมอภาคที่สตรีควรได้รับ และการคุ้มครองป้องกันสิทธิด้านมนุษยชนบนฐานคิดเรื่องความแตกต่างระหว่างเพศ ในปัจจุบันภาวะความเป็นหญิงที่ถูกกระทำด้วยความรุนแรง บ่อยครั้งที่สตรีไม่ได้รับความธรรม เช่น การถูกทำร้ายร่างกาย ช่มชู้ การใช้แรงงานเกินไป ฯลฯ ทั้งที่เกิดจากบุคคลภายในครอบครัวและบุคคลภายนอก

รายงานกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ สถานการณ์สตรีพบว่าเด็กและสตรีที่ถูกกระทำรุนแรงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นใน พ.ศ. 2558 เด็กและสตรีถูกกระทำรุนแรง 23,977 ราย เฉลี่ย 66 รายต่อวันส่วนใหญ่เป็นการกระทำรุนแรงทางร่างกายและการล่วงละเมิดทางเพศผู้กระทำเป็นชายหรือคู่สมรสเป็นผู้กระทำรุนแรงมากที่สุด จำนวน 4,953 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.63 รองลงมาคือ แฟน จำนวน 2,970 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.96 และอื่น ๆ (ไม่ระบุ) จำนวน 1,805 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.35 (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของ

มนุษย์, 2559 : 21-23.) **อังคณา ช่วยค้ำชู** ได้กล่าวว่า ความรุนแรงในครอบครัวเกิดจากหลายสาเหตุ คือ ตัวบุคคล ครอบครัว สังคมและสาเหตุจากความสัมพันธ์เชิงอำนาจ เมื่อมีปัญหาการกระทำรุนแรงในครอบครัวจะส่งผลให้ครอบครัวไม่สามารถทำหน้าที่ครอบครัวที่ดีได้ เพราะความสัมพันธ์ภาพระหว่างสมาชิกในครอบครัวได้ถูกทำลายลง (อังคณา ช่วยค้ำชู, 2555 : 145) อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติและข้อเท็จจริงยังคงปฏิเสธไม่ได้ว่า การเลือกปฏิบัติต่อสตรี การจำกัดสิทธิและบทบาทของสตรียังคงหลงเหลือให้เห็นอยู่ในสังคมไทยปัจจุบันกลุ่ม องค์กร ด้านกฎหมายได้เข้ามาเป็นตัวแทนเพื่อป้องกันภัยให้แก่สตรีมากยิ่งขึ้น ในมุมหนึ่งของสตรียุคปัจจุบัน สตรีได้รับการยอมรับมากขึ้น มีบทบาท สิทธิที่มากขึ้น จึงเป็นผลให้สตรีมีพฤติกรรม ค่านิยม ที่เปลี่ยนไปจากอดีต เช่น การดื่มเหล้าสูบบุหรี่ ยินดีในการแต่งตัวและเที่ยวตามสถานเริงรมย์ ซึ่งสังคมในอดีตถือว่าเป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมถูกกับจารีตประเพณีดั้งเดิมต่อความเป็นกุลสตรีในยุคปัจจุบัน

พุทธทำนายเป็นเรื่องราวพระพุทธรูปเจ้าทรงพยากรณ์ไว้ เมื่อประมาณสองพันกว่าปี เนื้อความดังปรากฏในพระไตรปิฎก เล่มที่ 27 ข้อที่ 77 ในอรรถกถา महाสุบินชาดก ทรงปรารภต่อพระเจ้าปเสนทิโกศล เหตุที่ทรงพระสุบินแปลกประหลาดถึง 16 ข้อ ข้อ มีความสอดคล้องที่เชื่อมโยงกับเหตุการณ์ปัญหาสังคมไทยปัจจุบันดังมีข้อความที่ปรากฏ เกี่ยวกับสตรี ผันว่า บุรุษผู้หนึ่ง นั่งพับเพียบบนแคร่ แล้วหย่อนเชือกที่พันแล้วลงไปที่พื้น มีนางจึงจกตัวหนึ่งนอนอยู่ใต้แคร่คอยกอดกินเชือกนั้น โดยที่ชายผู้นั้นไม่รู้ตัว

กล่าวถึงสตรีในอนาคต พุทธทำนายพระพุทธรูปเจ้าทรงพยากรณ์ว่า ในอนาคตสตรีจะมีจิตใจเลในบุรุษ ลุ่มหลงในอบายมุข ยินดีในการแต่งตัวชบเซียว ไม่มีศีลธรรม นำเอาทรัพย์ฝ่ายสามีที่หาทรัพย์ด้วยความยากลำบากไปใช้ตามอำเภอใจและประพฤตินอกใจสามีในที่ลับตา แม้ทรัพย์ที่ไว้ก็นำมาใช้จนหมดโดยที่สุดแม้ข้าวเปลือกที่จะนำไปหว่านเพื่อเกิดผลในคราวต่อไป เหล่าสตรีก็นำออกมาดื่มเป็นข้าวสวยกินกันจนหมด เหมือนนางสุนักจิ้งจอกที่คอยกอดกินเชือกที่บุรุษพันไว้โดยที่เขาไม่รู้ตัว ซึ่งตรงกับหลักคำสอนในกุณดาชาดก ว่าด้วยสตรีประพฤติที่ไม่เหมาะสมต่อสามี คือ ดูหมิ่นฐานะของสามี มักเจ็บป่วยไม่เอางาน มักทำตัวเป็นคนแก่ เป็นนักเลงสุรา เป็นคนเขลาหลงระเริง คล้อยตามในกิจทุกอย่าง ไม่ก่อสิ่งทีปรารถนาทุกอย่างให้เกิดขึ้นเกียจคร้านและสตรีที่นำความเสื่อมเสียมาสู่สามี คือ มักท่องเที่ยวยังที่ต่าง ๆ ชบเซยแต่งตัวและเครื่องประดับ ชอบดื่มน้ำเมาและคอยสอดส่องมองทางหน้าต่างและประตูเรือนตนเอง (สุทธิพงษ์ ตันตยาพิศาลสิทธิ์, 2530 : 159 -160).

ด้วยเหตุผลดังกล่าวมาข้างต้นนี้ ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องพุทธทำนายสะท้อนบทบาทหน้าที่สตรีในยุคปัจจุบัน เพื่อเข้าใจต่อบทบาทหน้าที่ปัญหาที่เกิดขึ้นกับสตรีและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ด้วยการนำหลักธรรมทางพุทธศาสนามาประพฤติปฏิบัติเพื่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ยั่งยืนในสถาบันครอบครัวสืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพุทธทำนายนายสะทอนบพาทหน้าทีสตรีในยุคปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาบพาทหน้าทีสตรีต่อครอบครัวในยุคปัจจุบัน
3. เพื่อศึกษาหลักธรรมที่เหมาะสมและเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาในด้านการป้องกันภัยคุกคามที่เกี่ยวข้องกับบพาทหน้าทีสตรีด้านหลักธรรมในพุทธศาสนา

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิเคราะห์สำรวจและรวบรวมเอกสารเป็นหลัก (Documentary Qualitative Research) ทั้งเอกสารปฐมภูมิ (Primary Sources) คือ พระไตรปิฎก และอรรถกถา เอกสารทุติยภูมิ (Secondary Sources) ทางวิชาการอื่น ๆ ที่เป็นผลงานของท่านผู้รู้ทางด้านพระพุทธศาสนาอันเป็นที่ยอมรับของนักวิชาการทั่วไปเกี่ยวกับ บพาทหน้าทีสตรีต่อครอบครัว จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทางด้านพระพุทธศาสนาและผู้มีประสบการณ์ บพาทสตรีและดำเนินชีวิตครอบครัว รวบรวมและเรียบเรียงข้อมูลโดยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เป็นไปตามกรอบและขอบเขตของการศึกษา คือนำข้อมูลที่ได้มาศึกษาวิเคราะห์ตามประเด็นสำคัญที่กำหนดไว้ เพื่อเรียบเรียงลำดับเป็นหมวดหมู่ แล้วลำดับขั้นตอนให้สอดคล้องกันเพื่อให้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

พุทธทำนายได้กล่าวถึงพฤติกรรมไม่เหมาะสมของสตรี การละเลยบพาทและหน้าที่ในการปฏิบัติระหว่างสามีภรรยา ผลของปัญหาคือ ความไม่มั่นคงในสถาบันครอบครัว การนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาจึงเป็นแนวทางให้สตรีได้ประพฤติปฏิบัติที่ถูกต้องและเป็นเครื่องป้องกันภัยต่อสตรีด้วย จากการค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อทำการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

เรื่องอุไร กุสลาศัย (2535 : 200) กล่าวไว้ในหนังสือสตรีในวรรณคดีพุทธศาสนาว่า สตรีกลุ่มแรกที่หันเข้ามาหาความสงบร่มเย็นในระบบภิกษุณีสงฆ์ แม้ว่าครั้งแรกพระพุทธเจ้าจะไม่ทรงเต็มพระทัยนักที่ประทานสิทธิให้สตรีบวชแต่ภายหลังด้วยการวิงวอนของสตรีผู้เปรียบไปด้วยศรัทธาปสาทะและด้วยการชี้แจงของพระอานนท์ พระองค์จึงประทานพุทธบัญญัติให้รับสตรีเข้ามาบวชได้ ซึ่งปรากฏว่าจำนวนสตรีที่เข้ามาบวชทวีมากขึ้น และที่มาจากตระกูลสูงศักดิ์ก็มีอยู่ไม่น้อยที่น่าภูมิใจเห็นจะได้แก่สตรีที่เคยตกอยู่ในเงาแก่ความมืดมนของชีวิตมาก่อน เมื่อได้ลืมนระธรรมจึงเปลี่ยนใจหันเข้าหาความสว่างและความสงบ

สโรชา คุณาธิพงษ์ (2551 : 189) ได้ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาวิเคราะห์การพัฒนาสตรีตามทัศนะของแมซีคินส์นีย์ เสถียรสุด ผลวิจัยพบว่า คำว่า ภรรยา หมายถึง หญิงที่อยู่กินกับชาย

หรือหญิงที่เป็นที่ครอบครองของชาย สำหรับฐานะภายในครอบครัวของผู้เป็นภริยาในสังคมอินเดีย นั้นนับว่าต่ำ ไม่ได้รับเกียรติและการยกย่องนับถือ ภริยาต้องนับถือสามีดุจเทวดา คอยปรนนิบัติพ่อแม่ญาติสามีทุกอย่าง และได้รับสิทธิหรืออำนาจเพียงเล็กน้อย เกี่ยวกับกิจการงานบ้าน หากสามีตายก็ต้องอยู่ใต้บังคับของพ่อหรือบุตรชาย สตรีในสมัยนั้นจึงไม่มีค่า ไม่มีความหมายความสำคัญ สำหรับสังคมนักนอกจากเป็นเพียงสมบัติของบุรุษ สตรีไม่ได้รับการยกย่องไม่ได้เป็นเจ้าของชีวิตไม่เป็นตัวของตัวเองหรือดำรงชีวิตตามที่ตนเองต้องการ

วสมน ทิพนีย์ (2558 : 302) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การแก้ไขปัญหาความรุนแรงในครอบครัวตามแนวพุทธธรรม ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาความรุนแรงในครอบครัวเกิดจากสาเหตุ แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ 1. ระดับบุคคลมี 1 สาเหตุ ได้แก่ เกิดจากนิสัยส่วนตัวที่ชอบก้าวร้าว รุนแรง 2. ระดับครอบครัว มี 3 สาเหตุ ได้แก่ 2. เกิดจากการไม่มนุษยสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว 3. เกิดจากขาดการวางแผนครอบครัวที่ดี 4. เกิดจากช่องว่างระหว่างวัยของคนในครอบครัวที่มีผลจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในสังคม และ 3 ระดับสังคม มี 2 สาเหตุ ได้แก่ 5. เกิดจากการขาดการวางแผนการเงินที่ดี และ 6. เกิดจากทัศนคติค่านิยมและความเชื่อผิด ๆ

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาพุทธทำนายสะท้อนบทบาทหน้าที่สตรีในยุคปัจจุบัน พบว่า

1. ด้านพฤติกรรมส่วนตัวของสตรี (Women)

พฤติกรรมของสตรี หรือ อุปนิสัยส่วนตัวที่เกิดจากมลสันดานของตนเอง ส่วนหนึ่งได้รับการถ่ายทอดจากพันธุกรรมจากพ่อแม่ และเกิดจากสิ่งแวดล้อม ในพุทธทำนายกล่าวถึง ลักษณะสตรีที่ยินดีในการเที่ยวแต่งตัว คบชายอื่น ๆ โดยไม่สนใจหน้าที่ความเป็นภรรยาที่ดีละทิ้งหน้าที่ตนเอง ในสังคมยุคปัจจุบันสตรีได้รับโอกาสหลายอย่างจากสังคม มีการศึกษามากยิ่งขึ้น มีความหลากหลายในการประกอบอาชีพ มีสิทธิเสรีภาพเทียบเท่ากับเพศชาย ความเท่าเทียมกันนั้นจึงทำให้สตรีกล้าที่จะกระทำแบบอย่างเหมือนกับบุรุษ เช่น การดื่มสุรา การท่องเที่ยวในสถานเริงรมย์ หรือ เสรีภาพเรื่องเพศมากขึ้น ส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพล ค่านิยมจากวัฒนธรรมตะวันตกหรือจากการเลียนแบบตามสื่อต่าง ๆ สำหรับสังคมไทยที่มีจารีตประเพณีเกี่ยวเนื่องทางพระพุทธศาสนา จึงมองในเรื่องพฤติกรรมดังกล่าวไม่เหมาะสม แม้สังคมจะมีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วก็ตาม สตรีหรือผู้ที่เป็นภรรยา ก็ยังต้องเป็นผู้ที่มีความประพฤติปฏิบัติที่เรียบร้อย มีความเหมาะสมในการปฏิบัติหน้าที่ในฐานะภรรยา เพราะพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมอาจนำมาสู่ ความเสื่อมเสียต่อครอบครัว ญาติและวงศ์ตระกูลได้ ดังนั้นจึงมีหลักศีลธรรม (ศีล 5) เป็นแนวทางประพฤติปฏิบัติ โดยเฉพาะหลักข้อห้าม กาเมสุมิจฉาจาร การไม่ล่วงละเมิดในคู่ครองคนอื่น หรือผู้ที่เขามีเจ้าของ และ ข้อห้าม สุราเมระยะมัชชะปะมา ไม่ควรเสพหรือดื่มของมึนเมาเพราะเป็นสิ่งไม่เหมาะสมกับสตรีเพศ

2. ด้านสัมพันธภาพในครอบครัว (Buddhadhamma)

สัมพันธภาพ คือ ความผูกพันการมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันภายในครอบครัวที่เกิดขึ้นสองฝ่ายคือผู้ชายและผู้หญิง ในอดีตสตรีผู้เป็นภรรยาจะมีบทบาทหน้าที่คือดูแลงานภายในบ้านและอบรมเลี้ยงดูบุตร ส่วนสามีจะออกไปทำงานนอกบ้าน ด้วยภาระที่เพิ่มขึ้นในยุคปัจจุบัน สตรีจึงจำเป็นต้องช่วยเหลือครอบครัวด้วยการทำงานนอกบ้านเป็นอีกภาระหนึ่ง ดังนั้นสตรีหรือภรรยาเมื่ออยู่กันเป็นครอบครัวแล้ว ความสัมพันธ์ระหว่างสามีกับภรรยาจะต้องเกิดขึ้น ด้วยการกระทำหน้าที่ของตนเองให้สมบูรณ์ เริ่มตั้งแต่ การวางแผนชีวิตครอบครัว การบริหารจัดการ หน้าที่การทำงาน วางแผนการเงิน ในฐานะคู่ครองสามีภรรยา ทางพุทธศาสนาได้ให้ความสำคัญสตรีที่เป็นภรรยา ได้กระทำหน้าที่ของตนอย่างสมบูรณ์ จริยธรรมของภรรยาที่ควรประพฤติปฏิบัติเป็นแบบอย่าง 8 ประการเพื่อให้ผู้เป็นภรรยาได้ยึดปฏิบัติเพื่อความสุขความเจริญในการครองชีวิตคู่ร่วมกัน ประกอบด้วย 1. สำหรับผู้มีสามี เธอตื่นก่อนนอนที่หลัง คอยรับใช้ กล่าวถ้อยคำเป็นที่รักพอใจ 2. เธอสักการะเคารพนับถือญาติของสามีด้วยการเอาใจใส่คอยดูแลท่าน 3. ไม่เกียจคร้าน คอยเอาใจใส่งานบ้าน มิให้ขาดตกบกพร่องและเป็นผู้สามารถจัดการงานทั้งหลายทั้งภายในและภายนอกด้วยปัญญา 4. คอยดูแลเอาใจใส่คนภายในบ้านทำงานและคอยสอดส่องว่าเขาทำงานนั้น ๆ แล้วหรือยัง ถ้ายังก็บอกให้เขาทำงานเสียด้วยถ้อยคำไพเราะอ่อนหวาน 5. คอยดูแลเอาใจใส่ในเมื่อคนภายในบ้านเจ็บไข้ได้ป่วย คอยเยียวรักษารักษา 6. รักษาทรัพย์สมบัติ คุ่มครองไว้ด้วยดี ไม่เล่นการพนันและไม่ผลาญทรัพย์สินให้พินาศ 7. เป็นอุบาสิกาถึงพระพุทธ พระธรรม พระสงฆ์ ว่าเป็นสรณะ ตั้งมั่นอยู่ในศีล 8. เป็นผู้บริจาคทานตามสมัย มีใจปราศจากความตระหนี่ยินดีในการสละ (อ.อุฎฐก.23/136/272).

ในทางพระพุทธศาสนามีหลักธรรมและแบบอย่างของสตรีต่อการปฏิบัติหน้าที่ในฐานะภรรยา เพื่อเป็นแบบอย่าง ดังนี้

หน้าที่ของสามีที่จะพึงปฏิบัติต่อภรรยา หน้าที่ของภรรยาที่จะพึงปรารถนาต่อสามี

- | | |
|--|---------------------------------------|
| 1. ยกย่องให้เกียรติสมฐานะที่เป็นภรรยา | 1. จัดงานบ้านให้เรียบร้อย |
| 2. ไม่ดูหมิ่น | 2. สงเคราะห์ญาติมิตรทั้งสองฝ่ายด้วยดี |
| 3. ไม่นอกใจ | 3. ไม่นอกใจ |
| 4. มอบความเป็นใหญ่ในงานบ้านให้ | 4. รักษาทรัพย์สมบัติที่หามาได้ |
| 5. หาเครื่องประดับเป็นของขวัญให้ตามโอกาส | 5. ขยันไม่เกียจคร้านในการงานทั้งปวง |

หลักสมชีวิธรรม 4 ประการ ความมั่นคงของครอบครัว คือ สมสัทธา ได้แก่ 1. มีศรัทธาเสมอกัน เคารพนับถือในลัทธิศาสนาต่าง ๆ อย่างเดียวกันมีหลักการปฏิบัติอย่างเดียวกันหรือสามารถปรับความเชื่อเข้าหากันได้ 2. สมศีล ได้แก่ มีศีลเสมอกัน คือ มีความประพฤติปฏิบัติคุณธรรม จริยธรรมเสมอกันมีมารยาทพื้นฐานการอบรมพอเหมาะสมอดคล้องต้องกันหรือมีความ

ประพุดิไปกันได 3. สมจาคา ไดแก มีความเสียสละเสมอกันมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่โอบอ้อมอารี จิตใจกว้างขวางเท่ากัน กลมกลืนกันไม่ขัดแย้งกัน 4. สมปัญญา ไดแก มีปัญญาเสมอกันรู้จัก เหตุผลเข้าอกเข้าใจกัน รู้จักแยกแยะผิดถูกดีชั่วเสมอกัน (อง.จตุกก.21/55/80).

หลักขรวาธรรม 4 หลักธรรมสำหรับการครองเรือนที่สามีและภรรยาพึงพัฒนาให้มีใน จิตใจเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจต่อกัน ไดแก 1. สัจจะ ความจริงใจซื่อสัตย์ต่อกัน หรือจริงทั้งทาง ใจวาจาและการกระทำ 2. ทมะ ฝึกตน หรือรู้ควบคุมจิตใจ ฝึกหัดตัดนิสัย แก้ไขข้อบกพร่องข้อแย้ง ปรับตัวเข้าหากันเพื่อพัฒนาตนเองต่อไป 3. ขันติ ความอดทน คือ มีจิตใจเข้มแข็ง หนักแน่น อดทน ไม่ว่วาม ทนต่อการล่วงเกินต่อความเหนื่อยยากลำบากไม่ท้อถอยแม้จะมีอุปสรรคมาก 4. จาคะ เสียสละ ทั้งคู่สามารถเสียสละความสุขความสำราญความพอใจของตนเองแก่กันและกันได้ เช่นรู้จักพยาบาลกันในยามเจ็บไข้ตลอดจนรู้จักเสียสละ เอื้อเฟื้อต่อหมู่ญาติมิตรของคู่ครองของตน (ส.ส.15/845/316) ซึ่งสอดคล้องกับ **พระครูปลัดสุวัฒนเมธาคุณ** ได้กล่าวไว้ในงานวิจัยเรื่อง บุรณการหลักพุทธจริยศาสตร์ในการดำเนินชีวิตของคนไทยในสังคมปัจจุบัน กล่าวโดยสรุปการ นำหลักพุทธจริยศาสตร์มาบูรณการเพื่อแก้ปัญหาในการดำเนินชีวิตของคนไทยในสังคมปัจจุบัน นั้น กล่าวคือ เมื่อเกิดปัญหาในการดำเนินชีวิตของคนไทย ก็มักจะแก้ปัญหาด้วยบทกฎหมาย ข้อ ระเบียบ กติกา หรือมาตรการต่าง ๆ ซึ่งแม้จะได้ผลบ้าง แต่ก็ไม่ได้ผลเท่าที่ควร เพราะเป็นการ แก้ปัญหาที่ปลายเหตุ ปัญหาเชิงจริยธรรมที่เกิดขึ้นในสังคมไทยกับบุคคลในทุกอาชีพ จะแก้ไขได้ก็ ต้องแก้จากพฤติกรรมเชิงจริยธรรมนั้น ๆ ให้เป็นไปในทางที่เหมาะสมและสมควรกับบริบทในการ แก้ปัญหาต่าง ๆ ซึ่งเกิดในแต่ละสังคมอาชีพในสังคมไทย เพื่อลดปัญหาการขาดคุณธรรม จริยธรรมในการดำเนินชีวิตของคนไทยในสังคมปัจจุบันและช่วยส่งเสริมการดำเนินชีวิตของคนไทย ในสังคมปัจจุบันให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งโดยส่วนตัวและส่วนรวม รวมทั้งการบรรลุเป้าหมายสูงสุด ในการดำเนินชีวิตตามหลักพุทธจริยศาสตร์ด้วย (พระครูปลัดสุวัฒนเมธาคุณ, ชัยยันต์ สืบกระ พันธ์, 2556 : 260)

3. ด้านการป้องกันภัยคุกคาม (Law)

การป้องกันภัยคุกคาม หมายถึง การปกป้องภัยที่จะเกิดขึ้นกับสตรีในทุก ๆ ด้าน ทั้งที่เป็น ในรูปแบบองค์กร และกฎหมายแห่งรัฐธรรมนูญ การป้องกันภัยหรือความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับสตรี ปัจจุบัน ได้มีหน่วยงานและองค์กรพิทักษ์สิทธิสตรีมากขึ้น เนื่องจากปัญหาที่เกิดขึ้นทางสังคมและ สตรีเป็นผู้ที่ถูกกระทำ โดยเฉพาะเด็กและสตรี ถูกกระทำรุนแรงทางร่างกาย เป็นอันดับต้น ของสถาบันครอบครัว และการกดขี่ทางเพศ ซึ่งสอดคล้องกับ **สโรชา คุณาธิปพงษ์** ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาวิเคราะห์การพัฒนาสตรีตามทัศนะของแม่ชีคันสนีย์ เสถียรสุด ผลวิจัยพบว่า หญิงที่อยู่ กินกับชายหรือหญิงที่เป็นที่ครอบครองของชาย ผู้เป็นภริยาในสังคมอินเดียนั้นนับว่าต่ำ ไม่ได้รับ เกียรติและการยกย่องนับถือ ภริยาต้องนับถือสามีดุจเทวดา คอยปรนนิบัติพ่อแม่ญาติสามีทุก

อย่าง และได้รับสิทธิหรืออำนาจเพียงเล็กน้อย เกี่ยวกับกิจการงานบ้าน หากสามีตายก็ต้องอยู่ได้
บังคับของพ่อหรือบุตรชาย สตรีในสมัยนั้นจึงไม่มีค่าไม่มีความหมายความสำคัญสำหรับสังคม

การนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนามาประพฤติปฏิบัติสำหรับสตรีอันเป็นพื้นฐานในการ
ป้องกันภัยที่จะเกิดขึ้นต่อสตรี ประกอบด้วย หลักเบญจศีล – เบญจธรรม หลักสาราณียธรรม, สมชี่
วิธรรม, ทิศ 6, โภควิภาค,และการเว้นหลักอบายมุข 6 ซึ่งมีความสอดคล้องกับ **วสมน ทิพนีย์**
ทำการวิจัยเรื่อง การแก้ไขปัญหาความรุนแรงในครอบครัวตามแนวพุทธธรรม ผลการวิจัยพบว่า
หลักพุทธธรรมที่สามารถนำมาแก้ไขปัญหาความรุนแรงในครอบครัว แบ่งได้ 4 หมวด ดังนี้ คือ 1.
หมวดการวางแผนสร้างชีวิตครอบครัว ได้แก่ หลักสมชี่วิธรรม 4 คือ มีความเชื่ออย่างเดียวกันไม่
ล่องละเมิดสิทธิต่อกันและกัน รู้จักเสียสละให้กันและมีการตัดสินใจร่วมกัน 2. หมวดการปฏิบัติ
หน้าที่ต่อกันและกันด้วยดี เรียกว่า หลักหน้าที่ตามทิศ 6 ทิศเบื้องหลัง หน้าที่ของสามีที่พึงทำต่อ
ภรรยาและหน้าที่ภรรยาที่พึงปฏิบัติต่อสามี 3. หมวดการปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันและกัน เรียกว่า
หลักความสามัคคีในครอบครัว (สาราณียธรรม 6) ได้แก่ (1-3) การแสดงออกด้วยเมตตา 3 ทาง 4.
การถือกุศลแบ่งปันกันและกัน 5. การไม่ล่องละเมิดกันและกัน และ 6. การใช้เหตุผลในการตัดสินใจ
ร่วมกัน 4. หมวดการบริหารทรัพย์สิน เรียกว่า โภควิภาค 4 (วสมน ทิพนีย์, 2558 : 302).

สตรีที่ปรากฏในพุทธทำนายเป็นพฤติกรรมแสดงออก ถึงการขาดความรับผิดชอบในหน้าที่
ของตนเองซึ่งมีความสอดคล้องกับเหตุการณ์ปัจจุบัน คือ เกิดจากพฤติกรรมของสตรีเอง การได้รับ
อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมทางสังคมปัจจุบัน ด้านสัมพันธภาพจึงควรนำหลักธรรมในการใช้ชีวิต
คู่ครองเรือน และ มีการปกป้องคุ้มครองสตรี จากภัยคุกคามต่าง ๆ แนวทางการแก้ไขปัญหาพุทธ
ทำนายสะท้อนบทบาทหน้าที่สตรียุคปัจจุบัน ดังแสดงในรูปแบบ ดังนี้



สรุป

จากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบว่า พุทธทำนายสะท้อนบทบาทหน้าที่สตรีในยุคปัจจุบัน มี 3
ด้าน คือ 1. ด้านพฤติกรรมของสตรี 2. ด้านสัมพันธภาพในครอบครัว และ 3. ด้านการป้องกันภัย

คุกคาม ปัญหาที่เกิดขึ้นสามารถแก้ไขได้ด้วยการนำหลักคำสอนทางพระพุทธศาสนา มาประพฤติปฏิบัติก็จะทำให้สตรีหรือภรรยาผู้มีบทบาทหน้าที่ต่อครอบครัว ปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องดีงามได้

ด้วยการปรับเปลี่ยนทัศนคติค่านิยมและความเชื่อที่ผิด ๆ ในสังคมปัจจุบัน ควรมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้มีความเหมาะสมกับบทบาทสถานะความเป็นสุภาพสตรี ให้เหมาะสมกับคำว่ากุลสตรีตามบริบทสังคมไทยและตามหลักคำสอนทางพระพุทธศาสนา การให้ความสำคัญในบทบาทหน้าที่ของตนเอง สตรีควรตระหนักในความรับผิดชอบซึ่งเป็นแบบแผนในฐานะผู้เป็นใหญ่ในครอบครัวโดยมีผู้ให้การสนับสนุนคือบุรุษหรือสามี เพื่อรักษาสัมพันธภาพภายในครอบครัวให้มั่นคงยิ่งขึ้น การป้องกันภัยที่จะเกิดขึ้นกับสตรี ในปัจจุบัน แม้จะมีหลักธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนาเป็นเครื่องยึดถือต่อการประพฤติปฏิบัติก็ตาม ภัยที่อาจจะเกิดขึ้นกับสตรีก็ยังคงปรากฏให้เห็นในสังคมยุคปัจจุบัน เช่น การใช้ความรุนแรงต่อสตรี การทำร้ายร่างกาย การจำกัดสิทธิของสตรี เป็นต้น ต้องอาศัยกฎหมายคุ้มครอง ด้วยบทลงโทษผู้กระทำความรุนแรงต่อสตรี และความร่วมมือจากภาครัฐ หน่วยงานองค์กรสตรีเพื่อให้ได้รับสิทธิที่เท่าเทียมกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

สังคมไทยมีรากฐานแนวทางประพฤติปฏิบัติตามหลักคำสอนทางพระพุทธศาสนา ที่ให้เกิดความร่วมมือเป็นสุขมาแต่อดีต ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยซึ่งทำให้สังคมต้องปรับเปลี่ยนไปกับวิถีและความเจริญทางเทคโนโลยี บทบาทหน้าที่ของสตรีจึงมีการเปลี่ยนไปในบริบทของสังคมที่เป็นอยู่ การนำหลักธรรมมาประพฤติปฏิบัติจึงเป็นแนวทางหนึ่งต่อการแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นและสังคมควรมีส่วนร่วมการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ดังนี้

1. การส่งเสริม สนับสนุนให้สตรี ได้มีโอกาสในบทบาททางสังคมมากยิ่งขึ้น โดยผู้มีส่วนร่วมกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ด้วยการกำหนดนโยบายและกิจกรรมที่เหมาะสมได้แสดงออกถึงความรู้ความสามารถของสตรี เช่น ในรูปแบบกิจกรรมประเพณี ชุมชน มีการแลกเปลี่ยนทัศนะเวทีสตรีในยุคปัจจุบัน เพื่อรับฟังข้อคิดเห็น ต่อการพัฒนาสตรีในบทบาทต่าง ๆ

2. สัมพันธภาพในครอบครัว จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวมีเหตุปัจจัยหลายอย่าง ที่ทำให้สัมพันธภาพทางครอบครัวลดลง ควรมีกิจกรรมหรือบทบาทร่วมกัน โดยภาครัฐให้การสนับสนุน ในรูปของกลุ่มบุคคล ชุมชนและสังคมโดยรวม เพื่อส่งเสริมเป็นเกาะป้องกันให้สถาบันครอบครัวมีภูมิคุ้มกันและรักษาสัมพันธภาพที่ดีในครอบครัว

3. การป้องกันภัยคุกคามต่อสตรี นอกจากการนำหลักธรรมทางพุทธศาสนามาเป็นแนวทางการประพฤติปฏิบัติแล้ว ยังต้องอาศัยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ถูกกระทำความรุนแรง ทั้งภายใน

ครอบครัว พ.ศ. 2550 สำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว ภาครัฐและเอกชน องค์การ
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม) ควรร่วมมือหา
แนวทางการป้องกันภัยคุกคามต่อสตรีทั้งที่เกิดขึ้นภายในครอบครัวและนอกสถานที่ ควรได้รับการ
ปกป้องเกียรติและศักดิ์ศรีอย่างจริงจัง และให้ความรู้ในรูปต่าง ๆ ปहुคฝงเจตคติและค่านิยมในสังคม
ที่ถูกต้องเกี่ยวกับสตรี ต่อสังคมยุคปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

จากผลการวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของปัญหาสังคม โดยเฉพาะสถาบันครอบครัว สตรีเป็นผู้มี
บทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนในหลายด้าน พุทธท้านายจึงเป็นการสะท้อนถึงเหตุการณ์ที่จะ
เกิดขึ้นในอนาคตเกี่ยวกับสตรี งานวิจัยที่ศึกษาครั้งต่อไป คือ

1. บทบาทหน้าที่สตรีที่ปรากฏตามหลักคำสอนทางพุทธศาสนา
2. สัมพันธภาพครอบครัวในยุคปัจจุบันด้วยหลักคำสอนทางพุทธศาสนา
3. การป้องกันสตรีต่อความรุนแรงและสิทธิเสรีภาพในยุคปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2559). รายงานสถานการณ์ทางสังคม
ประจำปี 2559. (กองมาตรฐานการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์สำนักงาน
ปลัดกระทรวงฯ : กรุงเทพฯ).

พระครูปลัดสุวัฒนเมธาคุณ (ชัยยันต์ สีบกระพันธ์). (2556). บูรณาการหลักพุทธจริยศาสตร์ใน
การดำเนินชีวิตของคนไทยในสังคมปัจจุบัน, ดุษฎีนิพนธ์ศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต,
(บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย).

มหามกุฏราชวิทยาลัย. (2535). มุลินธิ. พระไตรปิฎกภาษาไทย เล่มที่ ๒๗.พร้อมอรรถกถา
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหามกุฏราชวิทยาลัย.

เรืองอุไร กุศลาคัย. (ศาสตราจารย์พิเศษ). (2535). สตรีในวรรณคดีพุทธศาสนา. (กรุงเทพฯ : รุ่ง
แสงการพิมพ์).

วสมน ทิพนีย์. (2558). การแก้ไขปัญหาความรุนแรงในครอบครัวตามแนวพุทธธรรม,
ศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย).

สโรชา คุณาธิปพงษ์. (2551). “การศึกษาวิเคราะห์การพัฒนาสตรีตามทัศนะของแม่ชีคันสนีย์
เสถียรสุด” วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต. (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาม
กุฏราชวิทยาลัย).

สุทธิพงษ์ ตันตยาพิศาลสิทธิ์. (2530). ประมวลธรรมในพระไตรปิฎก. (กรุงเทพ : โรงพิมพ์การ
ศาสนา).

อังคณา ช้วยคำชู. (2555). คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ บทความ “ผลกระทบ
และแนวทางการช่วยเหลือ” วารสารธรรมศาสตร์ ปีที่ 31 ฉบับที่ 3.

จากเว็บไซต์

สำนักข่าวอิสรา. สำนักทะเบียนกลางเรื่อง จำนวนราษฎรที่วราชอาณาจักร ปี 2558. (6 สิงหาคม
2018) สืบค้นจาก www.isranews.org.

รูปแบบการเสริมสร้างสุขภาวะของผู้สูงอายุเพื่อความเป็นอยู่ที่ดี
ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงของจังหวัดศรีสะเกษ

A MODEL OF THE HEALTH PROMOTION OF THE ELDERLY FOR
THE WELL - BEING BASED ON SUFFICIENCY ECONOMY PRINCIPLE OF
SISAKET PROVINCE

พระอุกฤษ โชติญาโณ (ทวี)¹

Phra Aukrid Chotiyano (Tawee)

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ เพื่อศึกษาปัญหาและการจัดการสุขภาวะของผู้สูงอายุ กระบวนการเสริมสร้างสุขภาวะของผู้สูงอายุเพื่อความเป็นอยู่ที่ดี ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง และ เพื่อเสนอรูปแบบการเสริมสร้างสุขภาวะของผู้สูงอายุเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 21 รูป/คน ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาของผู้สูงอายุที่พบบนนั้น พบว่า ผู้สูงอายุจะประสบปัญหาที่สำคัญ 3 ปัญหา ได้แก่ 1) ปัญหาทางด้านกายภาพ 2) ปัญหาทางด้านสังคมและ 3) ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ปัญหาสุขภาวะต่างๆ จะสามารถจัดการกับปัญหาดังกล่าวคือ โดยผู้สูงอายุ ครอบครัว ชุมชน และ รัฐ และมีกระบวนการเสริมสร้างสุขภาวะคือ ผู้สูงอายุได้นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 3 ห่วง 2 เงื่อนไข มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการเสริมสร้างสุขภาวะทั้ง 4 ด้าน ทั้งนี้ได้รูปแบบที่ผู้วิจัยได้นำเสนอมานั้น มีหลักการทำงานตามลำดับ 3 ขั้นตอน ดังนี้ คือ 1) เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบพื้นฐานที่เน้นความพอเพียงในระดับบุคคลและครอบครัว 2) เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้าที่เน้นความพอเพียงในระดับกลุ่มหรือองค์กร 3) เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้าที่เน้นความพอเพียงในระดับเครือข่าย

คำสำคัญ สุขภาวะ, ผู้สูงอายุ, เศรษฐกิจพอเพียง

This research aims to study the following; the problems and well-being management of elders, the process of promoting the well-being of elders for good life according to the Sufficiency Economy philosophy, and to provide guideline recommendations of well-being promotion of elders for good life according to the

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะสังคมศาสตร์ สาขาการพัฒนาลังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่อยู่ 19 วัดศรีพงษ์
ธรรมนิมิต แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 10220 (aukrid.tawee@gmail.com)

Sufficiency Economy philosophy. A research sample was conducted with 21 people by using an interview as a research method. The results showed that elders experience 3 main problems as follows; 1) physical problems, 2) social problems, and 3) economic problems. All well-being problems can be solved by cooperation between elders, families, communities, and the government. The process of well-being promotion can also help to solve the problems by applying 3 components and 2 conditions of the Sufficiency Economy philosophy to promote 4 aspects of wellbeing. The researcher would like to recommend a process to promote wellbeing which consisting 3 following steps, 1) using the Sufficiency Economy philosophy by focusing on individual and family level, 2) using the Sufficiency Economy philosophy by focusing on group or organization level, and 3) using progressive Sufficiency Economy by focusing on network level according to 3 components and 2 conditions of the Sufficiency Economy philosophy.

Keywords: Well-being, Elders, the Sufficiency Economy philosophy

บทนำ

ปัจจุบันจำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทยได้มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากระบบสาธารณสุขได้รับการพัฒนามากขึ้น การตระหนักถึงแนวทางการเสริมสร้างสุขภาพของผู้สูงอายุจึงเป็นสิ่งสำคัญจึงส่งผลให้ภาครัฐกำหนดมาตรการเตรียมการรองรับให้การดูแลผู้สูงอายุเพื่อให้ผู้สูงอายุเหล่านั้นมีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น โดยกำหนดยุทธศาสตร์ "การเตรียมความพร้อมสังคมไทยสู่สังคมผู้สูงอายุ" เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ด้วยการมีแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545 – 2564) เพื่อกำหนดทิศทางนโยบายยุทธศาสตร์และมาตรการต่าง ๆ ที่ใช้ดำเนินการด้านผู้สูงอายุให้ชัดเจน(วิพรรณประจวบเหมาะ, 2553) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะต้องเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับระบบการดูแลและให้ความช่วยเหลือผู้สูงอายุ อาทิเช่น การให้บริการด้านสุขภาพ การจัดสวัสดิการทางสังคม การส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี โดยที่สิ่งเหล่านี้จะต้องมีการรับรู้ถึงข้อมูลที่เป็นต่อการวางแผนและดำเนินการบนฐานของการลงทุนและใช้จ่ายอย่างคุ้มค่า

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ทำให้บุคคลมีการดำเนินชีวิตที่เต็มไปด้วยความเร่งรีบ ตึงเครียด หรือแข่งขันเพื่อความอยู่รอด ไม่มีกิจกรรมเพื่อผ่อนคลายปัญหาชีวิตซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพร่างกาย และจิตใจ โดยเฉพาะผู้สูงอายุ ปัจจุบันกำลังเผชิญกับโรครวมทั้งรูปแบบการดำเนินชีวิตมีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น โดยมีการบริโภคไขมันเพิ่มขึ้นและเส้น

โยนน้อยลง มีการออกกำลังกายน้อยลง บางส่วนยังคงสูบบุหรี่และดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ รวมทั้งสิ่งแวดล้อมด้านสังคมและด้านกายภาพส่งผลต่อสุขภาพเพิ่มขึ้น ซึ่งการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุอาจเป็นปัจจัยสำคัญของการเจ็บป่วยและสาเหตุการเสียชีวิต ถ้าบุคคลสามารถรับผิดชอบต่อตนเอง ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพให้เหมาะสมก็จะเกิดผลดีต่อคุณภาพชีวิต สุขภาวะเป็นภาวะแห่งความสมบูรณ์ของร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และจิตวิญญาณ ที่บุคคลรับรู้ได้ว่าตนมีความสุข ปราศจากความเครียดหรือแรงกดดันใด ๆ (ประเวศ วะสี, 2559) สุขภาพจึงเป็นสิ่งที่ทุกคนพึงปรารถนา แต่อย่างไรก็ตามภาวะสุขภาพเป็นกระบวนการพลวัตที่ไม่หยุดนิ่ง จะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างสลับซับซ้อนอยู่ตลอดเวลาและอย่างต่อเนื่อง บุคคลจึงต้องพยายามหาวิธีการที่จะปกป้องสุขภาพเพื่อไม่ให้เกิดภาวะเจ็บป่วยหรือถึงแม้ว่าจะเกิดภาวะเจ็บป่วยขึ้น บุคคลจะต้องพยายามดูแลรักษาเพื่อให้ร่างกายกลับสู่สภาวะปกติให้เร็วที่สุด วิธีการสำคัญที่บุคคลใช้ปกป้องสุขภาพนั้น คือ การมีพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องและสม่ำเสมอ (Palank, 1991) การเสริมสร้างสุขภาพจึงเป็นกลไกสำคัญในการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของคนไทยทุกคนใหม่ สุขภาวะที่ดีขึ้นตามศักยภาพของแต่ละบุคคล

จากสภาพปัญหาข้างต้น ถ้าได้มีการเตรียมรับมือกับปัญหาเหล่านี้เสียแต่ล่วงหน้า หรือสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่ทรงพระราชทานแก่พสกนิกร ย่อมเป็นการเตรียมการอย่างชาญฉลาด ช่วยให้รัฐไม่ต้องทุ่มงบประมาณจำนวนมากศาลกับการฟื้นฟู ดูแล รักษาผู้สูงอายุ ดังนั้น การเสริมสร้างสุขภาพผู้สูงอายุเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นเรื่องเร่งด่วนที่รัฐควรเร่งรีบในการดำเนินการ หากไม่มีการดำเนินการใด ๆ เพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุของไทย ก็จะมีแนวโน้มที่จะต้องเผชิญกับปัญหาความยากจนของผู้สูงอายุ (วโรทัย โกศลพิศิษฐ์, 2550) รวมถึงปัญหาต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น โดยกำหนดแนวทางการเสริมสร้างสุขภาพที่เหมาะสมให้กับผู้สูงอายุในลักษณะเชิงรุกและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างจริงจัง โดยเน้นการพัฒนาผู้สูงอายุมากกว่าการสงเคราะห์ ไม่ว่าจะเป็นการดูแลตนเองอย่างมีความรู้และทักษะที่ดีพอ การดูแลรักษาสุขภาพ ตลอดจนการสร้างระบบการดูแลให้เกิดศักยภาพของการเป็นผู้สูงอายุ สังคมไทยก็ไม่ต้องกลัวกับการรับมือกับปัญหาต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในกายภาคหน้าของผู้สูงอายุ (ศากุล ช่างไม้, 2550) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งได้แก่หลักความพอประมาณ หลักการมีเหตุผลและหลักการสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี มาสอดแทรกในปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสุขภาพที่ดี สำหรับการสร้างเสริมสุขภาพผู้สูงอายุย่อมเป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้สูงอายุประสบผลสำเร็จในการดำเนินชีวิต ดำเนินการอยู่ภายใต้แนวคิดของเกษตร

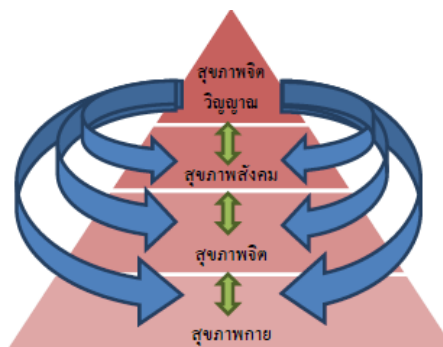
ทฤษฎีใหม่ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อันสืบเนื่องมาจากโครงการตามพระราชดำริของ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษารูปแบบการเสริมสร้างสุขภาวะของผู้สูงอายุเพื่อความ เป็นอยู่ที่ดี ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อศึกษาปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะของผู้สูงอายุ และ นำไปเป็นฐานข้อมูลในการสร้างเสริมสุขภาวะของผู้สูงอายุเพื่อความ เป็นอยู่ที่ดี เพื่อให้ได้รูปแบบ การเสริมสร้างสุขภาวะที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ และนำไปขยายผลได้อย่างมีประสิทธิภาพในชุมชน และสังคมต่อไปอย่างยั่งยืน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องหลายๆ ด้าน ดังนี้ สุขภาพ หรือสุขภาวะ เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อความเจริญงอกงามและพัฒนาการทุก ๆ ด้านใน ตัวบุคคล ถ้าการศึกษาคือความเจริญงอกงามจริง บุคคลจะเจริญงอกงามไม่ได้หากสุขภาพทั้งทาง ร่างกายและจิตใจของเราไม่สมบูรณ์ไม่ดีหรือมีแต่ข้อบกพร่อง (สุชาติ โสภประยูร และเอมอัชฌา วัฒนบูรานนท์,2542) สุขภาพ คือ ความสมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณที่ เชื่อมโยงซึ่งกันและกันอย่างแบ่งแยกไม่ได้ การขาดความสมดุลในองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง ย่อมส่งผลกระทบต่อองค์ประกอบอื่น ๆ เสมอ การดำรงภาวะสุขภาพแบบองค์รวม จึงต้องคำนึงถึงการ ผสมผสานกลยุทธที่จะคงความสมดุลในทุกองค์ประกอบ โดยจะครอบคลุมถึงการดำเนินชีวิตที่ เหมาะสมของบุคคลเป็นสำคัญ (เกษม วัฒนชัย,2548)

ซึ่ง พ.ร.บ.สุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550 ได้ให้ความหมายของสุขภาพ ว่าหมายความว่า ภาวะของ มนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งทางกาย ทางจิต ทางปัญญา และทางสังคม เชื่อมโยงกันเป็นองค์รวม อย่างสมดุลทั้งนี้โดยมีแผนภูมิที่แสดงถึงความเชื่อมโยงของสุขภาวะที่เป็นองค์รวมไว้ ดังรูปภาพที่ 1



แผนภาพที่ ๑ ความเชื่อมโยงของสุขภาวะของสุขภาพวะที่เป็นองค์รวม

ที่มา: ดัดแปลงจากอำพลจิน ดาวัฒน์นะ สไลด์นำเสนอประกอบบรรยายในพิธีเปิด การประชุมการพัฒนาศักยภาพคน กลไก กระบวนการ AHA/IHA

นอกจากนั้นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุประกอบด้วยปัจจัย ๓ ด้านดังนี้

1. ปัจจัยที่หนึ่ง คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย

1.1 ระดับการศึกษา ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีความสามารถในการดูแลตนเองและมีโอกาสเลือกทำกิจกรรมได้ดีและมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาต่ำ

1.2 งานอดิเรก หมายถึง วิธีทางในการใช้เวลาทำกิจกรรมด้านต่าง ๆ นอกเหนือไปจาก หน้าที่การงานประจำหรือเป็นกิจกรรมที่ทำในเวลาว่างด้วยความสมัครใจเพื่อก่อให้เกิดความเพลิดเพลินแก่ผู้ทำโดยตรง บทบาทและกิจกรรมใดก็ตามที่บุคคลถูกผลักดันให้เลิกกระทำจะต้อง มีกิจกรรมใหม่ขึ้นมาทดแทนและกิจกรรมหนึ่งที่ถูกเลือกเข้ามาคืองานอดิเรก

1.3 สุขภาพ ผู้สูงอายุมักประสบปัญหาสุขภาพที่ทรุดโทรมลง ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการ ปฏิบัติกิจวัตรประจำวัน และต้องพึ่งพิงผู้อื่น สิ่งนี้ทำให้ผู้สูงอายุมีความรู้สึกด้อยในสายตาของบุคคลทั่วไปและมีผลต่อความพึงพอใจของผู้สูงอายุด้วย

2. ปัจจัยที่สอง คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

ปัญหาด้านเศรษฐกิจเป็นปัญหาหลักของผู้สูงอายุทำให้รายได้ลดน้อยลงส่งผลต่อความสามารถในการดูแลตนเองทางด้านสุขภาพและส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุ

3. ปัจจัยที่สาม คือ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ทางสังคม

เมื่อเข้าสู่วัยผู้สูงอายุทำให้ต้องเสียบทบาทในการ ทำงานผู้สูงอายุจึงเปลี่ยนจุดสนใจ ไปยังครอบครัวหาบทบาทใหม่ให้กับตนเองด้วยการเป็นผู้ ให้คำปรึกษาแนะนำช่วยเหลือลูกหลาน ภายในบ้านหากความสัมพันธ์ในครอบครัวดีจะส่งผลกระทบต่อความ พึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุส่วน ด้านความสัมพันธ์ของผู้สูงอายุกับบุคคลภายนอกหรือสังคมนั้น

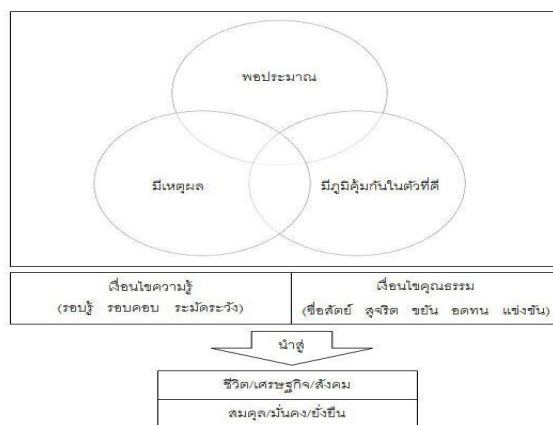
ในปี 1986 เบอร์กแมนได้ทำการศึกษาผู้สูงอายุจำนวน 7,200 คน เป็นเวลา 10 ปี พบว่าผู้สูงอายุ ที่แยกตัวออกจากสังคมมีอัตราการตายสูงกว่าผู้ที่ได้รับการสนับสนุนทางสังคมถึง 2.5 เท่า จากปัจจัย 3 ด้าน ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุในส่วนของงานอดิเรก และการมีสัมพันธภาพกับบุคคลในครอบครัวรวมทั้งสังคมในการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุ ซึ่งอาจกลายเป็นบทบาทหน้าที่ของผู้สูงอายุที่ควรมีต่อสังคมครอบครัวและชุมชนเพื่อการมีคุณค่า ในชีวิตและเพิ่มความพึงพอใจตนเองของผู้สูงอายุอาจแบ่งได้เป็น ๓ ประเภทคือ 1. กิจกรรมที่ไม่มีรูปแบบ (Informal Activity) เช่น ช่วยเหลืองานของสมาชิกในครอบครัว และการพบปะสังสรรค์กับเพื่อน ญาติ เป็นต้น 2. กิจกรรมที่มีรูปแบบ (Formal Activity) เช่น เข้าร่วมในสมาคมต่าง ๆ การเข้ากลุ่มทาง ศาสนาการเป็นอาสาสมัครเพื่อสังคมซึ่งเป็นกิจกรรมภายนอกครอบครัว เป็นต้น

3. กิจกรรมที่ทำคนเดียว (Solitary Activity) เช่น การทำงานในยามว่างกิจกรรมเพื่อ การพักผ่อน หย่อนใจส่วนตัวและกิจกรรมภายในบ้าน เป็นต้น

นอกจากนี้ยังพบแนวคิดของ นายแพทย์อวย เกตุสิงห์ ได้ให้ความหมายของความ สูงอายุ แบ่งความสูงอายุออกเป็น 4 รูปแบบคือ 1. แก่โดยอายุ คือ แก่เพราะเกิดมานาน 2. แก่โดย สัขาร คือ แก่ตามสภาพร่างกาย 3. แก่โดยจิตใจ คือ แก่ไปตามความคิด 4. แก่โดยสังคม คือ แก่ ด้วยสิ่งแวดล้อมและประสบการณ์ (อวย เกตุสิงห์,2535)

นอกจากนี้ทฤษฎีความสูงอายุด้านร่างกาย (Biological Theory of Elderly) การ พิจารณาการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย โดยพิจารณาประสิทธิภาพการทำงานของร่างกาย เมื่อมี อายุมากขึ้นสภาพต่าง ๆ ของร่างกายจะมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและการทำหน้าที่ของอวัยวะ ต่าง ๆ เช่น ผมหงอก สายตายาวขึ้น ความสามารถในการทำงานของกล้ามเนื้อลดลง เป็นต้น ซึ่ง การเปลี่ยนแปลงของอวัยวะต่าง ๆ ในร่างกายแต่ละคนจะเกิดขึ้นไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย อย่างที่สำคัญ ได้แก่ พันธุกรรม โรคหรือความเจ็บปวด สิ่งแวดล้อมหรือการปฏิบัติตัว โดยเฉพาะ สิ่งแวดล้อมของผู้สูงอายุ บุคคลที่อยู่ในครอบครัวที่ให้การดูแลจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่อง การส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุพยายามส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีการดูแลสุขภาพสภาพและปฏิบัติตน อย่างถูกต้อง เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตต่อไปได้อย่างมีความสุข (ประอรนุช เข็้อถือ,2548)

แนวคิดของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถสรุป ง่ายๆ คือ 3 หวง 2 เงื่อนไข อันประกอบไปด้วยพอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี และมี ความรู้ มีคุณธรรม ซึ่งจะนำไปสู่ชีวิต เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ก้าวหน้าอย่างสมดุล มั่นคง ยั่งยืน ดังรูปภาพต่อไปนี้ (สรรรเสริญ วงศ์ชูม,2544)



แผนภาพที่ 2 แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ที่มา: พระปริญญา ฐิตธมฺโม (จังหวัดมุกดาหาร), “บทบาทด้านการส่งเสริมวิถีชีวิตตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของผู้บริหารองค์การส่วนตำบลแม่ท่าช้าง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่”

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและการจัดการสุขภาวะของผู้สูงอายุเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีในตำบลโนนปูน อำเภอไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ
2. เพื่อศึกษากระบวนการเสริมสร้างสุขภาวะของผู้สูงอายุเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ในตำบลโนนปูน อำเภอไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ
3. เพื่อเสนอรูปแบบการเสริมสร้างสุขภาวะของผู้สูงอายุเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ในตำบลโนนปูน อำเภอไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ

วิธีการดำเนินวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการเสริมสร้างสุขภาวะของผู้สูงอายุเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ของจังหวัดศรีสะเกษ” ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้สูงอายุในชุมชนและผู้สนับสนุนข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ประกอบไปด้วย ผู้นำชุมชน ได้แก่ พระภิกษุสงฆ์ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน ๔ หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ ๑ บ้านกันตรวจ, หมู่ ๒ บ้านหนองระเียว, หมู่ ๓ บ้านตาเจาเหนือ และหมู่ ๔ บ้านโคก ทั้งยังได้สัมภาษณ์นักพัฒนาชุมชน จากองค์การบริหารส่วนตำบลโนนปูน และพยาบาลวิชาชีพ จากโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบลโนนปูน อำเภอไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ รวมทั้งหมด ๒๑ รูป/คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีพรรณนาความ

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า การที่บุคคลจะมีคุณภาพชีวิตที่ดีหรือไม่นั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับว่าบุคคลนั้นมีปัญหาหรือไม่ ระดับของปัญหาที่มีมากหรือน้อยเพียงใด และในกรณีที่มีปัญหานั้นสามารถจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นได้หรือไม่ ผู้สูงอายุก็เช่นเดียวกัน การมีคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุจึงขึ้นอยู่กับว่า มีปัญหาเล็กน้อยเพียงใด และอยู่ในวิสัยที่ผู้สูงอายุจะแก้ไขปัญหานั้นได้ด้วยตนเองหรือได้รับการช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหาหรือไม่ การมีคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้ผู้สูงอายุเป็นผู้มีคุณภาพ หมายถึงผู้ที่ดูแลตนเองได้ ทำในสิ่งที่ปรารถนาตามศักยภาพของตน จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับประเด็นปัญหาทั่วไปของผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุมักประสบปัญหา

ทั่วไปที่สำคัญ 3 ปัญหา ได้แก่ ปัญหาทางด้านกายภาพ ปัญหาทางด้านสังคม และปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ผลการศึกษาดังกล่าวสรุปได้ดังนี้

1. ปัญหาทางด้านกายภาพ ของผู้สูงอายุทุกคนล้วนแต่มีปัญหาสุขภาพะทางร่างกาย ผู้วิจัยจะอธิบายแยกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุที่มีปัญหาทางด้านกายภาพอันเนื่องมาจากวัย และกลุ่มผู้สูงอายุที่มีปัญหาทางด้านกายภาพอันเนื่องมาจากการมีโรคประจำตัว ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่มีปัญหาทางด้านกายภาพอันเนื่องมาจากวัย ผลจากการศึกษาวิจัย สรุปได้ว่า ปัญหาทางด้านกายภาพของผู้สูงอายุอันเนื่องมาจากวัย ในตำบลโนนปูน อำเภอไพรีบึง จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า ผู้สูงอายุบางรายก็มีสุขภาพร่างกายแข็งแรงไม่มีโรคประจำตัว ในขณะที่ผู้สูงอายุบางรายก็มีโรคประจำตัว แต่ข้อมูลจากการสังเกตและสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย ทำให้ทราบว่า ผู้สูงอายุทุกคนต่างก็เผชิญกับปัญหาความเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพอันเนื่องมาจากวัย กล่าวคือ ผู้สูงอายุจะมีการเปลี่ยนแปลงของร่างกายซึ่งมีสภาพความเสื่อมถอยทางร่างกายและจิตใจ ขาดความคล่องแคล่วว่องไว ความคิดความอ่านล่าช้า หูตึง สายตาดำมืด มีผมหงอก ผิวหนังเหี่ยวย่น ข้อเข่าเสื่อม เป็นต้น

กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่ปัญหาทางด้านกายภาพอันเนื่องมาจากการมีโรคประจำตัว ผลจากการศึกษา สรุปได้ว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่มีปัญหาทางด้านกายภาพอันเนื่องมาจากการมีโรคประจำตัว สรุปได้ว่า ผู้สูงอายุในตำบลโนนปูน อำเภอไพรีบึง จังหวัดศรีสะเกษ บางส่วนมีโรคประจำตัว อาทิเช่น เบาหวาน ความดัน ต้อกระจก ภาวะกระดูกพรุน ภาวะดุกทับเส้น ภาวะเพอระ เป็นต้น ผู้สูงอายุบางรายก็ป่วยเป็นโรคชรา เดินลำบากต้องใช้ไม้เท้า ในขณะที่บางรายก็เป็นผู้ป่วยนอนติดเตียง เดินไม่ได้

2. ปัญหาทางด้านสังคม ของผู้สูงอายุ ที่พบ ได้แก่ ๑) ผู้สูงอายุถูกทอดทิ้ง ๒) ผู้สูงอายุไม่มีลูกหลานคอยดูแล ๓) ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่กับหลาน เนื่องจากพ่อแม่ของเด็กต้องไปทำงาน จึงต้องทิ้งลูกไว้อยู่กับผู้สูงอายุให้ผู้สูงอายุรับผิดชอบดูแลเลี้ยงดู ๔) ผู้สูงอายุติดการพนัน ได้แก่ หวยหุ้น หวยบนดิน หวยใต้ดิน เป็นต้น

3. ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ของผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เพียงพอต่อรายจ่าย บางรายเป็นหนี้ อันเนื่องมาจากการกู้ยืมเงินมาใช้หมุนเวียนในครัวเรือนบ้าง ใช้จ่ายเพื่อการเกษตรบ้าง และบ้างก็ยืมเงินมาให้ลูกใช้จ่ายลงทุนหมุนเวียน ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะติดการพนัน ได้แก่ หวยหุ้น หวยบนดิน และหวยใต้ดิน

การจัดการกับสุขภาพ

1. การจัดการกับสุขภาพทางสังคมโดยผู้สูงอายุ จากการศึกษา พบว่า ผู้สูงอายุในตำบลโนนปูน อำเภอไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ มีการจัดการกับสุขภาพทางสังคมเพื่อความเป็นอยู่ที่ดี ด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ 1. ถ้าผู้สูงอายุอยู่คนเดียว ในทุก ๆ วัน จะออกไปพบปะพูดคุยกับเพื่อนบ้าน 2. เมื่อทะเลาะกับลูกหลาน หรือคนในครอบครัว ผู้สูงอายุมักออกไปพบปะสังคม 3. เวลาว่างงานต่าง ๆ ผู้สูงอายุที่ไม่มีภาระ และไม่มีปัญหาด้านสุขภาพ ถ้าหากร่างกายแข็งแรง เดินเหินสะดวก ก็มักจะเข้าร่วมงานสังคมอยู่เสมอ 4. ผู้สูงอายุที่เคยติดสุราบางราย ก็สามารถเลิกได้

2. การจัดการกับสุขภาพทางสังคมโดยครอบครัว จากการศึกษา พบว่า ครอบครัวของผู้สูงอายุในตำบลโนนปูน อำเภอไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ มีการจัดการกับสุขภาพทางสังคมเพื่อความเป็นอยู่ที่ดี ด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ 1. บุตรหลานจะเป็นคนไปส่งผู้สูงอายุไปร่วมกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ ภายในและนอกชุมชน 2. บุตรหลานจะช่วยส่งเงินมาให้ผู้สูงอายุใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน 3. ถ้าหากผู้สูงอายุปวดหลัง ปวดแขน ปวดขา บุตรหลานก็จะช่วยนวดเพื่อบรรเทาอาการปวด

3. การจัดการกับสุขภาพทางสังคมโดยชุมชน จากการศึกษา พบว่า ผู้นำชุมชนในตำบลโนนปูน อำเภอไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ มีการจัดการกับสุขภาพทางสังคมเพื่อความเป็นอยู่ที่ดี ด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ 1. เพื่อนบ้านมักจะไปพบปะพูดคุยกับผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่คนเดียวเพียงลำพัง 2. ผู้นำชุมชนจะประกาศประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ผู้สูงอายุ ตลอดถึงทุกคน ทุกช่วงวัยในชุมชน ไปร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ชุมชนจัดขึ้น 3. มี อภปร. คอยช่วยเหลือเรื่องความปลอดภัยให้กับผู้สูงอายุ และคนในชุมชน 4. เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้นภายในชุมชน ผู้นำชุมชนจะทำหน้าที่เป็นผู้ไกล่เกลี่ย

4. การจัดการกับสุขภาพทางสังคมโดยรัฐ จากการศึกษา พบว่า ในตำบลโนนปูน อำเภอไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ ภาครัฐได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการกับสุขภาพทางสังคมเพื่อความเป็นอยู่ที่ดี ด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ 1. รัฐสนับสนุนงบประมาณและให้เบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป เป็นประจำทุกเดือน 2. มีโครงการบัตรประกันสุขภาพ ให้สิทธิในการรักษาพยาบาลให้กับผู้สูงอายุ 3. มีการส่งเสริมการให้ความรู้เรื่องสิทธิที่พึงจะได้รับสำหรับผู้สูงอายุ ให้กับผู้สูงอายุ 4. มีโครงการบัตรคนจน 5. มีกองทุนต่าง ๆ ให้กู้ยืม อาทิเช่น กองทุนหมู่บ้าน (กองทุนเงินล้าน) ธนาคารสหกรณ์เพื่อการเกษตร (ธกส.) 6. มีโครงการส่งเสริมการออม ได้แก่ ออมเงินวันละบาท 7. มีการจัดอบรมส่งเสริมอาชีพให้กับผู้สูงอายุ อาทิเช่น ทำปุ๋ยหมักชีวภาพ การเลี้ยงหมู เลี้ยงไก่ เลี้ยงกบ เลี้ยงแมลง ปลุกผัก จักสาน ทอผ้า ทำดอกไม้จันทน์ เป็นต้น

กระบวนการเสริมสร้างสุขภาวะของผู้สูงอายุเพื่อความเป็นอยู่ที่ดี ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า ผู้สูงอายุได้นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 3 ห่วง 2 เงื่อนไข ดังนี้

1. สุขภาวะด้านร่างกาย ความพอประมาณ คือ มีความรู้ประมาณในการบริโภคอาหาร ความมีเหตุผล คือ รู้จักเลือกรับประทานอาหารที่ดีและมีประโยชน์ การมีภูมิคุ้มกัน คือ ออกกำลังกายเป็นประจำสม่ำเสมอ เงื่อนไขความรู้ คือ มีความรู้ในการดูแลสุขภาพเบื้องต้น เงื่อนไขคุณธรรม คือ เป็นผู้ที่ไม่เบียดเบียนผู้อื่น

2. สุขภาวะด้านจิตใจ ความพอประมาณ คือ อารมณ์ดี มีความสุข พึงพอใจในฐานะความเป็นอยู่ของตัวเอง ความมีเหตุผล คือ เข้าใจว่าสิ่งไหนดี สิ่งไหนไม่ดี สิ่งไหนควรทำ สิ่งไหนไม่ควรทำ การมีภูมิคุ้มกัน คือ สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างดีและมีความสุขกับปัจจุบัน เงื่อนไขความรู้ คือ เป็นคนที่มีความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น เงื่อนไขคุณธรรม คือ มีความเมตตา กรุณา

3. สุขภาวะด้านทางสังคม ความพอประมาณ คือ ใช้ชีวิตเรียบง่าย อยู่อย่างพอเพียง ตามฐานะ ความมีเหตุผล คือ ปฏิบัติตนถูกต้องตามหลักกฎหมาย การมีภูมิคุ้มกัน คือ มีการเรียนรู้ที่จะปรับตัวและรับมือกับความเปลี่ยนแปลงทางสังคมในยุคโลกาภิวัตน์ เงื่อนไขความรู้ คือ มีความรู้เรื่องประเพณีและวัฒนธรรม เงื่อนไขคุณธรรม คือ มีความสามัคคีในหมู่คณะ เห็นอกเห็นใจผู้อื่น และให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

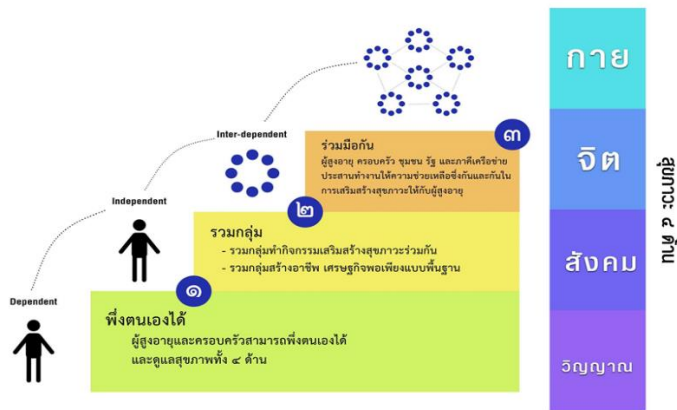
4. สุขภาวะด้านจิตวิญญาณ ความพอประมาณ คือ พอใจในสิ่งที่ตัวเองมี ความมีเหตุผล คือ เป็นผู้ที่มีการตัดสินใจในการดำเนินการอย่างมีเหตุผล ปฏิบัติตนถูกต้องตามหลักคุณธรรมจริยธรรม ปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องตามประเพณีและวัฒนธรรมที่ดงาม การมีภูมิคุ้มกัน คือ มีการเรียนรู้ที่จะปรับตัวและรับมือกับความเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันและอนาคต เงื่อนไขความรู้ คือ มีความรู้เรื่องพิธีกรรม ความเชื่อทางด้านพระพุทธศาสนาและความเชื่อตามวิถีชาวบ้าน เงื่อนไขคุณธรรม คือ มีความซื่อสัตย์ สุจริต มีความเมตตา และเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่

รูปแบบการเสริมสร้างสุขภาวะของผู้สูงอายุตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง

หมายถึง แนวทางที่จะทำให้ผู้สูงอายุ มีสุขภาวะที่ดีโดยอาศัยองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนช่วยในการเสริมสร้างสุขภาวะ ได้แก่ ตัวของผู้สูงอายุเอง ครอบครัวของผู้สูงอายุ ชุมชน และรัฐ เพื่อเสริมสร้างให้ผู้สูงอายุมีขีดความรู้ ความสามารถในการดูแลตนเองเพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ ในแต่ละด้านอย่างสมบูรณ์ในทุกมิติของสุขภาวะ ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณ บนพื้นฐานการพึ่งพาตนเองเป็นหลัก ให้ผู้สูงอายุดำเนินชีวิตบนทางสายกลางพอประมาณ มีเหตุผล สร้างภูมิคุ้มกันที่ดี ด้วยหลักความรู้ รอบคอบ ระมัดระวัง และมีคุณธรรมเป็นพื้นฐานของระบบ มีความซื่อสัตย์ เมตตา จิตอาสา เสียสละ และแบ่งปัน ตามความเหมาะสมของชีวิต เศรษฐกิจและสังคมที่เป็นอยู่ เพื่อความสมดุล มั่นคง และยั่งยืน สามารถพัฒนาดูแลสุขภาพ

ของตนเองให้ดีพร้อมหรือเต็มประสิทธิภาพและได้รูปแบบการเสริมสร้างสุขภาวะของผู้สูงอายุตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ที่ผู้วิจัยได้นำเสนอมานั้น มีหลักการทำงานตามลำดับขั้นตอน ดังนี้ คือ (1) เศรษฐกิจพอเพียงระดับที่หนึ่ง (Dependent) เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบพื้นฐานที่เน้นความพอเพียงในระดับบุคคลและครอบครัว (2) เศรษฐกิจพอเพียงระดับที่สอง (Independent) เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้าที่เน้นความพอเพียงในระดับกลุ่มหรือองค์กร (3) เศรษฐกิจพอเพียงระดับที่สาม (Inter-dependent) เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้าที่เน้นความพอเพียงในระดับเครือข่าย ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 3 ห่วง 2 เงื่อนไข จนสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุข

สำหรับรูปแบบการเสริมสร้างสุขภาวะของผู้สูงอายุตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ที่ผู้วิจัยได้นำเสนอมานั้น มีหลักการทำงานตามลำดับขั้นตอน จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปเป็นแผนภาพ ดังนี้



แผนภาพที่ 3 รูปแบบการเสริมสร้างสุขภาวะของผู้สูงอายุ เพื่อความเป็นอยู่ที่ดี ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาวิจัยสามารถสรุปและอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. **ปัญหาและการจัดการสุขภาวะของผู้สูงอายุ** ผู้สูงอายุต่างก็เผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุ ร่างกายจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องและเกิดการเสื่อมของอวัยวะต่าง ๆ ทั้งนี้ อวัยวะก็จะทำงานลดลง มีความเสื่อมสภาพลงไป เมื่อบุคคลอายุมากขึ้นเซลล์ในร่างกายก็จะผิดปกติและตายไป หรือบางที่เซลล์ที่เกิดขึ้นก็จะแตกต่างจากเซลล์เดิม เซลล์ต่าง ๆ จะมีความเสื่อมหรือสึกหรอ ถ้ามีการใช้งานมากยิ่งขึ้นก็จะทำให้แก่เร็วขึ้น ผู้สูงอายุที่มาอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จะมีการเปลี่ยนแปลงของร่างกายไปในทางเสื่อมมากกว่าเจริญเติบโต ทำให้ขาดความคล่องแคล่วว่องไว ความจำเสื่อม ความคิดความอ่านล่าช้า หูตึง ตาพร่ามัว ผม

หงอก หนึ่งเหี่ยว เป็นต้น มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูชีพ เบียดนอก (2549) ด้านสุขภาพ และความเจ็บป่วย พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เห็นว่าสุขภาพขณะนี้อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบกับคนรุ่นเดียวกันส่วนใหญ่เห็นว่าคล้ายกับคนอื่น ๆ ส่วนใหญ่มีโรคประจำตัวที่ต้องรักษา โดยอยู่ในกลุ่มโรคความดันและเบาหวาน สถานที่รักษาส่วนใหญ่รักษาที่โรงพยาบาลประจำจังหวัด และยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธราวร ดวงแก้ว และหิรัญญา เดชอุดม (2550) การเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจของผู้สูงอายุจะมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายและการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม ความเสื่อมลงของสภาพร่างกาย ปัญหาเกี่ยวกับการสูญเสียบทบาทหน้าที่ สถานะทางสังคมประกอบกับผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจ ได้แก่ ความจำ เชาวน์ปัญญา การเรียนรู้ บุคลิกภาพและความเงียบเหงา เดียวดายซึ่งมีการเปลี่ยนแปลง ข้อมูลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤทธิชัย แกมนาค (2559) ผู้สูงอายุมีการจัดการกับความเครียด ด้วยการบอกกับตนเองว่าปัญหาทุกอย่างแก้ไขได้ การสามารถเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีสติ และผู้สูงอายุไม่ค่อยปฏิเสธคำขอร้องของผู้อื่นบ้างในบางโอกาส

2. กระบวนการเสริมสร้างสุขภาวะของผู้สูงอายุตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง

จากการศึกษากระบวนการเสริมสร้างสุขภาวะทางร่างกาย พบว่า ผู้สูงอายุในตำบลโนนปูน อำเภอไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ มีการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 3 ห่วง 2 เงื่อนไข ดังนี้ (1) กระบวนการเสริมสร้างสุขภาวะทางร่างกาย คือ ผู้สูงอายุควรได้รับการฟื้นฟูและรักษา ร่างกายทั้งระบบ โดยอาศัยยา กระบวนการบำบัดทางกาย ตลอดจนการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม อาทิ การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ครบ 5 หมู่ ในปริมาณที่เหมาะสม การนอนหลับพักผ่อนให้เพียงพอ การออกกำลังกายเป็นประจำสม่ำเสมอ ผู้สูงอายุบางรายสามารถทำงานในปริมาณที่เหมาะสมกับกำลัง เป็นต้น มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤทธิชัย แกมนาคและคณะ (2559) การออกกำลังกายของผู้สูงอายุมีการทำกิจกรรมยืดเส้นยืดสาย เช่น แกว่งแขน ยืดขา ก่อนออกกำลังกาย มีการเตรียมร่างกายให้พร้อมสำหรับการออกกำลังกาย และผู้สูงอายุออกกำลังกายตามสภาวะไม่ถึงขั้นมีความรู้สึกหัวใจเต้นเร็วและแรงขึ้น (2) กระบวนการเสริมสร้างสุขภาวะทางจิตใจ คือ ผู้สูงอายุควรได้รับการผ่อนคลายจิตใจ ทำให้เกิดความสงบ เข้มแข็ง ผ่องใส มีเมตตา มีกำลังใจ ไม่ท้อแท้ ไม่สิ้นหวัง มีสุขภาวะทางจิตที่ดี ข้อมูลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤทธิชัย แกมนาคและคณะ (2559) ผู้สูงอายุมีการจัดการกับความเครียด ด้วยการบอกกับตนเองว่าปัญหาทุกอย่างแก้ไขได้ การสามารถเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีสติ และผู้สูงอายุไม่ค่อยปฏิเสธคำขอร้องของผู้อื่นบ้างในบางโอกาส (3) กระบวนการเสริมสร้างสุขภาวะทางสังคม คือ ผู้สูงอายุควรมีปฏิสัมพันธ์ที่ราบรื่นกับผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว บุตรหลาน ญาติมิตร เพื่อนบ้าน

หรือคนในชุมชน ที่พร้อมเป็นกำลังใจ คอยให้ความช่วยเหลือ มีความเอื้ออาทรซึ่งกันและกัน มีความสามัคคีกัน เป็นต้น ฤทธิชัย แกมนาคและคณะ (2559) การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ผู้สูงอายุมีการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับครอบครัวและเพื่อนบ้านได้ดี มีการสังสรรค์หรือพูดคุยกับเพื่อนบ้านและพึ่งพาช่วยเหลือซึ่งกันและกันกับเพื่อนบ้านใกล้เคียง และผู้สูงอายุไม่ค่อยได้ปรึกษาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของตนเองกับผู้ที่มีความรู้ (4) กระบวนการเสริมสร้างสุขภาวะทางจิตวิญญาณ คือ ผู้สูงอายุควรมีการปรับเปลี่ยนทัศนคติเกี่ยวกับโลกและชีวิต เพื่อให้สามารถปล่อยวางความยึดมั่นถือมั่นทั้งหลาย เพื่อให้ผู้สูงอายุมีอิสระจากความเปลี่ยนแปลงของชีวิต ทั้งนี้ ผู้สูงอายุจะต้องมีสติปัญญา มีเหตุผล รู้จักแยกแยะถูกผิด ใช้ชีวิตบนทางสายกลาง ตั้งตนให้อยู่บนความไม่ประมาท และควรมีการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุรู้จักเตรียมตัวก่อนตาย เพราะท้ายที่สุดของชีวิต คือ ความตาย ฉะนั้น นอกจากจะส่งเสริมให้ความรู้และปัญญาทั้งทางโลกและทางธรรมเกี่ยวกับการมีชีวิตอยู่แล้ว ควรมีการอบรมให้ความรู้กับผู้สูงอายุเกี่ยวกับการเตรียมตัวก่อนตายด้วย เพื่อให้ผู้สูงอายุมีความสุขทั้งโลกนี้และโลกหน้า พระมหาสุเทพ สุทธิญาโณ (ธนิกุล)(2551) ผู้สูงอายุทุกคนมีความสันโดษ ใจกว้าง หนักแน่น มีอารมณ์ขัน ไม่ผูกโกรธ มองโลกในแง่ดี รู้จักทำจิตใจให้สงบและปล่อยวาง และ ผู้สูงอายุรู้เท่าทันชีวิตสังคมและโลก มีความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพด้วยตนเอง รู้จักเลือกรับประทานอาหารและทำกิจที่สบายแก่

3. รูปแบบการเสริมสร้างสุขภาวะตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสังคม และด้านจิตวิญญาณ โดยผู้สูงอายุ ครอบครัว ชุมชน และรัฐ ที่ผู้วิจัยได้อธิบายไว้ข้างต้น มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณีรัตน์ กุลวงษ์ และคณะ(2549) ซึ่งได้มีรูปแบบ 4 ขั้นตอน เริ่มจากขั้นตอนการมีส่วนร่วม มีส่วนร่วมในการเข้ากลุ่ม กำหนดเป้าหมาย ปฏิบัติงานให้ตระหนักถึงคุณค่าและศักดิ์ศรีของผู้สูงอายุ ร่วมคัดเลือกผู้สูงอายุที่มีความรู้ความสามารถมาเป็นผู้ดำเนินกิจกรรม ร่วมในกระบวนการจัดการเรียนรู้ รวมถึงเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้จากหน่วยงานท้องถิ่นตำบลพุดเตย โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลพุดเตย ให้มาร่วมกันดำเนินกิจกรรมให้สอดคล้องกับรูปแบบที่ต้องการพัฒนาไปถึง ตามด้วยขั้นตอนกระบวนการจัดการวางแผนพัฒนาผู้สูงอายุ เตรียมกิจกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาผู้สูงอายุให้ครอบคลุม ทั้ง ๕ ด้าน ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ ด้านจิตใจ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ภายใต้ 3 ห่วง 2 เงื่อนไข พบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ วริยาจันทร์ (2548) 1) ฐานคิด ทุนสังคม และศักยภาพการดูแลผู้สูงอายุเพื่อสร้างชุมชนจัดการตนเอง คือ การมีส่วนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ แก้ไขปัญหาโดยใช้ภาคีเครือข่าย สร้างความมีจิตสาธารณะ เพื่อพัฒนาศักยภาพการดูแลสุขภาพ พัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อสุขภาวะชุมชน

จัดระบบบริการสุขภาพ จัดตั้งกองทุน/สวัสดิการและนำใช้ข้อมูลตำบลมาพัฒนางานอย่างเป็นระบบ 2) รูปแบบการดูแลผู้สูงอายุของชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเอง ใช้ระบบฐานข้อมูลตำบล บูรณาการทุนและศักยภาพทางสังคมภายในและภายนอกพื้นที่ เน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิต สุขภาพ ความเป็นอยู่ และการพึ่งพาตนเอง ดูแลผู้ที่จะเข้าสู่วัยผู้สูงอายุและผู้สูงอายุ โดยเน้น 4 มิติ คือ (1) การดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุที่มีภาวะพึ่งพิง (2) การพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุด้านการเรียนรู้ สัมมาอาชีพ (3) การเตรียมความพร้อมก่อนวัยผู้สูงอายุ (4) การเตรียมความพร้อมก่อนวัยสูงอายุ และ (5) การจัดสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการเสริมสร้างสุขภาวะของผู้สูงอายุเพื่อความเป็นอยู่ที่ดี ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ของจังหวัดสระเกษ” มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. รัฐบาลควรสร้างแรงจูงใจให้ผู้สูงอายุรู้สึกมีคุณค่าและมีศักยภาพ โดยการส่งเสริมสนับสนุนให้มีส่วนร่วมอันเป็นประโยชน์ต่อสังคม
2. ควรมีการส่งเสริมการเรียนรู้ด้านสุขภาวะอย่างต่อเนื่อง โดยการสร้างกลไกการปฏิบัติงานตั้งแต่ในระดับพื้นที่ ระดับจังหวัด หรือภาคีเครือข่าย และระดับนโยบาย เพื่อให้มีการเรียนรู้และเกิดการเสริมสร้างสุขภาวะด้านกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณอย่างต่อเนื่อง
3. การเสริมสร้างให้ผู้สูงอายุมีสุขภาวะทางกายที่ดีควรมีการจัดทำสื่อเอกสารให้ ความรู้ที่หลากหลายแก่ผู้สูงอายุในด้านการบริโภคอาหาร การออกกำลังกายที่เหมาะสม
4. การเสริมสร้างให้ผู้สูงอายุมีสุขภาวะที่ดีทางจิตใจ ควรมีการส่งเสริมสร้าง ความอบอุ่นในครอบครัว ควรมีการส่งเสริมให้ลูกหลานกลับมาเยี่ยมเยียน และมีกิจกรรมวันครอบครัว ภายในชุมชน สร้างความอบอุ่นให้กับผู้สูงอายุ
5. การเสริมสร้างให้ผู้สูงอายุมีสุขภาวะที่ดีทางสังคม ควรให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าไป เยี่ยมผู้สูงอายุและทำการพูดคุยเพื่อรับทราบปัญหาต่าง ๆ ของผู้สูงอายุ และทำการรวบรวมข้อมูล เพื่อไปพัฒนาสิ่งที่ผู้สูงอายุต้องการ
6. การเสริมสร้างให้ผู้สูงอายุมีสุขภาวะที่ดีทางจิตวิญญาณ ควรมีการจัดกิจกรรมที่ เกี่ยวข้องกับการพัฒนาจิตใจ ซึ่งจะช่วยให้สังคมผู้สูงอายุในชุมชนได้รับความรู้จากการฟังธรรม และได้พบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน
7. ควรมีการศึกษารูปแบบการเสริมสร้างสุขภาวะของผู้สูงอายุเพื่อความเป็นอยู่ที่ดี ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ในจังหวัดศรีสะเกษแยกตามอำเภอต่าง ๆ เนื่องจากแต่ละอำเภอมี ความแตกต่างทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

บรรณานุกรม/เอกสารอ้างอิง

- เกษม วัฒนชัย, 2548. หลักคิดแบบองค์รวมของสุขภาพ, มติชน วันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 ปีที่ 28. ฉบับที่ 9838.
- ชูชีพ เปียดนอก. 2559. การเสริมสร้างสุขภาพของผู้สูงอายุตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี, ปีที่ 8 ฉบับที่ 1, 49-56
- ประเวศ วะสี. 2559. กระบวนการทางวิทยาศาสตร์บูรณาการ. สานปฏิรูป, ปีที่ 4 ฉบับที่ 45, 13-14.
- พระมหาสุเทพ สุทธิญาโณ (ธนิกุล). (2551). ปัจจัยทางจิต-สังคมแห่งการมีอายุยืน: กรณีศึกษาผู้มีอายุยืนตั้งแต่ 100 ปี ขึ้นไป., คณะพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- มณีรัตน์ กุลวงษ์. 2559. รูปแบบการพึ่งตนเองตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลพุดเตย อำเภอวิเชียรบุรี จังหวัดเพชรบูรณ์., รายงานการวิจัย, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร).
- ฤทธิชัย แกมภาค และคณะ. 2559. รูปแบบการมีส่วนร่วมในการสร้างเสริมสุขภาพผู้สูงอายุของโรงเรียนผู้สูงอายุวัดหัวฝาย ตำบลสันกลาง อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย, ใน รวมบทความการประชุมสัมมนาวิชาการราชภัฏนครสวรรค์วิจัย ครั้งที่ 1, หน้า 975 – 987.
- วิพรรณ ประจวบเหมาะ. 2553. ภาพรวมประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทย ในการทบทวนและสังเคราะห์องค์ความรู้ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. ๒๕๔๕-๒๕๕๐, กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (มส.ผส.).
- ศากุล ช่างไม้. 2550. ตามรอยพระบาทพระราชาราชภัฏเศรษฐกิจพอเพียง, มหาสารคาม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- สรรเสริญ วงศ์ชูม. 2544. เศรษฐกิจพอเพียง : พื้นฐานสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน, กรุงเทพมหานคร: เพชรรุ่งการพิมพ์.
- สุชาติ โสมประยูร และเอมอัชฌา วัฒนบูรานนท์. 2542. การสอนสุขศึกษา = Health education teaching, กรุงเทพมหานคร: สุขภาพใจ.
- อวย เกตุสิงห์. 2535. ผลงานของศาสตราจารย์นายแพทย์อวย เกตุสิงห์, กรุงเทพมหานคร: ศิวพร.
- Palank. 1991. Determinants of Health-promotive Behavior: A Review of Current Research, (The Nursing Clinics of North America).

**ความสนใจศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้า
สมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
ในเขต จังหวัดเลย จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดขอนแก่น และ จังหวัดชัยภูมิ**

Interest in studying the Bachelor of Business Administration Program in Modern Trade
Business Management in the Faculty of Management, Loei Rajabhat University of students
in grade 12 in the provinces of Loei, Nong Bua Lam Phu, Khon Kaen, and Chaiyaphum,
Thailand

**พลกร วงศ์ลา, สกุนไทย ป้อมมะรัง, สนั่น พรหมศิลา,
บุญส่ง มาสกุล และ เนาวรัตน์ เหล่าวีระกุล¹**

Palakorn Wongla, Sakunthai Pommarang, Sanun Promsila,
Bunsong Masakul and Navarat Laoveerakul

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดทำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ร่วมกับ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสนใจศึกษาต่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตจังหวัดเลย หนองบัวลำภู ขอนแก่น และ ชัยภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่านักเรียนมีความสนใจโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยสามลำดับคือ ด้านการส่งเสริมการเรียนการสอน รองลงมาคือด้านกระบวนการ และด้านความน่าเชื่อถือของหลักสูตร รายข้อพบว่านักเรียนสนใจการจัดการเรียนการสอนที่เรียนรู้จากการปฏิบัติงาน ผู้บริหารสามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจเปิดหลักสูตรการบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยต่อไป

คำสำคัญ : ความสนใจศึกษาต่อ; การเปิดหลักสูตร; หลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่

Abstract

This research is part of a study into the feasibility of offering the Bachelor of Business Administration Program in Modern Trade Business Management. In conjunction with CP ALL Public Company Limited, the objectives of this research were to learn about the

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

interest in studying this program from students in grade 12 in the provinces of Loei, Nong Bua Lam Phu, Khon Kaen, and Chaiyaphum, Thailand.. An analysis of the quantitative data was performed from questionnaires. The results showed that the students have interest to study this course in each area at a high level. The first was interest in the promotion of the course, the process of the course, and the reliability of the course. It was found that the students were most interested in teaching and learning from work-based education. An executive can decide whether to open the Bachelor of Business Administration Program in Modern Trade Business Management in the Faculty of Management in Loei Rajabhat University, Thailand.

Keywords: Interest in studying; open new course; modern trade business management

บทนำ

จากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน ประเทศต่างๆ ได้ให้ความสนใจที่จะแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจมีมากขึ้น มิได้จำกัดขอบเขตอยู่แต่เฉพาะภายในระบบเศรษฐกิจของประเทศตนเองเท่านั้น หากแต่พยายามศึกษาระบบเศรษฐกิจของประเทศอื่นที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจมาเป็นต้นแบบในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศของตน จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดังกล่าวทำให้โลกแคบลง นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงทางการค้าก็มีความเจริญก้าวหน้าเป็นอย่างมากเช่นเดียวกัน จะเห็นได้จากความทันสมัยในการติดต่อสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว ทำให้ประเทศต่างๆ มีโอกาสติดต่อทำการค้าระหว่างประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแตกต่างกัน ต่ า ม แ ต่ ล ะ โ อ ก าส แ ล ะ ความสัมพันธ์ของธุรกิจนั้น ทำให้มีการแข่งขันด้านการค้ารุนแรงสูงขึ้น เปลี่ยนจากการแข่งขันทางอาวุธ และสงครามมาเป็นการแข่งขันทางการค้าแทน

จากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว พฤติกรรมของคนในสังคมก็เปลี่ยนแปลงเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะด้านความต้องการอาชีพที่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน ที่มีปัญหาด้านการแข่งขันทางอาชีพสูง เช่น ในกลุ่มที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีจำนวนมาก แต่งานรองรับมีจำนวนจำกัด หรือผู้ประกอบการไม่ได้ให้ความสำคัญในการจ้างพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการเพราะต้องการจ่ายค่าแรงต่ำเป็นต้น นอกจากนี้ พฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่ต้องการมีธุรกิจเป็นของตนเอง นอกจากนี้ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออาชีพในปี 2561 มาจากภาวะเศรษฐกิจที่คาดว่า

จะขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งคาดว่าเศรษฐกิจจะขยายตัวร้อยละ 4.2 แนวนโยบายการผลักดันประเทศไทยสู่ Thailand 4.0 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงด้าน Mega Trend การเข้าถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ง่ายและราคาไม่สูง รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น นอกจากนี้ภาคธุรกิจได้ปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี โดยนำฐานข้อมูลมาใช้วิเคราะห์และวางแผนธุรกิจมากขึ้น (ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้า, 2560)

ดังนั้น สถานประกอบการที่มีความมั่นคงทางธุรกิจ จึงมีนโยบายในการเข้าถึงกลุ่มแรงงานที่มีคุณสมบัติตรงกับความต้องการของธุรกิจที่สามารถทำงานสนับสนุนธุรกิจของบริษัทได้ เมื่อกล่าวถึงสถานประกอบการที่สามารถรองรับการมีงานทำของนักศึกษาที่จบหลักสูตรได้ ร้อยเปอร์เซ็นต์นั้น บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทเดียว ในประเทศไทยที่ให้ความร่วมมือในการดำเนินการจัดการเรียนควบคู่ไปกับมหาวิทยาลัยในประเทศไทย จำนวน 21 สถาบัน ในรูปแบบทวิภาคีหรือการเรียนทฤษฎีควบคู่กับฝึกปฏิบัติงาน (Work-based Education) โดยสนับสนุนงบประมาณ ในการศึกษาตลอดหลักสูตร 70% และรับนักศึกษาเข้าฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการของบริษัท และ กลุ่มบริษัทในเครือฯ ภายใต้แนวคิด “สร้างเยาวชนสู่มืออาชีพ” ผ่านรูปแบบการเรียนการสอนที่เป็นเอกลักษณ์แบบ Work-based Education ที่มีความสอดคล้องกับความเป็นจริงและเป็นประโยชน์ ผลิตบั่นทิตคุณภาพ มีศักยภาพด้านการทำงาน จบแล้วมีงานทำ 100 % (อรุณี กิ่งแก้ว, 2561)

สถาบันการศึกษาก็เป็นส่วนหนึ่งที่ต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะในระดับมหาวิทยาลัย ซึ่งเปรียบเสมือนความหวังและจุดเริ่มต้นของนักเรียนที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในความต้องการงานทำเมื่อสำเร็จการศึกษา ด้วยเหตุผลดังกล่าว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ได้มองเห็นโอกาสในการจัดทำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ ขึ้น เพื่อจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับนโยบายและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา แต่แนวนโยบายการผลักดันประเทศไทยสู่ Thailand 4.0 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงด้าน Mega Trend ยังคงไม่เพียงพอที่จะรองรับผู้ที่จบระดับปริญญาตรี ในการมีงานทำที่แน่นอนได้ ดังนั้น หากมีการเชื่อมโยงเครือข่ายหรือมีการทำความร่วมมือกับสถานประกอบการเอกชนในการรับเข้านักศึกษาเข้าฝึกงานหรือฝึกประสบการณ์ในสถานประกอบการจริง และสถานประกอบการสามารถระบุคุณสมบัติของผู้ที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีได้ในการรับเข้าทำงานในสถานประกอบการนั้น นั่น คือโอกาสที่แท้จริงของนักศึกษาที่สามารถรับรองการมีงานทำได้เป็นอย่างดี จึงเป็นอีกโอกาสหนึ่งที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ได้ตระหนักในการจัดทำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ขึ้น

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดทำหลักสูตรการบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ ระดับปริญญาตรี 4 ปี ร่วมกับ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) โดยการสำรวจความสนใจของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษาที่ 1/2561 เพื่อให้มีข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจ ของผู้บริหารอย่างชัดเจนและครบถ้วน ในการตัดสินใจเปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา/การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสนใจศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตจังหวัดเลย จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดชัยภูมิ

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดความสนใจในการศึกษาขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการหรือความสนใจ ซึ่งจะแตกต่างกันออกไปตามความสนใจในแต่ละด้าน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาจากแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจ เพื่อนำมาเป็นแนวคิดความสนใจในการศึกษา ดังนี้

1.1 ทฤษฎีแรงจูงใจ

แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึงภาวะอินทรีย์ภายในร่างกายของบุคคลซึ่งเป็นแรงผลักดันหรือกระตุ้นให้บุคคลกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการอันจะนำไปสู่แรงขับภายใน (Internal Drive) การจูงใจจึงเป็นการกระทำทุกวิถีทางที่จะกระตุ้นให้ประพฤติปฏิบัติ กิจกรรมต่างๆ ตามเป้าประสงค์ซึ่งพื้นฐานสำคัญในการกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมที่คาดหวังไว้ก็ด้วยการสร้างอินทรีย์ของบุคคลเหล่านั้นให้เกิดความต้องการ (Desire) ขึ้นก่อนเป็นอันดับแรก จากนั้นบุคคลก็จะเกิดความพยายามสืบเสาะแสวงหาสิ่งที่ต้องการนั่นก็คือการเกิดแรงขับขึ้นภายใน (Drives) หากมีสิ่งจูงใจที่เหมาะสมบุคคลก็จะสนองตอบด้วยการกระทำหรือแสดงพฤติกรรมทุกอย่าง (Behavior) ให้ได้มาซึ่งความสำเร็จอันเป็นเป้าหมายสูงสุด (Goals) (ซินินท์ เลิศประภาภรณ์ : 2553, 12-13) ลาวดอน และ บิตตา (Loundon and Bitta, 1988 : 368) ได้กล่าวถึง แรงจูงใจ คือสภาวะที่อยู่ภายในตัวที่เป็นพลังทำให้ร่างกายมีการเคลื่อนไหว ไป ในทิศทางที่มีเป้าหมายที่ได้เลือกไว้แล้ว ซึ่งมักจะเป็นเป้าหมายที่มีอยู่ในภาวะสิ่งแวดล้อม ส่วน มาสโลว์ (Maslow, 1970 : 35-46) ได้ตั้งทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับแรงจูงใจไว้และเป็นที่ยอมรับกัน อย่างแพร่หลายว่า มูลเหตุอันสำคัญของบุคคลคือความ

ต้องการ (Needs) สมมติฐานดังกล่าวมีความสำคัญกับพฤติกรรมของมนุษย์ คือ 1) มนุษย์มีความต้องการอยู่ตลอดเวลา และไม่มี วันสิ้นสุด 2) ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะเป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม 3) ความต้องการ ของมนุษย์ เป็นลำดับขั้นตามความสำคัญ สรุปได้ว่า มูลเหตุแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมได้นั้นขึ้นอยู่กับความต้องการควบคุม การรับรู้ และความคาดหวัง เพื่อตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆ ของ บุคคล การตัดสินใจแสดงพฤติกรรมใดๆ ของบุคคลเกิดจากสิ่งกระตุ้นที่มาจากแรงจูงใจเพื่อให้กระทำ การในการตอบสนองความสนใจของตน

2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายซึ่ง ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 35-36) ได้กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดไว้ ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตน หรือไม่มีตัวตนก็ได้ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่องค์การบริหารบุคคลผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์มีมูลค่าในสายตาของลูกค้าจึงมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ 2) ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงินราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดมาถัดจากผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้นถ้าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ 3) การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการ 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวข้องกับระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อการติดต่อสื่อสาร 5) พนักงานขาย (Personal) พนักงานขายจะประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการ 6) กระบวนการให้บริการ (Process) กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมากต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือที่ทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า 7) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพสภาพแวดล้อมการออกแบบภาพลักษณ์ของอาคารสถานที่ของตัวผลิตภัณฑ์นั้นว่ามีความเหมาะสมหรือสวยงามเพียงใดสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

3. แนวคิดในการพัฒนาอุดมศึกษาไทยกับการร่วมมือจากภาคธุรกิจ

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2550 : เว็บไซต์) ได้เสนอ การนำผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneur) ในมุมของการศึกษา เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องกับจัดการศึกษา โดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษาได้หันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนให้เป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมมากขึ้น แนวคิดผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneur) เป็นทางออกหนึ่งในการแก้ปัญหาสังคมไทย

ในปัจจุบัน เนื่องจากลักษณะของผู้ประกอบการเพื่อสังคมได้ประสานระหว่างความคล่องตัว ความมีประสิทธิภาพ และความสามารถในการสร้างนวัตกรรมแบบผู้ประกอบการ ร่วมกับควมมีจิตสำนึกต่อสังคมแบบนักพัฒนาสังคมไว้ด้วยกัน ลักษณะของผู้ประกอบการเพื่อสังคมจึงมีความพิเศษ เพราะนอกจากจะมีความสามารถในการบริหารธุรกิจให้ประสบความสำเร็จแล้ว ในตัวของผู้ประกอบการเพื่อสังคมนั้นยังมีความสนใจปัญหาสังคมและต้องการเข้าไปช่วยแก้ไขปัญหา โดยใช้ธุรกิจของตนเป็นเครื่องมือหาแหล่งเงินทุนเพื่อให้การสนับสนุนความตั้งใจที่จะแก้ไขปัญหาสังคมที่ตนเองสนใจ หรือเพื่อให้ความตั้งใจที่จะพัฒนาสังคมให้ดีขึ้นนั้น สามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องไม่ขาดตอน ในต่างประเทศ การสร้างผู้ประกอบการเพื่อสังคมมิใช่เป็นเรื่องใหม่ แต่ได้เปิดการเรียนการสอนและเปิดศูนย์ศึกษาในด้านผู้ประกอบการเพื่อสังคมมานานแล้วในหลายแห่ง เช่น มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard University) วิทยาลัยธุรกิจของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard Business School) 2) มหาวิทยาลัยออกซฟอร์ด (Oxford University) 3) มหาวิทยาลัยดิวค (Duke University) และอีกหลายมหาวิทยาลัย จากตัวอย่างที่ยกมากล่าวข้างต้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งของหลักสูตรโปรแกรม และศูนย์สอนการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ซึ่งจะเห็นได้ว่าการเปิดสอนเกี่ยวกับผู้ประกอบการเพื่อสังคม ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดสอนให้กับนักศึกษาที่เรียนในด้านการบริหารธุรกิจ และสนับสนุนทั้งผู้ประกอบการธุรกิจและผู้ประกอบการทางสังคม ซึ่งสามารถดึงความสนใจของนักศึกษาที่ต้องการทำธุรกิจหรืออยากเป็นผู้ประกอบการให้หันไปสนใจการแก้ไขปัญหาสังคมด้วยนักศึกษาที่เข้ามาเรียนจะถูกฝึกฝนให้เป็นนักธุรกิจ เพื่อสามารถเขียนแผนธุรกิจของตน โดยตัวธุรกิจนั้นต้องไม่ทำร้ายสังคม นอกจากนี้ธุรกิจนั้นจะต้องสามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืนและเติบโตมีกำไร เหมือนกับธุรกิจทั่วไปมากยิ่งขึ้นกว่านั้น แผนธุรกิจนั้นไม่ได้มีเป้าหมายหลักเพื่อแสวงหากำไรสูงสุดแก่องค์กรแต่นำกำไรที่ได้สนับสนุนงานเพื่อแก้ปัญหาสังคมให้สามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องไม่ขาดตอน ถึงแม้การสร้างผู้ประกอบการเพื่อสังคมในประเทศไทยจะยังเป็นเรื่องที่ค่อนข้างใหม่ และหลายฝ่ายอาจมองว่าเป็นเรื่องไม่ง่ายที่จะทำได้จริง แต่เชื่อว่าสังคมไทยยังมีคนที่มีความตั้งใจดี และมีศักยภาพที่อยากเห็นปัญหาสังคมได้รับการแก้ไข และพัฒนาอย่างยั่งยืน การสร้างคนให้เป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ต้องเกิดจากความร่วมมือกันระหว่างภาคประชาสังคม ภาครัฐ และมหาวิทยาลัย โดยให้มหาวิทยาลัยเป็นที่สร้างคน ทั้งนี้อาจจัดตั้ง เป็นคณะหรือสาขาหรือหลักสูตรใหม่ หรือร่วมกับมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ สร้างผู้ประกอบการ เพื่อสังคมขึ้นมาให้มีจำนวนมาก เพื่อเป็นแนวทางหลักในการแก้ปัญหาสังคม และเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจ ซึ่งเป็นมูลเหตุที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมได้นั้นอยู่ภายใต้การควบคุม การรับรู้ และความคาดหวัง เพื่อให้กระทำการในการตอบสนองของความ

สนใจ ของตน และเมื่อนำหลักการตลาด 7P's มาศึกษาร่วมกัน จึงเห็นว่าการวางแผนผสมทางการตลาดใน การเปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ร่วมกับบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 จิตรลดา ชวนชัยสิทธิ์ และ กัลยกร วรกุลภานุรักษ์ (2560) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's สำหรับธุรกิจบริการ ในปัจจัยด้านบุคลากร (Personal) มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านสถาบัน / หลักสูตร (Product) ปัจจัยด้านหลักฐานการกายภาพ (Physical Evidence) ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ (Process) ในระดับมาก ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's สำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ศึกษาพบว่า โดยรวมความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's สำหรับธุรกิจบริการ ใน ระดับมาก โดยปัจจัยด้านบุคลากร (Personal) มีความสำคัญมากที่สุด แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ด้าน อาจารย์ผู้สอน พบว่า มีความสำคัญมากที่สุด ในประเด็น “ความรู้ ความชำนาญ และความสามารถ” และด้านเจ้าหน้าที่ในส่วนงานต่างๆ ที่ให้บริการ พบว่า ในประเด็น “บุคลิภาพและการแต่งกาย” ประเด็น “การรักษาผลประโยชน์ให้แก่ นักศึกษา” มีความสำคัญในระดับมาก นอกจากนี้ ยังพบว่า ปัจจัยด้านสถาบัน / หลักสูตร (Product) ในประเด็น “ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย” ปัจจัยด้านหลักฐาน ทางกายภาพ (Physical Evidence) ใน ประเด็น “ความสวยงามของอาคารสถานที่” รวมถึงปัจจัย ด้านกระบวนการบริการ (Process) ใน ประเด็น “ความเสมอภาคในการบริการ” มีความสำคัญระดับมาก

4.2 ณัชชา สุวรรณวงศ์ (2560) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อใน ระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านสถาบัน ด้านเหตุผลส่วนตัว และ ด้านเศรษฐกิจและสังคม ส่วนรายด้านในข้อคำถาม “เป็นสถานศึกษาที่มีชื่อเสียงด้านการเรียน การสอน” อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านเหตุผลส่วนตัว โดยข้อคำถาม “เป็นความต้องการของผู้ปกครอง” มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และด้านเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อคำถาม “สามารถ นำความรู้ไปประกอบอาชีพเพื่อเป็นรายได้ให้แก่ครอบครัว” มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อยู่ในระดับมาก เช่นกัน

4.3 เมธาวี สุขปาน (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี รวมทั้ง ผลการศึกษาพบว่า คะแนนของความสำคัญทางด้านความพึงพอใจกับต้นทุนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับโอกาสในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ที่วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี เมื่อพิจารณาระดับความสำคัญของปัจจัยทั้งสองด้าน พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ชื่อเสียงของสถานศึกษาที่เป็นที่รู้จักมาอย่างยาวนานและเป็นของรัฐบาล รองลงมาได้แก่ ความชอบและความถนัดส่วนตัว รวมทั้ง การชักชวนจากเพื่อนตามลำดับ

4.4 Cubillo, Sanchez and Cervino (2006) ได้ศึกษา เรื่อง กระบวนการในการตัดสินใจของ นักศึกษาในต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างโมเดลของกระบวนการตัดสินใจของนักศึกษาที่เลือกศึกษาในต่างประเทศที่มาจากหลากหลายปัจจัยแตกต่างกัน เพื่ออธิบาย วิเคราะห์และอธิบายปัจจัย ต่างๆ ต่อการตัดสินใจเลือกของนักเรียน ซึ่งในโมเดลนั้นได้สรุปและนำเสนอขั้นตอนในการตัดสินใจว่าขึ้นกับปัจจัย 5 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) เหตุผลและความส่วนบุคคล 2) ผลกระทบด้านภาพลักษณ์ของประเทศ 3) ภาพลักษณ์ของเมือง 4) ภาพลักษณ์ของสถาบัน และ 5) โปรแกรมการศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนที่กำลังเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 ในเขตจังหวัดเลย จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดชัยภูมิ จำนวน 27,252 คน ในโรงเรียน 249 แห่ง (กลุ่มระบบฐานข้อมูลและสารสนเทศ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ : 10 มกราคม 2561) จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 394 คน และเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีการกระจายไปตามสัดส่วนของประชากรในสถานศึกษาแต่ละขนาด ผู้วิจัยได้ใช้ วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นตามสัดส่วน (Stratified Random Sampling) เพื่อหากกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากรเมื่อได้กลุ่มตัวอย่างแล้วจึงใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling)

2. ขอบเขตการวิจัย ได้แก่ นักเรียนที่กำลังเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 ในเขตจังหวัดเลย จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดชัยภูมิ จำนวน 27,252 คน ในโรงเรียน 249 แห่ง เก็บรวบรวมข้อมูลในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 (พฤษภาคม – มิถุนายน 2561)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยมีวิธีการสร้างแบบสอบถาม โดยสร้างแบบสอบถามเป็น 2 ส่วน ส่วนที่หนึ่งได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert Scale ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือโดยประยุกต์กรอบแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้ (1) ด้านความน่าเชื่อถือของหลักสูตร (Product) (2) ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา (Price) (3) ด้านความน่าเชื่อถือของสถาบันการศึกษาและบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (Place) (4) ด้านการส่งเสริมการเรียนการสอน (Promotion) (5) ด้านความรู้ความสามารถของอาจารย์ประจำหลักสูตร (People) (6) ด้านลักษณะ ทางกายภาพที่ดีในการจัดการเรียนการสอน (Physical Environment) และ (7) ด้านกระบวนการ (Process) หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม(Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967. อ้างถึงใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ. 2549 : 47)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล สถานที่เก็บข้อมูล โดยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 1 เดือน และเก็บแบบสอบถามคืนเพื่อนำมารวบรวมและทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล นำแบบสอบถามที่ได้มาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปตามกระบวนการ คือ 1) วิเคราะห์ความต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 2) จำแนกข้อมูลแต่ละประเภทวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วยการวิเคราะห์ค่าที ที่เป็นอิสระต่อกัน (independent t-test)

สรุปผลการการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของนักเรียน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 77.90) แผนการเรียน วิทย์ – คณิต (ร้อยละ 74.40) รองลงมาศิลป์- ภาษา (ร้อยละ 15.30) เกรตเฉลี่ยสะสมภาคเรียนที่ 2/2560 ระดับ 2.50–2.99 (ร้อยละ 50.70) รองลงมา ระดับ 2.00–2.49 (ร้อยละ 35.80) นักเรียนที่สนใจเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา สนใจ (ร้อยละ 93.20) ผู้ปกครองที่เป็นผู้สนับสนุนค่าใช้จ่าย คือ บิดา มารดา (ร้อยละ 89.40) รองลงมาคือญาติพี่น้อง (ร้อยละ 8.50) ภูมิลำเนาของนักเรียนส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น (ร้อยละ 28.80) รองลงมาคือจังหวัดเลย (ร้อยละ 25.90)

2. นักเรียนมีความสนใจศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย

จากมากไปหาน้อยสามลำดับแรก ดังนี้ ด้านค่าใช้จ่าย คือด้านการส่งเสริมการเรียนการสอน และด้าน ความรู้ความสามารถของอาจารย์ประจำหลักสูตร (\bar{X} = 4.27) รองลงมา คือด้านกระบวนการ (\bar{X} = 4.18) และ ด้านความน่าเชื่อถือของสถาบันการศึกษาและบริษัทซีพีออลล์ จำกัด (มหาชน) (\bar{X} = 4.17) ตามลำดับ

3. เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักเรียนมีความสนใจศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ด้านความรู้ความสามารถของอาจารย์ประจำ หลักสูตร อยู่ในระดับมากที่สุด คือ รายข้ออาจารย์เน้นการเรียนการสอนที่เรียนรู้จากการปฏิบัติงาน (Work-based Education) เป็นสำคัญ (\bar{X} = 4.51)

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่านักเรียนมีความสนใจศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการธุรกิจสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ร่วมกับบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณารายด้าน และ รายข้อ ดังนี้

1. พิจารณาจากรายด้าน พบว่า นักเรียนสนใจศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขา วิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ร่วมกับบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยนักเรียนสนใจด้านการด้านค่าใช้จ่าย ด้านการส่งเสริม การเรียนการสอน และ ด้านความรู้ความสามารถของอาจารย์ประจำหลักสูตร รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ และ ด้านความน่าเชื่อถือของหลักสูตร ตามลำดับ สามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1.1 ด้านค่าใช้จ่าย ด้านการส่งเสริมการเรียนการสอน และ ด้านความรู้ความสามารถของ อาจารย์ประจำหลักสูตร

1.1.1 ด้านค่าใช้จ่าย (Price) เมื่อพิจารณาด้านค่าใช้จ่ายแล้ว พบว่า นักเรียนมี ความสนใจศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขา วิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เนื่องจากมีภาระค่าธรรมเนียมการศึกษาน้อยกว่า การศึกษาในหลักสูตรอื่น นอกจากนี้บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มีสวัสดิการหอพักให้ ไม่ต้อง จ่ายค่าหอพักในการฝึกปฏิบัติงาน นอกจากนี้ ยังสนับสนุน ค่าธรรมเนียมการศึกษา ตลอดหลักสูตร 70% ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชรินทร์ เลิศประภาภรณ์ (2553) ที่กล่าวว่าบุคคลก็จะเกิดความ พยายามสืบเสาะแสวงหาสิ่งที่ต้องการนั่นก็คือการเกิดแรงขับเคลื่อนภายใน หากมีสิ่งจูงใจที่เหมาะสม บุคคลก็จะสนองตอบด้วยการกระทำหรือแสดงพฤติกรรมทุกอย่างให้ได้มาซึ่งความสำเร็จอันเป็น

เป้าหมายสูงสุด ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าการศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย มีเงินสนับสนุนการศึกษาจากบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มีสวัสดิการห้องพักและค่าใช้จ่ายในการเดินทางในขณะฝึกปฏิบัติงานทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายเป็นสิ่งจูงใจที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการทำให้เกิดความสนใจในการเข้าศึกษา

1.1.2 ด้านการส่งเสริมการเรียนการสอน (Promotion) นักเรียนสนใจด้านการส่งเสริมการเรียนการสอน เนื่องจากการส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนดังกล่าวมีรายได้ระหว่างเรียนและฝึกปฏิบัติงาน มีรายได้เป็นของตนเอง ไม่รบกวนผู้ปกครองในการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันในขณะที่ออกฝึกปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัชชา สุวรรณวงศ์ (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ ในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อคำถาม “สามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพเพื่อเป็นรายได้ให้แก่ครอบครัว” มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อาจเป็นการส่งเสริมให้นักเรียนได้รับค่าตอบแทนในการฝึกปฏิบัติงาน ทำให้เกิดรายได้และสามารถรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้วยตัวเอง ไม่เป็นภาระแก่ครอบครัว

1.1.3 ด้านความรู้ความสามารถของอาจารย์ประจำหลักสูตร (People) นักเรียนมีความสนใจด้านความรู้ความสามารถของอาจารย์ประจำหลักสูตร อาจารย์ประจำหลักสูตรมีความรู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ อาจารย์เน้นการเรียนการสอนที่เรียนรู้จากการปฏิบัติงาน (work-based education) เป็นสำคัญ อาจารย์ประจำหลักสูตรมีความรู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ และอาจารย์มีความสามารถในการบูรณาการจัดการเรียนการสอน ที่เน้นคุณธรรมจริยธรรมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจิตรลดา ชวนชัยสิทธิ์ และ กัลยกร วรกุลัญฐานันย์ (2559) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในระดับอุดม ศึกษาที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's สำหรับธุรกิจบริการ ในปัจจัย ด้านบุคคลากร (Personal) มีความสำคัญมากที่สุด อาจเป็นไปได้ว่าการที่มีอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มี ความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และเอาใจใส่นักเรียนจะทำให้นักเรียนเกิดความเชื่อมั่นมากยิ่งขึ้น

1.2 ด้านกระบวนการ (Process) นักเรียนสนใจกระบวนการ เนื่องจาก หลักสูตรมีกระบวนการจัดการเรียนการสอนนั้น มีอาจารย์ที่สามารถให้คำปรึกษาได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจิตรลดา ชวนชัยสิทธิ์ และ กัลยกร วรกุลลัญฐานี (2559) ที่ศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's สำหรับธุรกิจบริการ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ (Process) เป็น ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในระดับอุดมศึกษาในระดับมากเช่นกัน แสดงให้เห็น ถึงความเอาใจใส่ของอาจารย์อย่างใกล้ชิดกับนักเรียนตลอดเวลา นอกจากนี้ ยังมีระบบการให้บริการ ที่ทันสมัยโดยสามารถติดต่อผ่าน เครือข่ายออนไลน์ได้อย่างเป็นระบบ และ ยังมีระบบพี่เลี้ยงที่ดีในการดูแลนักศึกษาที่ออกฝึกการปฏิบัติงาน ทำให้รู้สึกมีความไว้วางใจ อบอุ่นมากยิ่งขึ้น

1.3 ด้านความน่าเชื่อถือของหลักสูตร (Product) นักเรียนมีความสนใจหลักสูตร เนื่องจาก เป็นหลักสูตรที่รองรับการมีงานทำหลังจากจบหลักสูตร 100 % ซึ่งสามารถสร้างความสนใจของผู้ต้องการทำงานทันทีหลังจากสำเร็จการศึกษา ที่สอดคล้องกับงานวิจัยจิตรลดา ชวนชัยสิทธิ์ และ กัลยกร วรกุลลัญฐานี (2559) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's สำหรับธุรกิจบริการ ใน ปัจจัยด้านสถาบัน / หลักสูตร (Product) เป็นปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาเช่นกัน อาจเป็นไปได้ว่า ความน่าเชื่อถือของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ ที่ร่วมมือกับบริษัท ซีพีออลล์ จำกัด (มหาชน) ที่รับรองการได้งานทำทันทีหลังจบการศึกษา ทำให้เรียนมีความสนใจในการเข้าศึกษาเพราะมีความน่าเชื่อถือในรูปแบบของสถาบันทั้งสองสถาบัน

2. เมื่อพิจารณารายชื่อที่นักเรียนให้ความสนใจมากที่สุด คือ ด้านความรู้ความสามารถของอาจารย์ประจำหลักสูตร อยู่ในระดับมากที่สุด คือ อาจารย์เน้นการเรียนการสอนที่เรียนรู้จากการปฏิบัติงาน (Work-based Education) เป็นสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตรลดา ชวนชัยสิทธิ์ และ กัลยกร วรกุลลัญฐานี (2559) ที่ได้พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's สำหรับธุรกิจบริการ ในปัจจัยด้านบุคลากร (Personal) มีความสำคัญมากที่สุด โดยปัจจัยด้านบุคลากร (Personal) มีความสำคัญมากที่สุด คือ ด้าน อาจารย์ผู้สอน พบว่า มีความสำคัญมากที่สุด ในประเด็น “ความรู้ ความชำนาญ และความสามารถ” และด้านเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานต่าง ๆ ที่ให้บริการ ที่มีบุคลิกภาพและการแต่งกายรวมทั้งการรักษามรรยาทให้แก่นักศึกษา มีความสำคัญในระดับมาก อาจเป็นไปได้ว่านักเรียนให้ความสนใจในการเรียนในชั้นเรียนในมหาวิทยาลัยและการเรียนแบบฝึกปฏิบัติงานไปด้วย ทำให้เกิดทักษะด้านการวิชาการ และ วิชาชีพควบคู่กันไปด้วย ซึ่งเป็นโอกาสในการพัฒนาตนเองมากกว่าการเรียนในหลักสูตรอื่น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 ควรดำเนินการจัดทำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ ร่วมกับบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เพื่อรองรับความต้องการของตลาดแรงงาน

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดทำหลักสูตรร่วมกับบริษัทเอกชน ที่มีความต้องการทรัพยากรบุคคลที่มีคุณสมบัติตรงกับความต้องการขององค์การหรือตลาดแรงงานในสาขาวิชาอื่นๆ

2.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบกับต่างประเทศ จะได้มีแนวทางในการบริหารจัดการหลักสูตรที่ทันสมัย และตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานต่างประเทศ

กิตติกรรมประกาศ

วิจัยฉบับนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนสนับสนุนงานวิจัยของบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

เอกสารอ้างอิง

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2550). *เปิดหลักสูตรใหม่? ผู้ประกอบการเพื่อสังคม?*. (22 พฤษภาคม 2561) สืบค้นจาก <http://www.kriengsak.com/node/137>

จิตรลดา ชวนชัยสิทธิ์ และ กัลยกร วรกุลลัญฐานีย์ (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และการผังเมืองมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1. *JC- E Journal 2560 ระดับบัณฑิตศึกษาคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.

(30 มิถุนายน 256) สืบค้นจาก http://203.131.210.100/ejournal/?page_id=1493

ชนินทร์ เลิศประภาภรณ์. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโททางการบัญชี. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.*

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). *การตลาดบริหาร*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ณัชชา สุวรรณวงศ์ (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา (ระบบโควตา) ประจำปีการศึกษา 2560. งานบริหารงานทั่วไป สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน*

- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, นครราชสีมา.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2549). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ.
- ธาวุฒิ ปลื้มสำราญ. (2552). *ความต้องการศึกษาต่อหลักสูตรการศึกษาดุษฎีบัณฑิต คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ภาควิชาพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.*
- เมธาวี สุขปาน. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียน กรณีศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี. เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (2560). *เผยผลสำรวจ 10 ธุรกิจดาวรุ่งปี 2561*. (2 พฤษภาคม 2561). สืบค้นจาก <http://www.moneyandbanking.co.th>.
- อรุณี กิ่งแก้ว. รองผู้อำนวยการ ฝ่ายบริหารโครงการการศึกษา บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์, 25 มิถุนายน 2552.
- Cubillo, J. M., Sanchez, J., and Cervino, J. (2006). International Student's Decision-Making Process. *International Journal of Educational Management*. 20(2): 101-115.
- Loudon, David and Bitta, Albert. 1988. *Consumer Behavior : Concepts and Applications*. 3rd. ed. New York : McGraw Hill.
- Maslow, Abraham H. (1970). *Motivation (Psychology): Self-actualization*. (2nd ed.), Harper&Row, New York: 35-46.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rded.New York.Harper.

การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามนโยบายเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดนครนายก
The Community's Economic Development through The Public Policy of Local Economy
in Nakhon Nayok Province

พัชราวดี ตริชัย¹
สุภาพร สอนอินทร์²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหา และแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามนโยบายเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดนครนายก วิธีวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 24 คน วิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย การสร้างข้อสรุปและยืนยันผลสรุป ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามนโยบายเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดนครนายก มุ่งเน้น 3 ด้าน คือ 1) ด้านการพัฒนาเกษตรสมัยใหม่ 2) ด้านท่องเที่ยวชุมชน และ 3) ด้านการศึกษาพื้นฐานและการพัฒนาผู้นำ 2) ปัญหาการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามนโยบายเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดนครนายก มีปัญหาสำคัญ 2 ด้าน ได้แก่ (1) ปัญหาด้านการศึกษาพื้นฐานและการพัฒนาผู้นำ พบว่า ต้องเร่งพัฒนาหลักสูตรตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย และ (2) เกษตรกรบางคนยังขาดความรู้และมีทัศนคติเชิงลบเกี่ยวกับการดำรงชีวิตแบบพอเพียง ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา และ 3) แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามนโยบายเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดนครนายก มี 4 ประเด็น คือ (1) จัดอบรมพัฒนาเกษตรกรและผู้นำเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่ (2) การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (3) พัฒนาด้านการผลิตและแปรรูป (4) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และประเพณี

คำสำคัญ : การพัฒนา, เศรษฐกิจชุมชน

¹ คณบดีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

² หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการการบิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

Abstract

The aims of this research were studied conditions, problems and guidelines for Community's Economic Development through The Public Policy of Local Economy in Nakhon Nayok Province. The research approach qualitative was using the emphasizing documentary study, an in-depth interview of 28 key informants, analytic Induction, conclusion and verification. The findings were as followed: 1) The condition of developing Community's Economic The Public Policy of Local Economy were emphasis that (1) Modern agriculture (2) Community Tourism and (3) Basic –Education and Leadership development 2) problems of Developing Community's Economic were 2 problems that ; (1) Developing of the Sufficiency Economy Philosophy Curriculum(2) Farmers have lack of knowledge and negative attitude in the Sufficiency Economy Philosophy. 3)guidelines for development of Community's Economic were do ; (1) Training the farmers and community leaders (2) Human Resource and Environment Conservative (3) developing product (4) traditional tourism and Ecotourism promotion

Keywords : Development, Community's Economic

บทนำ

การขับเคลื่อน “เศรษฐกิจฐานราก” ถือเป็น 1 ใน 12 นโยบาย “ประชารัฐ” ที่รัฐบาลปัจจุบันให้ความสำคัญ มีเป้าหมายเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ สร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง ประชาชนมีความสุข และมีรายได้เพิ่มขึ้น เป็นการทำงาน ร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และภาคประชาชน เรียกว่า “นโยบายเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ” (สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน), 2559)

การดำเนินงานตามนโยบาย “เศรษฐกิจฐานราก” คือ สร้างระบบเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นที่สามารถพึ่งตนเอง ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีการช่วยเหลือ เอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน มีคุณธรรม และเป็นระบบเศรษฐกิจที่เอื้อให้ เกิดการพัฒนาด้านอื่นๆ ในพื้นที่ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม ผู้คน ชุมชน วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน ระบบเศรษฐกิจฐานรากจะต้องมีแนวทางการพัฒนาและการจัดการโดยชุมชนท้องถิ่น ให้ครบวงจรมากที่สุด มีการสร้างทุนและกองทุนที่เข้มแข็ง มีการผลิตพื้นฐาน การแปรรูป การบริการ การตลาด การผลิตอาหาร และความจำเป็นพื้นฐานเพื่อการดำรงชีวิต การอยู่ ร่วมกัน สำหรับคนในพื้นที่อย่างพอเพียง และพัฒนาเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือธุรกิจของชุมชน โดยใช้ทั้งความรู้ที่สั่งสมในพื้นที่ หรือที่เป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรมของพื้นที่ และมีการพัฒนาให้ทันสมัย พร้อมกับมีเทคนิค วิทยาการและความรู้ เทคโนโลยี มาพัฒนาเพิ่มเติมให้เหมาะสมกับตลาด หรือสังคมเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้คนและชุมชนท้องถิ่นโดยรวมสามารถ พึ่งตนเอง มีรายได้มากกว่ารายจ่าย และสามารถพัฒนาเป็นผู้ผลิต ผู้สร้างงาน บริการต่างๆ จากท้องถิ่นที่เข้มแข็ง สร้างสรรค์ หลากหลาย มีเอกลักษณ์ ทันสมัย และเชื่อมโยงกับระบบตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ มีความหลากหลายพอเพียง เพื่อเปิดโอกาสและแบ่งปันให้คนทุกกลุ่ม ทุกวัยสามารถมีพื้นที่ และมีโอกาสในการร่วมพัฒนาได้อย่างผสมผสานและสร้างสรรค์ รวมทั้ง สามารถเชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจอื่นๆ ได้อย่างดี อย่างมีฉันทมิตร เป็นธรรม และมีความสัมพันธ์ อย่างเท่าเทียม

การดำเนินงานของจังหวัด ใช้พื้นที่ตำบลเป็นตัวตั้ง โดยกำหนดให้มี เป้าหมาย คือ ระบบเศรษฐกิจชุมชนสร้างความสุขยั่งยืน ยุทธศาสตร์สร้างระบบเศรษฐกิจและทุนชุมชนฐานราก ด้วยหลักเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสังคมมีความสุข เครื่องมือในการดำเนินการ คือ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ภูมิปัญญา ท้องถิ่น และนวัตกรรมเทคโนโลยี โดยพื้นที่บูรณาการรวม 2 - 3 ตำบลขึ้นไป ร่วมปรึกษาหารือ

จังหวัดนครนายก เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่การปกครองส่วนภูมิภาคของจังหวัดนครนายกแบ่งออกเป็น 4 อำเภอ 41 ตำบล 403 หมู่บ้าน 1.อำเภอเมืองนครนายก 2.อำเภอปากพลี 3.อำเภอบ้านนา และ 4.อำเภอองครักษ์มีระยะทางจากกรุงเทพมหานคร 105 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 2,122 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ 1,326,250 ไร่ สภาพพื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบ ทางตอนเหนือและตะวันออกเป็นภูเขาสูงชันในเขตอำเภอ บ้านนา อำเภอเมืองนครนายก และอำเภอปากพลี ส่วนหนึ่งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ซึ่งเป็นเขตรอยต่อกับอีก 3 จังหวัด ได้แก่ สระบุรี นครราชสีมา และปราจีนบุรี ซึ่งมีเทือกเขาติดต่อกับทิวเขาแดงพญาเย็น มียอดเขาสูงที่สุดของจังหวัดคือ ยอดเขาเขียวมีความสูงจากระดับน้ำทะเล 1,351 เมตร ส่วนทางตอนกลางและตอนใต้เป็นที่ราบอันกว้างใหญ่ เป็นส่วนหนึ่งของที่ราบสามเหลี่ยมลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาที่เรียกว่า “ที่ราบกรุงเทพฯ” ลักษณะดินเป็นดินปนทรายและดินเหนียวเหมาะแก่การทำนา ทำสวนผลไม้ และการอยู่อาศัย ทำให้มีการพัฒนากลุ่มอาชีพจำนวนมาก โดยมีกลุ่มดำเนินการตามโครงการเศรษฐกิจฐานราก จำแนกตามกลุ่มอาชีพ 21 กลุ่ม ได้มีการสำรวจการปฏิบัติงานของคณะทำงานและเจ้าหน้าที่กลุ่มต่าง ๆ รวมถึงการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน พบว่า ด้านการพัฒนาพื้นฐานทางกายภาพ โดยภาพรวมมีระดับปฏิบัติการอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งด้านการบริโภคและการผลิต ซึ่งแผนการดำเนินงานในปี พ.ศ. 2560 คณะทำงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐจังหวัด ได้กำหนดแนวทางการการพัฒนาและการบูรณาการงบประมาณ ใน 3 ด้านหลัก คือ ด้านเกษตร ด้านแปรรูป และด้านท่องเที่ยวชุมชน ของจังหวัด

ผู้วิจัย จึงมีความสนใจ ที่จะวิจัยศึกษาสภาพปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนา เศรษฐกิจชุมชนตามนโยบายเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดนครนายก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ประโยชน์ต่อการพัฒนานโยบายภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกันในมิติของภาครัฐ และเป็นประโยชน์ในวงวิชาการ โดยรวม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามนโยบายเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามนโยบายเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดนครนายก
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามนโยบายเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดนครนายก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) เพื่อที่จะสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยการเลือกแบบเจาะจง ผู้ที่เป็นผู้นำชุมชน 12 คน และประธานกลุ่มอาชีพ 12 คน รวมผู้ให้ข้อมูล 2428 คน
2. ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยศึกษาวิจัย ดังนี้
 - 2.1 การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) เป็นการศึกษานโยบายเศรษฐกิจฐานรากและ ภาครัฐ ศึกษารายงานข้อมูลการพัฒนาจังหวัด และข่าวเศรษฐกิจ/ธุรกิจ/ชุมชนของจังหวัด
 - 2.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ทำการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างตามกรอบวัตถุประสงค์ นัดหมายขอสัมภาษณ์ตามตารางการนัดหมาย โดยขอความร่วมมือไปยังประธาน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ใช้แบบสัมภาษณ์ โดยใช้ผู้วิจัยเป็นเครื่องมือในการวิจัย ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
2. ใช้แบบวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research) โดยการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารการเผยแพร่ข้อมูลเรื่องทั่วไปเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชนตามนโยบายเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดนครนายก ตั้งแต่ พ.ศ. 2555 – ถึง พ.ศ. 2560 โดยผู้วิจัยใช้ข้อมูลจากการวิจัยเอกสารนี้เป็นแนวทางของ การวิเคราะห์และตีความร่วมกับข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เจาะลึกและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยผู้วิจัยนัดหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แบ่งเป็น 2 รอบ รอบที่ 1 สัมภาษณ์ผู้นำชุมชน จำนวน 12 คน

รอบที่ 2 สัมภาษณ์ประธานกลุ่มอาชีพ จำนวน 12 คน ทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยอีก 2 คน ทำการสัมภาษณ์ จดบันทึก และบันทึกเสียงด้วย

การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ทำการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) (สฤงศ์ จันทวานิช, 2553) ทั้ง 1) ด้านข้อมูล (data triangulation) 2) ด้านผู้วิจัย (investigator triangulation) และ 3) ด้านวิธีรวบรวมข้อมูล จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Analytic Induction)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูล จำนวน 24 คน เป็นผู้นำชุมชน 14 คน และ ประธานกลุ่มอาชีพ 14 คน โดยรวมแล้วส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 60.71 มีอายุระหว่าง 50 - 54 ปี คิดเป็นร้อยละ 64.28 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 78.57 การศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 75.00 ประกอบอาชีพทำนา คิดเป็นร้อยละ 57.14

สรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. สภาพการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามนโยบายเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดนครนายก พบว่า

มีการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามนโยบายเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดนครนายก โดยมีการดำเนินการอย่างจริงจังและเข้มแข็งในทุกด้าน ดังนี้

- 1) การวางแผนพัฒนากิจกรรมที่เป็นจุดเน้น 3 ด้าน คือ (1) ด้านการพัฒนาเกษตรสมัยใหม่ (2) ด้านท่องเที่ยวชุมชน และ (3) ด้านการศึกษาพื้นฐานและการพัฒนาผู้นำ
 - 2) การพัฒนาผู้นำเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่ ได้แก่ (1) ด้านวิธีการผลิตสินค้า (2) การระดมทุน และ (3) การขายสินค้า
 - 3) การพัฒนากลุ่ม/ องค์กรชุมชน เห็นว่า สมาชิกกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มเป็นอย่างดี มีส่วนร่วมในการพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ และมีความพึงพอใจในการผลิตสินค้า การดำเนินชีวิตตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
 - 4) การพัฒนากิจกรรมในกระบวนการเศรษฐกิจชุมชน ได้แก่ การผลิต การบริโภค การแปรรูป และการขาย โดยมุ่งเน้นตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง คือ ทำมาหากิน พออยู่พอกิน เลี้ยงครอบครัวก่อน จึงพัฒนาการขยายผลสู่ตลาดที่กว้างขึ้น
 - 5) การพัฒนาด้านการจัดสรรกำไรส่วนเกิน มีการจัดสรร 2 ส่วน คือ 1) ให้การศึกษา โดยสนับสนุนอุปกรณ์การเรียน หนังสือเรียน อุปกรณ์ อุปกรณ์กีฬา และการทัศนศึกษาดูงาน เป็นต้น และ 2) ให้ความอนุเคราะห์ชุมชน โดยช่วยเหลือผู้พิการ ให้การรักษาพยาบาลคนชรา เป็นต้น
2. ปัญหาการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามนโยบายเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดนครนายก มีปัญหาสำคัญ 2 ด้าน ได้แก่ 1) ปัญหา ด้านการศึกษาพื้นฐานและการพัฒนาผู้นำ พบว่า การบริหารจัดการและการจัดการเรียนการสอนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงต้องเร่งดำเนินการพัฒนาหลักสูตรที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย และ 2) เกษตรกรบางคนยังขาดความรู้และมีทัศนคติเชิงลบเกี่ยวกับการดำรงชีวิตแบบพอเพียง ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา

3. แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามนโยบายเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดนครนายก มี 4 ประเด็น คือ (1) จัดอบรมพัฒนาเกษตรกรและผู้นำเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่ (2) การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (3) พัฒนาด้านการผลิตและแปรรูป (4) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และประเพณี



อภิปรายผล

จากผลการวิจัยมีประเด็นที่น่าสนใจในการอภิปราย ดังนี้

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า สภาพการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามนโยบายเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดนครนายก มีการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามนโยบายเศรษฐกิจฐานรากโดยมีการดำเนินการอย่างจริงจังและเข้มแข็งในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มีการวางแผนพัฒนากิจกรรมที่เป็นจุดเน้น 3 ด้าน คือ (1) ด้านการพัฒนาเกษตรสมัยใหม่ (2) ด้านท่องเที่ยวชุมชน และ (3) ด้านการศึกษาพื้นฐานและการพัฒนาผู้นำ กับประเด็นของการการพัฒนากลุ่ม/ องค์กรชุมชน ที่พบว่า สมาชิกกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มเป็นอย่างดี มีส่วนร่วมในการพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ และมีความพึงพอใจในการผลิตสินค้า การดำเนินชีวิตตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผลการวิจัยดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่าทีมขับเคลื่อนและชุมชน/ผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายมีการ่วมงานกันในกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก คณะทำงานพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชากรรัฐของจังหวัดยึดเป้าหมายเฉพาะที่ชัดเจน เอาความต้องการประชาชนเป็นตัวตั้ง เน้นการมีส่วนร่วม สอดคล้องกับแนวทางที่สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) (2559) ได้กล่าวถึง หลักนโยบายเศรษฐกิจฐานรากและประชากรรัฐ เพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้ เข้มแข็ง ประชาชนมีความสุข และมีรายได้เพิ่มขึ้น เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และภาคประชาชน อย่างแท้จริง

ในขณะที่สภาพการพัฒนากิจกรรมในกระบวนการการเศรษฐกิจชุมชน ได้แก่ การผลิต การบริโภค การแปรรูป และการขาย โดยมุ่งเน้นตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง คือ ทำมาหากิน พออยู่พอกิน เลี้ยงครอบครัวก่อน จึงพัฒนาการขยายผลสู่ตลาดที่กว้างขึ้น นั้น เป็นที่ยอมรับว่า ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาใช้แก้ปัญหาเศรษฐกิจครัวเรือน เสริมสร้างการกินอยู่อย่างเพียงพอ และสามารถพัฒนาต่อยอดเป็นธุรกิจชุมชน ทำให้ชุมชนพึ่งตนเองได้ เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของเสธา เขียว (2559) ที่ได้ศึกษาแนวทางการจัดการเศรษฐกิจชุมชนของชุมชนราชธานีโสภณ ตำบลบึงใหม่ อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่ามีคณะกรรมการบริหารชุมชนทำหน้าที่ในการบริหารชุมชน สภาพของเศรษฐกิจชุมชนมีการทำกิจกรรมด้านแปรรูปผลผลิตของหมู่บ้านในรูปของสหกรณ์บุญนิยม มีปรัชญาที่จะแปรรูปผลผลิต ซึ่งไม่ใช่เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตแต่เป็นการเพิ่มพูนภูมิปัญญาและพัฒนาเทคโนโลยี รูปแบบการจัดการเศรษฐกิจชุมชนในด้านสภาพเศรษฐกิจ เป็นการผลิตเพื่อบริโภคเองภายในชุมชนมากกว่าการผลิตในรูปของการจำหน่าย

2. ในด้านปัญหาการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามนโยบายเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดนครนายก ที่พบว่า มีปัญหาสำคัญที่น่าสนใจ คือ ด้านการศึกษาพื้นฐานและการพัฒนาผู้นำ พบว่าการบริหารจัดการและการจัดการเรียนการสอนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงต้องเร่งดำเนินการพัฒนาหลักสูตรที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย นั้น อาจเป็นเพราะว่าหน่วยงานทุกหน่วยงานยังขาดความสนใจและเอาใจใส่อย่างจริงจังต่อการพัฒนาด้านการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาครูและนักเรียน ถือเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญที่สุดที่ควรจะได้มีการพัฒนา โดยควรลงทุนด้านสื่ออุปกรณ์การอบรม หลักสูตรต่าง ๆ สื่อออนไลน์ที่บรรจุเนื้อหาที่ดีทันสมัยและทำให้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีความเข้าใจง่ายสำหรับเด็กสอดคล้องกับแนวคิดของ ศุภชัย เจียรวนนท์(2560) กล่าวถึงเป้าหมายหลักในการพัฒนาด้านการศึกษา คือ พัฒนาโรงเรียนต้นแบบ พัฒนาผู้นำ School Partner จากภาคเอกชน พัฒนาหลักสูตร ระบบวัดผลออนไลน์และการเปิดเผยข้อมูลโปร่งใส ระบบการเรียนโต้ะกลม พัฒนาผู้นำครูต้นแบบร่วมกับผู้บริหารรุ่นใหม่ เป็นต้น

ส่วนประเด็นปัญหาเกี่ยวกับเกษตรกรบางคนยังขาดความรู้และมีทัศนคติเชิงลบเกี่ยวกับการดำรงชีวิตแบบพอเพียงทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา นั้น อาจเนื่องมาจากยังขาดเจ้าหน้าที่วิทยากร และหลักสูตรที่เหมาะสมสำหรับการให้ความรู้เศรษฐกิจพอเพียงแก่เกษตรกร โดยควรจะเป็นการประยุกต์และบูรณาการกับภูมิปัญญาที่เกษตรกรมีอยู่แล้ว หรืออาจหาต้นแบบ ตัวอย่างเกษตรกรที่

3. อย่างไรก็ตาม จากผลการวิจัยที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามนโยบายเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดนครนายก พบว่า มี 4 ประเด็น คือ (1) จัดอบรมพัฒนาเกษตรกรและผู้นำเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่ (2) การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (3) พัฒนาด้านการผลิตและแปรรูป (4) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และประเพณี นั้น อาจเนื่องมาจาก จังหวัดนครนายกมีความเหมาะสมด้านพื้นที่ บริบทของเมืองเป็นแหล่งที่มีธรรมชาติเอื้อต่อการท่องเที่ยวหลายแห่ง คณะทำงานขับเคลื่อนการพัฒนาและนโยบายเป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลให้มีโอกาสในการพัฒนาได้สำเร็จ จึงเป็นแนวทางยุทธศาสตร์การพัฒนาคู่ที่เหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของทวี วัชรเกียรติศักดิ์ (2559) ที่พบว่า บริบทเชิงพื้นที่ในการดำเนินงานและการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ทั้งองค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชน มีความพร้อมต่อการพัฒนา แนวทางและการดำเนินการส่งเสริมการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งนี้

1. ควรเน้นความร่วมมือทุกภาคส่วนในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยการระดมทุนการพัฒนาการผลิตสินค้า การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. ควรจัดประชุมชี้แจงนโยบายและสำรวจความต้องการในการอบรมพัฒนาความรู้การประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงอย่างเข้มแข็งทั้งในภาคการเกษตร ชุมชน ประชาชนทั่วไป และโรงเรียน

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยพัฒนารูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้นำชุมชนต้นแบบเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งอาจใช้วิธีการศึกษาวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้มีรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้นำที่เหมาะสม สามารถเพิ่มความเข้มแข็งแก่ชุมชนและสมาชิกในชุมชนได้
2. ควรมีการวิจัยต่อยอดเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนสู่วิสาหกิจเพื่อสังคม

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการการยุทธศาสตร์เศรษฐกิจฐานราก. (2559). **คู่มือการส่งเสริมการพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานราก**. กรุงเทพมหานคร: สำนักสนับสนุนขบวนองค์กรชุมชน และสำนักสื่อสารการพัฒนา สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน).
- ทอแสงระวี ถีตะแก้ว. (2556). “ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนวัฒนธรรมเศรษฐกิจฐานรากในพื้นที่ฝั่งตะวันออกจังหวัดปทุมธานี”. **วารสารมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. สำนักพิมพ์ สถาบันยุทธศาสตร์ทางปัญญาและวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ทวี วัชรเกียรติศักดิ์. (2559). “การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนโดยการพัฒนากลุ่มอาชีพ ในพื้นที่ องค์การบริหารส่วนตำบลพลสงคราม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา”. **วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ**, 5 (1), 43 -54.
- ปฎิวัติ ปิ่นสกุล. (2553). “แนวทางการเสริมสร้างความ เข้มแข็งในกลุ่มอาชีพของชุมชนตำบล มะขามล้ม อำเภอบางปลาม้า จังหวัด สุพรรณบุรี”. **การศึกษานิพนธ์ปริญญา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต**, สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศุภชัย เจียรนวนนท์. “บรรยายความร่วมมือตามโครงการสานพลังประชารัฐ” ในการประชุมวิชาการ **แลกเปลี่ยนเรียนรู้การดำเนินโครงการพัฒนาคุณภาพการศึกษาและการพัฒนาท้องถิ่น โดยมีสถาบันอุดมศึกษาเป็นพี่เลี้ยง (U-School Mentoring)**. วันที่ 15 กันยายน 2560 ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ.
- สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน). (2559). **การส่งเสริมการพัฒนา “ระบบเศรษฐกิจฐานราก”**. กรุงเทพมหานคร: สำนักสนับสนุนขบวนองค์กรชุมชน และสำนักสื่อสารการพัฒนา สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน)
- เสธา เขียว. (2552). “แนวทางการจัดการเศรษฐกิจชุมชนของชุมชนราชธานีอโศก ตำบลบึงใหม่ อำเภอลำลูกกา จังหวัดอุบลราชธานี”. **วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต** มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของ
เจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง

Factors Influencing the Passenger Satisfaction towards the Services of
the Employees at Don Mueang International Airport

พัชรี อนุสิทธิ์¹

Patcharee Anusit

ปิยะนนท์ พริงน้อย²

Piyanon Phuengnoi

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง และเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองกับปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง ณ บริเวณอาคารผู้โดยสารภายในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีทางสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ one-way ANOVA ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใช้การทดสอบรายคู่โดยวิธี LSD

ผลการวิจัยพบว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน โดยอันดับแรกคือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้โดยสาร รองลงมาคือ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และอันดับสุดท้ายคือ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้โดยสาร ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ผู้โดยสารที่มีเพศ อายุ และสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ ผู้โดยสาร เจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ประจำ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) analyze the passenger satisfaction towards the services of the employees at Don Mueang International Airport, and 2) compare the factors influencing the passenger satisfaction towards the services of the employees at Don Mueang International Airport, according to the personal background. Four hundred Thai passengers who had received the services of the employees at Don Mueang International Airport at the Domestic and International Terminals were selected as the samples for this research. The research tool was the questionnaire. The data received were analyzed by descriptive statistics (percentage, mean, standard deviation, t-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 of the research were that the majority of the respondents were satisfied with the services of the employees at Don Mueang International Airport at high level. When considering at each factor, the factor of confidence received the highest mean score. Next on down were credibility and trust, responsiveness, concreteness of services, and understanding the respondents' needs, respectively. In addition, in terms of the results of the hypothetical testing, it found that the respondents who were from different educational background, occupation, and average monthly income had different overall and each factor of the respondents' satisfaction towards the services of the employees at Don Mueang International Airport at statistical significant level of 0.05. In contrast, the respondents who were from different gender, age group, and marital status had no difference in overall and each factor of satisfaction towards the services of the employees at Don Mueang International Airport at statistical significant level of 0.05.

Key Words: Satisfaction; Passengers; Employees at Don Mueang International Airport

บทนำ

ธุรกิจการบินถือเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศไทย เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวซึ่งสร้างมูลค่ามหาศาลให้แก่ประเทศไทย ยิ่งไปกว่านั้น การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economics Community) ทำให้ผู้คนมีความต้องการใช้บริการโดยสารเครื่องบินเพื่อเดินทางท่องเที่ยวและติดต่อธุรกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศเพิ่ม

มากขึ้น และในฐานะที่ไทยเป็นประเทศศูนย์กลางของธุรกิจการบินในภูมิภาคและเป็นประเทศที่มีข้อได้เปรียบจากทำเลที่ตั้ง เนื่องจากมีพรมแดนติดกับประเทศในอาเซียนถึง 4 ประเทศ จะส่งผลให้ธุรกิจการบินมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญซึ่งจะส่งผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

หนึ่งในท่าอากาศยานที่เก่าแก่และสำคัญของท่าอากาศยานไทย คือ “สนามบินดอนเมือง” หรือ “ท่าอากาศยานดอนเมือง” หรือชื่อเดิมคือ “ท่าอากาศยานนานาชาติกรุงเทพ” เป็นสนามบินแห่งแรกของประเทศไทย โดยตั้งอยู่ที่เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ถือเป็นองค์กรที่ดำเนินงานด้านธุรกิจบริการประเภทหนึ่ง

ทั้งนี้ ท่าอากาศยานดอนเมืองมีการวางแผนพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ตอบสนองและรองรับการเจริญเติบโตที่เกิดขึ้น ทั้งในด้านการบริการและในด้านปฏิบัติการ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจในการบริการที่สะดวก รวดเร็ว และไม่ยุ่งยากให้กับผู้ใช้บริการ (กรุงเทพธุรกิจ, <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/795000>, 8 มีนาคม 2561) สำหรับผู้ที่มิชอบบทบาทสำคัญในการดำเนินงานบริการคงหนีไม่พ้น “เจ้าหน้าที่ให้บริการ” ดังที่ จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2555 : 42) กล่าวว่า พนักงานบริการ เป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ พนักงานบริการที่ตระหนักถึงลูกค้าเป็นสำคัญ จะแสดงพฤติกรรมบริการหรือตอบสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกบริการ

อย่างไรก็ตาม การส่งมอบบริการที่ดีที่สุดไม่ใช่สิ่งที่ถูกต้องเสมอไป หากแต่เป็นการมอบบริการที่ตรงกับความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการต่างหากที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจได้ ดังที่ พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคกุล (2549 : 54-56) กล่าวถึงการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Service Quality) ว่า มิใช่เป็นการส่งมอบบริการที่ดีที่สุดให้ลูกค้า แต่เป็นการส่งมอบบริการตามความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้ลูกค้าเป้าหมายที่ได้รับบริการไปแล้วเกิดความพึงพอใจ

ดังนั้น ในการวางแผนพัฒนาคุณภาพบริการของท่าอากาศยานดอนเมือง จึงควรคำนึงถึงคือ ความคิดเห็น ความต้องการ และปัจจัยที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้วย ดังที่ จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551 : 74-75) กล่าวว่า การรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อสะท้อนประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานบริการ ซึ่งจะเป็นตัวชี้ข้อบกพร่องและข้อได้เปรียบขององค์กร เพื่อการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาคุณภาพของการบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า อันนำมาซึ่งความพึงพอใจในการบริการ เพราะเป้าหมายสูงสุดของความความสำเร็จในการดำเนินงานบริการ คือ ความพึงพอใจของลูกค้า

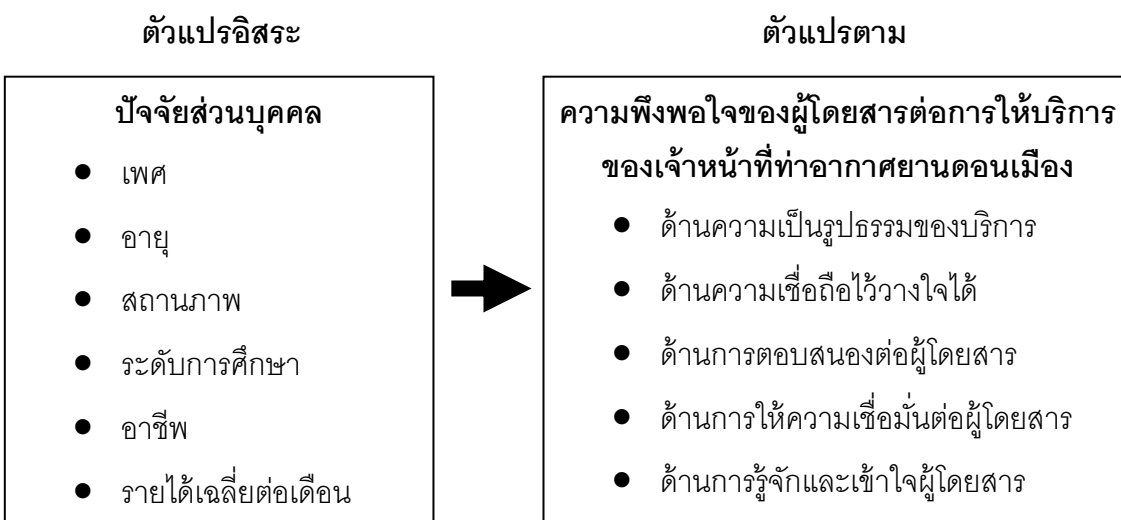
ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการปรับปรุงพัฒนาและการวางแผนกำหนดคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง รวมถึงสามารถนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์การให้บริการในธุรกิจด้านการบิน หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้อย่างตรงจุดมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองกับปัจจัยส่วนบุคคล

กรอบแนวคิดของการวิจัย

กรอบแนวคิดของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าตำรา เอกสาร ผลงานวิจัย แนวคิดทฤษฎีของนักวิชาการหลายท่านและนำมาบูรณาการ ซึ่งทำการศึกษาเฉพาะปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง โดยนำทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (SERVQUAL) ซึ่งประกอบด้วย 5 มิติของคุณภาพบริการ (Dimensions of Service Quality) ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสาร ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้โดยสาร และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้โดยสาร ของพาราสุรามาน ซีแทมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Ziethaml, and Berry, 1990 อ้างถึงใน ชัชวาล อรรถศรีศุภทัต, 2554) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังนี้



วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง ณ บริเวณอาคารผู้โดยสารภายในประเทศ และระหว่างประเทศที่ไม่ทราบจำนวนแน่ชัด จึงคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G.Cochran โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2552 : 74) ดังนี้

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{e^2}$$

- เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยจะสุ่ม (กำหนด $P = 0.50$)
 Z = ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ 95% (มีค่าเท่ากับ 1.96)
 e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 5%

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดให้ P (สัดส่วนของประชากร) เท่ากับ 50% หรือ 0.50 ต้องการความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 5% (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552 : 48)

$$\text{แทนค่า } n = \frac{(0.50)(1 - 0.50)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

จากผลการคำนวณพบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เท่ากับ 384.16 เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมประชากรทั้งหมดมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ในลักษณะของการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับสถิติที่ใช้ในวิเคราะห์เปรียบเทียบจำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล คือ ค่า t -test เพื่อทดสอบสมมติฐานสำหรับกรณีกลุ่มตัวแปรอิสระ 2 กลุ่ม คือ เพศ ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ตามตัวแปร อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one-way ANOVA) และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง โดยเก็บกับผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง ณ บริเวณอาคารผู้โดยสารภายในประเทศและระหว่างประเทศจำนวน 400 ชุด เมื่อได้รับแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

สรุปผลการวิจัย

ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในด้านพบว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน โดยอันดับแรกคือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้โดยสาร รองลงมาคือ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสาร ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และอันดับสุดท้ายคือ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้โดยสาร

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองของผู้โดยสารโดยรวม

n = 400

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	3.76	0.71	มาก	4
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	3.82	0.68	มาก	2
ด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสาร	3.77	0.72	มาก	3
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้โดยสาร	3.83	0.69	มาก	1
ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้โดยสาร	3.72	0.77	มาก	5
โดยรวม	3.78	0.65	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78) เมื่อพิจารณาในด้านพบว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน โดยอันดับแรกคือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้โดยสาร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83) รองลงมาคือ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82) ด้านการ

ตอบสนองต่อผู้โดยสาร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76) และอันดับสุดท้ายคือ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้โดยสาร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง โดยสรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้โดยสารที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองแตกต่างกัน พบว่า ผู้โดยสารที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ผู้โดยสารที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองแตกต่างกัน พบว่า ผู้โดยสารที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ผู้โดยสารที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองแตกต่างกัน พบว่า ผู้โดยสารที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองแตกต่างกัน พบว่า ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 5 ผู้โดยสารที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองแตกต่างกัน พบว่า ผู้โดยสารที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสาร ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้โดยสาร และความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้โดยสารไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 6 ผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองแตกต่างกัน พบว่า ผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองโดยรวมและทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผล

จากผลสรุปการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง

การอภิปรายผลประเด็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง สามารถแบ่งได้เป็น 5 ด้าน ดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ พบว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริวิมล คำวงศ์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดีต่อบริษัทจัดท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในมิติด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (TAN) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังพบว่า ประเด็นที่ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการเป็นอันดับแรกคือ บุคลิกภาพความเป็นมืออาชีพของเจ้าหน้าที่ และความตั้งใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ซึ่งนั่นเป็นสิ่งที่บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองสามารถสะท้อนออกมาให้เห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม จนทำให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจต่อบริการอย่างมาก สอดคล้องกับที่ พาราสุรามาน ซีแทมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml, and Berry, 1990 อ้างถึงใน ชัชวาล อรรวงค์สุภทัต, 2554) กล่าวว่า ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าจะได้รับการดูแล ห่วงใย บุคลิกภาพความเป็นมืออาชีพ และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกรับเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้นๆ ได้ชัดเจนขึ้น

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ พบว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริวิมล คำวงศ์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้นื้อเชื่อถือใจ และความภักดีต่อบริษัทจัดท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในมิติด้านความน่าเชื่อถือ (REL) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังพบว่า ประเด็นที่ผู้โดยสารความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้เป็นอันดับแรกคือ การที่เจ้าหน้าที่สร้างความมั่นใจให้แก่ผู้โดยสาร รองลงมาคือ การบริการมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้ การให้บริการมีความสม่ำเสมอ มีความถูกต้องเหมาะสมในทุกจุดของบริการ ทั้งนี้เนื่องจากเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองมีทักษะความสามารถที่ในการความมั่นใจให้แก่ผู้โดยสาร ผสานกับการทำงานอย่างเป็นระบบ จึงทำให้การทำงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ถูกต้องทุกจุดของบริการ สอดคล้องกับทีกัตัญญ์ นีรัญญสมบุรณ์ (2556 : 1) กล่าวว่า การบริการคือ กิจกรรมการดำเนินการที่เสมือนไร้ตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้เฉกเช่นเดียวกับสินค้า ซึ่งมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้บังเกิดความพึงพอใจด้วยฝีมือผู้ให้บริการ และระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ

ด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสาร พบว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริวิมล คำวงศ์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้นื้อเชื่อถือใจ และความภักดีต่อบริษัทจัดท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในมิติด้านการตอบสนองความต้องการ (RES) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังพบว่า ประเด็นที่ผู้โดยสารความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง ด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสารเป็นอันดับแรกคือ การที่เจ้าหน้าที่มีความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้อย่างทันท่วงที ผู้โดยสารสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย ผู้โดยสารได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ จากผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองมีความพร้อมในการให้บริการผู้โดยสารด้วยความเต็มใจ รวมถึงมีการเตรียมการตอบสนองเพื่อช่วยเหลือหรืออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้โดยสารได้อย่างรวดเร็ว จนทำให้ผู้โดยสารเกิดความรู้สึกพึงพอใจในระดับมากตามมา สอดคล้องกับแนวคิดของครอสบี (Crosby, 1988 : 15 อ้างถึงใน ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต, 2554) ที่กล่าวไว้ว่า คุณภาพการ

ให้บริการ หรือ “Service Quality” นั้น เป็นแนวคิดที่ถือหลักการตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริการ

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้โดยสาร พบว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้โดยสาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริวิมล คำวงศ์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจความไว้นื้อเชื่อใจ และความภักดีต่อบริษัทจัดท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในมิติด้านความมั่นใจ/ให้ความเชื่อมั่น (ASS) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังพบว่า ประเด็นที่ผู้โดยสารความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้โดยสารเป็นอันดับแรกคือ การที่เจ้าหน้าที่มีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการ รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารด้วยกริยามารยาทที่ดี เจ้าหน้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารด้วยความสุภาพ จากผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้โดยสาร ซึ่งการที่เจ้าหน้าที่มีทักษะความรู้ความสามารถ มีมารยาทที่ดี และมีความสุภาพ ก็สามารถทำให้ผู้โดยสารพอใจและพึงพอใจคุณภาพการบริการในระดับมากตามมา สอดคล้องกับแนวคิดของสมิต สัชฌุกร (2554 : 29) ที่กล่าวถึง พฤติกรรมของผู้ที่จะทำงานบริการได้ดีคนหนึ่งไว้ว่า ผู้ใช้บริการทุกคนต้องการติดต่อขอรับบริการจากผู้ซึ่งมีกิริยาสุภาพ และรังเกียจผู้ซึ่งมีกิริยาหยาบคาย การที่มีผู้ทำงานบริการมีกิริยาสุภาพอ่อนน้อมจะเป็นเครื่องเชิดหน้าชูตาหรือเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน นอกจากนี้มีกิริยาสุภาพแล้ว การแสดงออกถึงความมีมารยาท รู้จักที่สูงที่ต่ำ ที่ชอบที่ควร นับเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ทำงานบริการจะต้องตระหนักรู้และประพฤติปฏิบัติอย่างระมัดระวัง หากมีข้อผิดพลาด ใด ๆ เกิดขึ้นจะนำความเสียหายมาสู่หน่วยงานอย่างมาก

ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้โดยสาร พบว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจผู้โดยสารโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริวิมล คำวงศ์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้นื้อเชื่อใจ และความภักดีต่อบริษัทจัดท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในมิติด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ (EMP) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังพบว่า ประเด็นที่ผู้โดยสารความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้โดยสารเป็นอันดับแรกคือ การที่เจ้าหน้าที่เข้าใจความต้องการของผู้โดยสาร รองลงมาคือ

เจ้าหน้าที่ให้บริการได้ตรงกับความต้องการของผู้โดยสาร เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ผู้โดยสาร จากผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองรู้จักและเข้าใจความต้องการ รวมถึงใส่ใจดูแลผู้โดยสารเป็นอย่างดี จนส่งผลให้ผู้โดยสารเกิดความรู้สึกพึงพอใจในระดับมาก ตามมา สอดคล้องกับแนวคิดของจิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2555 : 42) กล่าวว่า ผู้ปฏิบัติงานบริการ หรือพนักงานบริการ เป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ พนักงานบริการที่ตระหนักถึงลูกค้าเป็นสำคัญ จะแสดงพฤติกรรมบริการหรือตอบสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกบริการ

2. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถแบ่งการอภิปรายผลได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1-3 : ผู้โดยสารที่มีเพศ อายุ และสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองแตกต่างกัน จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้โดยสารที่มีเพศ อายุ และสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของฐนันท์ พุกภักดี (2557) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีต่อสายการบินไทย พบว่า ผู้ใช้บริการสายการบินที่มีเพศต่างกันที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการไม่แตกต่างกัน รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของพีระยุทธ คุ้มศักดิ์ (2555) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ พบว่า ผู้โดยสารที่มีอายุ และสถานภาพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของสมเกียรติ นัยวิกุล (2550) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้ท่าอากาศยานสนามบินนานาชาติอุบลราชธานี พบว่า เพศ อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของท่าอากาศยานอุบลราชธานีไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเป็นผลมาจากการให้บริการของท่าอากาศยานดอนเมืองจะเน้นการให้บริการที่เท่าเทียมกัน ไม่แบ่งแยกเพศหรือสถานภาพ จึงทำให้ผู้โดยสารมีเพศและสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการไม่ต่างกัน ส่วนในด้านอายุนั้น ท่าอากาศยานดอนเมืองมีแนวทางการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกเป็นพิเศษให้แก่เด็กและผู้สูงอายุ แต่เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารส่วนใหญ่ในการศึกษาคั้งนี้ มีอายุเฉลี่ย 29 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มคนทั่วไปที่จะได้รับบริการในระดับมาตรฐานเท่าเทียมกัน จึงส่งผลให้มีความพึงพอใจไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 4-6 : ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองแตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของชนมสิดา บุญเมือง (2553) ที่ทำการศึกษารื่อง ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตรวจค้นตามมาตรการรักษาความปลอดภัย : กรณีศึกษา อาคารผู้โดยสารภายในประเทศ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง พบว่า ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตรวจค้นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของวรลักษณ์ พลสมม และปณณัญศ ยศกันโท (2551) ที่ทำการศึกษารื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินนกแอร์ พบว่า ผู้โดยสารที่มีอาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสายการบินนกแอร์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สามารถสรุปข้อเสนอแนะ เพื่อใช้เป็นแนวทางให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวางแผนนโยบายการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง รวมถึงผู้สนใจศึกษาในประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง

ผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวางแผนนโยบายการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง สามารถนำไปปรับใช้ เพื่อสร้างมาตรฐานการให้บริการ รวมถึงการปรับปรุง พัฒนาคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของผู้โดยสารให้ดียิ่งขึ้นในอนาคต ได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ท่าอากาศยานดอนเมืองควรปรับเปลี่ยนเครื่องมือและอุปกรณ์ปฏิบัติงานให้มีความทันสมัยมากขึ้น เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวก รวมถึงเพิ่มความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้โดยสาร

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ท่าอากาศยานดอนเมืองควรปลูกฝังให้เจ้าหน้าที่จดจำและตระหนักถึงความสำคัญของคำสัญญาขององค์กรที่ให้ไว้ต่อผู้โดยสาร เพื่อที่จะได้ปฏิบัติงานการให้บริการได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม และตรงกับความคาดหวังของผู้โดยสาร

ด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสาร ท่าอากาศยานดอนเมืองควรวางแผนระบบการทำงานเพื่อกระจายการตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้โดยสาร ท่าอากาศยานดอนเมืองควรมีการปรับปรุงและพัฒนาทักษะการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากการสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างการรับรู้ที่นำไปสู่ความเข้าใจและสร้างการจดจำประสบการณ์เรื่องราวดี ๆ ให้เกิดกับผู้โดยสาร ซึ่งอาจนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจและความภักดีต่อไปในอนาคต

ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้โดยสาร ท่าอากาศยานดอนเมืองควรปลูกฝังให้เจ้าหน้าที่ที่มันใส่ใจสอบถามความต้องการของผู้โดยสารอยู่เสมอ เพื่อเป็นการสร้างตรวจเช็คความต้องการหรือปัญหาที่อาจเกิดขึ้นกับผู้โดยสาร รวมถึงเป็นช่องทางในการสร้างปฏิสัมพันธ์อันดีกับผู้โดยสารอีกทางหนึ่งด้วย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการทำวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในการที่จะนำมาปรับปรุงแก้ไขการให้บริการและความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ
- 2) ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง

เอกสารอ้างอิง

หนังสือ

- กตัญญู หิรัญญสมบุญ. (2556). *การจัดการบริการ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2552). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตตินันท์ นันทไพบุลย์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- _____. (2555). *ศิลปะการให้บริการ*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชนมสิดา บุญเมือง. (2553). *ความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตรวจค้นตามมาตรฐานความปลอดภัย กรณีศึกษา อาคารผู้โดยสารภายในประเทศ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง*. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล. (2549). ปัจจัยสู่ความสำเร็จในบริการที่เป็นเลิศ. *โปรดักทีวิตี เวิลด์*, 11(61), 54-56.

พีระยุทธ คุ่มศักดิ์. (2555). ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบิน
ต้นทุนต่ำภายในประเทศ. การประชุมวิชาการระดับชาติ เบญจมิตริวิชาการ ครั้งที่ 2 วันที่
29 พฤษภาคม 2555, มหาวิทยาลัยธนบุรีกรุงเทพฯ กรุงเทพฯ, 1-11.

วรลักษณ์ พลสยาม และปณณัญศ ยศกันโท. (2551). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินนก
แอร์. คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.

สมเกียรติ นัยวิกุล. (2550). ความพึงพอใจของผู้ทำอากาศยานสนามบินนานาชาติอุบลราชธานี.
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, อุบลราชธานี.

สมิต สัจฉุกร. (2554). การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : สายธาร.

สิริวิมล คำวงศ์. (2560). ปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และ
ความภักดีต่อบริษัทจัดท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. คณะ
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

แหล่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

กรุงเทพธุรกิจ. (2561). ยอดคนใช้บริการ 'สนามบินดอนเมือง' พุ่ง 38.3 ล้านคน-โต 8.79%.

(18 มีนาคม 2561) สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/795000>

ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต. (2554). คุณภาพการให้บริการ : บทความในเว็บไซต์ Technology

Promotion Association (Thailand-Japan). (18 มีนาคม 2561) สืบค้นจาก

http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1285&pageid=11&read=true&count=true

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหาร
ของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่
เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร

Factors Related to Food Hygiene Behaviors of the Food Sanitation Who are Trained in the
Food Sanitation Program in PomPrapSattruPhai District Area, Bangkok Metropolitan

พิตตินันท์ แสนสิงห์¹

Miss Pittinunta Seansing.

อลิสา นิติธรรม, สุพัฒน์ วีระเวชเจริญชัย²

Supat Teravecharoenchai, Alisa Nititham

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหารของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยนำ ได้แก่ ความรู้ด้านการสุขาภิบาลอาหารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหารของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนทัศนคติด้านการสุขาภิบาลอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหารของกลุ่มตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 2) ปัจจัยอื่น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหารของกลุ่มตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 3) ปัจจัยเสริม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหารพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหารของกลุ่มตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

คำสำคัญ: ความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรม การปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหาร

ABSTRACT

The purpose of this research was survey research aims to study about factor relating to hygiene behavior of food sanitation who was trained in the food sanitation program in PomPrapSattruPhai area. Bangkok Samples size was 273 trainees. The questionnaire developed by the researcher. Data were

¹นักศึกษาหลักสูตรสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเกริก

²อาจารย์ที่ปรึกษา

analyzed by using program. Analytical statistics were frequency Percentage, mean, standard deviation and Pearson's product moment correlation coefficient.

The research result showed that 1) Predisposing factors namely knowledge of food sanitation was significantly related to hygiene behavior of food sanitation but attitude was significantly related to behavior of food sanitation at .05 level. 2) Enabling factors were significantly related to hygiene behaviors of food sanitation at .05 level. 3) Reinforcing factors were significantly related to hygiene behaviors of food sanitation at .05 level.

Keyword; Knowledge Attitude Behaviors Hygiene behaviors of food sanitation

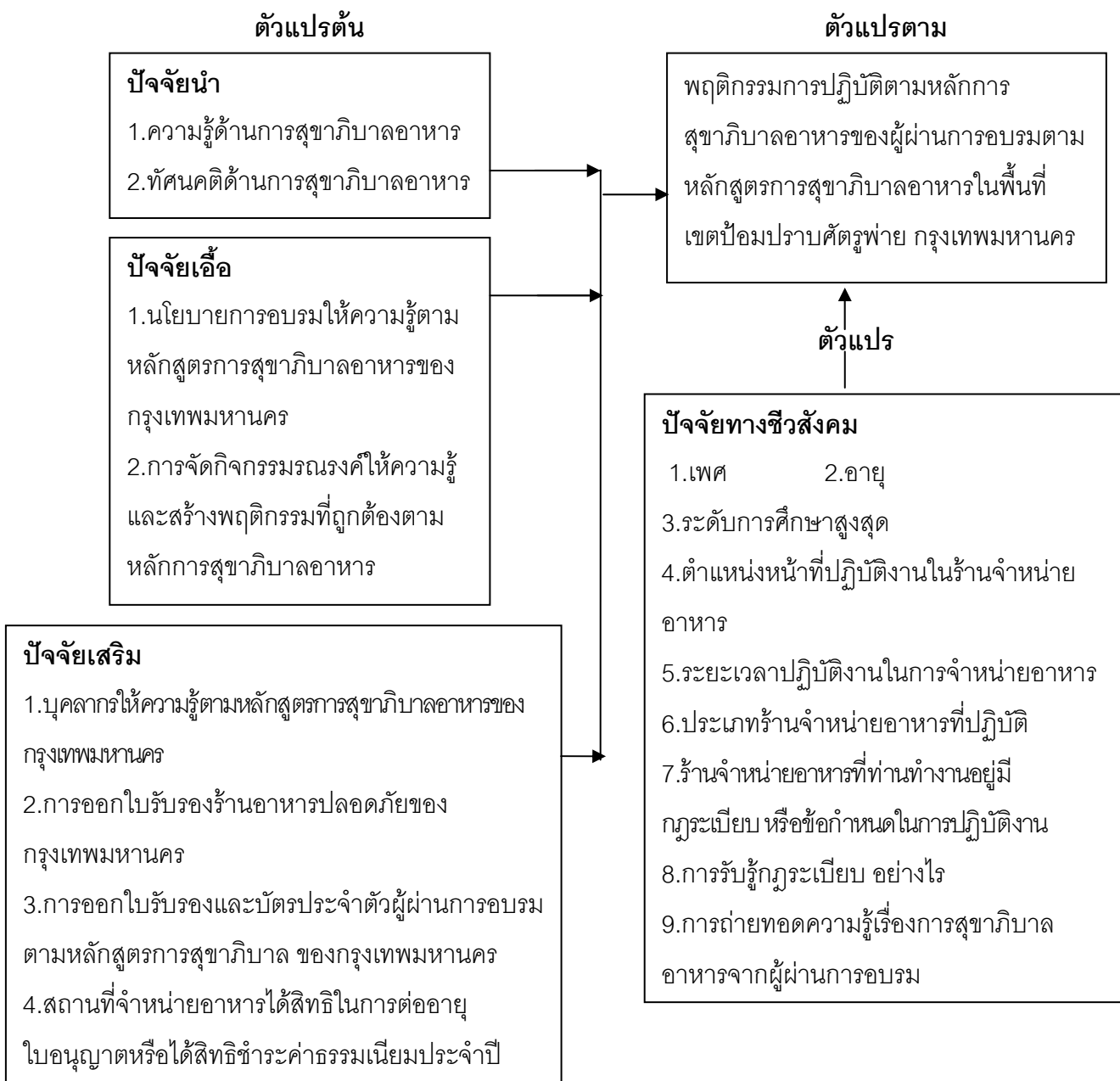
บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 กล่าวถึงการสร้างความมั่นคงด้านอาหารและพัฒนาพลังงานชีวภาพในระดับครัวเรือนและชุมชนสนับสนุนให้มีการจัดการและเผยแพร่องค์ความรู้และการพัฒนาด้านอาหารศึกษาทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง รวมทั้งส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่เหมาะสมของบุคคลและชุมชน คุณภาพและความปลอดภัยอาหาร ตามยุทธศาสตร์ที่ 2 หลักการคือดูแลคุณภาพและความปลอดภัยอาหารในห่วงโซ่อาหาร เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคและการค้าทั้งในและต่างประเทศสถานการณ์ด้านคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร คณะกรรมการอาหารแห่งชาติ (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. 2553 : 43-44) ได้กล่าวถึง สถานการณ์การเจ็บป่วยอันเนื่องมาจากอาหาร (Food borne diseases) องค์การอนามัยโลก (WHO) และองค์การเกษตรและอาหารแห่งสหประชาชาติ (FAO) (1983) สรุปสาเหตุส่วนใหญ่ของการเจ็บป่วยจากการบริโภคอาหารว่าเกิดจากอาหารที่ปนเปื้อนเชื้อจุลินทรีย์และสารเคมีสถานการณ์โรคติดต่อทางอาหารและน้ำ จากการเฝ้าระวังโรคของสำนักระบาดวิทยา กรมควบคุมโรคพบว่าโรคอุจจาระร่วงเฉียบพลันและโรคอาหารเป็นพิษในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา (ปี 2542-2552) ยังไม่ลดลง

กรุงเทพมหานคร ได้ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านอาหารปลอดภัยจึงได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์กรุงเทพฯ เมืองอาหารปลอดภัยขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการควบคุมตรวจสอบ เฝ้าระวังและส่งเสริมสถานประกอบการอาหารให้ได้มาตรฐานเพื่อเป็นการคุ้มครองสุขภาพของประชาชนให้ได้บริโภคอาหารที่สะอาดและปลอดภัย ในปัจจุบันพบว่าผู้จำหน่ายอาหารบางส่วน ยังคงปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหารของกรุงเทพมหานครไม่ถูกต้อง หรือปฏิบัติแต่ยังไม่ครบถ้วนหรือมีความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับการปฏิบัติ ทำให้อาหารเกิดการปนเปื้อนส่งผลให้อาหารไม่ปลอดภัย การปฏิบัติที่ถูกต้องตามหลักการสุขาภิบาลอาหารของผู้ผ่านการอบรมตามหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารของกรุงเทพมหานคร จึงมีความสำคัญต่อความปลอดภัยด้านอาหารเป็นอย่างยิ่ง (สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร, 2556)

เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่หนึ่งของกรุงเทพมหานครที่มีประชาชนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก และมีประชาชนจำนวนมากที่ใช้เส้นทางเป็นจุดเชื่อมการเดินทางไปหลายพื้นที่รวมทั้งมีผู้จำหน่ายอาหารเป็นจำนวนมาก จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการปฏิบัติตามหลักการสุขภาพีบาลอาหารของกรุงเทพมหานครของผู้ผ่านการอบรมตามหลักสูตรการสุขภาพีบาลอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มที่ต้องปฏิบัติตามหลักการสุขภาพีบาลอาหารของกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้จำหน่ายอาหารในเขตกรุงเทพมหานครรวมถึงรัฐและภาคีที่เกี่ยวข้องสามารถเป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายและแผนปฏิบัติการด้านการสุขภาพีบาลอาหารทั้งในระดับกรุงเทพมหานครและระดับประเทศซึ่งจะนำไปสู่การปฏิบัติด้านการสุขภาพีบาลอาหารของผู้จำหน่ายอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

กรอบแนวคิดการวิจัย



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์หลัก เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหารของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์เฉพาะ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย: การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่เขต ป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 4 ประการ ได้แก่ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีปัญหาในด้านการปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหารของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารของกรุงเทพมหานครซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนผู้บริโภคอาหารที่ไม่สะอาดและไม่ปลอดภัย ดังนั้นจึงเลือกศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร ขอบเขตด้านประชากร ประชากรตัวอย่างสำหรับงานวิจัยฉบับนี้คือผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานครจำนวน 858 คน ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเรื่องข้อมูลด้านชีวสังคม ปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ ปัจจัยเสริมและพฤติกรรมของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร ขอบเขตด้านเวลา การวิจัยนี้ดำเนินการภายในระยะเวลา 8 เดือน ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2560-กุมภาพันธ์ 2561

ประโยชน์ที่จะได้รับ

1) ผลการวิจัยใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหารของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร

2) ผลการวิจัยใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหารของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร

3) ผลการวิจัยใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหารของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานในการวิจัย

1) ปัจจัยนำมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหารของผู้ผ่านการอบรมตามหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่ เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร

2) ปัจจัยเอื้อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขภาพอาหารของผู้ผ่านการอบรมตามหลักสูตรการสุขภาพอาหารในพื้นที่ เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร

3) ปัจจัยเสริมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขภาพอาหารของผู้ผ่านการอบรมตามหลักสูตรการสุขภาพอาหารในพื้นที่ เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมของ ทิพวรรณ ไพบก. (2553) ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติ โดยการใช้โปรแกรมการเรียนรู้ การปฏิบัติตนตามหลักการสุขภาพอาหารของผู้ประกอบการจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลเมืองสุพรรณบุรี. ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการจำหน่ายอาหารมีความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติตนตามหลักการสุขภาพอาหาร หลังการทดลอง อยู่ในระดับสูง ร้อยละ 100.00 ร้อยละ 95.20 และร้อยละ 92.86 ตามลำดับ โดยที่หลังการทดลอง ผู้ประกอบการจำหน่ายอาหารมีความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติตนตามหลักการสุขภาพอาหารเพิ่มขึ้นมากกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการศึกษาในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขภาพอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขภาพอาหารหลังจากผ่านการอบรมตามหลักสูตรการสุขภาพอาหารของกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 43.20 รองลงมาอยู่ในระดับดีร้อยละ 35.90 และพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขภาพอาหารของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขภาพอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร มีสาเหตุจากหลายปัจจัย โดยแต่ละปัจจัยมีส่วนประกอบที่แตกต่างกันไป ได้แก่ปัจจัยทางชีวสังคม พบว่าปัจจัยทางชีวสังคมของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขภาพอาหาร ปัจจัยนำประกอบด้วยความรู้ด้านการสุขภาพอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขภาพอาหารส่วนทัศนคติด้านการสุขภาพอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขภาพอาหารของกลุ่มตัวอย่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ปัจจัยเอื้อและปัจจัยเสริมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขภาพอาหารของกลุ่มตัวอย่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมุ่งศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักสูตรการสุขภาพอาหารของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขภาพอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำ ได้แก่ ความรู้ด้านการสุขภาพอาหารและทัศนคติด้าน

การสุขาภิบาลอาหาร ของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเอื้อ ได้แก่ นโยบายการอบรมให้ความรู้ตามหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารของกรุงเทพมหานคร การจัดกิจกรรมรณรงค์ให้ความรู้และสร้างพฤติกรรมที่ถูกต้องตามหลักการสุขาภิบาลอาหาร ของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเสริม ได้แก่ บุคคลากรให้ความรู้ตามหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารของกรุงเทพมหานคร การออกไปรับรองร้านอาหารปลอดภัยของกรุงเทพมหานคร การออกไปรับรองและบัตรประจำตัวผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลของกรุงเทพมหานคร สถานที่จำหน่ายอาหารได้สิทธิ์ในการต่ออายุใบอนุญาตหรือได้สิทธิ์ชำระค่าธรรมเนียมประจำปี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานครจำนวน 858 คน (2560:ฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขาภิบาล สำนักงานเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย)

การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการของยามาเน่(Taro Yamane)(อ้างในบุญธรรม กิจปรีดา บริสุทธิ์,2546:114)โดยใช้ค่าความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม .05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ใช้สูตรดังนี้

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

กำหนดให้

n คือ จำนวนหรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนหรือขนาดของประชากรทั้งหมดที่ศึกษาเท่ากับ 858 คน

e คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้(ในที่นี้ใช้ .05)

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ

$$n = \frac{858}{1+858(.05)^2}$$

ผลการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง=272.81 คน เพื่อป้องกันการสูญเสียตัวอย่างระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเป็น 273 คน

ฉะนั้น กลุ่มตัวอย่างจากผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่ เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร เท่ากับ 273 คน

เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเข้าทำการศึกษา

- 1) เป็นผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารของกรุงเทพมหานครและปฏิบัติงานในร้านจำหน่ายอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร
- 2) เป็นร้านอาหารที่มีอุปกรณ์ ถ้วย จาน ช้อน ส้อม ตะเกียบ บริการลูกค้า
- 3) เป็นผู้ที่มีใจและให้ความร่วมมือในการทำการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยปรับปรุงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยข้อมูล 5 ส่วน ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัยครั้งนี้

ข้อมูลส่วนที่ 1) แบบสอบถามข้อมูลทางชีวสังคม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ตำแหน่งหน้าที่ในการปฏิบัติงานในร้านจำหน่ายอาหาร ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในการขายอาหาร ประเภทร้านจำหน่ายอาหารที่ปฏิบัติงาน ร้านจำหน่ายอาหารที่ทำงานอยู่มีกฎระเบียบ หรือข้อกำหนดในการปฏิบัติงาน การรับรู้กฎระเบียบ อย่างไรและการถ่ายทอดความรู้เรื่องการสุขาภิบาลอาหารจากผู้ผ่านการอบรมโดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบเปิด จำนวน 9 ข้อ

ข้อมูลส่วนที่ 2) แบบสอบถามด้านปัจจัยนำเข้า มี 2 ตอน ตอนที่ 1)แบบทดสอบความรู้ด้านสุขาภิบาลอาหาร จำนวน 30 ข้อ คำถามแบบมีตัวเลือกมีค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 0-60 คะแนนกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ ตอบถูกได้ 1 คะแนน ตอบผิดได้ 0 คะแนน ตอนที่ 2) ทศนคติด้านการสุขาภิบาลอาหารกับพฤติกรรมการสุขาภิบาลอาหารจำนวน 45 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบคำถามเชิงบวก (positive) และคำถามเชิงลบ (Negative) เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 4 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 45-180 คะแนน

ข้อมูลส่วนที่ 3) แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยเอื้อ ได้แก่ นโยบายการอบรมให้ความรู้ตามหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารของกรุงเทพมหานครและการจัดกิจกรรมรณรงค์ให้ความรู้และสร้างพฤติกรรมที่ถูกต้องตามหลักการสุขาภิบาลอาหาร จำนวน 20 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นคำถามเชิงบวกคำถามเชิงบวก (positive) และคำถามเชิงลบ (Negative) เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 4 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 20-80 คะแนน

ข้อมูลส่วนที่ 4) แบบสอบถามด้านปัจจัยเสริม ได้แก่ บุคลากรให้ความรู้ตามหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารของกรุงเทพมหานคร การออกใบรับรองร้านอาหารปลอดภัยของกรุงเทพมหานคร การออกใบรับรองและบัตรประจำตัวผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารของกรุงเทพมหานครและสถานที่จำหน่ายอาหารได้สิทธิในการต่ออายุใบอนุญาตหรือได้สิทธิชำระค่าธรรมเนียมประจำปี จำนวน 15 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นคำถามเชิงบวกคำถามเชิงบวก (positive) และคำถามเชิงลบ (Negative) เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 4 ระดับ คือ เป็นประจำ บ่อยครั้ง เป็นบางครั้ง ไม่เคย โดยมีค่าคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 15-60 คะแนน

ข้อมูลส่วนที่ 5) แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขภาพของผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขภาพของกรุงเทพมหานครในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่ายจำนวน 30 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นคำถามเชิงบวกคำถามเชิงบวก (positive) และคำถามเชิงลบ(Negative) เป็นมาตราส่วนประมาณค่า(Rating scale) 4 ระดับ คือ ปฏิบัติมากที่สุด ปฏิบัติมาก ปฏิบัติน้อย ปฏิบัติน้อยที่สุดโดยมีค่าคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 30-120 คะแนน

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ตรวจสอบความเที่ยงตรง(Validity) โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา(content validity) โดยการนำแบบสอบถามเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน (ภาคผนวก) ตรวจสอบความถูกต้องในด้านเนื้อหาภาษาที่ใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างแล้วนำมาแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์การหาความเที่ยงตรง (reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขภาพอาหารของกรุงเทพมหานคร ในพื้นที่เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นตามวิธีการของ Cronbach (Cronbach'alpha coefficient) นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาปรับปรุงแบบสอบถามและเสนอคณะกรรมการที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องให้อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากคณะบดีมหาวิทยาลัยเอริก ส่งถึงผู้อำนวยการเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร เพื่อขออนุมัติเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย ผู้วิจัยติดต่อประสานกับผู้ประกอบการร้านอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์และขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้เป็นชุดสำหรับกลุ่มตัวอย่าง และขอความร่วมมือให้ช่วยรวบรวมแบบสอบถามคืนแก่ผู้วิจัย ผู้วิจัยแจ้งวัตถุประสงค์และอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างอย่างละเอียดและให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยในวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2561 เก็บข้อมูลแขวงป้อมปราบ วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2561 เก็บข้อมูลที่แขวงบ้านบาตรและวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2561 เก็บข้อมูลที่แขวงคลองมหานาค เก็บแบบสอบถาม ตรวจสอบความสมบูรณ์แบบสอบถาม ความถูกต้องครบถ้วนของคำตอบ เพื่อให้ได้ข้อมูลครบร้อยละแปดสิบก่อนนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ ถูกต้องตรวจให้คะแนนและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ข้อมูลด้านปัจจัยสี่สังคม ปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ ปัจจัยเสริมและพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขภาพอาหารของผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขภาพอาหารของกรุงเทพมหานครนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่า

ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่ออธิบายให้เห็นลักษณะของข้อมูล วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหารของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหาร ในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริมกับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหารของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient)

สถานที่ดำเนินการวิจัย

ดำเนินการวิจัยผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร จำนวน 273 คน

ผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหารของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร สามารถนำประเด็นจากผลการวิเคราะห์มาอธิบายได้ดังนี้

ปัจจัยนำ

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับดีร้อยละ 44.40 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 41.40 และความรู้ด้านการสุขาภิบาลอาหารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหารสอดคล้องกับเครือข่าย (2550) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนที่มีภาวะโภชนาการเกินเกณฑ์มาตรฐานในนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-6 โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา(บางเขน) พบว่า ปัจจัยทางชีวสังคมของผู้ปกครองและตัวแปรปัจจัยชีวสังคมของนักเรียนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคของนักเรียนที่มีภาวะโภชนาการเกินเกณฑ์มาตรฐาน กล่าวได้ว่าผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารของกรุงเทพมหานคร มีความรู้ระดับดีเนื่องจากได้รับความรู้จากเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย แหล่งข้อมูลต่างๆ วารสาร โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ รวมทั้งอินเทอร์เน็ตและกลุ่มตัวอย่างมีความสนใจใฝ่รู้จึงทำให้ได้รับความรู้อย่างต่อเนื่องส่วนด้านทัศนคติเกี่ยวกับการสุขาภิบาลอาหารกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติระดับปานกลางเนื่องจากเพราะได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมครอบครัว ผู้ร่วมงาน สื่อต่างๆ ฯลฯซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสาเหตุให้กลุ่มตัวอย่างมีความคิดหรือทัศนคติที่ผิดหรือถูกได้ ดังนั้นครอบครัว ผู้ร่วมงาน สื่อต่างๆ ควรมีการปลูกฝังเรื่องการสุขาภิบาลอาหารที่ถูกหลักวิชาการอย่างถูกต้องเหมาะสมและรู้จักเลือกปฏิบัติให้ถูกต้องตามหลักการสุขาภิบาลอาหาร

ปัจจัยเอื้อ

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับปัจจัยเอื้ออยู่ในระดับมากที่สุดร้อยละ 40.66 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 36.26 และปัจจัยเอื้อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทธร(2552) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคของนักเรียนชั้นประถมศึกษาชั้นปีที่ 3 โรงเรียนอรุณประดิษฐ์ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี พบว่า พฤติกรรมการบริโภคของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอรุณประดิษฐ์ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ปัจจัยภายในบุคคล ได้แก่ ทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 กล่าวได้ว่านโยบายการอบรมให้ความรู้ตามหลักการสุขาภิบาลของกรุงเทพมหานครและการจัดกิจกรรมรณรงค์ให้ความรู้และสร้างพฤติกรรมที่ถูกต้องตามหลักการสุขาภิบาลอาหาร มีความสำคัญมากเพราะเป็นนโยบายและการรณรงค์ เป็นวิธีการอีกทางหนึ่งที่จะทำให้ผู้ผ่านการอบรมได้รับความรู้จากกิจกรรมดังกล่าวโดยการรณรงค์ผ่านสื่อต่างๆ เช่นเอกสารแผ่นพับ วารสาร เว็บไซต์ของทางราชการอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องเพื่อให้ความรู้และพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลที่ถูกต้องเหมาะสมสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบปรุงอาหาร ผู้ตักอาหาร ผู้เสิร์ฟอาหารและบุคคลทั่วไปและเป็นการช่วยปลูกฝังพฤติกรรมเรื่องการสุขาภิบาลอาหารที่ถูกต้องกับผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบปรุงอาหาร ผู้ตักอาหาร ผู้เสิร์ฟอาหารและบุคคลทั่วไปอย่างยั่งยืนต่อไป

ปัจจัยเสริม

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับปัจจัยเสริมอยู่ในระดับมากที่สุดร้อยละ 38.80 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 38.50 และปัจจัยเสริมมีความสัมพันธ์กับกับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหารของผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 สอดคล้องกับงานวิจัยพัชรินทร์(2550) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุราชประสิทธิ์ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี พบว่าปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ได้แก่ การได้รับคำแนะนำจากบุคคลในครอบครัว โรงเรียน เพื่อนและการได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอนุราชประสิทธิ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 กล่าวได้ว่าบุคลากรให้ความรู้ตามหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารของกรุงเทพมหานครการออกไปรับรองร้านอาหารปลอดภัยของกรุงเทพมหานคร การออกไปรับรองและบัตรประจำตัวผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลของกรุงเทพมหานครและสถานที่จำหน่ายอาหารได้สิทธิ์ในการต่ออายุใบอนุญาตหรือได้สิทธิ์ในการชำระค่าธรรมเนียมประจำปี มีความสำคัญกับพฤติกรรมการปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหารของผู้ผ่านการอบรมตามหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร ดังนั้น กรุงเทพมหานครควรจัดให้มีการอบรมการออกไปรับรองร้านอาหารปลอดภัย การออกไปรับรองและบัตรประจำตัวผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารและให้ความรู้ด้านการสุขาภิบาลอาหารแก่ผู้ผ่านการ

อบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารอย่างสม่ำเสมอและควรหาช่องทางให้ความรู้ด้วยตนเองหรือผ่านทางช่องทางอื่นๆที่สามารถรับรู้ข่าวสาร ความรู้ได้อย่างง่ายและจดจำได้อย่างแม่นยำ

เอกสารอ้างอิง

กรมอนามัย สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ. **ข้อกำหนดด้านสุขาภิบาลอาหารสำหรับร้านอาหาร.**

นนทบุรี: บจก.โรงพิมพ์สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, 2553.

กรุงเทพมหานคร สำนักอนามัยกองสุขาภิบาลอาหาร. **คู่มือหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารของ**

กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : บจก. เอชอาร์พริ้นท์แอนด์เทรนนิง, 2556.

เครือวัลย์ ปาวิไลย์. **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนที่มีภาวะโภชนาการเกิน**

เกณฑ์ มาตรฐานในนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-6 โรงเรียนสาธิตแห่ง

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา(บางเขน).”วิทยานิพนธ์ปริญญา

วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสุขศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2550.

ทิพวรรณไพหก. **การเปรียบเทียบความรู้เจตคติและการปฏิบัติโดยการใช้โปรแกรมการเรียนรู้**

การปฏิบัติตนตามหลักการสุขาภิบาลอาหารของผู้ประกอบการจำหน่ายอาหารในเขต

เทศบาลเมืองสุพรรณบุรี.วิทยานิพนธ์ปริญญาสาธรรณสุขศาสตรบัณฑิต (ส.บ.):มหาวิทยาลัย

มหาสารคาม, 2553.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. **การวัดและการประเมินผลการเรียนการสอน.**ภาคศึกษาศาสตร์

คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2535.

พัชรินทร์ สร้อยทอง. **“พฤติกรรมการบริโภคของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3โรงเรียนอนุชาราช**

ประสิทธิ์ อำเภอมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี”.วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาสุขศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2550

ภัทรกร เอี่ยมสะอาด. **“พฤติกรรมการบริโภคของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอรุณ**

ประดิษฐ์ อำเภอมือง จังหวัดเพชรบุรี.”วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสุข-

ศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2552.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสำนักนายกรัฐมนตรื. (ไม่มีปีที่พิมพ์).

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559).กรุงเทพฯ: สำนัก

นายกรัฐมนตรื.

Books

Bloom, Benjamin. Hastings, J.Thomas and Madaus George F, *Hand-Book on Formative and*

Ummative Evaluation of Student Learning, New York: Mc Graw-Hill book Company, P.271, 1971.

Green.LW. *Health Education Planning: A Dialognistic approach* , Mayfield Publishing

Company, California 115 p.

ผลกระทบของความเคยชินกับการชำระเงินสด ความกลัวการสูญเสีย ความเฉยชา
ต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและ
ปริมณฑล

The Effects of Cash Payment Habit, Loss Aversion, Inertia
on QR Payment Resistance of Elderly in Bangkok and Vicinity Area

พูนศักดิ์ พูลเมืองรัตน์ (POONSAK POOLMUANGRAT)¹

ชยาภรณ์ แสงเฟื่อง (CHAYAPORN SAENGFUENG)²

อาจหาญ กัณนุลา (ARTHAN KANNULA)³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ (1) เพื่อพัฒนาแบบจำลองความเคยชินกับการชำระเงินสด ความกลัวการสูญเสีย ความเฉยชา ต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบด้วย ความเคยชินกับการชำระเงินสด ความกลัวการสูญเสียและความเฉยชา โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ประชากรผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 600 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า (1) แบบจำลองความเคยชินกับการชำระเงินสด ความกลัวการสูญเสีย ความเฉยชา ต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี ค่าไค-สแควร์ (X^2) เท่ากับ 133.29 องศาอิสระ (df) เท่ากับ 111 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (X^2/df) เท่ากับ 1.2008 ค่าความน่าจะเป็น (p-value) เท่ากับ 0.07347 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ(CFI) เท่ากับ 0.996 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.976 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) เท่ากับ 0.963 ค่าดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.018 และ (2) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุมากที่สุด คือ ความเฉยชา (TE=0.83) รองลงมาคือ ความกลัวการสูญเสีย (TE=0.35) และสุดท้ายคือ ความเคยชินกับการชำระเงินสด (TE=0.22) โดยปัจจัยทั้งหมดรวมกันพยากรณ์การต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้ร้อยละ 48.60 ($R^2 = 0.486$)¹

¹ อาจารย์พิเศษ ภาควิชาอุตสาหกรรมบริการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข

³ นักวิชาการอิสระ

คำสำคัญ : การชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์, ผู้สูงอายุ, ความเคยชินกับการชำระเงินสด, ความกลัวการสูญเสีย, ความเฉยชา, การต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์

Abstract

This research aims to study (1) To develop a model of cash payment habit, loss aversion, inertia on QR payment resistance of elderly. (2) To study the effect of QR payment resistance of elderly contain with payment habit, loss aversion and inertia. For this research, researchers use a quantitative research methods. The samples used in quantitative research were elderly in bangkok and vicinity area, totaling 600 persons. Statistics used in data analysis include frequency distribution, finding percentage average and structural equation analysis. The results of the study revealed that: (1) a model of cash payment habit, loss aversion, inertia on QR payment resistance of elderly. The results are consistent with the empirical data. The chi-squared (χ^2) is 133.29, degrees of freedom (df) is 111, the relative chi-square (χ^2 / df) of 1.2008, the probability value (p-value) is 0.07347, the CFI of 0.996, the GFI of 0.976, the AGFI of 0.963, the RMSEA (0.018) and (2) the most effect of QR payment resistance of elderly were the inertia (TE = 0.83), followed by loss aversion (TE = 0.35) and finally cash payment habit (TE = 0.22). All factors together predicted QR payment resistance of elderly in bangkok and vicinity area was 48.60% ($R^2 = 0.486$)

Keywords: QR payments, elderly, cash payment habit, loss aversion, inertia, QR payment resistance

บทนำ

จากนโยบาย national e-payment ของรัฐบาลที่มุ่งจะนำระบบการชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment) หรือการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ (QR payment) มาใช้ทดแทนการชำระค่าสินค้าหรือบริการด้วยเงินสด ส่งผลให้สถาบันการเงินทั้งประเภทธนาคาร (bank) และไม่ใช่ธนาคาร (non-bank) พยายามที่จะสนองนโยบายของรัฐบาลด้วยการกระตุ้นให้เกิดการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ (QR payment) อย่างแพร่หลาย โดยขยายการใช้บริการผ่านทางแอปพลิเคชันบนสมาร์โฟน (mobile application) หรือช่องทางชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment) อื่นๆอย่างเต็มที่ (Zhou, 2013 ; Kim et al., 2010) โดยมีการคาดการณ์ว่า การชำระเงิน ผ่านรหัสคิวอาร์ (QR payment) จะทำให้จำนวนธุรกรรมที่ใช้เงินสดลดลงจาก 90% ในปัจจุบัน สู่ระดับ 50% ภายใน 2 ปีข้างหน้า แสดงให้เห็นว่า ระบบการชำระเงิน

จะถูกเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงและรวดเร็วมาก (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560) ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานเพื่อการยอมรับระบบใหม่ของทั้งร้านค้าหรือผู้ให้บริการ รวมถึงกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นผู้ใช้งาน ซึ่ง Polites & Karahanna (2012) กล่าวว่า การยอมรับระบบใหม่ คือ การเปลี่ยนแปลงระบบการใช้งาน (incumbent system) ทั้งหมดหรือเพียงบางส่วนจากที่เคยใช้ไปสู่อุปกรณ์การใช้งานระบบใหม่

การศึกษากการยอมรับหรือการต่อต้านการนำระบบใหม่มาใช้ ส่วนใหญ่มักมุ่งศึกษาในมุมมองด้านคุณลักษณะทางเทคโนโลยี (technological characteristics) ของระบบใหม่ที่จะนำมาใช้ (Joshi,2005; Roger,2003; Mustonen-Ollila & Lyytinen,2003) โดยมีได้พิจารณาผลกระทบทาง ด้านอารมณ์หรือความรู้สึกของผู้ใช้งานประกอบด้วย เช่น ความรู้สึกพอใจจากการชำระเงินแบบเดิม (ชำระด้วยเงินสด) ซึ่งผลจากความชอบหรือพอใจนี้มักมีอิทธิพลให้ผู้ใช้งานเกิดความเฉยชา (inertia) ต่อระบบใหม่ (การชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์) และจากงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ความเฉยชาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการต่อต้านการยอมรับการนำระบบใหม่มาใช้ (Wang et al., 2013 ; Sun et al.,2014) สอดคล้องกับ Polites & Karahanna (2012) ที่กล่าวว่า อุปสรรคสำคัญต่อการยอมรับหรือการนำนวัตกรรมมาใช้ คือ ความเฉยชาต่อระบบใหม่ เพราะพอใจกับสภาพการใช้งานของระบบเดิมที่ใช้อยู่ (status quo inertia) (Polites & Karahanna,2012 ; Lin & Huang,2014; Lin et al.,2015) ดังนั้น ความเฉยชา จึงเป็นตัวแปรที่มีบทบาทสำคัญในการขัดขวางความตั้งใจใช้ หรือทดลองใช้นวัตกรรมของผู้ใช้งาน และส่งผลให้เกิดการต่อต้านการนำนวัตกรรมมาใช้ในที่สุด (Furneaux & Wade,2011; Venkatesh & Bala,2012)

จากการทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเติม พบว่า บุพปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเฉยชา (inertia) คือ (1) อคติจากสถานะเดิม (SQB) ซึ่งเป็นความลำเอียงทางความคิด (cognitive bias) ที่เกิดจากความชอบหรือพอใจต่อสถานะเดิม ส่งผลให้แสดงพฤติกรรมต่อต้านการนำระบบใหม่มาใช้ (Polites & Karahanna,2013,p.23 ; Lin & Huang,2014 ; Lin et al.,2015) (2) ความเคยชิน (habit) เป็นการกระทำที่เกิดขึ้นเองโดยอัตโนมัติ (automatic process) จากความเคยชิน โดยไม่ทันได้ไตร่ตรองเรียกว่า เป็นการกระทำจากจิตใต้สำนึก (subconscious) ขณะที่ การกระทำที่เกิดจากอคติจากสถานะเดิม (SQB) เป็นการกระทำที่เกิดจากการไตร่ตรองอย่างมีสติ มีเหตุผลก่อนการกระทำ เรียกว่า เป็นการกระทำจากจิตสำนึก (conscious) (Polites & Karahanna, 2012, p.25) จากข้อค้นพบดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะศึกษาเพิ่มเติมว่า นอกจากผลกระทบจากความเฉยชาแล้ว บุพปัจจัยของความเฉยชาดังกล่าว จะมีอิทธิพลหรือส่งผลกระทบต่อการทำงานชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์อย่างไร และส่งผลกระทบในทิศทางใดบ้าง

สำหรับผู้บริโภคหรือผู้ใช้งานที่ผู้วิจัยมุ่งจะศึกษาสำหรับงานวิจัยนี้ คือ กลุ่มผู้สูงอายุ (elderly) เนื่องจาก พฤติกรรมด้านการยอมรับนวัตกรรมของกลุ่มผู้สูงอายุในอดีตมักถูกมองว่า

เป็นกลุ่มที่ไม่ค่อยยอมรับนวัตกรรมใหม่ๆ แต่ปัจจุบันพบว่า ผู้สูงอายุเริ่มใช้นวัตกรรมด้วยความเต็มใจบ้างแล้ว แต่ส่วนใหญ่เป็นการใช้เพื่อการเรียนรู้ และการสื่อสารกับผู้อื่น เช่น การใช้ไลน์ อีเมล หรือห้องสนทนา (line, e-mail or chat room) มากกว่าการใช้นวัตกรรมเพื่อการทำธุรกรรมการเงินทางอินเทอร์เน็ต เช่น การลงทุน การโอนเงินระหว่างบัญชี หรือการซื้อสินค้าออนไลน์ เป็นต้น (Trocchia & Janda, 2000 ; Szmign & Carrigan, 2000) และจากงานวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับพฤติกรรมการชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการของผู้สูงอายุ พบว่า ส่วนใหญ่ยังคงนิยมใช้วิธีชำระเงินด้วยการชำระเงินสด (ณรงค์ศักดิ์ ปันดิษฐโต และ พจนกร ประกายบุญทวี, 2555 ; วราภรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนาและอนุสรณ์ จันดาแสง, 2558) กลุ่มผู้บริโภคนสูงอายุ หมายถึง กลุ่มประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีอัตราการเพิ่ม ขึ้นอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน และมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นต่อไปเรื่อยๆ ในอนาคต จนมีแนวโน้มว่าจะเป็นกลุ่มผู้บริโภคนกลุ่มใหญ่และมีอิทธิพลทางการตลาดมากที่สุด เนื่องจากผู้สูงอายุเป็นกลุ่มผู้บริโภคนที่มีสถานภาพทางการเงินค่อนข้างดีและเป็นกลุ่มที่มีเงินออมมากอีกด้วยเมื่อเทียบกับผู้บริโภคนกลุ่มอื่นๆ (ชนัญญา เกษะนันต์, 2556) ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 26,259 บาทและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังนิยมผลัดผ่อนการเกษียณอายุและทำงานอยู่ในบริษัทเอกชนต่างๆ ทำให้ยังมีรายได้ประจำอยู่ ส่วนผู้สูงอายุที่เลือกไม่ทำงานต่อก็ยังมีรายได้จากเงินบำนาญหลังเกษียณอายุ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554)

จากประเด็นปัญหาและข้อค้นพบดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาว่า ผลกระทบจากความเฉยชา และบุพปัจจัยของความเฉยชา จะมีผลกระทบต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างไร และส่งผลกระทบในทิศทางใดบ้าง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาแบบจำลองความเคยชินกับการชำระเงินสด ความกลัวการสูญเสีย ความเฉยชาต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบด้วย ความเคยชินกับการชำระเงินสด ความกลัวการสูญเสีย และความเฉยชา

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้มีขอบเขต 4 ด้าน คือ (1) ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการมุ่งศึกษาและอธิบายผลกระทบของความเคยชินกับการชำระเงินสด ความกลัวการสูญเสีย ความเฉยชาต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (2) ขอบเขตด้านประชากร โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรกลุ่มผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและ

ปริมาณพลจำนวนทั้งหมด 1,732,875 ราย แบ่งเป็น กรุงเทพมหานคร 978,455 ราย นครปฐม 142,221 ราย นนทบุรี 207,129 ราย ปทุมธานี 145,575 ราย สมุทรปราการ 181,703 ราย และสมุทรสาคร 77,792 ราย (ระบบสถิติการลงทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2560) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมาณพล จำนวน 600 ราย (3) ขอบเขตด้านตัวแปร โดยมีตัวแปรแฝง (constructs) 3 กลุ่มดังนี้ ตัวแปรอิสระ (independent variables) ประกอบด้วย ความเคยชินกับการชำระเงินสด และความกลัวการสูญเสีย ตัวแปรคั่นกลาง (mediator variables) ประกอบด้วย ความเฉยชา และตัวแปรตาม (dependent variable) คือ การต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุ (4) ขอบเขตด้านพื้นที่ สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ได้สำรวจความคิดเห็นของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและปริมาณพล

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดนี้พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา โดยศึกษาตามแนวทางของทฤษฎีการกระทำตามเหตุผล (theory of reasoned action--TRA) ของ Ajzen & Fishbein (1980, p.9) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ถูกนำมาใช้ศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ ด้วยการศึกษาคิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมของบุคคล โดยทัศนคติ(attitude) เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลซึ่งได้รับผลจากความเชื่อ (belief) และการประเมินผลลัพธ์ (outcomes evaluation) ของแต่ละบุคคล ซึ่งผลลัพธ์สามารถประเมินได้จากความรู้สึกทั้งเชิงบวกหรือเชิงลบ ถ้ามีความรู้สึกเชิงบวกจะทำให้เกิดทัศนคติที่ดี เช่น ความชอบหรือความพอใจ และจะส่งผลให้แสดงพฤติกรรมในเชิงบวก เช่น ความตั้งใจใช้ (intention to use) เป็นต้น ในทางตรงข้ามถ้าประเมินแล้วมีความรู้สึกเชิงลบจะทำให้มีทัศนคติที่ไม่ดี เช่น ความรู้สึกเฉยชา และจะส่งผลให้แสดงพฤติกรรมในเชิงลบ เช่น การต่อต้านการใช้ (resistance to use) เป็นต้น (Venkatesh et al.,2003) สำหรับการวิจัยนี้ ทฤษฎีการกระทำตามเหตุผล (TRA) จะถูกนำมาประยุกต์ใช้เป็นทฤษฎีพื้นฐานในการเชื่อมโยงตัวแปรต่างๆ เข้าด้วยกัน เพื่อใช้ศึกษาผลกระทบของความเคยชินกับการชำระเงินสด ความกลัวการสูญเสีย ความเฉยชาต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุ โดยจะศึกษาผลกระทบทั้งทางตรง และทางอ้อม ผ่านตัวแปรความเฉยชาและตัวแปรบุปผัจจัยของความเฉยชาที่ส่งผลกระทบต่อต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ (QR payment resistance--QRPR) ของผู้สูงอายุ โดยแนวคิดในการพัฒนาตัวแปรที่เป็นบุปผัจจัยของความเฉยชา (inertia--INERT) ผู้วิจัยจะประยุกต์ใช้ตัวแปรจากทฤษฎีอคติจากสถานะเดิม (status quo bias--SQB) ของ Samuelson & Zeckhauser (1988) คือ ความกลัวการสูญเสีย (loss aversion--LA) หรือ ต้นทุนจากการเสียประโยชน์ (benefits loss costs--BLC) และแนวคิดเกี่ยวกับความเคยชินและการใช้ระบบสารสนเทศ (habit and IS usage) ของ Gefen (2003), Limayem et al. (2001) คือ ความ

เคยชินกับระบบที่ใช้อยู่ (incumbent system habit--ISH) (สำหรับงานวิจัยนี้ คือ ความเคยชินกับการชำระเงินสด (cash payment habit--CPH)) ซึ่งจากงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า ทั้งตัวแปรความกลัวการสูญเสีย (LA) หรือ ต้นทุนจากการเสียประโยชน์ (BLC) และความเคยชินกับระบบที่ใช้อยู่ (ISH) เป็นตัวแปรที่มีผลกระทบทางตรงเชิงบวกต่อความเฉยชา (INERT) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Wang,2014, p22 ; Polites & Karahanna, 2012, p.35)

ดังนั้น กรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยนี้จะประกอบด้วย ความเคยชินกับการชำระเงินสด (CPH) ความกลัวการสูญเสีย (LA) ซึ่งเป็นตัวแปรที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อความเฉยชา (INERT) ในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่ถ่ายทอดผลกระทบของความเคยชินกับการชำระเงินสด (CPH) และความกลัวการสูญเสีย (LA) ต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ (QRPR) ของผู้สูงอายุ ในกรุงเทพฯ มหานครและปริมณฑล โดยสามารถสรุปตัวแปรต่างๆที่เกี่ยวข้องได้ดังต่อไปนี้

1. ความเคยชินกับการชำระเงินสด (cash payment habit--CPH) หมายถึง การชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการต่างๆด้วยเงินสดตลอดเวลาที่ซื้อสินค้าหรือบริการ เป็นการกระทำที่เกิดขึ้นเองโดยไม่ได้ไตร่ตรองหรือหยุดคิดเพื่อหาวิธีอื่นในการชำระเงิน ความเคยชินถือเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นเองโดยอัตโนมัติ เนื่องจากเป็นการกระทำที่ทำเป็นประจำจนเกิดเป็นความเคยชิน ความเคยชินกับการชำระเงินสดเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่ได้รับแรงกระตุ้นจากจิตใต้สำนึก ทำให้แสดงออกทางพฤติกรรมโดยไม่ได้ผ่านการไตร่ตรองล่วงหน้ามาก่อน (Polites & Karahanna, 2012 ; Limayem, Hirt & Cheung, 2007) ความเคยชินกับการชำระเงินสด (CPH) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปรดังนี้ คือ (CPH1) ชำระด้วยเงินสดทันที (โดยอัตโนมัติ/ไม่ต้องไตร่ตรอง) (CPH2) ชำระด้วยเงินสดเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ (CPH3) ชำระด้วยเงินสดเป็นทางเลือกแรกเสมอ (CPH4) ชำระด้วยเงินสดเพราะเป็นวิธีที่ง่าย ไม่ยุ่งยาก (ไม่มีกระบวนการมากนัก) และ (CPH5) ชำระด้วยเงินสดเพราะมั่นใจว่าปลอดภัย (สามารถควบคุมได้ด้วยตนเอง) (Polites & Karahanna, 2012 ; Polites, 2009)

2. ความกลัวการสูญเสีย (loss aversion--LA) หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดจากความกังวลเกี่ยวกับสิ่งที่จะต้องเสียไป (sacrifice) หลังการเปลี่ยนไปใช้การชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ มากกว่าสนใจประโยชน์ที่จะได้รับ (benefit) เช่น การเปลี่ยนไปใช้การชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์อาจทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ต้องเสียเวลาและความพยายามในการเรียนรู้การชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์เพิ่มขึ้น เป็นต้น ทำให้ผู้ใช้งานที่เป็นผู้สูงอายุเกิดความกลัวหรือวิตกกังวลต่อการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ ส่งผลให้เกิดอคติและความรู้สึกต่อต้าน ทำให้แสดงออกถึงความเต็มใจที่จะเลือกยึดติดอยู่กับการชำระค่าสินค้าหรือบริการด้วยเงินสดต่อไป เพื่อหลีกเลี่ยงการสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น (Burnham et al., 2003 ; Kempf & Rue nzi,2006 ; Jones, Reynolds, Mothersbaugh & Beatty,2007 ; Kim & Kankanhali, 2009) ความกลัวการสูญเสีย (LA) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร ดังนี้

คือ (LA1) กลัวว่า อาจจะต้องเสียเวลาและความพยายามในการเรียนรู้การใช้ QR payment (LA2) กลัวว่า อาจจะต้องพบกับความเสี่ยงหรือปัญหาที่คาดไม่ถึง/ไม่ได้คาดคิดมาก่อน (LA3) กลัวว่า อาจจะต้องปรับตัว/รูปแบบการใช้ชีวิตให้เข้ากับวิถีการใช้ QR payment (LA4) กลัวว่า อาจจะทำให้เกิดความเสียหายจากความไม่ปลอดภัยของระบบ/จากการใช้งาน และ(LA5) กลัวว่า อาจจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เช่น ค่าธรรมเนียม/ค่าบริการแฝงต่างๆ (Li & Cheng, 2014 ; Kim & Kankanhali, 2009)

3. ความเฉยชา (inertia--INERT) หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกถึงความไม่กระตือรือร้น การเพิกเฉย หรือความไม่สนใจต่อการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ เนื่องจากมีความพึงพอใจ ชอบ หรือคุ้นเคยที่จะชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการด้วยเงินสดมากกว่าการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ แม้ว่าจะรับรู้ได้ว่า การชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์อาจจะสร้างประโยชน์หรือความสะดวกสบายให้กับผู้สูงอายุหรือผู้ใช้งานได้มากกว่าก็ตาม (Polites and Karahanna, 2012 ; Lin and Huang 2014 ; Lin et al. 2015) ความเฉยชา (INERT) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร ดังนี้ คือ (INERT1) เพราะรู้สึกสบายใจที่จะชำระค่าสินค้า/บริการด้วยเงินสด (INERT2) เพราะไม่อยากจะรู้สึกเครียด/กังวลกับการเปลี่ยนไปชำระเงินด้วยวิธีอื่น (INERT3) เพราะเป็นวิธีการชำระเงินที่ใช้มาตลอดตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (INERT4) แม้ว่าการชำระค่าสินค้า/บริการด้วยเงินสดจะไม่ใช่วิธีที่มีประสิทธิภาพที่สุด และ (INERT5) แม้ว่าการชำระค่าสินค้า/บริการด้วยเงินสดจะไม่ใช่วิธีที่สะดวกที่สุด (Polites & Karahanna, 2012)

4. การต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ (QR payment resistance--QRPR) หมายถึง การแสดงปฏิกิริยาตอบสนองตามธรรมชาติของมนุษย์ต่อการเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่เกิดขึ้นและรบกวนความสมดุลของสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ โดยส่วนใหญ่เป็นการแสดงพฤติกรรมเชิงลบ หรือเชิงต่อต้าน เช่น การเปลี่ยนแปลงการชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการจากการชำระด้วยเงินสดเป็นการชำระผ่านรหัสคิวอาร์ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้เป็นการเปลี่ยนจากสภาพที่ผู้สูงอายุพอใจไปสู่สภาพที่ทำให้เกิดความวิตกกังวลหรือความกลัว ส่งผลให้เกิดความรู้สึกต่อต้านขึ้นภายในใจ และแสดงเป็นพฤติกรรมต่อต้านออกมาในที่สุด (Hosseini et.al., 2016) โดยการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ (QRPR) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ดังนี้ คือ (QRPR1) ยังไม่ต้องการใช้ QR Payment ในขณะนี้ (QRPR2) ยังไม่ต้องการใช้ QR Payment จนกว่าจะได้เรียนรู้วิธีใช้ หรือได้ทดลองใช้งาน QR Payment จนมั่นใจว่า เป็นระบบที่ปลอดภัย และ (QRPR3) ยังไม่ต้องการใช้ QR Payment จนกว่าคนใกล้ชิด/เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/คนส่วนใหญ่ในสังคม จะยอมรับการใช้ QR Payment อย่างกว้างขวาง (Bovey & Hede, 2001)

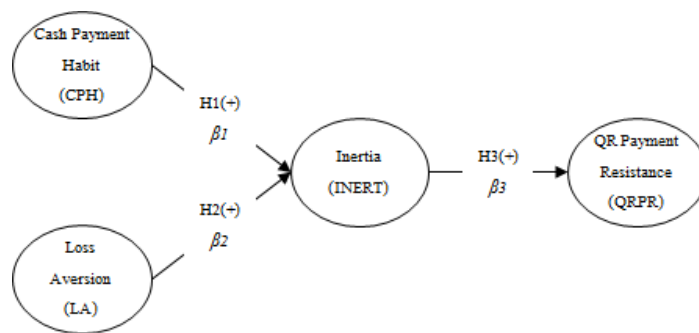
จากการศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสามารถนำมาสรุปและตั้งเป็นสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1) ความเคยชินกับการชำระเงินสด มีผลกระทบเชิงบวกต่อความเฉยชา

สมมติฐานที่ 2 (H2) ความกลัวการสูญเสีย มีผลกระทบเชิงบวกต่อความเฉยชา

สมมติฐานที่ 3 (H3) ความเฉยชา มีผลกระทบเชิงบวกต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์

จากแนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ผลกระทบของความเคยชินกับการชำระเงินสด ความกลัวการสูญเสีย ความเฉยชาต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้ดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถาม เพื่อยืนยันสมมติฐานการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 600 ราย

กลุ่มประชากรและขนาดตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวนทั้งหมด 1,732,875 ราย (ระบบสถิติการลงทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2560) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 600 ราย ซึ่งการใช้กลุ่มตัวอย่างตั้งแต่จำนวน 500 ตัวอย่างขึ้นไปเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเกณฑ์ดีมาก (very good) สำหรับการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (structural equation model : SEM) ตามแนวคิดของ Comrey and Lee, 1992, p.125

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยจะใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบ 2 ชั้น (stratified two stage sampling scheme) โดยแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ (1) กรุงเทพมหานคร มี 50 เขต และ(2) ปริมณฑลมี 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดสมุทรปราการ นนทบุรี ปทุมธานี นครปฐม และสมุทรสาคร (กระทรวงมหาดไทย,กรมการปกครอง,2558) โดยมีรายละเอียดแผนการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้ (1)

กรุงเทพมหานคร มีจำนวน 50 เขต ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) ได้เขตที่เป็นตัวอย่าง 15 เขต โดยแต่ละเขตเก็บตัวอย่าง 30 ราย รวมกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร 450 ราย (2) ปริมาณพล มี 5 จังหวัด รวม 29 อำเภอ ทำการแบ่งกลุ่มของประชากรออกเป็น 5 กลุ่มตามจังหวัดที่เป็นปริมาณพลของกรุงเทพมหานคร คือ จังหวัดนครปฐมใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยจับฉลากสุ่มเลือก 2 อำเภอ แต่ละอำเภอเก็บตัวอย่าง 15 ราย รวม 30 ราย จังหวัดนนทบุรีจับฉลากสุ่มเลือก 2 อำเภอ แต่ละอำเภอเก็บตัวอย่าง 15 ราย รวม 30 ราย จังหวัดปทุมธานีจับฉลากสุ่มเลือก 3 อำเภอ แต่ละอำเภอเก็บตัวอย่าง 10 ราย รวม 30 ราย จังหวัดสมุทรปราการ จับฉลากสุ่มเลือก 2 อำเภอ แต่ละอำเภอเก็บตัวอย่าง 15 ราย รวม 30 ราย และจังหวัดสมุทรสาคร จับฉลากสุ่มเลือก 1 อำเภอ เก็บตัวอย่าง 30 ราย รวมกลุ่มตัวอย่างในปริมาณพลทั้งสิ้น 150 ราย ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บทั้งในกรุงเทพและปริมาณพลรวมทั้งสิ้น จำนวน 600 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและปริมาณพลโดยตรง ด้วยการแจกแบบสอบถามให้ผู้สูงอายุช่วยตอบ จำนวน 600 ชุด และได้รับการตอบกลับครบทุกชุด โดยการเก็บตัวอย่างเป็นไปตามแผนการสุ่มตัวอย่างข้างต้น ส่วนสถานที่ที่ไปเก็บข้อมูลส่วนใหญ่ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล หน่วยงานราชการ เช่น เขต อำเภอ หรือ อบต. เป็นต้น สำหรับแบบสอบถามประกอบด้วย 6 ส่วน ดังนี้คือ (1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประสบการณ์การทำธุรกรรมการเงินทางอินเทอร์เน็ต เน้นของผู้ตอบแบบสอบถาม (3) มาตรฐานเกี่ยวกับความเคยชินกับการชำระเงินสด (4) มาตรฐานเกี่ยวกับความกลัวการสูญเสีย (5) มาตรฐานเกี่ยวกับความเฉยชา และ (6) มาตรฐานเกี่ยวกับการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวัด ได้แก่ การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ด้วยวิธีดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญด้านการทำธุรกรรมการเงินทางอินเทอร์เน็ตจำนวน 3 ท่าน และทำการตรวจสอบความเที่ยง (reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง ($n = 40$) และข้อมูลที่เก็บมาจริงจากผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพและปริมาณพล ($n = 600$) ทั้งนี้ตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคมากกว่า 0.7 (มีค่าอยู่ระหว่าง 0.713-0.898) และค่าอำนาจจำแนกรายข้อของข้อคำถาม (corrected item-total correlation) มีค่ามากกว่า 0.3 (Field, 2005)

การวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) โดยตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (convergent validity) และความตรงแบบแตกต่าง (discriminant validity) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ค่าองค์ประกอบ

มาตรฐาน (standardized factor loading) ของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวมีค่ามากกว่า 0.6 (Hair et al., 2010) ความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (average variance extracted) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวมีค่ามากกว่า 0.5 (Fornell & Larcker, 1981) และค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (construct reliability) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวมีค่ามากกว่า 0.7 (Nunnally, 1978)

ผลการวิจัย

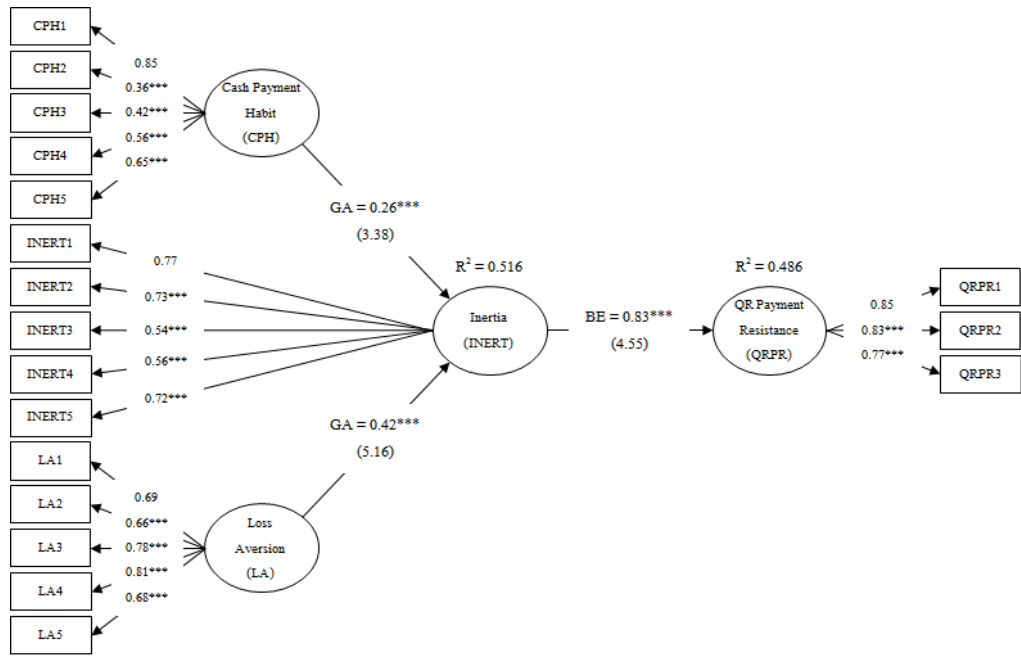
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 58.30) มีอายุระหว่าง 60-64 ปีมากที่สุด (ร้อยละ 67.50) ส่วนใหญ่ศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 62.70) โดยที่มาของเงินสำหรับการใช้จ่ายส่วนใหญ่มาจากเงินบำนาญ/เงินบำนาญ (ร้อยละ 45.30)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การทำธุรกรรมการเงินทางอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามว่า รู้จักการทำธุรกรรมการเงินทางอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 81.00) แต่ส่วนใหญ่ไม่เคยทำธุรกรรมการเงินทางอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 78.70) สำหรับกลุ่มที่เคยทำธุรกรรมการเงินทางอินเทอร์เน็ต

ส่วนใหญ่ใช้งานผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน (ร้อยละ 61.20) เพื่อโอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่น (ร้อยละ 30.20) โดยใช้งานสัปดาห์ละ 4 ครั้ง (ร้อยละ 6.60)

ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของความเคยชินกับการชำระเงินสด ความกลัวการสูญเสีย ความเฉาต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุ พบว่า ความกลัวการสูญเสียจากการเปลี่ยนไปใช้การชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ มีผลกระทบมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3450) รองลงมา คือ ความเคยชินกับการชำระเงินสด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8950) และลำดับสุดท้ายคือ ความเฉาต่อการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ เนื่องจาก รู้สึกพอใจที่จะชำระค่าสินค้า/บริการด้วยเงินสดต่อไป (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.7050)

ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างในภาพรวม เป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยสัมประสิทธิ์ความถดถอย ทั้งผลกระทบทางตรงและทางอ้อมเกี่ยวกับผลกระทบของความเคยชินกับการชำระเงินสด ความกลัวการสูญเสีย ความเฉาต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แสดงได้ดังภาพ 2



Chi-square (X^2) = 133.29, df = 111, Chi-square/ df (X^2/df) = 1.2008, p -value = 0.07347, CFI = 0.996, GFI = 0.976, AGFI = 0.963, RMSEA = 0.0183

หมายเหตุ *** = $p < 0.001$ (t value ≥ 3.291)

ภาพ 2 แบบจำลองสมการโครงสร้าง (หลังปรับ) แสดงผลกระทบของความเคยชินกับการชำระเงินสด ความกลัวการสูญเสีย ความเฉาต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากภาพ 2 ผลการทดสอบแบบจำลอง พบว่า ค่าสถิติทุกตัวหลังปรับแบบจำลองผ่านเกณฑ์มาตรฐานและมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สรุปว่าแบบจำลองมาตรฐานต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความสอดคล้องกับแบบจำลองทางทฤษฎีที่กำหนดไว้ในระดับที่ยอมรับได้ สามารถสรุปได้ดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าสถิติของแบบจำลองหลังปรับ

ค่าสถิติ	X^2/df	p -value	CFI	GFI	AGFI	RMSEA
เกณฑ์มาตรฐาน	< 2.00	> 0.05	> 0.90	> 0.90	> 0.90	< 0.05
หลังปรับ	1.2008	0.07347	0.996	0.976	0.963	0.0183

จากภาพ 2 ผู้วิจัยได้สรุปผลความสัมพันธ์ระหว่างผลกระทบของความเคยชินกับการชำระเงินสด ความกลัวการสูญเสีย ความเฉาต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้ดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลกระทบของความเคยชินกับการชำระเงินสด ความกลัวการสูญเสีย ความเฉยชา ต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตัวแปร บุพ ัจ ัย (antecedents)	ตัวแปร ตาม (Iv) ค่าอิทธิพล		INERT			QRPR	
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	
CPH	0.26***	-	0.26***	-	0.22	0.22	
LA	0.42***	-	0.42***	-	0.35	0.35	
INERT					0.83***	-	
R ²			0.516			0.486	

หมายเหตุ: DE=Direct Effect, IE=Indirect Effect, TE=Total Effect

*** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 (p < 0.001) (t value ≥ 3.291)

จากภาพ 2 และตาราง 2 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบโดยรวม (total effect--TE) ต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุมากที่สุด คือ ความเฉยชา (TE=0.83) รองลงมา คือ ความกลัวการสูญเสีย (TE=0.35) และสุดท้ายคือ ความเคยชินกับการชำระเงินสด (TE=0.22) โดยปัจจัยทั้งหมดร่วมกันพยากรณ์การต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้ร้อยละ 48.60 (R²=0.486)

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง แสดงดังตาราง 3

ตาราง 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	Path Coefficient	t-value	ผล การ ทดสอบ
H1 ความเคยชินกับการชำระเงินสดมีผลกระทบเชิงบวกต่อความเฉยชา	0.26***	3.38	สนับสนุน
H2 ความกลัวการสูญเสียมีผลกระทบเชิงบวกต่อความเฉยชา	0.42***	5.16	สนับสนุน
H3 ความเฉยชามีผลกระทบเชิงบวกต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์	0.83***	4.55	สนับสนุน

หมายเหตุ: *** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 (p < 0.001) (t value ≥ 3.291)

การอภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยจะสรุปตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อพัฒนาแบบจำลองความเคยชินกับการชำระเงินสด ความกลัวการสูญเสีย ความเฉยชา ต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุ พบว่าสมมติฐานที่ 1 ความเคยชินกับการชำระเงินสด มีผลกระทบเชิงบวกต่อความเฉยชาอย่างมีนัย

สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (path coefficient) เท่ากับ 0.26 ($\beta = 0.26, t = 3.38, p < 0.001$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Polites & Karahanna (2012, p28) ที่กล่าวว่า “ความเคยชินเป็นกลไกที่มีผลกระทบต่อการแสดงพฤติกรรมความเฉยชาต่อการใช้กระบวนการใหม่ ดังนั้น ถ้าผู้สูงอายุมีความเคยชินกับการชำระเงินสดสูงมากเท่าใด ก็จะทำให้เกิดความเฉยชาต่อการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์สูงตามไปด้วย ” สมมติฐานที่ 2 ความกลัวการสูญเสียมีผลกระทบต่อความเฉยชาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.42 ($\beta = 0.42, t = 5.16, p < 0.001$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Burnham et al., 2003; Jones, Reynolds, Mothersbaugh & Beatty, 2007; Kim & Kankanhali, 2009) ที่กล่าวว่า “ความกลัวการสูญเสียเป็นกฎทางจิตวิทยาที่ใช้ตรวจสอบการตัดสินใจของผู้สูงอายุ ยิ่งมีความกลัวการสูญเสียมากเท่าใด ก็จะทำให้เกิดความเฉยชาต่อการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์มากตามไปด้วย” และสมมติฐานที่ 3 ความเฉยชา มีผลกระทบต่อต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.83 ($\beta = 0.83, t = 4.55, p < 0.001$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Polites & Karahanna, 2012) ที่กล่าวว่า “ความเฉยชาที่เกิดจากความเคยชินกับการชำระเงินสดและความกลัวการสูญเสีย มากเท่าใด ยิ่งเพิ่มการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุมากขึ้นเท่านั้น”

2. จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุ พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุมากที่สุด คือ (1) ความเฉยชา (TE=0.83) (2) ความกลัวการสูญเสีย (TE=0.35) และ(3) ความเคยชินกับการชำระเงินสด (TE=0.22) ตามลำดับ โดยปัจจัยทั้งหมด สามารถร่วมกันพยากรณ์การต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้ร้อยละ 48.60 ($R^2 = 0.486$)

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ค้นพบความสำคัญซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นข้อเสนอแนะในการศึกษาเกี่ยวกับการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุ โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ในเชิงการบริหารจัดการ เิงนโยบาย และเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงการบริหารจัดการ

1. จากผลการวิจัย ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 60-64 ปี ส่วนใหญ่ศึกษาระดับปริญญาตรี โดยที่มาของเงินสำหรับการใช้จ่ายส่วนใหญ่มาจากเงินบำเหน็จ/เงินบำนาญ ดังนั้น ถ้าสถาบันการเงินผู้ให้บริการด้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ต้องการที่จะขยายขอบเขตเป้าหมายเข้าสู่กลุ่มผู้สูงอายุควรให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุกลุ่มนี้เป็นพิเศษ

2. สถาบันการเงินผู้ให้บริการด้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ควรรักษาความสำคัญกับความวิตกกังวลหรือความกลัวการสูญเสีย (loss aversion) และความเคยชินกับการชำระเงินสด (cash payment habit) ของผู้สูงอายุ เพราะมีผลกระทบโดยตรงต่อการเกิดความเฉื่อยชา (inertia) ซึ่งมีอิทธิพลอย่างสูงต่อการทำให้ผู้สูงอายุเกิดความรู้สึกต่อต้านต่อการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ (QR payment resistance) ในที่สุด ดังนั้น สถาบันการเงินผู้ให้บริการควรพยายามหาวิธีลดความวิตกกังวลหรือความกลัวการสูญเสีย โดยแสดงให้ผู้สูงอายุกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้เชิงประจักษ์ว่าโอกาสเกิดความเสียหายมีต่ำมาก หรือมีการกักรันตีการชดใช้ในกรณีเกิดความเสียหาย เช่น การให้ผู้สูงอายุได้ทดลองใช้จนมั่นใจว่าเป็นระบบหรือวิธีการชำระเงินที่ปลอดภัย เป็นต้น สำหรับการเปลี่ยนพฤติกรรมจากความเคยชินกับการชำระเงินสดไปสู่การสร้าง ความเคยชินกับการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ สถาบันการเงินผู้ให้บริการควรพยายามให้ผู้สูงอายุได้ทดลองใช้บ่อยๆ จนเกิดความเคยชิน และรับรู้ได้ว่าเป็นวิธีที่ง่ายสามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้สูงอายุได้มากขึ้นด้วย เช่น การไม่ต้องหาสถานที่ถอนเงินสด กรณีเงินสดไม่พอหรือไม่มีเงินสดติดตัว เนื่องจาก ผู้สูงอายุมักมีอุปสรรคด้านสังขารซึ่งไม่เอื้ออำนวยต่อการหาสถานที่ถอนเงินสด หรือการไม่ต้องเก็บเงินสดติดตัวจำนวนมากเพื่อความปลอดภัย เป็นต้น

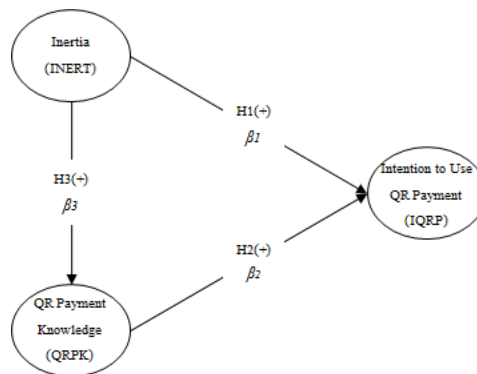
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยขอเสนอแนะเชิงนโยบาย โดยเน้นไปที่การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน โดยภาครัฐ ควรพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และพัฒนาเทคโนโลยีด้านระบบเครือข่าย (network system) ให้มีความครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถใช้งานได้สะดวก รวดเร็ว และสามารถดำเนินการได้ด้วยตนเอง ในทุกที่ตลอดเวลา เป็นการอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment) ได้โดยตรง ด้วยต้นทุนต่ำ อย่างรวดเร็ว ตามนโยบายผลักดันให้เกิดเศรษฐกิจดิจิทัล (digital economy) ของรัฐบาล สำหรับภาคเอกชน หรือสถาบันการเงินผู้ให้บริการ ควรเร่งพัฒนาระบบการชำระเงินให้มีการใช้มาตรฐาน QR code เดียวกัน โดยสามารถใช้งานร่วมกันได้ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ เพื่อให้เป็นเครื่องมือในการชำระเงินที่เชื่อถือได้ต่อไป นอกจากนี้ สถาบันการเงินผู้ให้บริการและหน่วยงานภาครัฐ ควรบูรณาการความรู้ และเทคโนโลยีสมัยใหม่ร่วมกัน เพื่อพัฒนาระบบการชำระเงินให้มีความปลอดภัยต่อการใช้งานมากที่สุด ซึ่งจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มผู้บริโภค และทำให้สถาบันการเงินผู้ให้บริการสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบให้การแข่งขัน (competitive advantage) ได้ต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยทั้ง 2 วัตถุประสงค์ และจากข้อเสนอแนะดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยขอ
นำเสนอแบบจำลองเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป โดยมุ่งศึกษาเกี่ยวกับความตั้งใจชำระเงินผ่านรหัส
คิวอาร์ของผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนมาชำระเงินผ่านรหัสคิว
อาร์ของผู้สูง อายุที่ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ (independent variables) 1 ตัว คือ ความเฉชาต่อ
การชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ (inertia--INERT) ตัวแปรคั่นกลาง (mediator variables) คือ ความรู้
เกี่ยวกับการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ (QR payment knowledge--QRPK) และตัวแปรตาม
(dependent variables) คือ ความตั้งใจชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์(intention to use QR payment--
IQRP)

แบบจำลองเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยยังคงใช้ตัวแปรความเฉชา (INERT) ต่อไป
เพื่อให้สอดคล้องกับผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1-2 เนื่องจากข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า
ส่งผลต่อการต่อต้านการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พร้อมกับ
เพิ่มตัวแปรเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ หรือความน่าสนใจของการชำระเงินผ่านรหัสคิวอาร์เข้ามา
เป็นทาง เลือกเพิ่มเติม เพื่อใช้ศึกษาแรงจูงใจจากภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อความตั้งใจชำระ
เงินผ่านรหัสคิวอาร์ของผู้สูงอายุกลุ่มเป้าหมาย ดังแสดงในภาพ 3



ภาพ 3 เสนอแบบจำลองผลกระทบของความเฉชาต่อ QR payment ความรู้เกี่ยวกับ QR payment ต่อความตั้งใจใช้ QR payment ของผู้สูงอายุในประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงมหาดไทย, กรมการปกครอง. (2558). *โครงสร้างข้อมูลทำเนียบท้องที่*. (22

กรกฎาคม 2561) สืบค้นจาก <http://stat.bora.dopa.go.th/dload/fccaa.htm>

กระทรวงมหาดไทย, กรมการปกครอง (2560). *ระบบสถิติการลงทะเบียน*. (22 กรกฎาคม 2561)

สืบค้นจาก <http://www.dop.go.th/th/know/1/125>

ณรงค์ศักดิ์ บัณฑิตชูโต และพจนกร ปรากฏบุญทวี. (2555). พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. จุลนิพนธ์. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ธนาคารแห่งประเทศไทย, (2560) ฝ่ายนโยบายระบบการชำระเงิน สายนโยบายระบบการชำระเงินและเทคโนโลยีทางการเงิน (18 กรกฎาคม 2561) สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/StandardPS/Pages/default.aspx>

วรภรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา และ อนุสรณ์จันดาแสง. (2558). การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 21(1), 179 -188.

มนตรี พิริยะกุล. (2553). ตัวแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Bovey, W. H., & Hede, A. (2001). Resistance to organisational change: the role of defence mechanisms. *Journal of managerial psychology*, 16(7), 534-548.

Boomsma, A., & Hoogland, J. J. (2001). The robustness of LISREL modeling. In R. Cudeck., S. D. Toit., & D. Sorbom (Eds.), *Structural equation modeling: Present and future-a festschrift in honor of Karl Joreskog* (pp. 139-168). Dchicago, IL: Scientific Software International.

Burnham, T. A., Frels, J. K., & Mahajan, V. (2003). Consumer switching costs : A typology, antecedents, and consequences. *Journal of the Academy of marketing Science*, 31(2), 109-126.

Chan-Olmsted, S. M., & Chang, B. H. (2006). Audience knowledge, perceptions and factors affecting the adoption intent of terrestrial digital television. *New Media & Society*, 8(5), 773-800.

Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A first course in factor analysis*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Crown, W. H., & Longino Jr, C. F. (1991). State and regional policy implications of elderly migration. *Journal of aging & social policy*, 3(1-2), 185-207.

Field, A. (2005). *Discovering statistics using SPSS* (2nd ed.). Thousand Okes, CA: Sage Publications.

Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981), "Structural equation models with unobservable variables and measurement error: algebra and statistics", *Journal of Marketing*

Research, 18(3), 382-8.

- Furneaux, B., & Wade, M. R. (2011). An exploration of organizational level information systems discontinuance intentions. *Mis Quarterly*, 573-598.
- Garitaonandía, C., & Garmendia, M. (2009). E-commerce use among digital TV subscribers: audiovisual abundance and virtual purchase—Predictors of e-commerce use among digital television subscribers in Spain. *New Media & Society*, 11(3), 417-432.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall,
- Hosseini, S., Barker, K., & Ramirez-Marquez, J. E. (2016). *A review of definitions and measures of system resilience*. *Reliability Engineering & System Safety*, 145,47-61.
- Jones, M. A., Reynolds, K. E., Mothersbaugh, D. L., & Beatty, S. E. (2007). The positive and negative effects of switching costs on relational outcomes. *Journal of Service Research*, 9(4), 335-355.
- Joshi, K. (2005). "Understanding User Resistance and Acceptance During the Implementation of an Order Management System: A Case Study Using the Equity Implementation Model," *Journal of Information Technology Case and Application Research* (7:1), pp. 6-20.
- Kempf, A., & Ruenzi, S. (2006). Status quo bias and the number of alternatives: An empirical illustration from the mutual fund industry. *The journal of behavioral finance*, 7(4), 204-213.
- Kim, H. W., & Kankanhalli, A. (2009). Investigating user resistance to information systems implementation: A status quo bias perspective. *MIS quarterly*, 567-582.
- Kim, Changsu, Mirsobit Mirusmonov, and In Lee. (2010). An Empirical Examination of Factors Influencing the Intention to Use Mobile Payment. *Computers in Human Behavior*, 26 (3), 310–22.
- Lazer, W., & Shaw, E. H. (1987). *How older Americans spend their money*. *American Demographics*, 9(9), 36-41.
- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. (2007). How habit limits the predictive power of intention: The case of information systems continuance. *MIS quarterly*, 705-737.

- Lin, T. C., Huang, S. L., & Hsu, C. J. (2015). A dual-factor model of loyalty to IT product—the case of smartphones. *International Journal of Information Management*, 35(2), 215-228.
- Lin, T.-C., and Huang, S.-L. (2014). "Understanding the Determinants of Consumers' Switching Intentions in a Standards War," *International Journal of Electronic Commerce*(19:1), pp. 163-189.
- Mustonen-Ollila, E., & Lyytinen, K. (2003). Why organizations adopt information system process innovations: a longitudinal study using Diffusion of Innovation theory. *Information Systems Journal*, 13(3), 275-297.
- Nunnally, J. (1978). Psychometric methods.
- Polites, G. L. (2009). *The duality of habit in information technology acceptance* (Doctoral dissertation, uga).
- Polites, G. L., & Karahanna, E. (2012). Shackled to the status quo: the inhibiting effects of incumbent system habit, switching costs, and inertia on new system acceptance. *MIS quarterly*, 21-42.
- Polites, G. L., & Karahanna, E. (2013). The Embeddedness of Information Systems Habits in Organizational and Individual Level Routines: Development and Disruption. *Mis Quarterly*, 37(1), 221-246.
- Rogers, E. 2003. Diffusion of Innovations.5th Edition, *Free Press*, New York.
- Samuelson, W., & Zeckhauser, R. (1988). Status quo bias in decision making. *Journal of risk and uncertainty*, 1(1), 7-59.
- Sun, Y., Shen, X. L., & Wang, N. (2014). Understanding the role of consistency during web–mobile service transition: Dimensions and boundary conditions. *International Journal of Information Management*, 34(4), 465-473.
- Szmigin, I., & Carrigan, M. (2000). The older consumer as innovator: does cognitive age hold the key?. *Journal of Marketing Management*, 16(5), 505-527.
- Trocchia, P. J., & Janda, S. (2000). A phenomenological investigation of Internet usage among older individuals. *Journal of consumer marketing*, 17(7), 605-616.
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2012). Adoption and impacts of interorganizational business process standards: Role of partnering synergy. *Information Systems Research*, 23(4), 1131-1157.

- Wang, N., Shen, X. L., & Sun, Y. (2013). Transition of electronic word-of-mouth services from web to mobile context: A trust transfer perspective. *Decision support systems*, 54(3), 1394-1403.
- Wang, Y. Y. (2014). *A Study of User Upgrading Behavior of Operating System- Based on Status Quo Bias Theory and Purchase Intention Model*.
- Zhou, Tao. (2013). An Empirical Examination of Continuance Intention of Mobile Payment Services. *Decision Support Systems*, 54 (2), 1085–91.

การประเมินผลและปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรข่าวกรองทางยุทธศาสตร์ ของ
ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ให้สอดคล้องกับ
บริบททางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ยุคใหม่

AN EVALUATION AND IMPROVEMENT OF THE STRATEGIC INTELLIGENCE
CURRICULUM OF ARMED FORCES SECURITY CENTER TO BE CONSISTENT WITH
THE POLITICAL, ECONOMIC AND SOCIAL CONTEXT IN MODERN AGES

เพ็ญแข ขุนจง¹ และ ผศ.ดร.ชุลีรัตน์ เจริญพร²

Penkae Khunjong¹ and Asst. Prof. Dr. Chuleerat Charoenporn²

บทคัดย่อ

งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลและปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรข่าวกรองทางยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกับบริบททางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยใช้ CIPP Model การวิจัยเป็นแบบ Mixed Method ผลการวิจัยสรุปได้ว่า การประเมินในทุกด้านภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากและมากที่สุด สอดคล้องกับบริบททางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ภารกิจของศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย และ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) แต่ยังไม่ครบถ้วน ประเด็นที่มีความสำคัญและสอดคล้องกับการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรคือ 1) การปรับปรุงแก้ไขในส่วนของเนื้อหาวิชาให้ทันสมัยและสอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ทั้งในและนอกประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปที่มีผลกระทบต่อประเทศไทย เน้นในเรื่องของยุคโลกาภิวัตน์ เทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ และยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี 2) การปรับโครงสร้าง การปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการ การปฏิบัติงานของบุคลากร ของ โรงเรียนรักษาความปลอดภัย ศูนย์รักษาความปลอดภัย

คำสำคัญ : ข่าวกรองทางยุทธศาสตร์; บริบททางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ยุคใหม่

Abstract

The purpose of this research is to evaluate and improve the strategic intelligence curriculum in order to make it in accord with the political, economic and social context in modern ages. The CIPP Model was used to evaluate in which Mixed Method was used. The results show that an overall evaluation of the sample group agrees and strongly agree, which corresponds with the political, economic and social context, mission of

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง วิทยาลัยนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต

² อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง วิทยาลัยนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต

Armed Forces Security Center and 20-Year National Strategy (2017-2036). However, it has not been completed yet. There are two important points that are accordant with the improvement of the curriculum. The first point is to improve the content of the each subject. The content should be modern and accordant with both internal and external strategic environment that has changed Thailand, focusing on changing globalization, fast-growing technology, Non-Traditional threat and 20-Year National Strategy. Another point is to restructure and improve management efficiency and personnel performance of Security School, Armed Forces Security Center.

Keywords: Strategic Intelligence; Political, Economic and Social Context in Modern Ages

บทนำ

ในปัจจุบันสภาวะแวดล้อมทางยุทธศาสตร์หรือสถานการณ์ความมั่นคงได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว สถานการณ์ภัยคุกคามความมั่นคงของโลกได้เปลี่ยนไปจากอดีตเป็นภัยคุกคามรูปแบบใหม่ (Non – Traditional Threat) มีความสลับซับซ้อนและเชื่อมโยงกันมากขึ้น การสู้รบเป็นแบบไม่เปิดเผย มีความเปลี่ยนแปลงอย่างพลวัต นอกเหนือความคาดคิด ซึ่งปริมาณของความเสียหายต่าง ๆ และภัยอันตรายมักปรากฏเป็นภัยคุกคามที่เกิดขึ้นจากสาเหตุของโลกาภิวัตน์ (Globalization) นวัตกรรม เทคโนโลยี ที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (Accelerating Technological Innovation)

งานข่าวกรอง (Intelligence) มีความสำคัญยิ่งในการรักษาผลประโยชน์และความมั่นคงของชาติ ซึ่ง ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย มีภารกิจเกี่ยวกับการข่าวกรอง และการต่อต้านการข่าวกรองทางทหาร การรักษาความปลอดภัยบุคคลสำคัญ การรักษาความปลอดภัยทางการสื่อสาร รวมทั้งการดำเนินการฝึกศึกษาด้านการข่าวกรอง โดยมี โรงเรียนรักษาความปลอดภัย ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย เป็นหน่วยงานขึ้นตรง มีภารกิจจัดการดำเนินการศึกษาอบรมเฉพาะทาง เพื่อพัฒนางานด้านการข่าว ให้แก่ กองบัญชาการกองทัพไทย กองทัพบก กองทัพเรือ กองทัพอากาศ ตลอดจนถึงข้าราชการตำรวจ และข้าราชการพลเรือน ซึ่งปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการข่าว

หลักสูตรข่าวกรองทางยุทธศาสตร์ เป็นหลักสูตรเพื่อผลิตนักยุทธศาสตร์งานข่าวกรองในระดับสูงของชาติ ทั้งฝ่ายทหาร และพลเรือน โดย โรงเรียนรักษาความปลอดภัย ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย เป็นหน่วยรับผิดชอบดำเนินการเปิดการศึกษาเพียงหน่วยงานเดียวเป็นประจำทุกปี การจัดการศึกษาเป็นการศึกษาเชิงปฏิบัติการ วิจัยในเรื่องขององค์ประกอบข่าวกรองทางยุทธศาสตร์ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับพลังอำนาจ

ของชาติและปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปที่เป็นขีดความสามารถ ความล่อแหลม และหนทางปฏิบัติที่น่าจะปฏิบัติของชาติต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการกำหนดและดำเนินนโยบายที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์และความมั่นคงของชาติ ต้องการเสนอข้อมูลที่สมบูรณ์ถูกต้อง และทันเวลา ซึ่งเป็นงานที่ต้องกระทำโดยต่อเนื่องทั้งในยามสงบและยามสงคราม

เมื่อศึกษาระเบียบกองบัญชาการกองทัพไทย ว่าด้วยหลักสูตรการศึกษาของ กองบัญชาการกองทัพไทย พ.ศ.2553 ซึ่งกำหนดให้ปรับปรุงแก้ไขหลักสูตรการศึกษาอย่างน้อย 1 ครั้ง ในรอบ 5 ปี สำหรับหลักสูตรชาวกรองทางยุทธศาสตร์ โรงเรียนรักษาความปลอดภัย ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขหลักสูตรไปเมื่อ พ.ศ. 2557 ซึ่งการปรับปรุงดังกล่าวไม่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขรายละเอียดเนื้อหาวิชา เพียงแต่ปรับเปลี่ยนชื่อวิชาใหม่บางวิชาเพื่อให้สอดคล้องกับปัจจุบัน ในขณะที่ปี พ.ศ.2561 จะครบวงรอบตามระเบียบ ให้ปรับปรุงแก้ไขหลักสูตรอีกครั้ง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่อง “การประเมินผลและปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรชาวกรองทางยุทธศาสตร์ ของ ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ให้สอดคล้องกับบริบททางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ยุคใหม่” เพื่อประเมินผล ตรวจสอบ ติดตามผล การเรียนการสอน การจัดการศึกษาโดยส่วนรวมว่าบังเกิดผลสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตรในระดับใด มีส่วนใดบ้างที่ควรมีการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้มีความพร้อม สำหรับการปฏิบัติงานตามภารกิจขององค์การในเรื่องของภัยความมั่นคงรูปแบบใหม่ที่เพิ่มมากขึ้น และสอดคล้องตอบสนองต่อแผนปฏิบัติราชการ กองบัญชาการกองทัพไทย ประจำปีงบประมาณ 2559 – 2562 การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการปฏิบัติการข่าวสารและระบบข่าวกรอง ตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560 – 2579) อันจะส่งผลต่อการพัฒนาการจัดการศึกษา การปฏิบัติงานของ ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศชาติและประชาชน อันจะนำไปสู่การเกิดผลสัมฤทธิ์ตามนโยบายของรัฐบาลอย่างแท้จริง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยนี้ขอเสนอแนวคิดและโมเดลการประเมินแบบ CIPP Model ของ แดเนียล สตัฟเฟิลบีม (Daniel Stufflebeam) เพราะสามารถประเมินข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรได้ครอบคลุมมากที่สุด

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2507) CIPP Model เป็นการประเมินผลที่มีระบบแบบแผนที่ชัดเจนและนิยมใช้กันแพร่หลาย ข้อดีของ CIPP Model ทำให้มีหน่วยบริการข้อมูลกับผู้บริหารและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจที่รับผิดชอบในการดำเนินโครงการได้ข้อมูลย้อนกลับในทันที เป็นการประเมินผลโครงการทุกชั้นตอน ครบทั้งระบบ เป็นการมองแบบภาพรวม ข้อเสียของ CIPP Model

เน้นในเรื่องคุณค่าที่เกี่ยวข้องน้อยมาก กระบวนการตัดสินใจยังไม่ชัดเจน ไม่ได้แสดงหรือกำหนดวิธีการไว้แต่อย่างใด เสียค่าใช้จ่ายมากและมีความซับซ้อน นำไปใช้ได้ในบางโครงการเท่านั้น

รัตนะ บัวสนธ์ (2556) แดเนียล สตัฟเฟิลบีม (Daniel Stufflebeam) เป็นนักประเมินบุคคลสำคัญในวงวิชาชีพการประเมิน ได้พัฒนารูปแบบการประเมินอันเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายคือรูปแบบการประเมินซิปป์ (CIPP Evaluation Model) และได้ถูกนำมาใช้ในการประเมินโครงการต่างๆ เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะโครงการทางการศึกษาในประเทศไทย แต่อย่างไรก็ดีการใช้รูปแบบการประเมินซิปป์ ในวงวิชาการของไทยยังมีทัศนคติการใช้ที่คลาดเคลื่อนอยู่มาก ปัจจุบัน สตัฟเฟิลบีม ได้มีการปรับพัฒนารูปแบบการประเมิน CIPP เป็น CIPIEST ทั้งนี้รูปแบบการประเมิน CIPIEST ที่ปรับใหม่ก็มีมีนทัศน์และแนวทางการนำไปใช้ที่แตกต่างจากรูปแบบการประเมิน CIPP จากการศึกษาหนังสือตีพิมพ์ในปี 2007 Stufflebeam and Shinkfield (2007) พบว่า การใช้รูปแบบการประเมิน CIPP ในวงการประเมินของไทยมีมีนทัศน์ที่คลาดเคลื่อนการใช้รูปแบบการประเมิน CIPP ในประเด็นหลัก ๆ ดังนี้

1) ใช้รูปแบบการประเมิน CIPP เมื่อสิ้นสุดโครงการ กรณีผู้ใช้นำรูปแบบการประเมิน CIPP ที่แบ่งมิติการประเมินออกเป็น 4 ด้าน คือ บริบท (Context) ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และผลผลิต (Product) มาประเมินโครงการ แผนงาน หรือหลักสูตรที่สิ้นสุดระยะเวลาดำเนินการ ใช้เพื่อที่จะสรุปภาพรวมผลการประเมินโครงการ แผนงานดังกล่าวเป็นรายมิติที่ทำการประเมินซึ่งมีลักษณะเป็นการประเมินย้อนหลังและไม่ได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับการตัดสินใจดำเนินงานจากผลการประเมินแต่ละด้าน

2) เครื่องมือฉบับเดียวสำหรับการประเมินทุกมิติ การประเมินโครงการ แผนงานหรือหลักสูตรที่ผู้ประเมินแบ่งมิติการประเมินออกเป็น 4 ด้าน ตามที่กล่าวไว้ข้างต้นมักใช้แบบสอบถามชนิดแบ่งเป็นระดับความคิดเห็น (อาจเป็น 3, 4 หรือ 5 ระดับ) แล้วสร้างข้อคำถามในแต่ละด้านเท่า ๆ กันหรืออาจไม่เท่ากัน โดยส่วนใหญ่จะมีข้อคำถามในแต่ละด้าน 5 – 10 ข้อ เพื่อให้ผู้ตอบใส่เครื่องหมาย ✓ ตามระดับความคิดเห็นระดับใด ๆ ในข้อคำถามนั้น ๆ แล้วนำคำตอบที่ได้มาตรวจให้คะแนนเป็นตัวเลขเพื่อนำมาวิเคราะห์ต่อไป ทั้ง ๆ ที่จริงแล้วการประเมินในแต่ละมิติหรือแต่ละด้านต้องใช้เครื่องมือ เทคนิควิธีการที่หลากหลายในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ตัดสินผลการประเมินไม่ใช่ใช้เครื่องมือฉบับเดียวเก็บข้อมูลทุกด้าน

3) นิยามมิติการประเมินไม่ถูกต้องครอบคลุม งานประเมินโครงการที่ใช้รูปแบบ CIPP บ่อยครั้ง พบว่า มิติการประเมินทั้ง 4 ด้าน ผู้ประเมินไม่ได้นิยามศัพท์อย่างชัดเจนว่าในแต่ละมิตินั้นมีความหมายครอบคลุมถึงสิ่งที่มุ่งประเมินอะไรบ้าง ยิ่งไปกว่านั้นบางงานประเมินไม่ได้มีการนิยามมิติการประเมินดังกล่าวแต่อย่างใด การให้นิยามที่ไม่ชัดเจนครอบคลุมหรือไม่ได้ให้นิยามมิติการประเมินทั้ง 4 ด้าน นั้น เป็นปัญหาต่อการเขียนข้อคำถามหรือกำหนดประเด็นย่อยสำหรับการ

ประเมินให้มีความเป็นเอกพันธ์ (Homogeneous) และทำให้มีความเป็นวิวิธพันธ์ (Heterogeneous) ปัญหาเช่นนี้นำไปสู่การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการประเมินผิวดินหรือ ผิดมิติของการประเมิน ซึ่งเมื่อได้ข้อมูลอันจะเป็นผลจากการประเมินที่ผิดมิติก็ย่อมไม่มีประโยชน์ หรือมีประโยชน์น้อยมากต่อการนำผลการประเมินไปใช้

4) ปราศจากการตั้งคำถามการประเมินตามมิติ/ประเด็นการประเมิน ความผิดพลาด คลาดเคลื่อนจะโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตามของผู้ประเมินในข้อนี้เป็นผลสืบเนื่องเกี่ยวข้องกับข้อที่ผ่าน มา นั่นคือเมื่อไม่ได้นิยามหรือสร้างความชัดเจนครอบคลุมในมิติการประเมินแต่ละด้าน ก็จะทำให้ การตั้งคำถามเกี่ยวกับสิ่งที่มุ่งประเด็นในมิติต่าง ๆ กระทำไม่ได้ ทั้งที่จริงแล้วคำถามการประเมินมี ความสำคัญอย่างยิ่งเพราะคำถามการประเมินนั้นเป็นสิ่งบ่งบอกให้ผู้อ่านหรือผู้ใช้ผลการประเมิน ทราบว่าผู้ประเมินต้องการแสวงหาคำตอบอันเป็นสารสนเทศสำคัญของการประเมินอย่างไรบ้าง และผลการประเมินที่ได้จากคำถามแต่ละข้อนั้นมีความครอบคลุมให้ภาพชัดเจนของโครงการ แผนงานหรือหลักสูตรที่ถูกประเมินมากน้อยเพียงใด อันจะมีประโยชน์ต่อการนำสารสนเทศที่ได้รับ ไปใช้สำหรับตัดสินใจดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไป

5) ใช้ข้อมูลเชิงปริมาณสำหรับการประเมินทุกมิติ เมื่อใช้เครื่องมือเก็บข้อมูลแต่ละมิติ ของการประเมินโดยเป็นแบบสอบถามเพียงหนึ่งฉบับ ดังนั้นข้อมูลที่ได้และนำไปวิเคราะห์จึงเป็น ข้อมูลเชิงปริมาณที่มักแสดงออกมาในรูปของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) รายข้อคำถาม รายด้านและภาพรวมทุกด้านของมิติการประเมิน ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วมิติการ ประเมินที่ต่างกันในแต่ละมิติจำเป็นต้องใช้ข้อมูลหลากหลาย มิใช่เป็นแต่เพียงคะแนนจาก แบบสอบถามเท่านั้น ข้อมูลหลากหลายที่ว่านี้อาจเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้มาจากวิธีการเก็บ รวบรวมโดยการสังเกต สัมภาษณ์บุคคลต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการแผนงานหรือหลักสูตร ที่ได้รับการประเมิน ซึ่งมักเรียกกลุ่มบุคคลเหล่านี้ว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) หรืออาจ เป็นข้อมูลจำนวนคน งบประมาณ หรือวัสดุอุปกรณ์ที่เก็บรวบรวมได้จากเอกสารต่าง ๆ ก็ได้ด้วย ดังนั้นการใช้ข้อมูลเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียวจึงไม่ได้ให้สารสนเทศของสิ่งที่ได้รับอย่างครอบคลุม เพียงพอต่อการนำไปใช้ประโยชน์

6) เกณฑ์การประเมินยึดเกณฑ์เดียวกันทุกมิติ บ่อยครั้งที่พบว่า การประเมินแต่ละมิติ ตามรูปแบบ CIPP ผู้ประเมินมักใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็นตัว ตัดสินคุณค่าของโครงการ แผนงาน หรือหลักสูตรในมิตินั้น ๆ ทั้งที่เป็นรายชื่อของแต่ละมิติหรือราย ด้านของมิติหนึ่ง ๆ เช่น ผู้ประเมินใช้เกณฑ์ (\bar{X}) = 3.50 และ S.D. = 1.50 (ในกรณีเครื่องมือเก็บ ข้อมูลเป็นแบบมาตราประมาณค่าชนิด 5 ระดับ) สำหรับตัดสินดีค่าว่าโครงการแผนงานหรือ หลักสูตร สำเร็จ ดี เหมาะสม ทำนองนี้เป็นต้น ซึ่งการใช้เกณฑ์เช่นนี้ ลักษณะเป็นเกณฑ์สัมบูรณ์ (Absolute Criterion) หรือเกณฑ์ที่กำหนดไว้ล่วงหน้าตายตัวอันเป็นเกณฑ์เชิงปริมาณ การใช้

เกณฑ์เดียวเช่นนี้ทำให้เกิดความเข้าใจผิดในหมู่นักประเมินที่ทำตาม ๆ กัน เพราะในทางที่ถูกที่ควรแล้วเกณฑ์การตัดสินคุณค่าของโครงการ แผนงานหรือหลักสูตรตามมิติต่าง ๆ ในรูปแบบการประเมิน CIPP ต้องมีหลายแบบโดยเป็นทั้งเกณฑ์สัมบูรณ์และเกณฑ์สัมพัทธ์ (Relative Criterion) เกณฑ์ปริมาณและเกณฑ์เชิงคุณภาพ (Quantitative and qualitative criterion) ทั้งนี้ควรพิจารณาให้เหมาะสมกับมิติการประเมินและข้อมูลที่ใช้ประกอบการประเมินแต่ละมิติ

7) ปราศจากการนำเสนอทางเลือกสำหรับตัดสินใจเชิงนโยบายหรือการใช้ผลการประเมินรายงานผลการประเมินที่ใช้รูปแบบการประเมิน CIPP มักจะจบลงเมื่อผู้ประเมินรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละมิติแต่ละข้อคำถามในมิตินั้น แต่จะขาดส่วนที่เป็นการสรุปตัดสินคุณค่าว่าทำยที่สุดแล้วโครงการ แผนงาน หรือหลักสูตรนั้นมีข้อดี ข้อจำกัดในประเด็นหรือมิติใด และข้อเสนอแนะที่เป็นแนวทางสำหรับการตัดสินใจปรับปรุงหรือป้องกันแก้ไข ตลอดจนการขยายผลโครงการ แผนงานควรทำอย่างไร ซึ่งส่วนที่เป็นข้อเสนอแนะสำหรับการตัดสินใจเช่นนี้นับว่าเป็นบทบาทและหน้าที่สำคัญที่นักประเมินพึงดำเนินการเป็นอย่างยิ่งเพราะนิยามการประเมินนั้นคือ “การตัดสินคุณค่าอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับคุณประโยชน์หรือคุณภาพของสิ่งที่ได้รับการประเมิน” (Stufflebeam and Shinkfield, 2007, p. 9) ทั้งนี้คำว่า Worth (ประโยชน์) นั้นหมายถึง โครงการ แผนงานหรือสิ่งที่ได้รับการประเมิน (Object of Evaluation) สามารถตอบสนองให้บริการสอดคล้องกับความต้องการจำเป็นของกลุ่มผู้รับบริการหรือสอดคล้องตามบริบท (Context) ส่วนคำว่า Merit (คุณภาพ) หมายถึง โครงการหรือสิ่งที่ได้รับการประเมินนั้นมีคุณภาพทำให้ได้ผลผลิตเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ดังนั้นผู้ประเมินจึงต้องตัดสินดีค่าเกี่ยวกับคุณประโยชน์และคุณภาพของโครงการ แผนงานที่ประเมินนั้น ๆ พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางหรือข้อเสนอสำหรับการตัดสินใจดำเนินการให้แก่ผู้ใช้หรือผู้กำหนดนโยบายด้วยเช่นกัน ดังที่ระบุไว้ในหลักการแนวทางสำหรับนักประเมิน (Guiding Principle for Evaluators) ที่คณะกรรมการร่วมการประเมิน (Joint Committee of Evaluation) จัดทำไว้ให้นักประเมินใช้เป็นหลักยึดในการดำเนินงานประเมิน ด้วยเหตุนี้ถ้าหากรายงานการประเมินปราศจากสิ่งนี้ (การตัดสินดีค่าและข้อเสนอแนะแนวทางสำหรับการตัดสินใจ) ก็ไม่อาจนับเป็นรายงานประเมินแต่ถือเสมือนเป็นรายงานการวิจัยเท่านั้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อประเมินผลและปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรชาวกรงทางยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกับบริบทการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยใช้ CIPP Model

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเป็นแบบ Mixed Method เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ที่เป็นคำถามปลายเปิดใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงบรรยายในการวิเคราะห์เนื้อหา ประชากรที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 40 คน ได้แก่ ผู้บริหาร อาจารย์ประจำหลักสูตร และผู้เข้ารับการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเกษตรศาสตร์ โรงเรียนรักษาความปลอดภัย ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย รุ่นที่ 51

ผลการวิจัย

1) **ด้านบริบท (Context)** การประเมินแบ่งออกเป็น วัตถุประสงค์ของหลักสูตร, โครงสร้างของหลักสูตร และเนื้อหาสาระของหลักสูตร ผลการประเมินด้านวัตถุประสงค์ โครงสร้างของหลักสูตร มีคะแนนลดหลั่นลงมา แต่ยังคงอยู่ในช่วงระดับเห็นด้วยมากที่สุด และเนื้อหาสาระของหลักสูตร อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

ด้านวัตถุประสงค์ของหลักสูตร มีความสอดคล้องกับความต้องการในด้านบริบททางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมยุคใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไป สามารถตอบสนองต่อภารกิจของศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย เหล่าทัพ หน่วยงานเพื่อความมั่นคงและของทุกภาคส่วน ส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถประเมินสภาพแวดล้อมข่าวกรองทางยุทธศาสตร์ทางทหารและยุทธศาสตร์ในระดับชาติ ทำให้ผู้เรียนเกิดความรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเองสามารถเป็นนักข่าวกรองทางยุทธศาสตร์

ด้านโครงสร้างของหลักสูตร มีความเหมาะสมรองรับต่อสภาพการณ์และบริบทของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา สามารถผลิตนักข่าวกรองทางยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกับความต้องการของ ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย เหล่าทัพ หน่วยงานเพื่อความมั่นคง และของทุกภาคส่วน

ด้านเนื้อหาสาระของหลักสูตร มีความสอดคล้องกับความมุ่งหมายของหลักสูตร มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีทักษะในการคาดการณ์สิ่งที่จะเกิดขึ้นได้ล่วงหน้าอย่างถูกต้อง มีทักษะในการคิดเชิงวิเคราะห์ในปัญหาหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ในหลายมิติ อีกทั้งเป็นการเตรียมการและพัฒนาบุคลากรของศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย เหล่าทัพ หน่วยงานเพื่อความมั่นคงและของทุกภาคส่วน ให้มีความรู้ความสามารถในการคิดวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์

ในส่วนที่ไม่สอดคล้อง องค์กรประกอบข่าวกรองทางยุทธศาสตร์ 8 ด้าน ที่ใช้สำหรับเป็นพื้นฐานในการศึกษาการทำประมาณการข่าวกรองทางยุทธศาสตร์ ควรจะมีหัวข้อที่ใช้เป็นองค์ประกอบเพิ่มมากขึ้น เพราะไม่เพียงพอต่อการทำประมาณการข่าวกรองทางยุทธศาสตร์ ต้องเพิ่มเติมเกี่ยวกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ที่เปลี่ยนแปลง เช่น ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ กลุ่ม

ต่อต้านรัฐบาลภายในประเทศ การละเมิดสิทธิมนุษยชน ภัยคุกคามทางไซเบอร์ เทคโนโลยี อาวุธสมัยใหม่ ภัยธรรมชาติ และพลังอำนาจแห่งชาติ มีอะไรบ้างที่เพิ่มเติมเปลี่ยนแปลง โดยปรับให้เข้ากับบริบทใหม่ และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560 – 2579)

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนาแก้ไขแถลงหลักสูตร คือ วิชาหลักควรมีเรื่องสำคัญที่เกี่ยวกับยุทธศาสตร์ชาติ 3 มิติ คือ ยุทธศาสตร์ (นโยบาย วิธีการบริหารจัดการ) พลังอำนาจแห่งชาติ (เครื่องมือที่จะไปถึงเป้าหมาย) และ ความมั่นคงแห่งชาติ (เป้าหมาย) ทั้ง 3 มิตินี้ ผู้เข้ารับการศึกษหลักสูตรข่าวกรองทางยุทธศาสตร์ ต้องมีความเข้าใจไปพร้อมกัน เพราะถ้าไม่เข้าใจก็ไม่สามารถจะทำให้หลักสูตรตอบรับกับการกำหนดยุทธศาสตร์ได้อย่างแท้จริง

2) **ด้านปัจจัยนำเข้า (Input)** การประเมินแบ่งออกเป็น ปัจจัยด้านผู้เรียนและปัจจัยด้านผู้สอน ผลการประเมินปัจจัยด้านผู้เรียนและปัจจัยด้านผู้สอน อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

การคัดเลือกผู้เรียน มีความเหมาะสมสอดคล้องกับหลักสูตร มีการเปิดโอกาสให้กับผู้เข้ารับการศึกษาคือไม่ได้ทำงานด้านการข่าวและมีพื้นฐานด้านการข่าวมาเรียน ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายให้หน่วยงานภาคเอกชนเข้ามารับศึกษา ผู้เข้ารับการศึกษาคือส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความรู้เรื่องพื้นฐานข่าวกรองโดยทั่วไป และมีจำนวนน้อยที่จะเข้าใจเรื่องยุทธศาสตร์อย่างแท้จริง ดังนั้นปัจจัยด้านผู้เรียน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของหลักสูตร เกิดประโยชน์ต่อหน่วยงาน และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนได้นั้น การคัดเลือกผู้เรียนจำเป็นต้องคัดเลือกผู้ที่มีพื้นฐานความรู้หรือปฏิบัติงานด้านการข่าวกรอง งานด้านความมั่นคง และผ่านหลักสูตรของโรงเรียนรักษาความปลอดภัย ศูนย์รักษาความปลอดภัย เช่น หลักสูตรผู้ช่วยนายทหารฝ่ายการข่าว หลักสูตรการรักษาความปลอดภัย หลักสูตรการต่อต้านการข่าวกรอง หรือผ่านหลักสูตรการฝึกอบรมด้านความมั่นคงจากสถาบันด้านความมั่นคงมาก่อนที่จะเข้ารับการศึกษ หลักสูตรข่าวกรองทางยุทธศาสตร์ โดยเฉพาะคนที่ทำงานข่าวกรองทางยุทธศาสตร์ของทุกหน่วยงานในประเทศ ควรจะต้องมาเรียน เพราะจะได้รู้หลักวิธีการในการวิเคราะห์ การทำประมาณการข่าวกรองทางยุทธศาสตร์ ประเทศทุกประเทศงานข่าวกรองมีความสำคัญ ประเทศชาติต้องมีข่าวกรอง ต้องมีคนทำข่าวกรองทางยุทธศาสตร์ เพื่อให้ผู้นำประเทศใช้กำหนดและดำเนินนโยบายที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์และความมั่นคงของชาติ

ด้านความต้องการของผู้เรียนที่ประสงค์จะเข้ารับการศึกษาคือจำนวนที่นั่งตามหลักสูตร จำนวนที่นั่งศึกษาของหลักสูตร แบ่งเป็น กองบัญชาการกองทัพไทย 20 ที่นั่ง หน่วยงานภายนอก กองบัญชาการกองทัพไทย 15 ที่นั่ง พิจารณาจากความจุของห้องเรียนและงบประมาณ ค่าเช่า รถบัสในการศึกษาดูงาน ทั้งในและต่างประเทศ จำนวน 1 คัน มีที่นั่งประมาณ 44 – 46 ที่นั่ง ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการกำหนดจำนวนที่นั่งศึกษาของหลักสูตร ปัญหาคือ ในส่วนของกองบัญชาการกองทัพไทย กำลังพลที่ปฏิบัติงานด้านการข่าวกรอง ไม่ได้ถูกส่งให้เข้ารับการศึกษ

เพราะหน่วยขาดคนทำงาน อีกทั้งกำลังพลบางส่วนไม่มีความประสงค์ไม่สนใจที่จะเข้ารับการศึกษาเพราะไม่มีความจำเป็นที่จะต้องเรียน เนื่องจาก หลักสูตรช่างทรงทางยุทธศาสตร์ เป็นหลักสูตรเพิ่มพูนความรู้ไม่ใช่หลักสูตรตามแนวทางรับราชการที่มีความจำเป็นจะต้องเรียนเพื่อใช้ในการเลื่อนยศเลื่อนตำแหน่ง หลักสูตรการศึกษาของ โรงเรียนรักษาความปลอดภัย ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย จึงถูกลดความสำคัญลง ในขณะที่หน่วยงานภายนอกต้องแย่งกันมาเรียนและจำกัดด้วยงบประมาณของแต่ละหน่วยงาน ซึ่งต้องรับผิดชอบเองส่งผลทำให้ส่งคนมาเรียนได้เป็นจำนวนน้อย ดังนั้นนโยบายการพัฒนาทางการศึกษาต้องมีความต่อเนื่องให้ความสำคัญด้านการศึกษาเพื่อพัฒนางานข่าว บุคลากรด้านการข่าว จึงต้องเพิ่มความจำเป็นให้กับหลักสูตรช่างทรงทางยุทธศาสตร์ ทำให้เป็นหลักสูตรตามแนวทางรับราชการ ของ ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ให้กับกำลังพลใน ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย หรือกำลังพลที่ทำงานเกี่ยวข้องกับหน่วยงานด้านการข่าว ด้านความมั่นคง เรียนแล้วสามารถใช้ในการเลื่อนยศเลื่อนตำแหน่ง ทำให้ทุกคนเห็นความจำเป็นในการเข้ารับการศึกษา อยากเรียนและจำเป็นจะต้องเรียน ยกเว้นหลักสูตรให้มีมาตรฐาน วัตถุประสงค์ของหลักสูตรประโยชน์ที่นักเรียนจะได้รับต้องมากกว่าการเพิ่มพูนความรู้ บุคลากร อาจารย์ โครงสร้างหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน การบริหารหลักสูตร ทุก ๆ ส่วน มีความสำคัญ ต้องทำให้ตอบสนองผู้เรียน เมื่อเรียนจบแล้วเกิดการเปลี่ยนแปลง มีแนวคิดใหม่ มีขีดความสามารถที่ดีในการทำงาน สามารถนำความรู้มาปรับปรุงการปฏิบัติงาน และพัฒนาหน่วยงาน ทำประโยชน์ให้กับประเทศชาติได้ ผู้บังคับบัญชาประทับใจสนับสนุนส่งคนไปเรียน เป็นการแก้ปัญหาไม่มีคนไปเรียน

ด้านความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อผู้สอนในแต่ละวิชา การคัดเลือกผู้สอน
ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ของผู้สอน (คุณวุฒิ/วัยวุฒิ/ประสบการณ์) มีความสอดคล้องกับหลักสูตรแต่ไม่ทั้งหมดและในส่วนที่ไม่สอดคล้อง คือ อาจารย์ภายใน ของ โรงเรียนรักษาความปลอดภัย ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ที่มีประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญชำนาญด้านยุทธศาสตร์และด้านช่างทรงทางยุทธศาสตร์มีจำนวนน้อย ดังนั้นควรบรรจุอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ด้านยุทธศาสตร์และมีความเชี่ยวชาญชำนาญด้านช่างทรงทางยุทธศาสตร์โดยตรง ซึ่งจบหลักสูตรด้านความมั่นคง เข้าใจยุทธศาสตร์ชัดเจน จึงจะสามารถสอนหลักการวิเคราะห์ประมาณการช่างทรงทางยุทธศาสตร์ได้ดี การบรรจุอาจารย์ผู้มีความคุณสมบัติเหมาะสม อัตรา พ.ท. คุณสมบัติคือควรจะต้องจบหลักสูตรขั้นต่ำจาก โรงเรียนเสนาธิการทหารบก โรงเรียนเสนาธิการทหารเรือ โรงเรียนเสนาธิการทหารอากาศ เพื่อเป็นอาจารย์และได้รับการพิจารณาในการจัดอันดับความสำคัญในการเลื่อนตำแหน่งอัตรา พ.ท. เป็น พ.อ. ให้เป็นผู้ช่วยผู้อำนวยการกอง ตามสายงานการบังคับบัญชา ของ ศูนย์รักษาความปลอดภัย

กองบัญชาการกองทัพไทย หรือควรจะผ่านหลักสูตรขั้นสูงกว่า เช่น วิทยาลัยการทัพบก วิทยาลัยการเรือ วิทยาลัยการอากาศ วิทยาลัยเสนาธิการทหาร มาเป็น ผู้อำนวยการหลักสูตรชาวกรรทงยุทธศาสตร์ อัตรา พ.อ.(พ) จะได้มีมุมมองทางวิชาการเห็นภาพรวมของการเรียนการสอนที่กว้างขึ้น การคัดเลือกบุคลากรเข้าปฏิบัติงานของ ศูนย์รักษาความปลอดภัย เป็นการเปิดรับผู้มีความรู้ทุกสาขาวิชา ทำให้ขาดสหวิทยาการความรู้ บุคลากรผู้ที่เป็นอาจารย์ต้องมีความรู้และเก่งด้านยุทธศาสตร์ มีประสบการณ์ในการทำงานในพื้นที่ สามารถถกแถลงเรื่องยุทธศาสตร์กับนักเรียนได้ โรงเรียนรักษาความปลอดภัย ศูนย์รักษาความปลอดภัย สามารถพัฒนาอาจารย์ได้โดยส่งไปอบรมด้านยุทธศาสตร์ การที่บุคลากรจะเก่งได้นั้นเกิดจากประสบการณ์การทำงานในบริบทที่เปลี่ยนไป ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ควรมอบทุนการศึกษาและส่งไปเรียนเฉพาะด้านในเรื่องบริบทที่เปลี่ยนไปเกี่ยวกับงานข่าวทั้งในและต่างประเทศ นโยบายการพัฒนาด้านการศึกษามีความต่อเนื่องให้ความสำคัญด้านการศึกษาเพื่อพัฒนางานข่าว ควรให้คนเก่ง ผู้มีความรู้ ความชำนาญงานด้านความมั่นคง ที่อยู่ใน ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ไปเป็นอาจารย์สอนที่ โรงเรียนรักษาความปลอดภัย ศูนย์รักษาความปลอดภัย แล้วได้ยศ เลื่อนตำแหน่ง เนื่องจากหลักสูตรชาวกรรทงยุทธศาสตร์ เป็นหลักสูตรที่ผลิตนักยุทธศาสตร์งานข่าวกรองในระดับสูง เป็นหลักสูตรที่มีความสำคัญ เป็นประโยชน์ต่อประเทศ จึงควรให้ผู้ที่มีขีดความสามารถ มีหน้าที่ไปถ่ายทอดไปเป็นอาจารย์ ถือว่ามีความดีความชอบ ให้การพิจารณาเลื่อนยศเพื่อเป็นขวัญกำลังใจ และเป็นประโยชน์สามารถแก้ปัญหาการขาดแคลนอาจารย์ของ โรงเรียนรักษาความปลอดภัย ศูนย์รักษาความปลอดภัย การสร้างคนรุ่นใหม่ให้มีความภูมิใจ เช่น ทำงานครบ 3 ปี ให้มีการคัดเลือกคนเก่ง ๆ ที่มีคุณสมบัติเรื่องความมั่นคงด้านต่าง ๆ ให้ไปเป็นอาจารย์ได้ เลื่อนยศ บำเหน็จประจำปี เนื่องจากความดีความชอบ โดยเป็นอาจารย์ 1 – 2 ปี แล้วกลับมาทำงานต่อที่หน่วยเดิมคือ ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย โดยสามารถเลือกกองหน่วยขึ้นตรงในการปฏิบัติงานได้

ในส่วนของอาจารย์ ผู้เชี่ยวชาญ ที่มาจากหน่วยงานภายนอก มีความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญชำนาญและปฏิบัติงานเกี่ยวข้องโดยตรงกับงานด้านยุทธศาสตร์ งานด้านการข่าวกรองงานด้านความมั่นคง ส่งผลทำให้ผู้เรียนเข้าใจวัตถุประสงค์ของหลักสูตร และการถ่ายทอดความรู้ในแต่ละวิชาสอดคล้องกับบริบททางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ยุคใหม่ ที่เปลี่ยนแปลงไป และสอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560 – 2579) สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เข้ารับการศึกษาที่มีความคาดหวังต่ออาจารย์ผู้สอนเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ ความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญด้านยุทธศาสตร์ได้เป็นอย่างดี

ด้านความเหมาะสมของผู้ประสานงานในหลักสูตร ความสามารถในการติดต่อประสานงานของผู้ประสานงานในหลักสูตร และการอำนวยความสะดวกของผู้ประสานงานใน

หลักสูตรนั้น ผู้ประสานงานในหลักสูตรมีประสบการณ์น้อยและมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการชี้แจงวัตถุประสงค์การเรียนการสอนในสิ่งที่หลักสูตรต้องการให้กับ อาจารย์ ผู้เชี่ยวชาญ ที่จะมาถ่ายทอดความรู้ให้กับนักเรียน การเชิญอาจารย์ ผู้เชี่ยวชาญ ต้องร้อยเรียง โรงเรียนรักษาความปลอดภัย ศูนย์รักษาความปลอดภัย ต้องสร้างแผนบทเรียนของแต่ละวิชา กรอบของเนื้อหา รวมถึงวิธีการสอนการถ่ายทอดความรู้ในสิ่งที่หลักสูตรชาวกรองทางยุทธศาสตร์อยากได้ให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของหลักสูตร และตรงกับความต้องการของผู้เรียน (คือต้องการให้นักเรียน มีความรู้เรื่องอะไร) ซึ่งแผนบทเรียนในแต่ละวิชาสามารถเปลี่ยนแปลงตามบริบทใหม่ได้ทุกปี

ด้านหน่วยงานที่ไปศึกษาดูงานมีความเหมาะสมสอดคล้องกับหลักสูตร ผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อการศึกษาดูงานตลอดหลักสูตร ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม อาจจะต้องปรับการขออนุมัติการศึกษาดูงานต่างประเทศ ให้สามารถขยายออกไปได้ครบทุกประเทศรอบบ้าน กลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน และประเทศที่อยู่นอกอาเซียน

3) ด้านกระบวนการ (Process) การประเมินแบ่งออกเป็น การจัดระบบการเรียนการสอน, ระยะเวลาของหลักสูตร/ชั่วโมงเรียน, ทรัพยากร, สิ่งอำนวยความสะดวก, กิจกรรมเสริมหลักสูตร ผลการประเมินการจัดระบบการเรียนการสอน, ทรัพยากร, สิ่งอำนวยความสะดวก และ กิจกรรมเสริมหลักสูตร อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ระยะเวลาการศึกษา ตลอดหลักสูตร (24 สัปดาห์) และ จำนวนชั่วโมงในแต่ละวิชาที่เหมาะสม อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

ด้านความสะดวกในการขอรับบริการอุปกรณ์การเรียนการสอน สื่อ เทคโนโลยีทางการศึกษา ของ โรงเรียนรักษาความปลอดภัย ศูนย์รักษาความปลอดภัย เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต WIFI ในการค้นหาข้อมูลข่าวสารแหล่งเปิด เพื่อใช้ในการทำประมาณการชาวกรองทางยุทธศาสตร์ ช้าและมีการจำกัดการเข้าใช้งานเนื่องจากเป็นนโยบายการรักษาความปลอดภัยของ กองบัญชาการกองทัพไทย ที่ต้องยืนยันตัวบุคคลในการเข้าใช้งาน ทำให้ในส่วนของผู้เข้ารับการศึกษาค่าไม่ได้สังกัด กองบัญชาการกองทัพไทย เกิดความไม่สะดวกต้องขอรหัสของผู้เข้ารับการศึกษาค่าไม่ได้สังกัด กองบัญชาการกองทัพไทย ใช้ร่วมกัน ดังนั้นเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้ารับการศึกษาค่าไม่ได้สังกัด ควรมีรหัสการยืนยันตัวบุคคลให้กับผู้เข้ารับการศึกษาค่าไม่ได้สังกัด กองบัญชาการกองทัพไทย ด้วย

ด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน สื่อ เทคโนโลยีทางการศึกษา สื่อที่ใช้ในการเรียนการสอนมีแค่ PowerPoint แต่เนื่องจากผู้เข้ารับการศึกษาค่าไม่ได้มีเพียงผู้เข้ารับการศึกษาค่าเป็นทหาร โรงเรียนรักษาความปลอดภัย ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย ควรพัฒนาเรื่องการใช้สื่อ เครื่องมือ เทคโนโลยี ที่ทันสมัยในการอธิบายยกตัวอย่างทำให้ผู้เข้ารับการศึกษาค่าเป็นพลเรือน ภาคเอกชน รัฐวิสาหกิจ ตำรวจ และองค์การที่ไม่ใช่ทหาร ได้เห็นภาพลึกซึ้งและสร้างความเข้าใจให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เป็นการเพิ่มศักยภาพในการเรียนการสอน

ข้อเสนอแนะในด้านของความเหมาะสมของการจัดระบบการเรียนการสอน โดยแบ่งเป็นการฟังบรรยาย การถกแถลง การอภิปรายและการศึกษาคูณาน การจัดกลุ่มผู้เรียนเหมาะสมต่อสภาพการจัดการเรียนการสอนผู้เรียน และผู้สอนมีการวางแผนการเรียนการสอนร่วมกัน ก่อนเรียนควรจะมีการบอกแนวทางการเรียนให้นักเรียนเตรียมตัวล่วงหน้าต้องอ่านความมุ่งหมายของหลักสูตร อ่านหนังสือก่อนเรียน ในช่วงของการเรียนการสอนควรจะมีคนที่มีความรู้ผู้เชี่ยวชาญมาพูดคุยให้ความรู้สั้น ๆ ประมาณ 1 ชั่วโมง (มีการเปลี่ยนผู้เชี่ยวชาญใหม่เรื่อย ๆ ตามความชำนาญในแต่ละวิชาของแต่ละวัน) แล้วให้ทำงานเป็นกลุ่มย่อย มีการถกแถลง แลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ ซึ่งการทำงานกลุ่มย่อยทำให้เกิดความสนิทสนม กล้าแสดงออก กล้าแสดงความคิดเห็น ทำให้ได้ความคิดที่หลากหลายจากคนในกลุ่ม ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ มาช่วยในการเรียนการสอน การทำแบบการฝึกการประมาณการข่าวกรองทางยุทธศาสตร์ สร้างบรรยากาศในการค้นคว้าในการเรียน เมื่อถกแถลงเสร็จอาจารย์ประจำกลุ่มก็จะตักผลึกความรู้เป็นบทสรุปทำเป็นรายงานรวบรวมแนวความคิดของนักเรียนแต่ละคนในกลุ่ม และป้อนเนื้อหาหลักส่งคืนกลับสู่ผู้เรียน ผู้เรียนและผู้สอนสามารถปฏิสัมพันธ์กันได้ในลักษณะการสื่อสาร 2 ทาง สามารถโต้ตอบ ปรีกษาหารือและแลกเปลี่ยนความคิดกันได้ มีประโยชน์ทำให้เกิดการคิดนอกกรอบ นักเรียนได้มุมมองที่แตกต่าง

ด้านการวัดและประเมินผลอย่างถูกต้อง ยุติธรรม ข้อเสนอแนะควรวัดผลจาก 3 อย่าง คือ 1.Discussion 2.Presentation 3.Thesis การประเมินผลการศึกษาของผู้เข้ารับการศึกษาค้นคว้าต้องมีมาตรฐาน ในช่วงของการเรียนการสอนต้องมีการประเมินผลติดตามการเรียนการสอนจากอาจารย์ มีบุคลากรมากำกับติดตามดูแลตลอดเวลาในช่วงของการเรียนการสอน ผู้ควบคุมต้องเป็นผู้มีความรู้

4) ด้านผลผลิต (Product) เป็นการประเมินด้านความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน ด้านงานข่าวกรองทางยุทธศาสตร์ ผลการประเมินด้านผลผลิต อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ผู้เข้ารับการศึกษาค้นคว้าได้รับความรู้และประสบการณ์การเรียนรู้ตามโครงสร้างหลักสูตร ความรู้ที่ได้รับเป็นองค์ความรู้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานด้านการข่าวได้จริง สามารถพัฒนาผู้เรียนไปสู่การเป็นนักข่าวกรองทางยุทธศาสตร์ที่มีความเชี่ยวชาญได้ หากปฏิบัติงานในสายงานที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรง ในส่วนของผู้เข้ารับการศึกษาค้นคว้าที่ไม่ได้ปฏิบัติงานด้านการข่าว งานด้านความมั่นคง หลักสูตรข่าวกรองทางยุทธศาสตร์ ทำให้รู้จักหลักการคิดวิเคราะห์ การเปรียบเทียบ การคิดอย่างมีตรรกะ มีเหตุมีผล คิดเชื่อมโยง คิดริเริ่มสร้างสรรค์ ใช้จินตนาการ คิดล่วงหน้า มีวิสัยทัศน์ กว้างไกล ทำให้มีความรู้เกี่ยวกับด้านการทหาร ยุทธศาสตร์ทหาร ยุทธศาสตร์ชาติ เพิ่มมากขึ้น องค์ประกอบข่าวกรองทางยุทธศาสตร์ ทั้ง 8 ด้าน สามารถนำมาประยุกต์ใช้แก้ปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติงานและการใช้ชีวิตประจำวันทั่วไปได้ เช่น ด้านการเมือง สังคม (ครอบครัว) เศรษฐกิจ (ธุรกิจ) การวางแผนการบริหารจัดการ สามารถใช้ได้ในทุก ๆ เรื่อง งานบริหารประเทศก็ต้องใช้ความรู้จากงานข่าวกรองทางยุทธศาสตร์

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า การประเมินในทุกด้านภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากและมากที่สุด สอดคล้องกับบริบททางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ภารกิจของศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย และ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) แต่ยังไม่ครบถ้วนประเด็นที่มีความสำคัญและสอดคล้องกับการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตร คือ 1) การปรับปรุงแก้ไขในส่วนของเนื้อหาวิชาให้ทันสมัยและสอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ทั้งในและนอกประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปที่มีผลกระทบต่อประเทศไทย เน้นในเรื่องของยุคโลกาภิวัตน์ เทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ และ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี 2) การปรับโครงสร้าง การปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการ การปฏิบัติงานของบุคลากร ของ โรงเรียนรักษาความปลอดภัย ศูนย์รักษาความปลอดภัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัย

การประเมินผลหลักสูตรจะมีประสิทธิภาพไม่ได้ถ้าไม่ใช้การวิจัย กระบวนการวิจัยเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลการศึกษา การประเมินหลักสูตรชาวกรรทางยุทธศาสตร์ ตามรูปแบบ CIPP Model สามารถประเมินข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรได้ครอบคลุมมากที่สุด เป็นการประเมินหลักสูตรทุกขั้นตอนครบทั้งระบบ เป็นการมองแบบภาพรวมทำให้ได้ข้อมูลย้อนกลับในทันที และในแต่ละมิติของการประเมินที่ต่างกันนั้น ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลที่หลากหลายจากการวิจัยเชิงคุณภาพประกอบเพิ่มเติม ซึ่งได้มาจากวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์บุคคลต่าง ๆ ผู้เกี่ยวข้องกับหลักสูตรชาวกรรทางยุทธศาสตร์ จึงทำให้ข้อมูลสารสนเทศของสิ่งที่ได้รับการประเมินผลหลักสูตรมีความครอบคลุมเพียงพอต่อการนำไปใช้ประโยชน์ ซึ่งผู้บังคับบัญชาและผู้รับผิดชอบหลักสูตรชาวกรรทางยุทธศาสตร์ สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจ เป็นข้อเสนอแนวทางในการปรับปรุงพัฒนา หลักสูตรชาวกรรทางยุทธศาสตร์ ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

คู่มือชาวกรรทางยุทธศาสตร์ โรงเรียนรักษาความปลอดภัย ศูนย์รักษาความปลอดภัย หมายเลข

ชกศ. 1 – 1001, กรุงเทพฯ : ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการทหารสูงสุด

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณะเกษตรศาสตร์. รูปแบบของการประเมินผล บทที่ 2

(Evaluation Model). (28 มกราคม 2561) สืบค้นจาก

http://agecon-extens.agri.cmu.ac.th/Course_online/Course/352441/Slide%20E-Learning/บทที่%20%20รูปแบบของการประเมินผล.pdf

รัตนะ บัวสนธ์. รูปแบบการประเมิน CIPP และ CIPIEST มโนทัศน์ที่คลาดเคลื่อนและถูกต้อง

ในการใช้. (28 มกราคม 2561) สืบค้นจาก <http://www.rattanabb.com/html/CIPP.pdf>
ฉลาด ศรีสวัสดิ์, นายทหารประจำ ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย.

สัมภาษณ์, 27 มีนาคม 2561.

ชนะ บุญปราศภัย, รองผู้บัญชาการ โรงเรียนรักษาความปลอดภัย ศูนย์รักษาความปลอดภัย
กองบัญชาการกองทัพไทย. สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2561.

ชนะ ปานแก้ว, ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท ทศภาค จำกัด ในเครือ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ
จำกัด

(มหาชน). สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2561.

ชินภัค ชวนพุทธินันท์, นักทัศนวิทยาชำนาญการ เรือนจำอำเภอสุวรรณภูมิ กรมราชทัณฑ์
กระทรวงยุติธรรม. สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2561.

ทิวทรัพย์ อุดมโชค, ผู้อำนวยการ กอง 10 ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย.
สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2561.

นภดล คงสุจริต, ผู้ช่วยผู้อำนวยการ กอง 12 ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพ
ไทย.

สัมภาษณ์, 23 – 24 มกราคม 2561, 12 มีนาคม 2561.

นาวิณ ฟุ้งลัดดา, ผู้อำนวยการกองการฝึกและศึกษา โรงเรียนรักษาความปลอดภัย ศูนย์รักษา
ความ

ปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย. สัมภาษณ์, 27 มีนาคม 2561.

นิรากร พันธุ์หอม, นักการช่างชำนาญการ สังกัด สำนักกิจการความมั่นคงภายใน กรมการปกครอง
กระทรวงมหาดไทย. สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2561.

นุกุล กฤษณะสุวรรณ, นายทหารประจำ ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย.
สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2561.

นันทิชา นำสินหลาก, หัวหน้าแผนกวิเทศสัมพันธ์ กองวิเทศสัมพันธ์ สำนักวิเทศสัมพันธ์
กรมข่าวทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย. สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2561.

บุญยอด ทนนาน, หัวหน้าสารบรรณ กองกลาง กรมยุทธการทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย.
สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2561.

บุรี บุญวรรณ, ผู้อำนวยการ กอง 3 ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย.
สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2561.

ปฏิพัทธ์ แก้วช่วง, เจ้าหน้าที่คดีพิเศษปฏิบัติการ กรมสอบสวนคดีพิเศษ. สัมภาษณ์,
30 มีนาคม 2561.

ประภาพร เสนีวงศ์, นักวิเคราะห์นโยบายและแผน สำนักงานสภาความมั่นคงแห่งชาติ. สัมภาษณ์,

28 มีนาคม 2561.

มณฑิกานต์ วงษ์ถาวร, นายทหารประจำ ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย.

สัมภาษณ์, 27 มีนาคม 2561.

รุ่งอนันต์ เดชผ่อง, นักสืบสวนสอบสวนชำนาญการ สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและ

ปราบปรามยาเสพติด. สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2561.

รังสรรค์ ผดุงบุตร, รองผู้อำนวยการ กองยุทธศาสตร์และการข่าว ศูนย์รักษาความปลอดภัย

กองบัญชาการกองทัพไทย. สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2561, 22 มีนาคม 2561.

วชิระ ราชภูวดี, นายทหารประจำ ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย.

สัมภาษณ์, 29 มีนาคม 2561.

วิชัย ชูเชิด, ผู้ช่วยผู้บัญชาการ ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย. สัมภาษณ์,

5 กุมภาพันธ์ 2561.

วัฒน์ชัย คุ่มครอง, ผู้ทรงคุณวุฒิพิเศษ กองบัญชาการกองทัพไทย. สัมภาษณ์, 2 มีนาคม 2561.

สิทธิพงษ์ ศรีกุลบุตร, ผู้บังคับกองร้อยตำรวจตระเวนชายแดนที่ 227 อำเภอเขมราฐ จังหวัด

อุบลราชธานี. สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2561.

สุพัตรา เกี้ยวกลาง, นักการข่าวชำนาญการพิเศษ สำนัก 9 สำนักข่าวกรองแห่งชาติ. สัมภาษณ์,

4 เมษายน 2561.

สุรศิลป์ พรหมสาขา ณ สกลนคร, หัวหน้าแผนกขนส่ง กองส่งกำลังบำรุง สถาบันป้องกันประเทศ

กองบัญชาการกองทัพไทย. สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2561.

โสภิตจิตรา ใจกว้าง, ประจำศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย. สัมภาษณ์,

27 มีนาคม 2561.

สำรวย นพรัตน์, นายทหารประจำ ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย.

สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2561.

อนันตพงษ์ อิมโธชา, รองผู้อำนวยการ กอง 2 ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพ

ไทย. สัมภาษณ์, 1, 7 กุมภาพันธ์ 2561.

อมรรัตน์ มหาพิรุณ, นายทหารประจำ ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย.

สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2561.

อัศวินี ประยูรศิริ, นายทหารประจำ ศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการกองทัพไทย.

สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2561.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเช่าถนนอมจิตต์แมนชั่น

IMPORTANT SERVICE MARKETING MIX FACTORS TOWARD

TO RENTING THANOMJIT MANSION

เพ็ญนิภา ยิ้มแย้ม¹ และ ศักดิ์สินี กลิ่นสุนทร²

Pennika Yimyam¹ Saksinee Klinsuntron²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเช่าห้องพักอาศัยกับถนนอมจิตต์แมนชั่น และ 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเช่าห้องพักอาศัยกับถนนอมจิตต์แมนชั่น จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ ประชากร ได้แก่ ผู้พักอาศัยที่ทำสัญญาเช่าห้องพักถนนอมจิตต์แมนชั่น จำนวน 65 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่มีค่าความตรงตามเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.97 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (μ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ทดสอบสมมติฐาน โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมของการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเช่าถนนอมจิตต์แมนชั่น ในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านพนักงาน รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งต่างๆ ในสำนักงาน ตามลำดับ 2) ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเช่าห้องพักอาศัยกับถนนอมจิตต์แมนชั่น พบว่า ผู้เช่าห้องพักที่มีอายุ และอาชีพต่างกัน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเช่าห้องพักอาศัยกับถนนอมจิตต์แมนชั่นในภาพรวมแตกต่างกัน ส่วนผู้เช่าห้องพักที่มีเพศ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ และจำนวนสมาชิกในห้องพักอาศัยต่างกัน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเช่าห้องพักอาศัยกับถนนอมจิตต์แมนชั่นในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด ; บริการ ; ถนนอมจิตต์แมนชั่น

Abstract

This study aimed 1) to study the important service marketing mix factors toward to renting Thanomjit Mansion and 2) to compare the important service marketing mix

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, e-mail : nung_ATC27@hotmail.com

²หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, e-mail : saksinee@hotmail.com

factors toward to renting Thanomjit Mansion, categorized by the demographic factors. The population was 65 residents of 65 rooms who had the contracts of rent with Thanomjit Mansion. The instrument of this study was a questionnaire that had content validity (IOC) between 0.67-1.00 and the reliability of the questionnaire 0.97. The statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean(μ), standard deviation(σ), and hypothesis testing by compare mean.

The results of the study found that; 1) the important service marketing mix factors toward to renting Thanomjit Mansion, overall was at a moderate level. When considering each side, found that could be descended by employee the highest mean, place factors the second, production factor, marketing promotion factor, pricing factor, process factor and others factor in office respectively. 2) the hypothesis testing found that the tenants who were different age and career mentioned on important service marketing mix factors toward to renting Thanomjit Mansion, overall showed the difference, but the tenants who were different gender, highest education, income, marriage status and amount of residential members, mentioned on important service marketing mix factors toward to renting Thanomjit Mansion, overall showed not difference.

Keyword : Marketing Mix; Service ; Thanomjit mansion.

บทนำ

ที่พักอาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์จากสภาพเศรษฐกิจและสังคม ประกอบกับประชากรมีการเคลื่อนย้ายที่อยู่อาศัยด้วยเหตุผลต่างๆ เช่น เพื่อศึกษาต่อของผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด เพื่อความสะดวกสบายและประหยัดเวลาในการเดินทางไปทำงานหรือสถานศึกษา เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นสาเหตุให้ธุรกิจที่พักอาศัยให้เข้าเกิดขึ้นอย่างมากมายทั่วประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดที่เป็นจุดศูนย์กลางของแหล่งงาน เขตอุตสาหกรรมและสถานศึกษา เช่น กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ไปจนถึงจังหวัดใหญ่ ซึ่งห้องพัก คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนท์ ก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้พักอาศัย

ปัจจุบันสถานการณ์การแข่งขันในธุรกิจที่อยู่อาศัยให้เข้ามีการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นเนื่องจากความต้องการเช่าที่อยู่อาศัยยังคงมีอยู่อีกมากโดยเฉพาะในทำเลที่ภาคธุรกิจและภาคอุตสาหกรรมยังมีทิศทางการขยายตัว อีกทั้งสาเหตุหนึ่งมาจากจำนวนห้องพัก คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนท์ รายใหม่ที่เข้ามาสู่ตลาดมีจำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์

การแข่งขัน โดยเฉพาะราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งและการบริการที่ดี คือ มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และให้บริการกับผู้เช่าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน มีสภาพห้องพักที่เหมาะสมไม่ว่าจะเป็นเรื่องขนาดของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก และการระบายอากาศที่ดีภายในห้องพัก ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการจูงใจให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีไม่ย้ายไปเช่าที่แห่งใหม่

นอกจากนี้ ธุรกิจที่อยู่อาศัยให้เช่ายังมีอีกหลายตัวแปร เช่น การปรับปรุงอาคารให้มีความสดใสใหม่อยู่เสมอ เพราะความสวยงามนั้น ยังช่วยสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้เช่ารายเดิมและสร้างความประทับใจแก่ผู้เช่ารายใหม่ที่กำลังมองหาที่พักอาศัยให้เช่า หรือมีการบริการซ่อมแซมอุปกรณ์ที่ชำรุดเสียหายด้วยความรวดเร็วแก่ผู้เช่า เช่น ฝักบัว หลอดไฟ ลิฟต์ เป็นต้น ก็จะทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักได้ง่ายขึ้น (ประภัสสร จันทร์พวง.2558 : 1)

ถนนอมจิตต์แมนชั่น เป็นสถานที่ให้บริการเช่าห้องพักเป็นรายเดือนแห่งหนึ่งในพื้นที่ถนนประชาอุทิศ เขตทุ่งครุ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งทำเลที่ตั้งติดกับบริเวณย่านแหล่งชุมชน บริษัท โรงงาน ร้านอาหาร ตลาด ใกล้กับ ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล โรงเรียน สถานศึกษาระดับมหาวิทยาลัย และมีความสะดวกในการเดินทาง และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ WiFi เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ช่วยในการตัดสินใจเช่าห้องพัก แต่ปัจจุบันถนนอมจิตต์แมนชั่นกำลังประสบปัญหาจากคู่แข่งซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจให้เช่าที่อยู่อาศัยในย่านเดียวกันที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกเพิ่มขึ้น และส่งผลให้ผู้เช่าพักอาศัยของถนนอมจิตต์แมนชั่นบางส่วนย้ายไปเช่าพักห้องอาศัยกับผู้ประกอบการธุรกิจให้เช่าที่อยู่อาศัยรายใหม่ๆ ทำให้จำนวนผู้เช่าห้องพักอาศัยกับถนนอมจิตต์แมนชั่นลดลง ดังแสดงตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนผู้เช่าห้องพักอาศัยของถนนอมจิตต์แมนชั่น ระหว่างเดือนกรกฎาคม – เดือนธันวาคม พ.ศ. 2560

เดือน	จำนวนเต็ม (ห้อง)	จำนวนห้องที่มีผู้เช่า (ห้อง)	จำนวนที่ลิด (ห้อง)
กรกฎาคม	65	53	12
สิงหาคม	65	51	14
กันยายน	65	49	16
ตุลาคม	65	49	16
พฤศจิกายน	65	47	18
ธันวาคม	65	46	19

ที่มา : วันทนา ปัญญาอ่อน. (2560 : 1)

จากสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้บริหารของถนนอมจิตต์แมนชั่น จึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเช่าห้องพักอาศัยกับถนนอมจิตต์แมนชั่น เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการบริหารและการปรับปรุงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้นรวมถึงการรักษาลูกค้าเก่าและเรียกลูกค้าใหม่ให้ตัดสินใจเช่าห้องพักอาศัยกับถนนอมจิตต์แมนชั่น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ ใน 7 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านพนักงาน 6) ด้านกระบวนการ และ 7) ด้านสิ่งต่างๆ ในสำนักงาน มาใช้เป็นกรอบแนวความคิดที่ใช้ในวิจัยครั้งนี้ ดังแสดงตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย
ที่มา : ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555 : 19 - 24)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเช่าห้องพักอาศัยกับถนนอมจิตต์แมนชั่น

2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเข้าห้องพักอาศัยกับถนนอมจิตต์แมนชั่น จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์

สมมติฐานการวิจัย

ผู้เข้าห้องพักที่มีปัจจัยประชากรศาสตร์ต่างกัน ให้มีความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเข้าห้องพักอาศัยกับถนนอมจิตต์แมนชั่น แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ประชากร ได้แก่ ผู้ที่ทำสัญญาเช่าและตัดสินใจเช่าห้องพักกับถนนอมจิตต์แมนชั่น ปีพ.ศ. 2561 จำนวน 65 คน จากห้องพัก 65 ห้อง

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ และจำนวนสมาชิกในห้องพักอาศัย และตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเข้าห้องพักอาศัยกับถนนอมจิตต์แมนชั่น ใน 7 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านพนักงาน 6) ด้านกระบวนการ และ 7) ด้านสิ่งต่างๆ ในสำนักงาน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเข้าถนนอมจิตต์แมนชั่น ใน 7 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านพนักงาน 6) ด้านกระบวนการ และ 7) ด้านสิ่งต่างๆ ในสำนักงาน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหากับข้อคำถาม ได้ค่าความตรงตามเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เช่าห้องพักอาศัยของปิยะวรรณอพาร์ทเมนท์ จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจากข้อคำถามทั้งหมดตามวิธีของ Cronbach's (Alpha Coefficient : α) (อ้างใน พรพณี ลีกิจวัฒน์. 2559 : 199 - 203) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.97

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแจกแบบสอบถามให้กับประชากร จำนวน 65 ชุด ด้วยตนเอง โดยได้รับแบบสอบถามกลับคืน จำนวน 65 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 1 หาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ตอนที่ 2 หาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์แปลความหมายค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มีระดับความสำคัญมากที่สุด, 3.50-4.49 มีระดับความสำคัญมาก, 2.50-3.49 มีระดับความสำคัญปานกลาง, 1.50 -2.49 มีระดับความสำคัญน้อย, 1.00-1.49 มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด (พรธณี ลีกิจวัฒน์. 2559 : 358) และการทดสอบสมมติฐาน วิเคราะห์โดยใช้ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Compare Mean)

ผลการวิจัย

ปัจจัยประชากรศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้เข้าห้องพักที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31–40 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 10,000 - 20,000 บาท มีสถานภาพโสดและมีจำนวนสมาชิกในห้องพักอาศัย จำนวน 2 คน

ปัจจัยส่วนประสมของการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเข้าถนอนมจิตรต์แมนชั่น

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมของการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเข้าถนอนมจิตรต์แมนชั่น ในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีระดับความสำคัญสูงสุดคือ ด้านพนักงาน รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งต่างๆ ในสำนักงาน ดังแสดงตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเข้าถนอนมจิตรต์แมนชั่น ในภาพรวมและรายด้าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเข้าถนอนมจิตรต์แมนชั่น	N = 65		ระดับความสำคัญ
	μ	σ	
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.11	0.86	ปานกลาง
2. ด้านราคา	2.23	0.56	น้อย
3. ด้านการจัดจำหน่าย	3.13	1.01	ปานกลาง

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.60	0.49	ปานกลาง
5. ด้านพนักงาน	3.18	0.91	ปานกลาง
6. ด้านกระบวนการ	2.23	0.56	น้อย
7. ด้านสิ่งต่างๆในสำนักงาน	2.23	0.56	น้อย
รวม	2.73	0.63	ปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้เข้าห้องพักที่มีอายุ และอาชีพต่างกัน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเข้าห้องพักอาศัยกับถนนอมจิตต์แมนชั่นในภาพรวมแตกต่างกัน ส่วนผู้เข้าห้องพักที่มีเพศ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ และจำนวนสมาชิกในห้องพักอาศัยต่างกัน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเข้าห้องพักอาศัยกับถนนอมจิตต์แมนชั่นในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเข้าถนนอมจิตต์แมนชั่น จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์

ปัจจัยประชากรศาสตร์	ผลการทดสอบ
เพศ	ไม่แตกต่างกัน
อายุ	แตกต่างกัน
ระดับการศึกษาสูงสุด	ไม่แตกต่างกัน
อาชีพ	แตกต่างกัน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ไม่แตกต่างกัน
สถานภาพ	ไม่แตกต่างกัน
จำนวนสมาชิกในห้องพักอาศัย	ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

1. ปัจจัยส่วนประสมของการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเข้าถนนอมจิตต์แมนชั่น

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะห้องพักของถนนอมจิตต์แมนชั่นมีเคเบิลทีวีและระบบ WiFi ภายในห้องพักไม่ครบทุกห้อง จึงทำให้ผู้เข้าห้องพักกับถนนอมจิตต์แมนชั่นให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งหากถนนอมจิตต์แมนชั่นมีเคเบิลทีวีและระบบ WiFi ภายในห้องพักครบทุกห้อง ก็จะสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ของวิเชียร วงศ์นิชาสกุล และ

คณะ. (2552 : 161-179) ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ควบ ซึ่งเป็นผลประโยชน์เพิ่มเติมหรือประโยชน์ที่ผู้เช่าได้รับนอกเหนือจากประโยชน์โดยตรงของผลิตภัณฑ์ที่ให้แก่ผู้เช่า รวมถึงบริการที่ผู้เช่าจะได้รับควบคู่ไปกับการเช่าที่พักอาศัย ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น สุขภัณฑ์ ห้องน้ำ เครื่องปรับอากาศ และ เฟอร์นิเจอร์ภายในห้อง รวมถึงการบำรุงรักษา การซ่อมแซม เป็นต้น และจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภัสสร จันทร์พวง (2558 : 70) ซึ่งพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ด้านราคา พบว่า ในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ทัศนคติแมนชั่นมีอัตราการคิดค่าเช่ารายเดือน ค่าน้ำประปา ค่ากระแสไฟฟ้า และค่าประกันความเสียหายที่ยังไม่เหมาะสม จึงทำให้ผู้ที่ทำสัญญาเช่าและตัดสินใจเช่าห้องพักกับทัศนคติแมนชั่นให้ความสำคัญด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ซึ่งหากทัศนคติแมนชั่นมีอัตราการคิดค่าเช่ารายเดือน ค่าน้ำประปา ค่ากระแสไฟฟ้า และค่าประกันความเสียหายที่เหมาะสม ก็จะสามารถสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ของวิเชียร วงศ์นิชาสกุล และคณะ. (2552 : 200-215) ซึ่งกล่าวถึงการตั้งราคาจำเป็นต้องพิจารณาทำให้เกิดอรรถประโยชน์ในตัวผลิตภัณฑ์ให้ดีที่สุด เพราะเหมือนกับการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้สูงขึ้นในสายตาของผู้บริโภคประทับใจ เรื่องราคาก็จะเหมาะสมทั้งสิ้น ไม่ว่าจะถูกหรือแพง และจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุวัฒน์ แสงอรุณ (2554 : ง) ซึ่งพบว่า ด้านราคา มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ทัศนคติแมนชั่นมีทำเลที่ตั้งไกลจากตลาด/ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและมีรถรับจ้างสาธารณะผ่านน้อยเส้นทาง จึงทำให้ผู้ที่ทำสัญญาเช่าและตัดสินใจเช่าห้องพักกับทัศนคติแมนชั่นให้ความสำคัญด้านการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งหากทัศนคติแมนชั่นมีทำเลที่ตั้งใกล้จากตลาด/ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและมีรถรับจ้างสาธารณะผ่านหลายเส้นทาง ก็จะสามารถสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่ตั้ง ของฉัตรยาพร เสมอใจ (2551 : 50-61) โดยสถานที่ตั้งในธุรกิจอพาร์ทเมนท์ควรตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนต่างๆ เช่น นิคมอุตสาหกรรมต่างๆ ย่านธุรกิจการค้า และบริเวณที่สถานศึกษาตั้งอยู่ และจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุวัฒน์ แสงอรุณ (2554 : ง) ซึ่งพบว่า ด้านทำเลที่ตั้ง มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ทัศนคติแมนชั่นไม่มีการแนะนำอพาร์ทเมนท์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต และยังให้ข้อมูลแก่ผู้พักอาศัยไม่ชัดเจนเพียงพอ จึงทำให้ผู้ที่ทำสัญญาเช่าและตัดสินใจเช่าห้องพักกับทัศนคติแมนชั่นให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ของ

วิเชียร วงศ์นิชาสกุล และคณะ (2552 : 251-280) ที่กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การรณรงค์กิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่บริษัทตั้งเป้าหมายไว้ โดยการใช้เครื่องมือประเภทใดประเภทหนึ่ง หรือรวมกันทั้ง 5 ประเภท ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงานขาย การประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง เพื่อการติดต่อสื่อสารข้อมูล เพื่อให้เกิดการรับรู้ การเข้าใจ การจดจำ การเกิดทัศนคติหรือการเกิดพฤติกรรมการซื้อขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภัสสร จันทร์พวง (2558 : 71) ซึ่งพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านพนักงาน พบว่า ในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า พนักงานของถนนอมจิตต์แมนชั่นไม่มีการให้คำแนะนำที่ดีแก่ผู้เข้าพักหรือผู้มาติดต่อ โดยทำงานยังไม่ถูกต้อง จึงทำให้ผู้ที่ทำสัญญาเช่าและตัดสินใจเช่าห้องพักกับถนนอมจิตต์แมนชั่นให้ความสำคัญด้านพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ด้านพนักงาน ของชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 : 74) ที่กล่าวว่า พนักงานจะประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการ กระบวนการในการให้บริการรวมถึงการแก้ไขปรับปรุงการให้บริการพนักงานในทุกระดับ ซึ่งเป็นบุคคลที่ต้องพบปะ และให้บริการกับลูกค้าโดยตรง และพนักงานในส่วนสนับสนุนก็จะทำหน้าที่ให้การสนับสนุนในงานด้านต่างๆ ที่จะทำให้บริการนั้น ครอบคลุมสมบูรณ์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลัดดาวัลย์ ประกอบมูล (2556 : 83) ซึ่งพบว่า ด้านพนักงานบริการ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านกระบวนการ พบว่า ในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ถนนอมจิตต์แมนชั่นมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ยังไม่เป็นมาตรฐาน เพราะ ติดตั้งกล้องยังไม่ครบทุกจุดที่สำคัญ จึงทำให้ผู้ที่ทำสัญญาเช่าและตัดสินใจเช่าห้องพักกับถนนอมจิตต์แมนชั่นให้ความสำคัญด้านกระบวนการในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ของชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 : 76) ที่กล่าวว่า กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุวัฒน์ แสงอรุณ (2554 : ง) ซึ่งพบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่เป็นมาตรฐาน มีกล้องวงจรปิดติดตั้งครบทุกจุดที่สำคัญ

ด้านสิ่งต่างๆ ในสำนักงาน พบว่า ในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ถนนอมจิตต์แมนชั่นมีเครื่องเติมน้ำหยอดเหรียญ และเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ ไม่เพียงพอสำหรับผู้เข้าพัก จึงทำให้ผู้ที่ทำสัญญาเช่าและตัดสินใจเช่าห้องพักกับถนนอมจิตต์

แมนชั่นให้ความสำคัญด้านสิ่งต่างๆ ในสำนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ด้านสิ่งต่างๆ ในสำนักงาน ของชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 : 76) ที่กล่าวว่า ลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่อง ATM เคาน์เตอร์ให้บริการการตกแต่งสถานที่ ล็อบบี้ ลานจอดรถ สวน หอพักน้ำ การตกแต่งป้าย ประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่างๆ สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุวัฒน์ แสงอรุณ (2554 : ง) ซึ่งพบว่า ด้านทำเลที่ตั้ง มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

2. การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเช่า ถนนมจิตรแมนชั่น จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์

พบว่า ผู้เช่าห้องพักที่มีอายุ และอาชีพ แตกต่างกัน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเช่าห้องพักอาศัยกับถนนมจิตรแมนชั่นในภาพรวมแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของจันจิรา ตั้งทรงเจริญ และคณะ (2550 : ง) ซึ่งพบว่า ผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ ในเขตมีนบุรี จังหวัดกรุงเทพมหานครที่มี อายุ และอาชีพ ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ ในเขตมีนบุรี จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการศึกษาไปใช้

ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการปรับปรุงติดตั้งเพิ่มจุด Router wifi ทำให้สัญญาณ Wifi ครอบคลุมทั่วทั้งตึก เปลี่ยนระบบเสาคเบิ้ลทีวีสัญญาณใหม่เพื่อให้สัญญาณชัดเจน และติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในห้องพักให้ครบทุกห้อง

ด้านราคา ควรปรับปรุงอัตราคิดค่าเช่ารายเดือน ค่าน้ำประปา ค่ากระแสไฟฟ้า และค่าประกันความเสียหายที่เหมาะสม

ด้านการจัดจำหน่าย ควรมีการจัดการเพิ่มจุดบริการเรียกรถแท็กซี่ให้กับผู้เช่าห้องพัก เพื่อไปยังป้ายรถเมล์ที่ลูกค้าต้องการจะไป

ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเพิ่มการทำการตลาดอพาร์ทเมนท์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต มากยิ่งขึ้น

ด้านพนักงาน ควรมีการอบรมพนักงานให้กระตือรือร้นในการให้บริการอย่างรวดเร็วมากขึ้น และสามารถแก้ปัญหา ได้ตรงตามความต้องการ แต่งกายสุภาพและกริยามารยาทที่สุภาพอ่อนน้อมขณะให้บริการ

ด้านกระบวนการ ควรมีการเพิ่มระบบรักษาความปลอดภัย และเพิ่มการติดตั้งกล้องวงจรปิดให้ครอบคลุมในจุดที่มีความสำคัญ

ด้านสิ่งต่างๆ ในสำนักงาน ควรมีการขยายพื้นที่สถานที่พักผ่อน อีกทั้งเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก
สะดวกต่างๆ ให้บริการผู้พักอาศัยให้เพียงพอต่อความต้องการ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมของการตลาดธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อการเข้า
ถนอมจิตต์แมนชั่น 10P เชียงลึก

บรรณานุกรม

จันจิรา ตั้งทรงเจริญ, ศรัญญา ตั้งทรงเจริญ, วรณธิดา ยิ้มแย้ม. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจพาร์ทเมนท์ในเขตมีนบุรี จังหวัดกรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2551). หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : วี. พรินท์ (1991)

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ประภัสสร จันทรพวง. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักอาศัยของผู้เช่าห้องพัก

ดอกบัว. บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, กรุงเทพฯ.

พรอณี ลีกิจวัฒน์. (2559). วิธีการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 11 ปรับปรุงแก้ไข. กรุงเทพฯ :

มีน เซอร์วิส ซัพพลาย.

ภาณุวัฒน์ แสงอรุณ. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกห้องพักที่อยู่อาศัยในเขตชุมชน

ศรีอสนพพัฒนา จังหวัดชลบุรี. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, กรุงเทพฯ.

ลัดดาวัลย์ ประกอบมูล. (2556). ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษา

มหาวิทยาลัยในจังหวัดปทุมธานี. บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรบุรี, ปทุมธานี.

วิเชียร วงศ์นิชาสกุล, ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว และโชติรส กมลสวัสดิ์. (2552). หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่

ที่ 2. ปทุมธานี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วันทนา ปัญญาอ่อน. ผู้จัดการ. สัมภาษณ์, 6 ธันวาคม 2560.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555). หลักการตลาด *Principles of marketing*. กรุงเทพฯ : ท้อป.

บทบาทและการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์
: ศึกษาในช่วงปี พ.ศ.2511-2541

Role and Political Communication of Sanya Thamaskdi : B.E During 2511-2541

โพธิธิษฏ์ สอนภักดี*

Phothisit Sornpakdee

ดร.วิชาติ วัฒน**

บทคัดย่อ

ดุษฎีนิพนธ์เรื่อง บทบาทและการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ ในช่วงปี พ.ศ.2511-2541 มีวัตถุประสงค์

1) เพื่อศึกษาบริบททางการเมืองในช่วงปี พ.ศ.2511-2541 ที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์

2) เพื่อศึกษาบทบาทและกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ในช่วงปี พ.ศ.2511-2541

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีจุดมุ่งหมายที่ต้องศึกษาการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ โดยมีเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ การสัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล โดยมีผู้วิจัยเป็นเครื่องมือหลักในการศึกษาและการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยพบว่าบริบททางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ ที่นำมาใช้บริหารในการสื่อสารทางการเมือง เนื่องจากข้อจำกัดของระบอบประชาธิปไตยที่ไม่สมบูรณ์แบบครบถ้วนเพราะยังไม่มี การเลือกตั้ง นายสัญญา ธรรมศักดิ์ ได้รับพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้มาดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี คนที่ 12 โดยส่งผลการบริหารเป็นรัฐบาลที่จะต้องฟื้นฟูปรับปรุงจัดให้มีการร่างรัฐธรรมนูญ ที่จะให้มีการเลือกตั้งโดยเร็วและให้เป็นประชาธิปไตยอย่างไม่มีเงื่อนไขเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดสิทธิ เสรีภาพทุกๆ ด้านกับประชาชนทั้งประเทศจะได้ยุติมีความเป็นประชาธิปไตยครบถ้วนสมบูรณ์

คำสำคัญ : บริบททางการเมืองและกระบวนการสื่อสารทางการเมือง

* นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาการสื่อสารการเมือง

** อาจารย์ประจำหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาการสื่อสารการเมือง

Abstract

This study is entitled "Roles and Political Communication of Sanya Dhammasakti During B.E. 2511-2541. There are two objectives. The first one is to study the Political contexts that contributed to the political communication process of Sanya Dhammasakti during B.E. 2511-2541. The other is to study the roles and political communication process of Sanya Dhammasakti during B.E. 2511-2541. This is a qualitative research under the framework of David K. Berlo; the research techniques employed are in-depth interviews with the researcher as a key informant as well as documentary research from various sources including mass media, newspapers, radio and relevant documents. It was found that the political contexts during B.E. 2511-2541 did contribute significantly to the political communication process of Sanya Dhammasakti, especially the period after the 14 October Popular Uprising in B.E. 2516. He was royally entrusted to serve as Thailand's 12th prime minister to prepare democracy lovers for a long-awaited election. Second, as an appointed prime minister, he tried to do his best during a political crisis so as to try to lay a solid foundation of democracy in Thailand

Key words; Roles and Communication process.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นายสัญญา ธรรมศักดิ์ ได้รับราชการในกระทรวงยุติธรรมจนเกษียณอายุราชการ โดยตำแหน่งสุดท้าย คือ ประธานศาลฎีกา ในระหว่างที่รับราชการก็ทำหน้าที่เป็นอาจารย์พิเศษ ด้านกฎหมายให้กับคณะนิติศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ด้วยความรู้ความสามารถ กอปรไปด้วยคุณธรรมในการรับราชการ จึงได้โปรดเกล้าฯ ให้ดำรงตำแหน่งองคมนตรี เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน พ.ศ.2511 นอกจากนี้ยังได้รับแต่งตั้งให้เป็นคนบดี คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และต่อมาก็ได้ดำรงตำแหน่งอธิการบดีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปี พ.ศ. 2514 นายสัญญา ธรรมศักดิ์ ได้ใช้หลักประชาธิปไตย ในการบริหารมหาวิทยาลัยถึงแม้การปกครองในขณะนั้น รัฐบาลจะจำกัดสิทธิทางการเมืองก็ตามแต่ได้เปิดโอกาสให้นักศึกษามีอิสระในการจัดตั้งกลุ่มชมรมต่างๆ ในการดำเนินกิจกรรมและให้เสรีภาพทุกตารางนิ้ว จึงทำให้มีกลุ่มนักศึกษาบางส่วนเริ่มวิพากษ์วิจารณ์ ติดตามการทำงานของรัฐบาลมากขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งรัฐบาลของจอมพลถนอม กิตติขจร ได้ทำการรัฐประหารรัฐบาลของตนเอง เมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน พ.ศ.2514 และได้ประกาศยกเลิกรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2511 โดยจัดตั้งสภาบริหารคณะปฏิวัติขึ้น เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ.2514 เพื่อให้อำนาจรัฐบาลและตั้งตนเองขึ้นดำรงตำแหน่งสภาบริหารคณะปฏิวัติ ซึ่งเทียบเท่าเพื่อใช้แทนเพื่อนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรอีก 2 คน ได้แก่ นายอนันต์ ภาคิระไพ และนายบุญเกิด หิรัญคำ ไม่ยอมรับการทำการรัฐประหาร จึงได้ยื่นฟ้องจอมพลถนอม กิตติขจร และคณะในข้อหากบฏล้มล้างรัฐธรรมนูญ ซึ่งผลของการยื่นฟ้องการทำการรัฐประหารทำให้ทั้ง 3 คน กลับกลายเป็นจำเลยและถูกจำคุกในที่สุด (สระสิทธิ์ เผือกประพันธ์, 2554 : 7) ขณะเดียวกันกับกลุ่มนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ได้ทำการประท้วงโดยการนำพวงหรีดไปวางไว้หน้าตึกที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย จนถูกเจ้าหน้าที่ตำรวจควบคุมตัวไว้จำนวน 5 คน ซึ่งอธิการบดี นายสัญญา ธรรมศักดิ์ ได้เข้าช่วยเหลือนักศึกษาที่ถูกควบคุมตัวจนสถานการณ์ความขัดแย้งได้คลี่คลายลง ต่อมาคณะปฏิวัติได้ประกาศใช้รัฐธรรมนูญการปกครองแผ่นดินเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ.2515 ทำให้สภาบริหารคณะปฏิวัติสิ้นสุดลง จากนั้นได้มีการแต่งตั้งสมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ จำนวน 299 คน โดยมี พลศิริ ศิริโยธิน เป็นประธานและสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ได้มีมติเห็นชอบให้ จอมพลถนอม กิตติขจร เป็นนายกรัฐมนตรี (วิมลพรรณ ปิณฑวิชัย ,2546,172)

ภายใต้รัฐบาลของจอมพลถนอม กิตติขจร นายกรัฐมนตรี และจอมพลประภาส จารุเสถียร รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย นิสิต นักศึกษา และประชาชนต่างไม่พอใจในการบริหารประเทศของ

รัฐบางที่ลุกแก่อำนาจ ตัวอย่างเหตุการณ์ที่พันเอกณรงค์ กิตติขจร บุตรชายของ จอมพลถนอม กิตติขจร ได้นำนายทหาร พ่อค้า ดาราภาพยนตร์ ออกล่ำสັตว์ในเขตป่าสงวน ทุ่งใหญ่นเรศวร อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้อาวุธและยานพาหนะของราชการทหาร นอกจากนี้ยังใช้เฮลิคอปเตอร์จากทางราชการขนเนื้อสัตว์ส่งไปกาญจนบุรี) จนกระทั่งวันที่ 29 เมษายน พ.ศ.2516 เฮลิคอปเตอร์กลุ่มล่ำสັตว์ดังกล่าว เกิดอุบัติเหตุตกที่อำเภอบางเลนจังหวัดนครปฐม มีผู้เสียชีวิตและบาดเจ็บหลายคนจึงทำให้นิสิต นักศึกษากลุ่มอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัยต่างๆ ออกมาเคลื่อนไหวและเปิดเผยข้อเท็จจริงเหตุการณ์ดังกล่าว ต่อมาได้มีการลอบซื้อนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 9 คน ออกเหตุเพราะได้รวมกลุ่มกันออกหนังสือของชมรมคนรุ่นใหม่ “มหาวิทยาลัยที่ยังไม่มีคำตอบ” ซึ่งมีข้อความถากถางรัฐบาลต่อกรณีการล่ำสັตว์ที่เขตป่าสงวนทุ่งใหญ่นเรศวร และจอมพลประภาส จารุเสถียร ในฐานะผู้บัญชาการทหารบก จาก

การประท้วงเริ่มขยายตัวมากขึ้น โดยในวันที่ 4 กันยายน พ.ศ.2516 ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นิสิตได้ชุมนุมกันที่หน้าเสาธงในมหาวิทยาลัย เพื่อคัดค้าน คำสั่งรัฐบาลที่สั่งให้ ควบคุมการจัดอภิปรายในมหาวิทยาลัย เหตุการณ์เริ่มตึงเครียดมากขึ้นจนกระทั่งวันที่ 6 ตุลาคม พ.ศ.2516 ตำรวจได้จับกุมอาจารย์ นักการเมือง และนักศึกษา จำนวน 13 คน ที่ออกแจกแถลงการณ์เรียกร้องประชาธิปไตย โดยให้รัฐบาลประกาศใช้รัฐธรรมนูญและจัดให้มีการเลือกตั้ง แต่รัฐบาลได้ใช้กฎหมายพิเศษคณะปฏิวัติ มาตรา 17 เพื่อควบคุมตัวนักการเมือง อาจารย์ และนักศึกษาทั้ง 13 คน ไว้สอบสวนโดยไม่มีกำหนด จึงเป็นเหตุให้นิสิตนักศึกษา โดยการนำของ ศูนย์กลางนิสิตนักศึกษาแห่งประเทศไทย ได้ไปรวมตัวกันที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ชุมนุมเรียกร้องให้รัฐบาลปล่อยตัวผู้ถูกจับกุม ทั้ง 13 คน เร่งให้มีรัฐธรรมนูญและจัดให้มีการเลือกตั้งโดยเร็ว ในขณะที่เดียวกัน นายสัญญา ธรรมศักดิ์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้พยายามขออภัยและทำทุกวิถีทาง เพื่อให้นักศึกษาชุมนุมอยู่ภายในบริเวณมหาวิทยาลัย เนื่องจากห่วงเกรงว่านักศึกษาอาจจะได้รับอันตราย หากเคลื่อนไหวขบวนออกไปชุมนุมนอกมหาวิทยาลัย

เมื่อถึงวันที่ 13 ตุลาคม พ.ศ.2516 เป็นวันครบกำหนดที่ศูนย์กลางนิสิตนักศึกษาแห่งประเทศไทย เรียกร้องให้รัฐบาล ปล่อยตัวนิสิต นักศึกษาทั้ง 13 คน เมื่อได้รับคำตอบจากรัฐบาล ผู้ชุมนุมนับแสนคนได้เคลื่อนตัวออกจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มุ่งตรงสู่ทำเนียบรัฐบาล เพื่อกดดันให้รัฐบาลปล่อยตัวผู้ถูกจับกุมทั้งหมดอย่างไม่มีเงื่อนไข การชุมนุมต่อเนื่องมาจนถึงวันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2516 (เกรียงศักดิ์ เศรษฐพัฒน์วนิช, 2551:3) ทหาร ตำรวจ ได้รับคำสั่งจากรัฐบาลให้สลายการชุมนุม กลุ่มผู้ชุมนุมจึงเริ่มมีปฏิกริยา ด้วยการใช้ข้าวห่อขว้างปาใส่ตำรวจ จากนั้นตำรวจคอมมานโดและตำรวจนครบาลได้ใช้กระบองทุบตีกลุ่มผู้ชุมนุม แม้แต่เด็กและผู้หญิงก็ไม่เว้น จนเกิดการปะทะกับกลุ่ม

ผู้ชุมนุมกลายเป็นการจลาจล เจ้าหน้าที่ทหาร โดยใช้อาวุธสงคราม เข้าปราบปรามกลุ่มผู้ชุมนุม จนทำให้นักศึกษา และประชาชนถูกยิงเสียชีวิตเป็นจำนวนมาก เหตุการณ์เริ่มรุนแรงขึ้น โดยผู้ชุมนุมได้บุกเผา อาคารของสลากรีนแบ่งรัฐบาลและกองประชาสัมพันธ์ที่ถนนราชดำเนินกลาง รวมทั้งเผา กองบัญชาการตำรวจนครบาลที่ถนนราชดำเนินนอกพร้อมกับกดดันให้ จอมพลถนอม กิตติขจร และจอมพลประภาส จารุเสถียร รวมทั้งพันเอกณรงค์ กิตติขจร เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ.2516 เป็นการยุติ เหตุการณ์ชุมนุมทางการเมือง และสิ้นสุดยุคขบถอำนาจนิยมทหาร (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ และธำรงค์ดี เพชรเลิศอนันต์, 2556 : 82-83)

นายสัญญา ธรรมศักดิ์ ได้แถลงนโยบายพร้อมคณะรัฐมนตรี มีใจความสำคัญ คือ จะมอบ รัฐธรรมนูญที่ประชาชนคนไทยเรียกร้องมากกว่า 2 ทศวรรษ ภายใน 6 เดือน จะจัดให้มีการเลือกตั้ง มอบ อำนาจให้แก่รัฐสภา และประชาชนให้เร็วที่สุด รวมทั้งส่งเสริมสิทธิเสรีภาพ ของมหาวิทยาลัยอย่างเต็มที่ อย่างไรก็ตามการบริหารงานของรัฐบาลของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ ต้องเผชิญกับปัญหามากมาย เนื่องจากประชาชนไม่พอใจกับรัฐมนตรีบางคน ที่เป็นรัฐมนตรีหน้าเดิม จากรัฐบาลชุดก่อน ปัญหาความ ไม่มีเสถียรภาพของรัฐบาล อันเนื่องมาจากเสรีภาพของสมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ความเป็นอิสระ ของสมาชิกได้ส่งผลให้ร่างพระราชบัญญัติที่รัฐบาลเสนอไม่ผ่านการลงมติถึง 3 ครั้ง เมื่อเป็นดังนี้ นายสัญญา ธรรมศักดิ์ จึงได้แสดงความรับผิดชอบโดยการขอลาออกจากตำแหน่งนายกรัฐมนตรี แต่ก็ต้อง กลับเข้ารับตำแหน่งนายกรัฐมนตรีเป็นวาระที่ 2 จากการร้องขอของ ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช ประธานสภา นิติบัญญัติแห่งชาติ และการเห็นชอบของสมาชิก สภานิติบัญญัติแห่งชาติ ต่อมาเมื่อวันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ. 2517 ก็ได้มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญที่ให้เสรีภาพในการแสดงออกทางการเมือง แก่ประชาชนมากที่สุด ทำให้มีการเคลื่อนไหว เรียกร้องการบริหารงานของรัฐบาล ไม่เว้นแต่ละวัน (นรนิติ เศรษฐบุตร , 2531) หลังจากนั้น นายสัญญา ธรรมศักดิ์ จัดให้มีการเลือกตั้งทั่วไปในวันที่ 26 มกราคม พ.ศ.2518 ผลการ เลือกตั้งปรากฏว่า พรรคประชาธิปัตย์ที่มี ม.ร.ว. เสنية ปราโมช เป็นหัวหน้าพรรคได้รับชัยชนะ ได้ที่นั่ง มากที่สุด แต่ไม่สามารถจัดตั้งรัฐบาลได้ จนในที่สุด พรรคกิจสังคม ซึ่งมี ส.ส. เพียง 18 ที่นั่งสามารถเป็น แกนนำในการจัดตั้งรัฐบาลได้ ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช หัวหน้าพรรคกิจสังคม ขึ้นดำรงตำแหน่ง นายกรัฐมนตรี (ผาสุก พงษ์ไพจิตร , 2557:286)

ปัญหานำการวิจัย

1. บริบททางการเมืองประการใดที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ ในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2511- 2541
2. บทบาทและกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ ในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2511- 2541 เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบริบททางการเมืองในช่วงปี พ.ศ. 2511-2541 ที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์
2. เพื่อศึกษาบทบาทและกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ ในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2511 – 2541

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตที่จะทำการวิจัยไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้จะศึกษาบทบาทและกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ ในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2511- 2541
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาบทบาทและกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ ในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2511 – 2541 โดยแบ่งการสื่อสารทางการเมืองตามบทบาทของการดำรงตำแหน่งดังนี้
 - 2.1 บทบาทและกระบวนการสื่อสารทางการเมือง ช่วงดำรงตำแหน่ง องคมนตรี คณบดีและอธิการบดีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ช่วงเวลาปี พ.ศ. 2511 – 2516
 - 2.2 บทบาทและกระบวนการสื่อสารทางการเมือง ช่วงดำรงตำแหน่ง นายกรัฐมนตรี ช่วงเวลาปี พ.ศ. 2516 – 2518
 - 2.3 บทบาทและกระบวนการสื่อสารทางการเมือง ช่วงดำรงตำแหน่ง องคมนตรีและประธานองคมนตรี ช่วงเวลาปี พ.ศ. 2518 – 2541

นิยามศัพท์

การสื่อสารทางการเมือง หมายถึง การส่งสารโดยผ่านสื่อต่างๆ จากพรรคการเมืองและนักการเมืองไปยังประชาชน และจากประชาชนไปยังพรรคการเมืองและนักการเมือง โดยมีเป้าหมายทางการเมือง ในที่นี้หมายถึง การส่งสารผ่านสื่อต่างๆ จากนายสัญญา ธรรมศักดิ์ ไปยังประชาชน

บริบททางการเมือง หมายถึง สภาพการณ์ทางการเมืองที่ดำรงอยู่ในช่วงเวลานั้นๆ ในที่นี้หมายถึง สภาพการณ์ทางการเมืองในประเทศ ที่ส่งผลต่อบทบาทและกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ ในช่วงเวลาปี พ.ศ. 2511 – 2541

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงบริบททางการเมืองที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์
2. ทำให้ทราบถึงบทบาทและกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์
3. ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในการสื่อสารทางการเมืองของนายกรัฐมนตรีน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

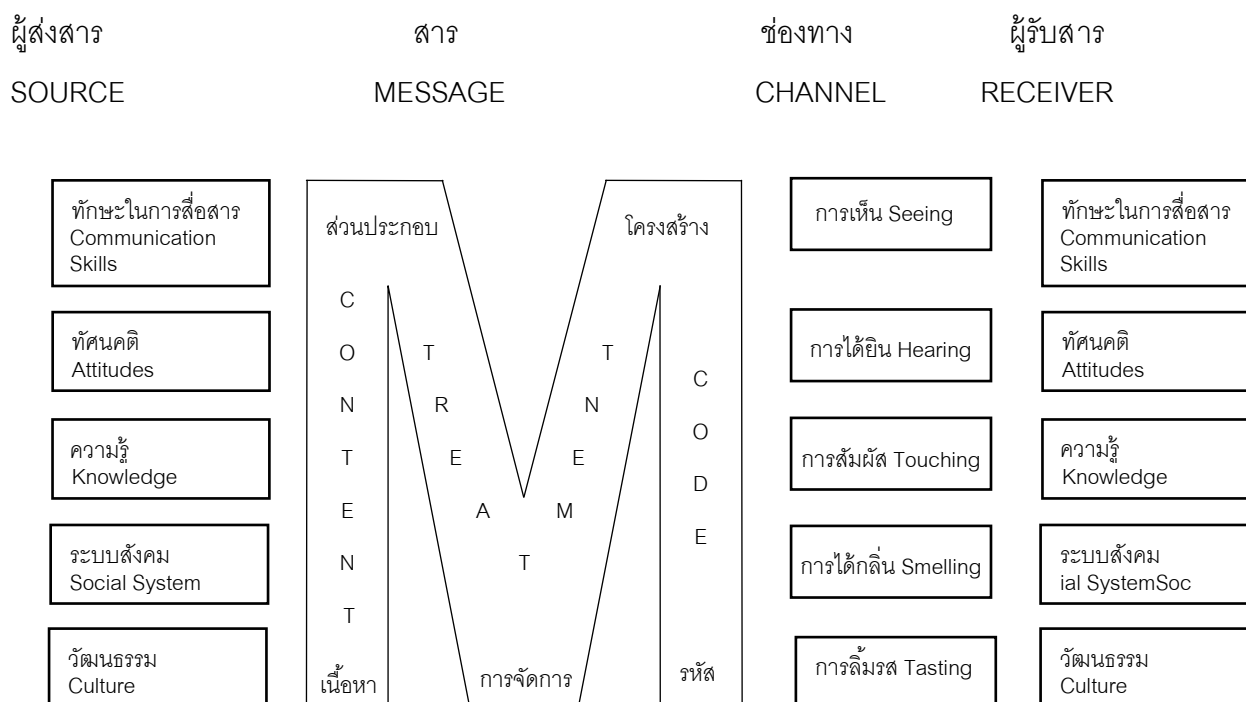
ทฤษฎีการสื่อสารของเดวิด เค เบอร์โล

เดวิด เค. เบอร์โล (David K. BERLO) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีพื้นฐานที่จำความเข้าใจกับกระบวนการสื่อสารได้อย่างชัดเจน โดย เดวิด เค เบอร์โล ได้อธิบายองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารไว้ 6 ประการคือ

1. แหล่งสาร (Source)
2. ผู้เข้ารหัสสาร (Encoder)
3. เนื้อหาสาร (Message)
4. ช่องทางการสื่อสาร (Channel)
5. ผู้ถอดรหัส (Decoder)
6. ผู้รับสาร (Receiver)

การสื่อสารกระบวนการเริ่มต้นจากผู้ส่งสาร ซึ่งอาจเป็นบุคคลคนหนึ่ง หรือกลุ่มคนที่มีจุดมุ่งหมายในการสื่อสาร ทำการส่งเนื้อหาข่าวสาร ซึ่งอาจเป็นคำพูด การเขียน สัญลักษณ์ โดยการเข้ารหัสผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ไปสู่ผู้รับสารจะต้องทำการถอดรหัสเพื่อรับสารนั้น ซึ่งกระบวนการสื่อสารนี้อาจเรียกทั่วไปว่า SMCR Model ตามแบบจำลองดังนี้

เดวิด เค. เบอร์โล (David K. BERLO) ได้นำทฤษฎีผู้ส่งสารอย่างไร และจะรับแปลความหมายมีการโต้ตอบกับสารนั้นอย่างไร ในทฤษฎี SMCR ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้



ภาพที่ 1 แบบจำลองการสื่อสารของ เดวิด เค. เบอร์โล

ผู้ส่งสาร (Sender)

จากกรอบแนวคิดเรื่องการสื่อสารของ เดวิด เค. เบอร์โล นั้น จุดเริ่มต้นของการสื่อสารอยู่ที่ผู้ส่งสาร มีทักษะในการสื่อสาร หมายถึง ความชำนาญในการพูด การเขียน การคิด การใช้เหตุผล ในการโน้มน้าวใจ ซึ่งหากผู้ส่งสารมีความสามารถในการเรียบเรียงจัดระบบความคิด แล้วนำเสนอด้วยบุคลิก สีสหน้า กิริยาท่าทาง น้ำเสียง ที่น่าเชื่อถือ การสื่อสารนั้นก็จะมีประสิทธิภาพสูง

สาร (Message)

สาร (Message Code) คือ การนำเอาภาษา สัญลักษณ์ต่างๆ มาใช้เพื่อถ่าย ทอดข้อมูลไปยังผู้รับสาร ซึ่งรหัสของผู้ส่งสารควรเป็นระบบเดียวกันกับรหัสของผู้รับสาร เพื่อให้ผู้รับสารสามารถถอดรหัสนำสารได้ หากผู้รับสารไม่สามารถถอดรหัสนำสารได้ การส่งสารนั้นก็ไม่มีบรรลุเป้า หมาย

สื่อหรือช่องทางการส่งสาร (Channel) หรือช่องทางการสื่อสาร หรือพาหนะที่นำสารไปสู่ผู้รับสาร

การสื่อสาร คือ สื่อหรือช่องทางการสื่อสาร ซึ่งช่องทางการรับสารดังกล่าวนี้ เป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า แต่หากเป็นการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน สื่อเหล่านี้ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และสื่อใหม่ (New Media) ฯลฯ

ผู้รับสาร (Receiver)

ผู้รับสาร เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากที่สุด เพราะวัตถุประสงค์ของการสื่อสารคือการนำสารไปให้ถึงผู้รับสารให้ได้ และต้องเป็นผู้มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการถอดรหัส(Decode)เป็นผู้มีความรู้ ระดับความรู้ และพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกับผู้ส่งสาร จึงจะทำให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ

ด้วยเหตุผลอย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่สำคัญที่สนับสนุนประสิทธิภาพของการสื่อสารทางการเมือง ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skill) ทักษะคติ (Attitudes) ความรู้ (Knowledge) กล่าวคือ การมีความรู้ในข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแม่นยำจะส่งผลให้การสื่อสารนั้นถูกต้องและน่าเชื่อถือ (Social System) และวัฒนธรรม (Culture) ที่เป็นความเชื่อ ค่านิยม ที่แตกต่างกัน อาจเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสารได้ กระบวนการสื่อสารพื้นฐานคือ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง และผู้รับสาร ลักษณะของกระบวนการสื่อสาร มีลักษณะค่อนข้างซับซ้อนหลายประการ

ปัจจัยที่สนับสนุนประสิทธิภาพของการสื่อสารทางการเมือง มี 5 ประการในกระบวนการสื่อสาร ดังนี้

1. **ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skill)** มีความสามารถในการถ่ายทอดสาร ทั้งในด้านการพูด การเขียน การแสดงสีหน้าท่าทางประกอบระหว่างการสื่อสาร

2. **ทัศนคติ (Attitudes)** เป็นปัจจัยที่ส่งผล ต่อการสื่อสารมาก เนื่องจากบุคคลจะประเมินสิ่งต่าง ค่อนข้างเข้าตัวเอง และจะสื่อสารได้ดีในเรื่องที่มีทัศนคติตรงกัน

3. **ความรู้ (Knowledge)** หมายถึง การมีความรู้ในข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแม่นยำจะส่งผลให้การสื่อสารนั้นถูกต้องและน่าเชื่อถือ

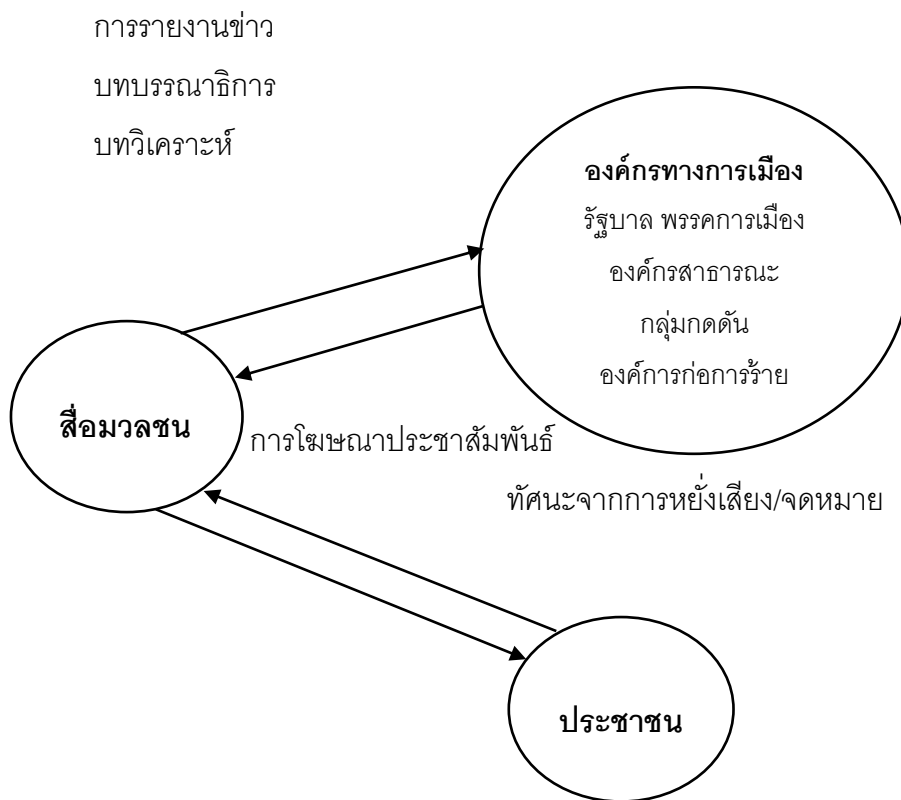
ไบรอัน แมคแนร์ (Brian McNair) ได้อธิบายว่า การสื่อสารทางการเมืองนั้นเริ่มต้นจากองค์กรทางการเมือง อันได้แก่ นักการเมือง พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ กลุ่มก่อการร้าย ส่งสารไปยังสื่อมวลชนแขนงต่างๆ อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เพื่อให้สื่อมวลชนส่งข้อมูลต่างๆ เหล่านั้นไปยังประชาชน ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่ส่งจากนักการเมืองนั้น สื่อมวลชนอาจจะนำเสนอหรือไม่นำเสนอ หรือนำเสนอเป็นบางส่วนก็ได้ ขณะเดียวกัน สื่อมวลชนก็อาจทำหน้าที่เป็นแหล่งข่าวสารเอง

4. **ระบบสังคม (Social System)** เป็นตัวกำหนดพฤติกรรม การสื่อสารบุคคลหมายความว่า ผู้ส่งสารอยู่ในระบบสังคมเดียวกัน ก็จะมีพฤติกรรมสื่อสารคล้ายคลึงตามกัน หากผู้ส่งสารอยู่ในสังคมต่างหากก็จะมีพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกัน

5. **วัฒนธรรม (Culture)** ได้แก่ ความเชื่อ ค่านิยมขนบธรรมเนียมประเพณีที่คล้ายคลึงกันหรือต่างหากที่กำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสารได้

ไบรอัน แมคแนร์ (Brian McNair) ได้อธิบายว่า การสื่อสารทางการเมืองนั้นเริ่มต้นจากองค์กรทางการเมือง อันได้แก่ นักการเมือง พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ กลุ่มก่อการร้าย ส่งสารไปยังสื่อมวลชนแขนงต่างๆ อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เพื่อให้สื่อมวลชนส่งข้อมูลต่างๆ เหล่านั้นไปยังประชาชน ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่ส่งจากนักการเมืองนั้น สื่อมวลชนอาจจะนำเสนอหรือไม่นำเสนอ หรือนำเสนอเป็นบางส่วนก็ได้ ขณะเดียวกัน สื่อมวลชนก็อาจทำหน้าที่เป็นแหล่งข่าวสารเอง

โดยการนำเสนอบทบรรณาธิการ คอลัมน์วิพากษ์วิจารณ์การเมือง ส่งไปยังผู้อ่านซึ่งมีสถานะเป็นผู้รับสาร แต่ในทำนองกลับกัน ประชาชนก็อาจทำหน้าที่ผู้ส่งสารโดยการส่งจดหมายร้องเรียน เดินขบวนประท้วง เพื่อให้สื่อมวลชนส่งสารนั้นไปยังนักการเมือง โดยมีแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองดังนี้



ภาพที่ 2 แบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองของไบรอัน แมคแนร์(Brian McNair)

1. **กลุ่มองค์กรทางการเมือง** ได้แก่ รัฐบาล พรรคการเมือง องค์กรสาธารณะ กลุ่มกดดัน องค์กรการก่อการร้าย ฯลฯ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ผู้วิจัยศึกษาในงานวิจัย ฉบับนี้เป็นแบบจำลองจะนำไปที่การ สื่อสารของพรรคการเมืองโดยมีฐานคติที่พรรคการเมืองคือกลุ่มคนที่รวมกันโดยมีอุดมการณ์ทาง เหมือนกันตกลงที่จะนำองค์กรไปสู่เป้าหมายเดียวกัน โดยการนำเสนอแนวนโยบายสู่ประชาชนและหา วิธีการที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนเพื่อเป็นแนวทางการนำไปสู่นโยบายไปปฏิบัติตามายหลัง ได้รับการเลือกตั้ง

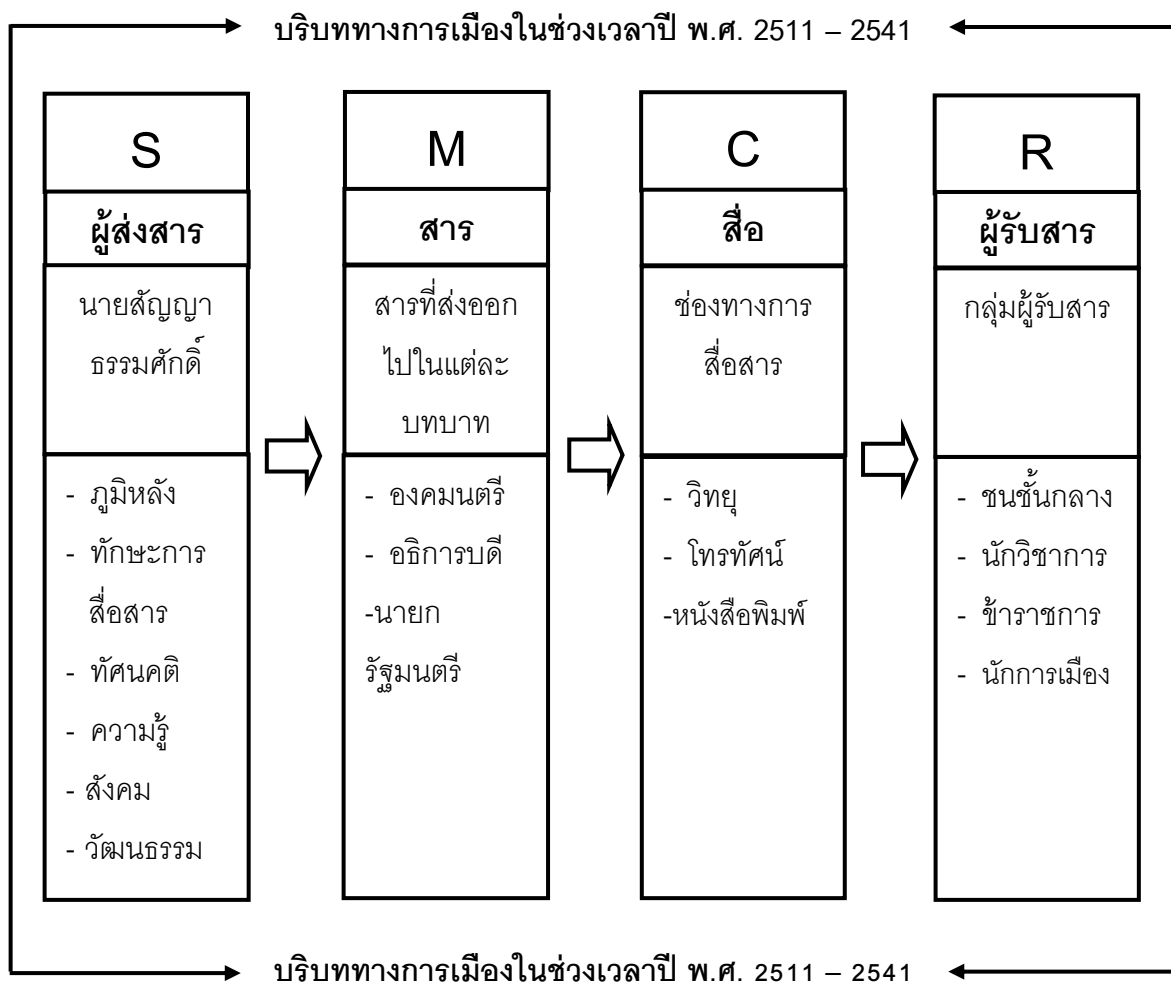
2. **กลุ่มสื่อมวลชน** เป็นกลุ่มที่ทำหน้าที่ 2 อย่างคือ เป็นตัวส่งผ่านข้อมูลจากพรรคการเมือง และส่งสารที่สร้างขึ้นเองเช่น บทบรรณาธิการ บทวิเคราะห์วิจารณ์ต่างๆ ไปยังกลุ่มที่ 3 คือประชาชน

3. **กลุ่มประชาชน** ไม่ว่ากลุ่มรับสารจะเป็นอย่างไร การสื่อสารทางการเมืองทุกระเภทก็จะมุ่งที่จะ บรรลุผลสำเร็จการส่งสารนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดี สมาชิกวุฒิสภา ไปจนถึงสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร นักการเมืองเหล่านี้จะสร้างภาพเชิงบวกให้บรรลุที่จะเข้าใจไปนั่งในใจ คนและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “บทบาทและการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ : ศึกษาในช่วง เวลาปี พ.ศ. 2511 – 2541” ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีการสื่อสารของเดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo) ร่วมกับ ทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองของไบรอัน แมคแนร์ (Brian McNair) มาประยุกต์ในการสร้างกรอบ แนวคิดในการวิจัยว่า บริบททางการเมืองในช่วงปี พ.ศ. 2511 – 2541 ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมือง ของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ ในฐานะผู้ส่งสารในขณะดำรงตำแหน่งทางการเมืองในขณะนั้นอย่างไร และมีกระบวนการสื่อสารทางการเมืองในบริบทนั้นอย่างไร โดยการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยขึ้นมาดังนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 3 แบบจำลองกรอบแนวคิดในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้รูปแบบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) เป็นหลักในการดำเนินการ ดังนั้นผู้วิจัยเองจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการศึกษา เพื่อให้งานวิจัยได้ข้อมูลถึงแก่นและสาระอย่างแท้จริง โดยมีเทคนิควิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. เอกสาร (Document) ต่างๆ เนื่องจากการศึกษาวิจัยในเชิงลึกเกี่ยวกับบทบาทและการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ เป็นการศึกษาวิจัยถึงข้อมูลย้อนหลังไปหลายสิบปี ในช่วงที่มีบทบาทสำคัญทางการเมืองและเกี่ยวข้องกับตำแหน่งทางการเมืองหลากหลาย และมีบทบาทต่อการ

เปลี่ยนแปลงทางการเมืองหลายด้าน จึงต้องอาศัยเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจำนวนมากที่จะทำ
ให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In – Depth Interview) เป็นการสนทนาที่ผู้วิจัยมุ่งที่จะได้คำตอบ
จากผู้ให้ข้อมูล (Key Informant) เป็นรายบุคคล โดยประเด็นที่สนทนา คือ บริบททางการเมืองที่ส่งผลต่อ
บทบาทและการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ ผู้วิจัยจะต้องตั้งคำถามที่มุ่งให้ได้คำตอบ
ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้มากที่สุด

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาดังถึงบทบาทและกระบวนการสื่อสารทางการเมืองการศึกษ
งานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือก กลุ่มตัวอย่างตามคุณสมบัติ ที่สอดคล้องกับเป้าหมายของงานวิจัย
แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มญาติและกลุ่มบุคคลที่ใกล้ชิด
 - 1) นายแพทย์ จักรธรรม ธรรมศักดิ์
 - 2) นายสุธัมมะ ธรรมศักดิ์
2. กลุ่มนักวิชาการ ได้แก่
 - 1) ศ.ดร.ชาญวิทย์ เกษตรศิริ
 - 2) รศ.สุชุม นวลสกุล
 - 3) รศ. ชูศักดิ์ ศิรินิล
3. กลุ่มสื่อมวลชน ได้แก่
 - 1) นางวิมลพรรณ ปิตธวัชชัย
 - 2) ดร.ธะเรศน์ ธนะสมบูรณ์
4. กลุ่มนักการเมือง ได้แก่
 - 1) นายอุทัย พิมพ์ใจชน
 - 2) นายชวน หลีกภัย
 - 3) นายวีระกานต์ มุสิกพงศ์
5. กลุ่มผู้รับสาร ได้แก่
 - 1) นายสมชาย แกมทอง
 - 2) นางสมร เทิดธรรมพิบูล

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง บทบาทและการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ ในช่วงปี พ.ศ.2511-2541 สามารถสรุปผลวิจัยได้ดังต่อไปนี้

หลังจากนายสัญญา ธรรมศักดิ์ เกษียณอายุราชการเมื่อ พ.ศ 2510 ละในปี 2511 ก็ได้รับโปรดเกล้าให้ดำรงตำแหน่ง องคมนตรี เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2511 กอปรไปด้วยบุคคลที่มี คุณธรรม จริยธรรม ซื่อสัตย์สุจริต มีสัมมาคารวะ โอบอ้อมอารี ฆะรับราชการที่ดำรงตำแหน่งต่างๆ นอกจากนี้ยังได้รับการแต่งตั้งให้เป็นคณบดีคณะนิติศาสตร์และต่อมาก็ได้ดำรงตำแหน่งอธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาวชิราลงกรรรมศาสตร์ในปี พ.ศ.2514 ในการบริหารมหาวิทยาลัยได้ใช้หลักประชาธิปไตยอย่างเต็มที่ จึงทำให้บริบททางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองในช่วงปี 2511- 2541 และหลังจากนั้น ในปี 2514 ได้รับโปรดเกล้าฯ ให้ดำรงตำแหน่ง นายกรัฐมนตรี เป็นองมนตรีและได้รับโปรดเกล้าฯ ได้รับเป็นประธานองคมนตรี ในการบทบาทและกระบวนการสื่อสารในทางการเมืองนายสัญญา ธรรมศักดิ์ ทำให้ทราบถึงบทบาทและองค์ความรู้ใหม่ของนายกรัฐมนตรีต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยพบว่า นายสัญญา ธรรมศักดิ์ เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ ในการสื่อสาร ในช่วงปี พ.ศ 2511- 2541 ยังไม่พบว่า มีการศึกษาเรื่องบทบาท และการสื่อสารทางการเมือง ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาบทบาทและกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ในการสื่อสารทางการเมืองของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

เกรียงศักดิ์ เชษฐพัฒน์นิช. 2551.ลำดับเหตุการณ์ทางการเมือง 14 ตุลาคม 2516 – 6 ตุลาคม 2519.

กรุงเทพฯ: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ และดำรงศักดิ์ เพชรเลิศอนันต์. 2556 .ตุลา - ตุลา สังคม - รัฐไทย กับความ

รุนแรงการเมือง กรุงเทพฯ : มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.

ชาดา นนทวัฒน์ .2557. 11นายกรัฐมนตรี ผู้เข้าสู่ตำแหน่งจากการปฏิวัติ – รัฐประหาร กรุงเทพฯ: ยิปซี.

นรนิติ เศรษฐบุตร. 2531.สัญญา ธรรมศักดิ์ ชีวิตและงาน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,

วิมลพรรณ ปีตวัชชัย.2546. สัญญาธรรมศักดิ์ คนของแผ่นดิน. พิมพ์ครั้งที่ 2 .กรุงเทพฯ:

โรงพิมพ์เดือนตุลา.

สุขสันต์ จิรจรียาเวช, เสาวนีย์ ตัญญาไพบูลย์ และลูกหลานธรรมศักดิ์. 2554.สัญญาธรรมานุสรณ์.

กรุงเทพฯ: บริษัท ปาปิรุสพับลิเคชันจำกัด.

Almond G.A. and Powell G.B. 1978. *Comparative Position Communication*. Boston: Little Brown.

Allport Gordon. 1937. *Personality A Psychological Interpretation*. New York: Holt.

Agee K. Warren and Others. 1976. *Introduction to Mass Communication*. New York: Harper & Row.

Berlo K. David. 1960. *The Process of Communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

การเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
ตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

Promoting media promotion, tourism and tourism behavior.

Banglamung Market Samut Prakarn Province

ไพรัตน์ สัมฤทธิ์¹

Pairat sumrit

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องการเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวการเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ 400 คน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้การแจกแจงความถี่ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่ออธิบายการเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย รองลงมาเป็นเพศหญิง โดยส่วนใหญ่มี อายุ 26-35 ปี การศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพลูกจ้างเอกชน และส่วนใหญ่มีรายได้10,001-30,000บาท

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวอินเทอร์เน็ต (Website/ Social Media) ช่องทางหลักที่เปิดรับสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมาคืออินเทอร์เน็ต (Website/ Social Media) สถานีโทรทัศน์ที่รับชมบ่อยที่สุดคือช่อง 7 ช่วงเวลาที่รับชมชมรายการทางโทรทัศน์มากที่สุดคือช่วงหัวค่ำ (18.00 น. - 24.00 น.) การเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชนใน 1 สัปดาห์คือทุกวันที่การค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการจากสื่ออินเทอร์เน็ต(Website/ Social Media) เปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการจากช่องทาง เพจของตลาดบางน้ำผึ้ง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ดังนี้ มีประสบการณ์ในการมาท่องเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการเป็นครั้งที่ 2 หรือมากกว่า มีการวางแผนการท่องเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้งนี้กับ ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว การท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไปกับคู่รัก การ

¹ นักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์,หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต,คณะนิเทศศาสตร์,มหาวิทยาลัยเกริก

ท่องเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้ท่านมีค่าใช้จ่าย (ค่าเดินทางอาหารที่พักซื้อของกิจกรรมและอื่นๆ)ประมาณ 501 - 1,000 บาท ในครั้งนี้เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้ด้วย รถยนต์ส่วนตัว วัตถุประสงค์สำคัญที่สุดในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อพักผ่อนวันหยุด กิจกรรมที่ทำการมาเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งในครั้งนี้ คือเดินซื้อของฝากและซื้อปิ้ง ส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าที่ตลาดบางน้ำผึ้งประเภท ของที่ระลึก

ABSTRACT

A study on media exposure promotion, tourism marketing and tourism behavior. Banglamung Market Samutprakarn province aims to study the exposure of Thai tourists to the Bang Namphung market. Samut Prakarn Province To study the tourist behavior of Thai tourists visiting Bangnamphung market. Samut Prakarn Province. To study the relationship between demographic data and tourism media exposure of Thai tourists visiting Bang Namphung market. Samut Prakarn Province To study the relationship between demographic data and tourist behaviors of Thai tourists visiting Bang Nam Phueng market. Samut Prakarn Province. To study the relationship between exposure to tourism media and tourist behavior of Thai tourists visiting Bangpoo market. Samut Prakarn Province This research was used as a tool to collect data. The sample used in this study were tourists who came to visit Bang Kapi market. 400 people in Samutprakarn. For data analysis, the researchers used frequency, percentage, mean, and standard deviation to describe media exposure, promotion, tourism, and tourism behavior. Banglamung Market Samut Prakarn Province

The results showed that the sample was mostly male. Secondary is female. The tribute is 26-35 years old. Most of them are employed by private employers. And most of them earn 10,001-30,000 baht.

The main channels for media exposure during the past three months are the Internet (Website / Social Media), the television channels that viewers watch. Most often, Channel 7 is the most watched time of the day. (18.00 - 24.00). Media exposure in a week is daily. Finding Banglamphu Tourist Information From the Internet (Website / Social Media) to promote the marketing of tourism market Bang Nam Phung. Samutprakarn province from the channel. Page of Banglamung Market

Most of the samples had behavior of tourists. Samutprakarn has experience in traveling to Bang Namphung market. Samut Prakan is the second or more planning to travel this floating market. Travel with tour operators Each trip to the couple. You have to pay a visit to this floating market. (Travel, food, accommodation, shopping and other activities) about 501 - 1,000 baht in this trip to the floating market. private car The most important objective in the floating market. Samut Prakarn Province To vacation. Things to do in the

floating market in this time. Is walking, buying souvenirs and shopping. Most of the shopping at the market.

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศ ทั่วโลก รัฐบาลของประเทศต่างกำลังให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิง ส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและอาเซียนต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศตนเพิ่มมากขึ้น ภารกิจด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ ถูกผลักดันผลักดันไปกับการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ดังนั้น การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศต่างๆ จึงได้มีการบูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งหากประเทศใดมีแผน ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่ชัดเจน บนพื้นฐานของเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง โครงสร้างพื้นฐานที่ดี ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์และบุคลากรภาคการท่องเที่ยวมีศักยภาพด้วยแล้ว จะเป็นปัจจัยสำคัญ ที่จะช่วยผลักดันให้ประเทศนั้นๆ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวของตนให้เติบโต ได้อย่างมั่นคง ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นกลไกหลักในการช่วย รักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติได้ จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติพ.ศ. 2555–2559 เพื่อเป็นแผนหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของ ประเทศ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาถึงแม้จะประสบความสำเร็จในแง่ของจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ในด้านการพัฒนาสินค้าและบริการพบว่ายังมีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้การดำเนินงานไม่บรรลุผลตาม เป้าหมายที่กำหนดไว้สะท้อนให้เห็นได้จากตัวชี้วัดการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว และการเดินทาง (Travel and Tourism Competitiveness Index) ของ World Economic Forum หรือ WEF โดยในปี 2556 ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยอยู่ในอันดับ 43 จาก 140 ประเทศทั่วโลก หรืออันดับ 9 จาก 25 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยตัวชี้วัดด้านมาตรฐานการเดินทาง และการท่องเที่ยวยังเป็นจุดอ่อนสำคัญของประเทศไทย รองลงมา คือ ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน และ สิ่งแวดล้อมของภาคธุรกิจ

ในปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคและพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นได้เปลี่ยนแปลงไปตามยุค และสมัย ซึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นอีกสื่อหนึ่งที่มีความนิยมในการทำการตลาดออนไลน์และแอปพลิเคชันต่าง ๆ นั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น จากการที่สื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทสำคัญใน ชีวิตและสังคมของไทยมากขึ้นเรื่อย ๆ ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน การสื่อสารระหว่างบุคคล การนัดหมาย และ การเดินทางท่องเที่ยว เรียกได้ว่าเป็นส่วน หนึ่งของชีวิตประจำวันก็เป็นได้ ทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อ ผู้คนมากมาย โดยเฉพาะในด้านการ ท่องเที่ยวที่ในปัจจุบันนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่เตรียมตัวจะเดินทางท่องเที่ยว จำนวนมากใช้สื่อ อินเทอร์เน็ต ในการค้นหาข้อมูลเพื่อเตรียมตัวในการเดินทาง รวมไปถึงการจองโรงแรม และ การเลือก ชื่อผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นรายการท่องเที่ยว รถเช่า หรือแม้แต่บทความ (“แนวโน้ม และศักยภาพของเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว”, ม.ป.ป.) ซึ่งจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใน ประเทศไทยในปี2558 มีจำนวน 23.8 ล้านคน (35% ของประชากรทั้งหมด) (“จำนวนผู้ใช้ Internet ใน ประเทศไทย 2558”, ม.ป.ป.) จากข้อมูลด้านสถิติดังกล่าว ทำให้ผู้ใช้บริการธุรกิจด้านต่าง ๆ หันมา ให้ความสนใจพัฒนาสื่อออนไลน์เพื่อตอบสนอง และสามารถดึงดูดผู้บริโภคออนไลน์มากขึ้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นั้นสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ซึ่งในปี 2556 ประเทศไทยมีรายได้ที่ได้จากนักท่องเที่ยวชาว ไทยสูงถึง 556,925 ล้านบาท สูงกว่าผลงานในปี 2555 ถึง 20.44% สำหรับในปี 2557 การท่องเที่ยวแห่ง

ประเทศไทยได้คาดไว้ว่า รายได้จากการท่องเที่ยว ภายในประเทศนั้นจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 6 จากปี 2556 (“จับตามองท่องเที่ยวไทย”, ม.ป.ป.)

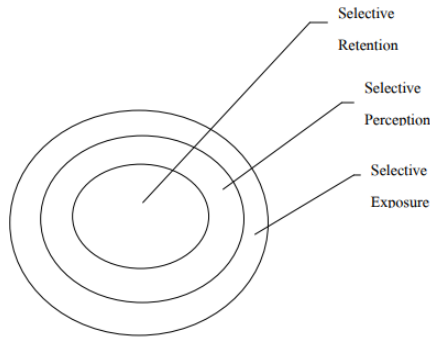
การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศและประชาชนทุกระดับชั้น แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และมีชื่อเสียงย่อมเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวเป็นการดึงดูด นักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ เป็นจำนวนมากทำให้เกิดการใช้จ่ายขึ้นในกิจกรรม ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งการเดินทาง การขนส่ง อาหาร ของที่ระลึกต่าง ๆ การนำเที่ยวและกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจน ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี การท่องเที่ยว ช่วยสร้างงาน และกระจายรายได้ให้คนในชาติเป็น อย่างมาก และยังสามารถกระจายกำลังคนใน ลักษณะงานต่าง ๆ ตามแหล่งต่าง ๆ ทั้งนี้เพราะอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวต้องใช้กำลังคนใน ลักษณะงานต่าง ๆ ที่มีความหลากหลาย การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบไม่ว่า จะเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมเป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือ บริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวใน การพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผล เกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยเรียนรู้ผ่านทางสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่า หรือ สภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับ จาก ธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็น อย่างดี ไม่ว่าจะ เป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมของ คนในท้องถิ่น

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดบาง น้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลงานวิจัยชิ้นนี้ จะช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการ ท่องเที่ยวไปปรับปรุงกลยุทธ์หรือแผนการ สื่อสาร และทำให้ผู้ประกอบการสามารถเลือกใช้สื่อที่ เข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย และสร้างการรับรู้ ได้อย่าง มีประสิทธิภาพ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ จากการวิจัยจะ นำมาซึ่งความเข้าใจในพฤติกรรมของลูกค้ามากขึ้น และสามารถใช่วางแผนกลยุทธ์ส่วนประสมทาง การตลาด และปรับปรุงประสิทธิภาพคุณภาพการบริการ เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และเพื่อใช้ เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (Media Exposure)

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับสารจากสื่อ (Media Exposure Theory) ผู้วิจัยได้ให้ความสนใจ เกี่ยวกับผู้รับสาร (Audience) กล่าวคือผู้รับสารเป็นผู้ที่กระตือรือร้น (Active) ในการเลือกเปิดรับสื่อด้วย ตนเองในส่วนของทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อก็เช่นกัน เป็น การมองในทิศทางเดียวกันกล่าวคือ ผู้รับสารจะใช้สื่ออะไรก็ตามผู้รับสารจะเลือกสรรและแสวงหา ข่าวสารตามความต้องการหรือความคาดหวังที่ แตกต่างกันไปในแต่ละคนผู้รับสารมีกระบวนการ เลือกสรรข่าวสาร (Selective Processes) (พีระ จิระโสภณ, 2535) กระบวนการเลือกสรร เปรียบเสมือนเครื่องกรอง (filters) การรับรู้ข่าวสารของมนุษย์มี 3 ขั้นตอนดังนี้



ภาพที่2.1 แบบจำลองการเปิดรับ
 ที่มา:อริชัย อรรถอุดม (2545, น. 26)

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective exposure or Selective attention) คือแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่งเช่นการเลือกซื้ออ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่งเลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งหรือเลือกชมวิทยุโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่งเป็นต้นโดยทั่วไปผู้รับสารเลือกเปิดรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อทัศนคติความสนใจและสิ่งที่สนับสนุนความคิดเดิมของตน

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับนี้ได้มีการศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวางและพบว่าการเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการอาทิเช่นทัศนคติเดิมของผู้รับสารตาม ทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Theory of cognitive dissonance) ที่เสนอโดย เฟสติงเจอร์(Festinger, 1957) นั้นกล่าวว่าบุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเองทั้งนี้เพราะการรับข่าวสาร ใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือสอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้วจะเกิดภาวะทาง จิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า “cognitive dissonance” ดังนั้นการที่จะลดหรือ หลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิด เดิมของตนเฟสติงเจอร์(Festinger, 1957) ยังชี้ให้เห็นว่า เมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มี ความได้เปรียบเสียเปรียบกว่ากัน เช่นระหว่างการซื้อรถยนต์ยี่ห้อ A กับรถยนต์ B ที่มีคุณภาพ ใกล้เคียงกันบุคคลย่อมมีแนวโน้มที่จะแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้นๆ (Reinforcement Information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป อย่างไรก็ตามทฤษฎีที่ว่าด้วยการเลือกเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติเดิมนั้นบางครั้ง ต้องพิจารณาร่วมกับปัจจัยอื่นๆด้วยเช่นเราอาจจะพบว่าผู้ที่นิยมในพรรคการเมืองพรรคหนึ่งชอบไป ฟังการปราศรัยหาเสียงของพรรคการเมืองฝ่ายตรงข้ามพฤติกรรมเช่นนี้อาจเป็นเพราะบุคคลผู้นั้น ต้องการรับรู้ข้อมูลจากฝ่ายตรงข้ามเพื่อเป็นประโยชน์ในการปกป้องความเชื่อของตนเองก็ได้หรือ อาจเป็นเหตุผลอื่นเช่นเพื่อความสนุกสนานบันเทิงหรือเพราะสนใจในเรื่องนั้นเป็นพิเศษเป็นต้นแต่ โดยทั่วไปแล้วการเปิดรับข่าวสารผู้รับสารมักจะเลือกรับสิ่งที่สนับสนุนความคิดเดิมของตนเสมอ

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้น ต่อมาเมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วก็ใช้ว่า ข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของผู้รับสารทั้งหมดผู้รับสารแต่ละคนอาจจะ ตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกันเช่นการลดค่าเงินบาทบางคนอาจจะ มองว่ามีผลดีบางคนอาจจะเห็นว่า มีผลเสียมากกว่าหรือการเล่นสเก็ตบางคนอาจจะมองว่าเป็นกีฬา พักผ่อนหย่อนใจบางคนอาจจะคิดว่า เป็น

แหล่งมั่ว สุ่มสั้นเปลืองหรือแม้แต่ภาพโป๊บางคนมองว่าเป็น ศิลปะบางคนว่า เป็นอนาจารเป็นต้นความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงจึงมีได้อยู่ที่ตัวอักษรรูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้นแต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายความเข้าใจของตัวเองหรือ ตามทัศนคติตามประสบการณ์ตามความเชื่อตามความต้องการตามความคาดหวังตามสภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้นเป็นต้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้ม ในการเลือกจดจำ ข่าวสารเฉพาะส่วนที่ ตรงกับความสนใจความต้องการทัศนคติฯของตนเองและมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ

หรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่างานวิจัยเก่าแก่ของอลพอร์ตและโพสท์แมน (Allport and Postman, 1947 อ้างถึงใน สุวรรณ มาศเมฆ, 2540) ที่มีการอ้างถึงกันบ่อยก็คือการศึกษาถึงการถ่ายทอดข่าวลือ จากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่งซึ่งพบว่าผู้รับมักจะถ่ายทอดเรื่องราวต่อไปยังคนอื่นๆ ไม่ครบถ้วน เหมือนที่รับมา ทั้งนี้เพราะแต่ละคนเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตนเองเห็นว่าน่าสนใจเท่านั้นส่วนที่ เหลือมักจะถูกลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อ ตัวอย่างที่เรามักจะพบในชีวิตประจำวันเสมอเช่นการที่ เราดูภาพยนตร์หรือรายการวิทยุโทรทัศน์หรือฟังรายการวิทยุกระจายเสียงหรืออ่านข่าวหนังสือพิมพ์ แล้วนา ไปบอกต่อกับผู้อื่นเราก็มักจะเลือกจดจำ แล้วนา ไปเล่าเฉพาะที่เราสนใจหรือเราต้องการ เท่านั้นดังนั้นการสื่อสารมวลชนเช่นการโฆษณาหรือการรณรงค์ในเรื่องต่างๆอาจจะไม่ประสบ ความสำเร็จตามเป้าหมายแม้ว่าผู้รับสารจะได้รับสารนั้นครบถ้วนผู้รับสารอาจจะไม่สนใจจดจำ สิ่งที่เราต้องการให้รู้ให้จำก็เป็นได้เสมอ การเลือกจดจำนั้นเปรียบเสมือนเครื่องกรองชั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสารในบางครั้งข่าวสารอาจจะถูกปฏิเสธตั้งแต่ขั้นแรกโดยการไม่เลือกอ่านฟังหรือชมสื่อมวลชน บางฉบับ หรือบางรายการในกรณีผู้รับสารหลีกเลี่ยงไม่ได้ผู้รับสารก็อาจจะพยายามตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจหรือความต้องการของตนเองแต่หากว่าข่าวสารนั้นไม่เปิดโอกาสให้ ตีความหมายแตกต่างไปได้ผู้รับสารก็ยังมีโอกาสปฏิเสธข่าวสารนั้น ได้ออกเป็นขั้นสุดท้ายกล่าวคือ เลือกจดจำเฉพาะบางส่วนที่ตนเองสนใจหรือต้องการเท่านั้น

นอกจากนี้Wilber Schramm (1973, pp. 121-122) ยังชี้ให้เห็นองค์ประกอบ อื่นๆที่มี อิทธิพลต่อการเลือกรับสารดังนี้

1. ประสบการณ์ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของตน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนอง จุดประสงค์ของตน
3. ภูมิหลังผู้รับสารที่มีภูมิหลังแตกต่างกันจะให้ความสนใจต่อเนื้อหาสารต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมมีผลต่อพฤติกรรมเลือกรับสื่อและเนื้อหาสาร
5. ความสามารถในการรับสื่อเป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจของผู้รับสารที่มี ผลต่อพฤติกรรมเปิดรับสารที่ต่างกัน
6. บุคลิกภาพมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์สถานภาพทางอารมณ์อาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของสารที่ทัศนคติเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและการตอบสนองข่าวสาร

จากทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมเปิดรับสารจากสื่อผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ นั่น คือผู้วิจัยใช้ศึกษาถึงกระบวนการเปิดรับสารจากสื่อของนักท่องเที่ยวได้แก่การเลือกเปิดรับหรือ เลือกสนใจ การเลือกรับรู้หรือตีความ การเลือกจดจำตลอดจนการศึกษา ที่มีผลต่อพฤติกรรมเลือก รับสื่อและเนื้อหาสาร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อส่งเสริมการตลาด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

ความหมายการตลาดท่องเที่ยว

ความหมายของการตลาดท่องเที่ยว (Marketing of Tourism) ได้ใช้หลักการเดียวกันกับความหมายของการตลาดทั่วไป ซึ่งมีนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้ให้ความหมายตามความเห็นของตนเอง ดังนี้

มิดเดิลตัน (Middleton, 1990) กล่าวว่า การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว และการจัดองค์ประกอบที่สำคัญของส่วนประสมทางการตลาด เพื่อเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงให้เหมาะสมและสอดคล้องกัน

การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการจัดการและสังคม ซึ่งบุคคลและกลุ่มบุคคล จะได้รับสิ่งจำเป็นและสิ่งที่พวกเขาต้องการจากการสร้างและแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์รวมทั้งคุณค่าของสินค้ากับบุคคลอื่นด้วย (Kotler, Bowen & Makens, 1999)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543) กล่าวว่า การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง การทำกิจกรรมเพื่อวิเคราะห์ให้ทราบถึงความต้องการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้น ๆ และซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว แล้วทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้ผลกำไร ส่วนนักท่องเที่ยวก็เกิดความพึงพอใจจากการเดินทางท่องเที่ยว

สุริย์ เข้มทอง (2555) กล่าวว่า การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง การจัดกิจกรรมหรือการนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ตรงต่อความต้องการ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจโดยต้องมีการวิเคราะห์เข้าใจถึงความต้องการ ความจำเป็นของนักท่องเที่ยว และต้องมีการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอีกด้วย

จากข้างต้นสรุปได้ว่า การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง การศึกษาความต้องการและความจำเป็นที่สะท้อนออกมาทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ทราบถึงความต้องการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว และเกิดการซื้อ โดยนำส่วนประสมทางการตลาด(Marketing Mix) มาใช้เป็นเครื่องมือในการตอบสนองความต้องการนั้น ๆ ได้อย่างตรงตามความต้องการ และส่งผลต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้มีรายได้ผลกำไรจากการขายสินค้าและบริการ ส่วนนักท่องเที่ยวก็เกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเช่นกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาที่มาจากตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ในช่วงเดือนพฤษภาคมซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร

เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ สามารถคำนวณได้จากสูตรโดยใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ W.G.cochran โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชบัญชา, 2549, หน้า 74) ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาด ไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่ เงื่อนไขกำหนด คือไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง ในการเลือกตัวอย่างเพื่อนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ในการเลือกตัวอย่างเพื่อนำมาเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งเป็น 4 ตอนดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด แบบเลือกตอบ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวครั้งนี้ ส่วนใหญ่ท่านค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวจากแหล่งใดภายในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมาท่านเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการจากช่องทางใดบ่อยที่สุด สถานีโทรทัศน์ที่ท่านรับชมบ่อยที่สุด ท่านเปิดรับชมรายการทางโทรทัศน์มากที่สุดช่วงใดใน 1 สัปดาห์ ท่านเปิดรับสื่อต่างๆ (รวมทั้งสื่อมวลชน และสื่ออินเทอร์เน็ตด้วย) มากน้อยเพียงใดท่านทราบหรือค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ จากสื่อใดบ้าง (ตอบได้ 1 ข้อ) ท่านเปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการจากช่องทางใด ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ เป็นคำถามปลายปิด แบบเลือกตอบ ได้แก่ ท่านมาเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้แล้วกี่ครั้ง โดยส่วนใหญ่ท่านมีการวางแผนการท่องเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้หรือไม่ อย่างไร การท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ท่านไปกับใครบ่อยที่สุด การท่องเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้ท่านมีค่าใช้จ่าย (ค่าเดินทาง อาหาร ที่พัก ชื่อของ กิจกรรม และอื่นๆ) ประมาณเท่าไร ในครั้งนี้ท่านเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้ด้วยวิธีใด วัตถุประสงค์สำคัญที่สุดในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ กิจกรรมที่ท่านทำในการมาเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ท่านมาท่องเที่ยว

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งในวันใด ระยะเวลาในการเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ส่วนใหญ่ท่านเลือกซื้อสินค้าที่ตลาดบางน้ำผึ้งประเภทใดบ้าง ตอนที่ 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 3) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการมาท่องเที่ยว โดยได้แจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง พร้อมการบรรยาย โดยจำแนกตามตัวแปรอิสระที่จะศึกษา 4) ทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้สถิติ Chi-Square

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 58.3 รองลงมาเป็นเพศหญิงร้อยละ 41.8 โดยส่วนใหญ่มี อายุ 26-35 ปี ร้อยละ 45.0 การศึกษาปริญญาตรีร้อยละ 63.3 ส่วนใหญ่มีอาชีพลูกจ้างเอกชน ร้อยละ 31.8และส่วนใหญ่มีรายได้10,001-30,000บาท ร้อยละ 79.3

ส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวอินเทอร์เน็ต (Website/ Social Media) ร้อยละ 46.5 ช่องทางหลักที่เปิดรับสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมาคือ อินเทอร์เน็ต (Website/ Social Media)ร้อยละ 59.5 สถานีโทรทัศน์ที่รับชมบ่อยที่สุดคือช่อง 7 ร้อยละ 32.8 ช่วงเวลาที่รับชมรายการทางโทรทัศน์มากที่สุดคือช่วงหัวค่ำ (18.00 น. - 24.00 น.) ร้อยละ 80.5 การเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชนใน 1 สัปดาห์คือทุกวัน ร้อยละ 87.3 การค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการจากสื่ออินเทอร์เน็ต(Website/ Social Media) ร้อยละ47.3 เปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการจากช่องทาง เพจของตลาดบางน้ำผึ้งร้อยละ 60.8

ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมกรรมการของนักท่องเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ดังนี้ มีประสบการณ์ในการมาท่องเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการเป็นครั้งที่ 2 หรือมากกว่า ร้อยละ 61.7 มีการวางแผนการท่องเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้กับท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 38.3 การท่องเที่ยวแต่ละครั้งไปกับคู่รัก ร้อยละ 22.0 การท่องเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้ท่านมีค่าใช้จ่าย (ค่าเดินทางอาหารที่พักซื้อของกิจกรรมและอื่นๆ)ประมาณ 501 - 1,000 บาท ร้อยละ 48.8 ในครั้งนี้เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้ด้วยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 52.5 วัตถุประสงค์สำคัญที่สุดในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการเพื่อพักผ่อนวันหยุด ร้อยละ 53.0 กิจกรรมที่ทำในการมาเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งในครั้งนี้ คือเดินซื้อของฝากและช้อปปิ้ง ร้อยละ 53.3 ส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าที่ตลาดบางน้ำผึ้งประเภท ของที่ระลึก ร้อยละ 62.8

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย รองลงมาเป็นเพศหญิง โดยส่วนใหญ่มี อายุ 26-35 ปี การศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพลูกจ้างเอกชน และส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวอินเทอร์เน็ต (Website/ Social Media) ช่องทางหลักที่เปิดรับสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมาคืออินเทอร์เน็ต (Website/ Social Media) สถานีโทรทัศน์ที่รับชมบ่อยที่สุดคือช่อง 7 ช่วงเวลาที่รับชมชมรายการทางโทรทัศน์มากที่สุดคือช่วงหัวค่ำ (18.00 น. - 24.00 น.) การเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชนใน 1 สัปดาห์คือทุกวัน การค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการจากสื่ออินเทอร์เน็ต(Website/ Social Media) เปิดรับสื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการจากช่องทาง เพจของตลาดบางน้ำผึ้งมีพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ดังนี้ มีประสบการณ์ในการมาท่องเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการเป็นครั้งที่ 2 หรือมากกว่า มีการวางแผนการท่องเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้กับท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว การท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไปกับคู่รัก การท่องเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้ท่านมีค่าใช้จ่าย (ค่าเดินทางอาหารที่พักซื้อของกิจกรรมและอื่นๆ)ประมาณ 501 - 1,000 บาท ในครั้งนี้เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้ด้วย รถยนต์ส่วนตัว วัตถุประสงค์สำคัญที่สุดในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อพักผ่อนวันหยุด กิจกรรมที่ทำการมาเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งในครั้งนี้ คือเดินช้อปปิ้งและช้อปปิ้ง ส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าที่ตลาดบางน้ำผึ้งประเภท ของที่ระลึก ซึ่งสอดคล้องกับโสภภาพ สุทธิศักดิ์ (2549 : บทคัดย่อ)ได้ทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับ ระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทยผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อบุคคลเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจตามลำดับ ในส่วนพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีและประโยชน์บางประการที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนฐานทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีรวมทั้งไม่มีสื่อใดมีอิทธิพลสามารถอธิบายความสัมพันธ์กับระยะเวลาการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารและจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเพิ่มขึ้น เช่น ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเชิงเกษตร หรือกิจกรรมวันพิเศษในวันสำคัญต่างๆ
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการวางแผนตลอดจนการกำหนดนโยบายเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ อาทิ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผน บริหาร และจัดการการท่องเที่ยวทุกชั้นตอนและทุกกลุ่ม เนื่องจากชุมชนย่อมเข้าใจสังคมและวัฒนธรรมของตนได้ดีกว่าคนนอก

เพื่อให้มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น ทั้งด้านการเดินทาง ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ ตลอดจนด้านสถานที่จัดจำหน่ายของที่ระลึก เพื่อให้ตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและเป็นตลาดน้ำที่ยั่งยืน

3. ทำให้เป็นตลาดน้ำที่แสดงวิถีชีวิตของท้องถิ่น ไม่ควรนำของต่างประเทศหรือของถิ่นอื่นมาจำหน่าย ควรมีกิจกรรมที่แสดงถึงวิถีชีวิตของคนถิ่นนั้นทั้งด้านศิลปะและวัฒนธรรม เพื่อเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นรวมถึงให้ความรู้กับผู้มาเยือนด้วย

4. ควรให้นโยบายในการเปิดให้บริการทุกวัน หากวันใดนักท่องเที่ยวน้อย ควรมีการส่งเสริมด้านวัฒนธรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในวันที่มีคนน้อย เพื่อให้ตลาดน้ำดังกล่าวสามารถเปิดในทุกวันได้

5. ควรจัดเส้นทางจราจร โดยเฉพาะตลาดน้ำที่มีนักท่องเที่ยวมาก การวางสินค้าล้ำหน้าทางเดินทำให้คับแคบ จึงควรมีนโยบายเรื่องการจัดระเบียบการวางจำหน่ายสินค้าไม่ให้ล้ำทางน้ำหรือทางเดิน รวมถึงการจัดเส้นทางแบบ One way เพื่อให้การชมสินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย

เอกสารอ้างอิง

ชลธิชา เนียมนาภา . (2557). แนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาภูมิทัศน์พื้นที่คำชะโนด อ.บ้านดุง จ.อุดรธานี. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กนกพร สีสาทะพินท์, พัชญา มาลีศรี และปรารภนา ปุณณกิติเกษม. (2554). การประเมินระดับคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลรัฐบาลในกรุงเทพฯ ด้วยแบบจำลอง SERVQUAL. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 34(4), 443-456.

กนกวรรณ นาสมปอง. (2555). สภาพการให้บริการการศึกษาทางอินเทอร์เน็ต งานส่งเสริมวิชาการและงานลงทะเบียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

กนกอร วัฒนศักดิ์ศิริ และเพ็ญจิรา คันธวงศ์. (2556). การศึกษาอิทธิพลของช่องทางการให้บริการ การรับรู้ตราสินค้า การรับรู้คุณภาพสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้า ภาพลักษณ์องค์กรที่มีต่อการรับรู้บริการหลังการขาย. ใน การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (หน้า 31-42). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2553 ถึง 2557. สืบค้นจาก http://www.m-society.go.th/article_attach/12133/16378.pdf.

กฤติยา ไตรรัตน์ และนิตนา ฐานิตธนกร. (2556). อิทธิพลของคุณค่าตราสินค้า การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ และคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน การประชุมวิชาการระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (หน้า 10-24). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2542). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2554). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for windows. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). ข้อมูลแสดงจำนวนที่พักแรมในประเทศไทย. สืบค้นจาก
http://marketingdatabase.tat.or.th/ewt_w3c/ewt_news.php?nid=1610.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). หลงรักประเทศไทย. สืบค้นจาก
<http://thai.tourismthailand.org/ที่พัก/โรงแรม>.

คุณัญญา พรหมปัญญานันท์ และนิตนา ฐานิตธนกร. (2557). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ สื่อสังคมออนไลน์และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตของชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน การประชุมวิชาการปัญญาภิวัฒน์ (หน้า A227-A289). นนทบุรี: สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน :

กรณีศึกษา บริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด¹

Factors Relating to the Work Behavior of the Employees :

A Case Study of Thai NOK Co., Ltd.

ภควรรณ วิมลศรี(Pakawan Vimolsri)²

ดร.ธนาชัย สุขวณิช³

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการทำงานของพนักงาน: กรณีศึกษาบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด 2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด โดยใช้การศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับพนักงานบริษัท ไทย เอ็น โอเค จำกัด จำนวน 365 คน และสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ ANOVA (F-test) และใช้สถิติ Correlation

ผลการศึกษาพบว่าพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด ส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุ 31-40 ปี จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 –20,000 บาท มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป และมีตำแหน่งเป็นพนักงานปฏิบัติการ มีภาระหนี้สินเป็นค่าผ่อนรถ มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-3 คน และ มีรายได้เฉลี่ยทั้งครอบครัว ตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป และ ปัจจัยองค์การทั้งภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ด้านนโยบายและการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาด้านวัฒนธรรมองค์การ ด้านความเครียดจากงานที่ทำ และด้านการออกแบบโครงสร้างองค์การ ส่วนพฤติกรรมในการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด พบว่า พนักงานมีพฤติกรรมในการทำงานทั้งภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ด้านการลาออกจากงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาด้านการการขาดงาน มาด้านการเพิ่มผลผลิต และด้านความพึงพอใจในการทำงาน ผลทดสอบสมมติฐานพบว่า พนักงานบริษัท ไทย

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน : กรณีศึกษา บริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด

² นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก ประจำปีการศึกษา 2560

³ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

เอ็นโอเค จำกัด ที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกันมีพฤติกรรมในการทำงานแตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่งงาน ภาระหนี้สิน จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายได้เฉลี่ยทั้งครอบครัวต่างก็มีพฤติกรรมในการทำงานไม่แตกต่างกัน และปัจจัยองค์การด้านการออกแบบโครงสร้างองค์กร ด้านนโยบายและการปฏิบัติงาน ด้านวัฒนธรรมองค์การ และด้านความเครียดจากงานที่ทำ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมในการทำงาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

Abstract

The objectives of this research were to 1) analyze the work behavior of the employees of Thai NOK Co., Ltd., 2) compare the work behavior of the employees of Thai NOK Co. Ltd. to the respondent personal background, and 3) analyze the factors relating to the work behavior of Thai NOK Co., Ltd. This research was a quantitative one. The research tool was the questionnaire. The samples were three hundred and sixty-five employees. The data received were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test(one-way ANOVA), and correlation.

The results revealed that the majority of the respondents were female, age between 31-40 years old, completed secondary education, earned average monthly income of 15,001– 20,000 baht, had more than 10 years of work experience, worked for the position of the operational employees, had liability for car installment, had 1 – 3 persons in their family, and their total family income was 40,000 baht and up. In terms of the overall and each of the organizational factors of the respondents were at high level. When considering of each factor, the factor of policy and work performance received the highest mean score. Next on down were the organizational culture, the stress from work performance, and the organizational structural design, respectively. In addition, in terms of the work performance behavior of the respondents, it showed that the respondents had the overall and each of the work performance factors were at high level. The factors of work behavior was at high level. The factor of resignation received the highest mean score. Next on down were absenteeism, increasing productivity, and job satisfaction, respectively. Moreover, the results of the hypothetical testing were that

the respondents who were from different years of work experience had different level of work performance at statistical significant level of 0.05. In addition, the respondents who were from different gender, age group, educational level, average monthly income, work position, debt burden, number of family members, and overall average monthly income of the family members had no different work behavior. Besides, the organizational factors of organizational structural design, policy and operation, organizational culture, and stress from work were positively related to the work behavior at statistical significant level of 0.01.

บทนำ

ในปี พ.ศ.2559 ที่ผ่านมา คาดว่าประเทศไทยน่าจะจะสามารถผลิตรถยนต์ได้สูงเป็นลำดับที่ 13 ของโลก และสร้างมูลค่าการส่งออกในหมวดสินค้าชิ้นส่วน อุปกรณ์และส่วนประกอบยานยนต์ได้สูงถึงกว่า 9.2 แสนล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 12 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าของไทย ทั้งหมดขณะที่ตลาดยานยนต์ในประเทศก็เริ่มมีแนวโน้มฟื้นตัวดีขึ้น หลังยอดขายรถยนต์ปี พ.ศ. 2559 ปิดตัวเลขที่ 770,423 คัน หดตัวร้อยละ 3.7 น้อยกว่าที่คาดกันในตลาดค่อนข้างมาก ซึ่งปัจจัยบวกต่างๆ ที่เริ่มเข้ามาหนุนอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยมากขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ.2560 โดยรวมแล้วน่าจะเป็นโอกาส อันดีสำหรับธุรกิจเกี่ยวเนื่องในอุตสาหกรรมนี้ โลกยุคปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งแนวทางล่าสุดคือ การมุ่งเน้นไป สู่การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ในสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเรามากขึ้น หลายอุตสาหกรรมของไทยจึงมุ่ง ไปสู่การพัฒนาในทิศทางนั้น สอดรับกับทิศทางนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของรัฐบาล ที่เน้นให้มีการพัฒนา อุตสาหกรรมโดยใช้นวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนมากขึ้น ซึ่งอุตสาหกรรมยานยนต์นับว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรม นำร่องของไทย และเมื่อประกอบกับแนวโน้มความต้องการสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของตลาดโลกด้วยแล้ว ทำให้การผลิตยานยนต์แบบเดิม ๆ อาจไม่สามารถตอบรับกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยจึงต้องมีการพัฒนาขึ้นเป็นยานยนต์สมัยใหม่ที่ต้องการการออกแบบและคิดค้นโดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี ขั้นสูงสมัยใหม่มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่อุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วนไทย จึงจำเป็นที่ผู้ประกอบการ ประเภทยานยนต์จะต้องมีการปรับตัว โดยเฉพาะ การเร่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และพัฒนาองค์การให้สามารถตอบรับกับทิศทางดังกล่าว รวมถึงเพื่อให้สามารถ

แข่งขันได้กับทั้งคู่แข่งเดิมในประเทศ และคู่แข่งรายใหม่ ที่เข้ามาลงทุนในไทย หรือคู่แข่งที่อยู่ในต่างประเทศ ในยุคที่ตลาดเปิดเสรีอย่างเช่นในปัจจุบัน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2559 : 1)

จากสถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูงทางเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการยานยนต์ในประเทศไทย จึงต้องเร่งปรับปรุงการดำเนินงานบริหารต้นทุนการผลิตให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น รวมทั้งพัฒนาคุณภาพการทำงานของบุคลากรทุกระดับในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานพนักงานซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้นผู้บริหารองค์กรจึงมีการปรับเปลี่ยนองค์กรให้มีบรรยากาศภายในองค์กรที่เอื้อต่อการทำงานของบุคลากร เพราะผู้บริหารจะต้องรักษาบุคลากรขององค์กรนั้นให้อยู่กับองค์กรนานที่สุด เพื่อให้องค์กรดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จในการบริหารงาน การทำงานของบุคลากรมีส่วนช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายได้นั้น ผู้บริหารต้องเข้าใจความต้องการของบุคลากรในองค์กรและการผสมผสานความต้องการให้เข้ากับจุดมุ่งหมายขององค์กร ในขณะเดียวกันก็สามารถทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจและทำงานอยู่ในองค์กรได้อย่างมีความสุข มีความรู้สึกและมีจิตใจที่อยากอยู่กับองค์กรด้วยความเต็มใจรวมไปถึงการให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่ให้กับองค์กร และยังก่อให้เกิดความผูกพันการทำงานในองค์กรที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นไป

บริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด ประกอบกิจการเกี่ยวกับการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ประเภท โอริง ออยซิล ที่ใช้ในอุตสาหกรรมยนต์ เปิดดำเนินกิจการมาเป็นระยะเวลา 29 ปี ซึ่งในดำเนินงานของบริษัทที่ผ่านมาฝ่ายบริหารให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงองค์กรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันสูงในปัจจุบัน โดยผู้วิจัยในฐานะของหัวหน้าฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมีหน้าที่ในการพัฒนาและวางแผนการทำงานและพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้องกับปริมาณงานและคุณภาพตลอดจนการดูแลบุคลากรให้ปฏิบัติงานได้อย่างปกติสุข แต่ยังคงพบปัญหาทั้งในอดีตและปัจจุบันที่การปฏิบัติงานไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากพฤติกรรมการทำงานที่ไม่เหมาะสมของพนักงาน ไม่ตั้งทำงาน พุดคุยกันระหว่างการทำงาน ไม่ปฏิบัติตนอยู่ในกฎระเบียบ ไม่ทำงานตามขั้นที่ระบุไว้ การขาดงาน และการลาออกจากงาน เป็นต้นโดยพฤติกรรมการทำงานเหล่านี้ที่ไม่เหมาะสมเหล่านี้ มีผลกระทบต่อองค์กรเป็นอย่างมาก เพราะความเจริญก้าวหน้าขององค์กร รวมถึงคุณภาพผลผลิตจากองค์กรล้วนแต่เป็นผลมาจากพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในองค์กรทั้งสิ้น

จากความสำคัญของปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจจะศึกษา “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน : กรณีศึกษา บริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด” เพื่อ

นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นแนวทางในการพัฒนางานในด้านการบริหารงานบุคคลและสามารถเป็นแนวทางในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงองค์การให้เป็นที่ไปตามความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน : กรณีศึกษา บริษัท ไทยเอ็นโอเค จำกัด มุ่งศึกษาพฤติกรรมการทำงานของพนักงานไทย เอ็นโอเค จำกัด จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ด้านความพึงพอใจในการทำงาน ด้านการเพิ่มผลผลิต ด้านการขาดงาน ด้านการลาออกจากงาน (Robbins, 1998: 23-26) และปัจจัยองค์การ 4 ด้าน ได้แก่ด้านการออกแบบโครงสร้างองค์การ ด้านนโยบายและการปฏิบัติงานด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านวัฒนธรรมขององค์การ และด้านความเครียดจากงานที่ทำ (Robbins, 1998: 23-26)

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ พนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด จำนวน 4,170 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด จำนวน 365 คน ได้จากสูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน่ (1970 : 130)

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ใช้เวลาในการดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2560 เป็นต้นไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานำเสนอต่อผู้บริหารและฝ่ายทรัพยากรบุคคลในการนำข้อมูลไปพัฒนางานในด้านการบริหารบุคคล
2. เพื่อนำเป็นแนวทางในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการทำงานให้เป็นที่ไปตามความเหมาะสม

3. เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรให้เกิดศักยภาพและประสิทธิภาพให้ดียิ่งขึ้น

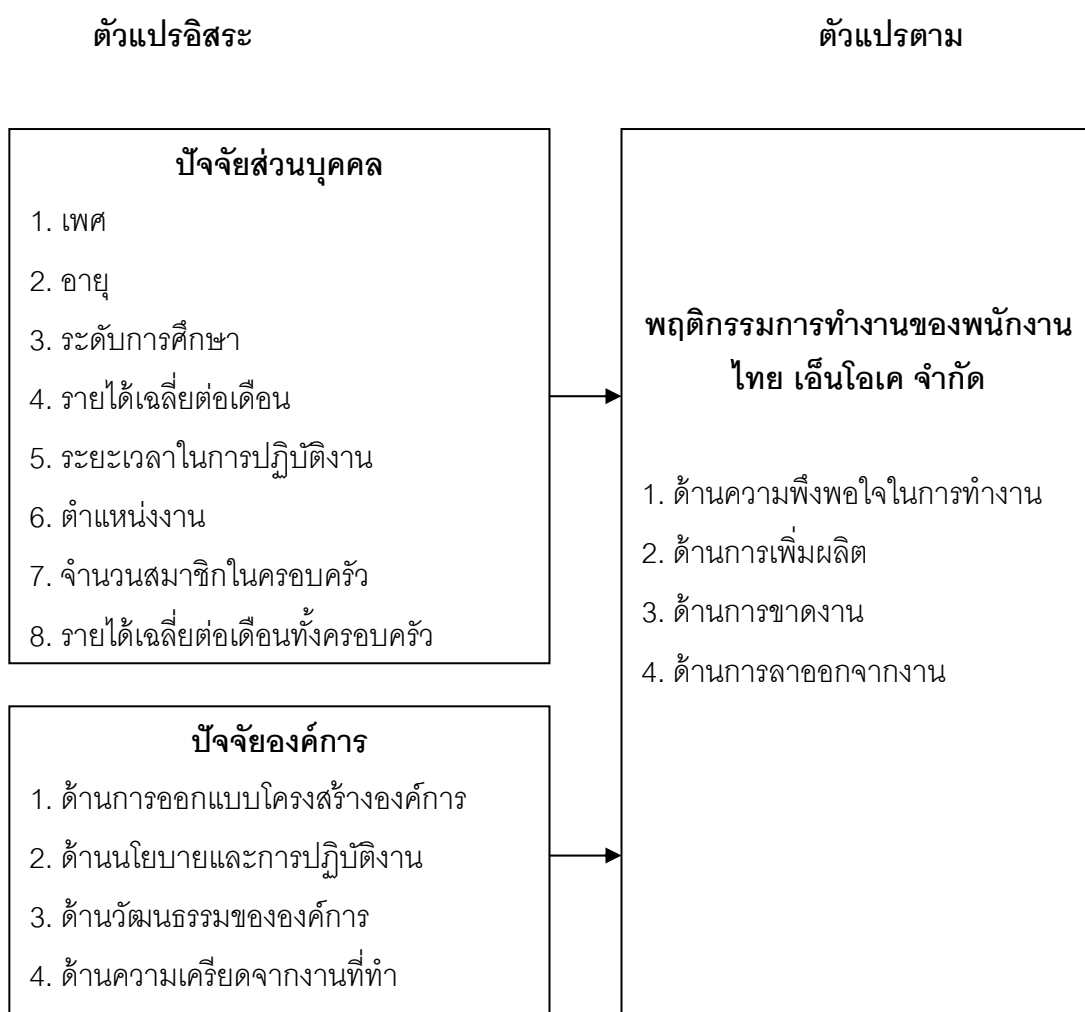
4. เพื่อนำข้อมูลสำหรับการกำหนดรูปแบบการดำเนินการกับกิจการในอนาคตของผู้วิจัยต่อไปเพื่อที่จะช่วยให้กิจการสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลประสบความสำเร็จต่อไปในอนาคต

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษา“ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน : กรณีศึกษา บริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด” ผู้ศึกษาได้แนวคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้นำแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในองค์การของ Robbins (1998: 23-26) ซึ่งแนวคิดได้แสดงให้เห็นถึงลักษณะการทำงานของพนักงานในองค์การที่เป็นไปด้วยความราบรื่นหรือขัดแย้งซึ่งแสดงออกมาได้รูปของการขาดงาน การลาออกจากงาน หรือเต็มไปด้วยความพึงพอใจ อีกทั้งแสดงถึงการเพิ่มผลผลิตของพนักงานในการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นความรู้ความสามารถ การพัฒนาตนเอง ทักษะคติที่ต่อการทำงาน ทักษะและความเชี่ยวชาญเป็นต้น ซึ่งพฤติกรรมการทำงานในระดับองค์การมิใช่เป็นเพียงพฤติกรรมในระดับบุคคลเท่านั้น เนื่องจากพนักงานเมื่ออยู่ในระดับองค์การ นอกจากจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยของปัจเจกบุคคลแล้ว ยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยระดับองค์การซึ่งการโครงสร้างนโยบายในการบริหารงาน วัฒนธรรมขององค์การ และระดับความเครียดของพนักงานที่เกิดจากการทำงานในองค์การ ซึ่งแนวคิดของ Robbins (1998: 35) มีความสอดคล้องกับสภาพการทำงานในองค์การของผู้ศึกษา เนื่องด้วยสภาพการทำงานที่เป็นลักษณะของโรงงานอุตสาหกรรม การผลิต และมีพนักงานจำนวนมาก ซึ่งเป็นปัญหาที่ยากต่อการควบคุมและบริหารงาน ด้วยสภาพการทำงานที่มีความเร่งรีบในการผลิตเพื่อให้สามารถส่งงานลูกค้าให้ทันกำหนด ปัญหาความเคร่งเครียดในการทำงานของพนักงานซึ่งเป็นปัญหาประการแรก que แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของพนักงานในรูปของความพึงพอใจในการทำงาน ความเหนื่อยลา การขาดงาน การลาออกจากงาน เป็นต้น

ดังนั้น ในการศึกษาคั้งนั้น ผู้ศึกษาจึงได้นำแนวคิดของของ Robbins มาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ พฤติกรรมการทำงานของพนักงานไทย เอ็นโอเค จำกัด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความพึงพอใจในการทำงาน ด้านการเพิ่มผลผลิต ด้านการขาดงาน ด้านการลาออกจากงาน และปัจจัยองค์การ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบโครงสร้างองค์การ ด้านนโยบายและการ

ปฏิบัติงานด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านวัฒนธรรมขององค์กร และด้านความเครียดจากงานที่ทำ ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดในกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 2.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา

สมมติฐานการศึกษา

สมมติฐานการศึกษาที่ 1 พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัดที่แตกต่างกัน ดังนี้

1.1 พนักงานที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัดที่แตกต่างกัน

1.2 พนักงานที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัดที่แตกต่างกัน

1.3 พนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัดแตกต่างกัน

1.4 พนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัดแตกต่างกัน

1.5 พนักงานที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกันมีพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัดแตกต่างกัน

1.6 พนักงานที่มีตำแหน่งงานต่างกันมีพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัดแตกต่างกัน

1.7 พนักงานที่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนต่างกันมีพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัดแตกต่างกัน

1.8 พนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนทั้งครัวเรือนต่างกันมีพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัดแตกต่างกัน

1.9 พนักงานที่มีภาระหนี้ต่างกันมีพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัดแตกต่างกัน

สมมติฐานการศึกษาที่ 2 ปัจจัยองค์การมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด

2.1 ปัจจัยด้านการออกโครงสร้างขององค์การ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด

2.2 ปัจจัยด้านนโยบายและการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด

2.3 ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด

2.4 ปัจจัยด้านความเครียดจากงานที่ทำ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด

ผลการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคลพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 –20,000 บาท มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป มีตำแหน่งเป็นพนักงานปฏิบัติการ มีภาระหนี้สินเป็นค่าผ่อนรถ มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-3 คน และมีรายได้เฉลี่ยทั้งครอบครัว ตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป

ปัจจัยองค์การ

ปัจจัยองค์การภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายละเอียดเป็นรายด้าน สามารถเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ด้านนโยบายและการปฏิบัติงาน รองลงมาคือด้านวัฒนธรรมองค์การ ด้านความเครียดจากงานที่ทำ และด้านการออกแบบโครงสร้างองค์การตามลำดับ

พฤติกรรมในการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด

พฤติกรรมในการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด พบว่า พนักงานมีพฤติกรรมในการทำงานภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายละเอียดเป็นรายด้าน สามารถเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ด้านการลาออกจากงาน รองลงมาด้านการการขาดงาน ด้านการเพิ่มผลผลิต และด้านความพึงพอใจในการทำงาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน

พนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกันมีพฤติกรรมในการทำงานแตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด ที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่งงาน ภาระหนี้สิน จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายได้เฉลี่ยทั้งครอบครัวต่างก็มีพฤติกรรมในการทำงานไม่แตกต่างกัน และปัจจัยองค์การในภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมในการทำงานในภาพรวมในระดับสูงมาก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยองค์การด้านวัฒนธรรมองค์การมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาก ปัจจัยด้านการออกแบบ

โครงสร้างองค์กร อยู่ในระดับสูง ปัจจัยด้านความเครียดจากงานที่ทำมีความสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยด้านนโยบายและการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ อยู่ในระดับต่ำ

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการทำงานของพนักงาน: กรณีศึกษาบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด ผู้ศึกษาได้นำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลงานดังนี้

ปัจจัยองค์กร

ปัจจัยองค์กรทั้งภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายละเอียดเป็นรายด้าน สามารถเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านนโยบายและการปฏิบัติงาน มาเป็นอันดับแรก รองลงมาด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านความเครียดจากงานที่ทำ และด้านการออกแบบโครงสร้างองค์กร ตามลำดับ ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากองค์กรมีการกำหนดนโยบายในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน พนักงานสามารถยอมรับวัฒนธรรมองค์กรได้เป็นอย่างดี อีกทั้งพนักงานได้รับการดูแลเอาใจใส่ทั้งสภาพแวดล้อม อีกทั้งการช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหาในการทำงาน ไม่ได้รับความกดดันจากการทำงานจึงไม่ก่อให้เกิดความเครียดจากการทำงาน และผู้บริหารสามารถออกแบบโครงสร้างการบังคับบัญชางานที่ชัดเจน ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของทิพวรรณ เลิศถาวรธรรม (2550) ได้ศึกษา “การบริหารเปลี่ยนแปลงในองค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานของบริษัท ไทยเพรซิเดนท์ฟูดส์ จำกัด (มหาชน)” ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อปัจจัยการบริหารเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรโดยรวม อยู่ในระดับมาก

พฤติกรรมในการทำงานของพนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด พบว่า พนักงานมีพฤติกรรมในการทำงานทั้งภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายละเอียดเป็นรายด้าน สามารถเรียงอันดับปัจจัยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการลาออกจากงาน มาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านการขาดงาน ลำดับถัดมาด้านการเพิ่มผลผลิต และด้านความพึงพอใจในการทำงาน ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากบริษัทมีการจัดโครงสร้างการทำงานที่ชัดเจน มีการกำหนดนโยบายการปฏิบัติงาน อีกทั้งไม่มีความเครียดจากการทำงาน และพนักงานทุกคนสามารถปรับตัวยอมรับวัฒนธรรมองค์กรได้เป็นอย่างดี จึงส่งผลให้พนักงานมีพฤติกรรมพึงพอใจในงานที่ทำ เพิ่มผลผลิตในการทำงาน ไม่มีพฤติกรรมขาดงานอย่างไม่มีเหตุผล รวมทั้งคงอยู่กับองค์กรไม่คิดลาออกจากงาน สาเหตุที่ปัจจัยองค์กรด้านการลาออกจากงานพนักงานส่วนใหญ่เป็นพนักงานทำสัญญาจ้างจากบริษัทภายนอกดังนั้นการลาออกจึงยังเป็นสาเหตุของการลาออก ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับกับผลงานวิจัยของจันจิรา ไสยะประจัน (2553) ได้ศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ : กรณีศึกษา บริษัท ยานยนต์”

จำกัด (มหาชน)” ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการทำงานของพนักงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์: กรณีศึกษา บริษัท ยานภัณฑ์ จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับดี ในด้านความพึงพอใจในการทำงาน ด้านการเพิ่มผลผลิต ด้านการขาดงาน ด้านการลาออกจากงาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน

พนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค ที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกันมีพฤติกรรมในการทำงานแตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนที่พนักงานบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่งงาน ภาระหนี้สิน จำนวนสมาชิกในครอบครัวและรายได้เฉลี่ยทั้งครอบครัวต่างกันมีพฤติกรรมในการทำงานไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องจากพนักงานที่มีระยะเวลาในการทำงานมานานต่างมีการปรับปรุงพฤติกรรมตนเองในดียิ่งขึ้นเพื่อให้การทำงานไปสู่เป้าหมายขององค์การที่กำหนดไว้ ซึ่งผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของจุฬาลักษณ์ ลภาพรรณวิสุทธิ (2555) ได้ศึกษา“ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่สีลม ผลการศึกษาพบว่า พนักงานที่มีระยะเวลาในการทำงานต่างกันมีพฤติกรรมในการทำงานแตกต่างกัน และปัจจัยองค์การในภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมในการทำงานในภาพรวมในระดับสูงมาก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยองค์การด้านวัฒนธรรมองค์การมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาก ปัจจัยด้านการออกแบบโครงสร้างองค์กร อยู่ในระดับสูง ปัจจัยด้านความเครียดจากงานที่ทำมีความสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยด้านนโยบายและการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ อยู่ในระดับต่ำ ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องจากพนักงานเห็นว่าวัฒนธรรมองค์การที่ยึดหลักความเสมอภาคแก่พนักงานทุกคน อีกทั้งผู้บริหารมีการจัดโครงสร้างการบังคับบัญชางาน กำหนดนโยบายการบริหารงานที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม พนักงานจึงไม่ได้รับความกดดันจากการทำงานไม่ก่อให้เกิดความเครียด ซึ่งผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของจันจิรา โสประจัน (2553) ได้ศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ : กรณีศึกษา บริษัท ยานภัณฑ์ จำกัด (มหาชน)” ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านโครงสร้างขององค์กร ด้านนโยบาย ด้านวัฒนธรรมขององค์กรมีผลต่อพฤติกรรม การทำงานของพนักงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ : กรณีศึกษา บริษัท ยานภัณฑ์ จำกัด (มหาชน)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาครั้งนี้

1. ด้านการออกแบบโครงสร้างองค์การ ฝ่ายบริหารของบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด ควรมีการปรับปรุงโครงสร้างในด้านการจัดแบ่งฝ่ายงานที่ชัดเจนในแต่ละปี เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการทำงานที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น
2. ด้านนโยบายและการปฏิบัติงานด้านทรัพยากรมนุษย์ ฝ่ายบริหารงานของบริษัท ไทย เอ็นโอเค จำกัด ควรกำหนดนโยบายในการประเมินผลงานของพนักงานที่ชัดเจน และเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น
3. ด้านวัฒนธรรมองค์การ ควรมีการจัดอบรมพนักงานเกี่ยวกับการอยู่ในวัฒนธรรมองค์การเดียวกัน เพื่อให้พนักงานมีความสามารถปรับตัวได้ภายใต้วัฒนธรรมองค์การเดียวกันมากยิ่งขึ้น
4. ด้านความเครียดจากการทำงาน ฝ่ายบริหารควรมีการจัดกิจกรรม จัดงานพบปะสังสรรค์เพื่อให้พนักงานมีความสัมพันธ์ที่ดีกันมากยิ่งขึ้น
5. ด้านความพึงพอใจในการทำงาน ผู้บริหารควรสร้างขวัญกำลังใจหรือสร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงาน เช่น การมอบสวัสดิการ การดูแลเอาใจใส่พนักงานดูัญญาติในครอบครัว เพื่อพนักงานเกิดความภาคภูมิใจว่าเป็นส่วนหนึ่งของโรงงาน
6. ด้านการเพิ่มผลผลิต ผู้บริหารควรสนับสนุนให้พนักงานเข้าร่วมการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถในการปฏิบัติและพัฒนาความเชี่ยวชาญด้านอาชีพแก่พนักงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
7. ด้านการขาดงาน ผู้บริหารควรกำหนดมาตรฐานในการขาดงาน หรือการลาก่อนเพื่อจะได้เตรียมกำลังคนสำรองไว้ในการปฏิบัติงานและไม่กระทบต่อเป้าหมายในการทำงานแต่ละวัน
8. ด้านการลาออกจากงาน ผู้บริหารควรมีการประเมินพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการประเมินความเสี่ยงการลาออกของพนักงานอันจะส่งผลกระทบต่อระบบการทำงานให้ล่าช้า

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษา “ปัจจัยที่ส่งต่อบรรยากาศในการทำงานของพนักงาน บริษัท ไทยเอ็น เอ็นโอเค จำกัด เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปกำหนดแนวทางในการพัฒนาและเสริมสร้างบรรยากาศในการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

มัลลิกา ต้นสอน. 2544. พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ : บริษัท เอ็กซ์เบอร์เน็ท จำกัด.

เสนาะ ตีเยาว์ .2552.การบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สร้อยตระกูล อรรถมานะ .2541. พฤติกรรมองค์การ : ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชนิกา แสงศร. 2550. “ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในงานและพฤติกรรมการทำงานของ
พนักงาน : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงงานผลิตอะไหล่รถยนต์”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหา
บัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

ทิพวรรณ เลิศถาวรธรรม .2550. “การบริหารเปลี่ยนแปลงในองค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงาน
ของบริษัท ไทยเพรซิเดนท์ฟูดส์ จำกัด (มหาชน)”.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการ
จัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วรรณุช แสงฉัตรากร .2547. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของวิศวกรใน
บริษัทเอกชน”.วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ.

วิภาวี ลิ่มเนตร .2546. “ทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานกรณีศึกษา : บริษัท เนาวรัตน์
พัฒนาการ จำกัด (มหาชน)”. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ความสัมพันธ์ระหว่างการตีตราทางสังคม เจตคติ และการสนับสนุนทางสังคม ในเด็กสมาธิสั้น

Relationship between Public Stigma, Attitudes and Social Supports in children with
Attention Deficit Hyperactivity Disorder (ADHD)

ภาสกร คุ่มศิริ¹ และ อุ๋นเรือน เล็กน้อย²
Passakorn Koomsiri¹ and Unruan Leknoi²

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ เพื่ออธิบายการตีตราทางสังคม เจตคติ และการสนับสนุนทางสังคมในเด็กสมาธิสั้น ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะประชากร เจตคติ และการสนับสนุนกับการตีตราทางสังคมในเด็กสมาธิสั้น **วิธีดำเนินการวิจัย** เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ปกครองนักเรียนจำนวนทั้งสิ้น 400 คน สุ่มอย่างง่ายด้วยการจับสลากเลือกโรงเรียนและแบ่งโควตาเก็บข้อมูลสัดส่วนเท่า ๆ กัน วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับการตีตราทางสังคมด้วยสถิติไคสแควร์ ศึกษาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ด้วยเพียร์สันระหว่างตัวแปรการตีตราจากสังคม เจตคติ และการสนับสนุนจากสังคม **ผลการวิจัย** การตีตราทางสังคมต่อเด็กสมาธิสั้นอยู่ในระดับน้อย เจตคติด้านความรู้ความเข้าใจมีคะแนนอยู่ระดับเกณฑ์เฉลี่ย เจตคติด้านอารมณ์ความรู้สึกมีคะแนนทางบวกมากกว่าลบ พฤติกรรมแสดงออกเชิงบวกต่อเด็กสมาธิสั้นอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เจตคติด้านความรู้ความเข้าใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตีตราทางสังคมและอคติ รวมถึงการสนับสนุนด้านการสะท้อนคิดให้กำลังใจ ($p < .05$) เจตคติด้านอารมณ์ความรู้สึกเชิงลบต่อเด็กสมาธิสั้นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตีตราทางสังคม และสัมพันธ์ทางลบกับการสนับสนุนทางสังคม ($p < .01$) เจตคติด้านพฤติกรรมที่แสดงออกมีความสัมพันธ์ทางลบกับการตีตราทางสังคม รวมถึงสัมพันธ์ทางบวกกับการสนับสนุนทางสังคม ($p < .01$) นอกจากนี้การตีตราทางสังคมยังสัมพันธ์ทางลบกับการสนับสนุนทางสังคม ($p < .01$) และปัจจัยด้านเพศมีความสัมพันธ์กับระดับการตีตราทางสังคม ($p < .05$)

คำสำคัญ: การตีตราทางสังคม การสนับสนุนทางสังคม เจตคติ เด็กสมาธิสั้น

¹นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; Student on Master of Arts program in Human and Social Development, Graduate School, Chulalongkorn University

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; Assistant professor, Chulalongkorn University Social Research Institute (CUSRI)

Abstract

The purpose of the study was to describe public stigma, attitudes and social support in ADHD. Study the relationship between demographic factors, attitude, social support and public stigma in ADHD. **Methods** is a quantitative research. A sample of 400 student's parents were simple randomly selected by lottery. Then quota sampling for equal proportions and study the relationship between demographic factors with public stigma by Chi-square test and analyzed relationship between public stigma, attitudes and social support by Pearson's correlation coefficient. **Results** Thai public stigma on ADHD is low level, including stereotype, prejudice and discrimination. For attitudes on cognitive domain, more than half had average score, affective domain was low level, and there are good scores on performance domain. Social supports were at a high level. For, attitude on cognitive domain has positive correlations with overall public stigma, prejudice and appraisal supports ($p < .05$). Negative on affective domain has a positive correlation with public stigma and negative correlations with social supports ($p < .01$). Positive behavioral attitudes have a negative correlation with public stigma and positive correlations with social supports ($p < .01$). Public stigma was negatively correlated with social supports ($p < .01$). And gender correlated with public stigma. ($p < .05$)

Keywords: ADHD, Attitudes, Public stigma, Social supports

บทนำ

ปัญหาสุขภาพจิตเด็กในประเทศไทยโดยการสำรวจเด็กชั้นประถมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ามีความชุกของโรคสมาธิสั้นร้อยละ 5.01 หากคำนวณจากเด็กวัยเรียนประมาณได้ว่าแต่ละชั้นเรียนที่มีเด็ก 40 – 50 คน จะมีเด็กสมาธิสั้นรวมอยู่ด้วย 2 คน ในปี 2555 สำรวจพบว่าเด็กสมาธิสั้นมีความชุกเท่ากับร้อยละ 8.1 หมายความว่าใน 100 คน อาจพบเด็กที่มีปัญหาสมาธิสั้น 8 คน สำหรับปี 2556 งานวิจัยค้นพบความชุกร้อยละ 12.5 ในวัยรุ่นจากศูนย์แรกรับเด็กและเยาวชนชาย บ้านเมตตาที่ได้รับการวินิจฉัยเป็นโรคสมาธิสั้น และจิรนนท์ วีรกุล (2557: 66) กล่าวว่าพบอุบัติการณ์โรคสมาธิสั้นในประเทศไทยประมาณ ร้อยละ 6.5 จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามอัตราส่วนประชากรที่เพิ่มขึ้น และจากสถิติการให้บริการของสถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์ กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข ปีงบประมาณ 2556 – 2559 พบว่ามีโรคสมาธิสั้นมารับบริการเป็นอันดับหนึ่งของทุกปีงบประมาณ รวมทั้งสิ้น 19,046 ราย (วิสุวรณ์ บุญ

สิทธิ, 2555: 345; ทวีศิลป์ วิษณุโยธิน และคณะ, 2556; มาโนช หล่อตระกูล และปราโมทย์ สุข
นิษฐ์, 2558 และพนม เกตุมาน และคณะ, 2559: 27; สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์
, 2560) ทั้งนี้ ผู้คนในสังคมมักมองว่าเด็กเหล่านี้ส่วนใหญ่มีปัญหาการเรียน แม้มีระดับสติปัญญา
อยู่ในเกณฑ์ปกติแต่อาจเจอความยากลำบากในการเรียนเนื่องจากขาดสมาธิ ถ้าเด็กมีสติปัญญา
ต่ำร่วมด้วยปัญหาจะยิ่งแยกลงไปอีกเนื่องจากการเรียนรู้ที่ด้อยลง ประการต่อมาเหมือนมีพฤติกรรม
คือ ไม่เชื่อฟัง เกเร ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียน วุ่นวาย ก่อกวนเพื่อนและครูในชั้นเรียน
รอคอยไม่ได้ มักมีเรื่องชกต่อย เกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้งเนื่องจากหุนหันพลันแล่น มักมีอาการฉุนเฉียว
รุนแรง หงุดหงิดง่าย (กมลทิพย์ ชลัษฏธรรมเนียม, 2555: 13; ชาญวิทย์ พรนภดล, 2545; สถาบัน
สุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์, 2555: 11-13)

การตีตราบาปทางสังคมเป็นปฏิกริยาของสังคม ความเข้าใจผิดหรือความไม่รู้ของคนใน
สังคมเกี่ยวกับโรคสมาธิสั้น อิทธิพลของสังคมอาจทำให้การปรับตัวของเด็กสมาธิสั้นแยกลงได้ จึง
ต้องอาศัยสังคมรอบตัวโดยเฉพาะผู้ปกครองและครูสำหรับสร้างการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับศักยภาพ
ของเด็ก ผู้ปกครองจำเป็นต้องร่วมมือกับจิตแพทย์และสหวิชาชีพในการดูแลช่วยเหลือ ซึ่งบทบาท
ของสังคม เจตคติ และปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเกี่ยวข้องกับการสร้างการตีตราบาป ผลกระทบ
ของการตีตราบาปที่เกิดขึ้นผู้ช่วยมักถูกลดคุณค่าความเป็นมนุษย์ มองตนเองไม่มีค่า รู้สึกเป็นปม
ด้อย เป็นที่น่ารังเกียจ ถูกกีดกันทางสังคม ถูกจำกัดสิทธิ และโอกาสต่าง ๆ อาทิ การถูกกีดกันด้าน
การทำงาน การเข้าเรียน ไม่เป็นที่ยอมรับของสังคม ปิดบังอาการไม่ให้สังคมรับรู้ ไม่กล้าเข้ามารับ
บริการทางการแพทย์ (ชูศรี เกิดพงษ์บุญโชติ, เบญจพร ปัญญาียง, และ ชูชาติ วงศ์อนุชิต, 2558:
2)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ปัญหาดังกล่าวจำเป็นต้องได้รับการแก้ไข การเปลี่ยนแปลงเจตคติ
เกี่ยวข้องกับการลดตราบาปและเพิ่มการสนับสนุนทางสังคมเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริงได้ ดังนั้นจึง
จำเป็นต้องศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการตีตราบาป เจตคติ และการสนับสนุนทางสังคมใน
เด็กสมาธิสั้นสำหรับบริบทของสังคมไทย เพื่ออธิบายและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการตี
ตราบาปจากสังคม เจตคติ และการสนับสนุนทางสังคม รวมถึงปัจจัยลักษณะประชากร ให้
ข้อเสนอแนะจากการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการเพิ่มการสนับสนุนทางสังคม และลดการตีตราบาป
ในเด็กสมาธิสั้น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การตีตราบาปทางสังคมต่อเด็กสมาธิสั้น เป็นปฏิกริยาของสังคมอันเนื่องมาจากความ
เข้าใจผิดหรือความไม่รู้ของคนในสังคมเกี่ยวกับโรคสมาธิสั้น ทำให้เกิดอคติและการมองเหมารวม
ทางลบเกี่ยวกับโรคสมาธิสั้น เกิดการแบ่งแยกกีดกัน และแสดงพฤติกรรมแบบปฏิเสธ ไม่ยอมรับ

หรือหลีกเลี่ยงและการถอยห่าง แบ่งเป็น 3 มิติ ตามแนวคิด Corrigan & Watson (2002: 16–18) ได้แก่ ด้านการเหมารวมโดยตัดสินจากภายนอก (Stereotype) ทั้งทางด้านความคิด ความรู้สึก การแสดงออกต่าง ๆ ที่เกิดจากการแสดงออกของสังคม โดยกลุ่มหรือสังคมมองเด็กสมาธิสั้นโดยตัดสินอย่างไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง เช่น คิดว่าสังคมมองว่าเด็กสมาธิสั้นเป็นอันตรายไร้ความสามารถ มีลักษณะอ่อนแอ เป็นต้น สำหรับด้านอคติ (Prejudice) เป็นการรับรู้และมีความคิดเห็น ความเชื่อ และมีพฤติกรรมด้านลบต่อเด็กสมาธิสั้น เช่น กลัว โกรธ เลือกปฏิบัติ รังเกียจ และด้านการเลือกปฏิบัติ (Discrimination) เป็นการปฏิบัติของผู้คนในสังคม ได้แก่ ความคิดและรู้สึกอันเนื่องมาจากอคตินั้น เช่น หลีกหนี ระวังการจ้างงานหรือไม่ให้เข้าชั้นเรียน เด็กไม่ได้รับการยอมรับในชั้นเรียน คิดว่าเด็กเป็นตัวปัญหา ไม่ได้รับการช่วยเหลือจากสังคม ถูกปฏิเสธจากสังคม การไม่ให้ร่วมพักอาศัยอยู่ด้วย

สำหรับเจตคติต่อเด็กสมาธิสั้น เป็นความเข้าใจ ความคิด ความรู้สึกต่อเด็กสมาธิสั้นที่เชื่อมโยงจากประสบการณ์ของบุคคล อาจมีการแสดงออกมาทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ส่งผลให้แสดงออกมาเป็นพฤติกรรมทั้งภายในและภายนอก ประกอบด้วย 3 มิติ (พัชรา ทิพย์ทัศน์, 2554) ได้แก่ ด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) เป็นองค์ประกอบที่บุคคลมีต่อโรคสมาธิสั้น เกี่ยวกับความเป็นเหตุเป็นผล การสรุปความ รวมเป็นความเชื่อสำหรับประเมินค่าโรคสมาธิสั้น ต่อมาด้านความรู้สึกและอารมณ์ (Affective Component) เป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ของบุคคลต่อโรคสมาธิสั้น เป็นผลต่อเนื่องมาจากที่บุคคลประเมินค่าเกี่ยวกับอาการแล้ว พบว่า ชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ ต້องการหรือไม่ต้องการ ดีหรือเลว และด้านพฤติกรรม (Behavioural Component) เป็นองค์ประกอบทางด้านความพร้อม หรือการตอบสนองต่อโรคสมาธิสั้นในทิศทางสนับสนุนหรือต่อต้าน ขึ้นอยู่กับความเชื่อ ประสบการณ์เดิม หรือความรู้สึกของบุคคลที่ประเมินค่าสอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึกอารมณ์ของตน และแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมต่อผู้ป่วยโรคสมาธิสั้น

นอกจากนี้การสนับสนุนทางสังคมต่อเด็กสมาธิสั้น เป็นการช่วยเหลือบุคคลในฐานะสมาชิกเครือข่ายของสังคม โดยแสดงออกเป็นการกระทำที่ส่งผลทางบวกต่อบุคคลทั้งด้านร่างกาย และจิตใจ การศึกษาวิจัยนี้อิงตามแนวคิดของ Caplan & House (Caplan, 1974; House, 1981; มะลิวรรณ หมื่นแก้วกล้าวิจิต, 2551: 24 – 26; อภิญญา ศิริพิทยาคุณกิจ, 2553: 311) ได้แก่ การสนับสนุนด้านอารมณ์ความรู้สึก (Emotional support) ห่วงใย รักและผูกพัน เห็นอกเห็นใจ ด้านสิ่งของหรือการให้บริการ (Instrumental support) และการกระทำเพื่อช่วยเหลือ ด้านข้อมูลข่าวสาร (Informational support) รวมถึงการชี้แนะ การให้คำปรึกษา และด้านการสะท้อนคิดให้กำลังใจ (Appraisal support) ได้แก่ การให้ข้อมูลป้อนกลับ การเห็นพ้องหรือให้การรับรองเพื่อให้เกิดความมั่นใจ

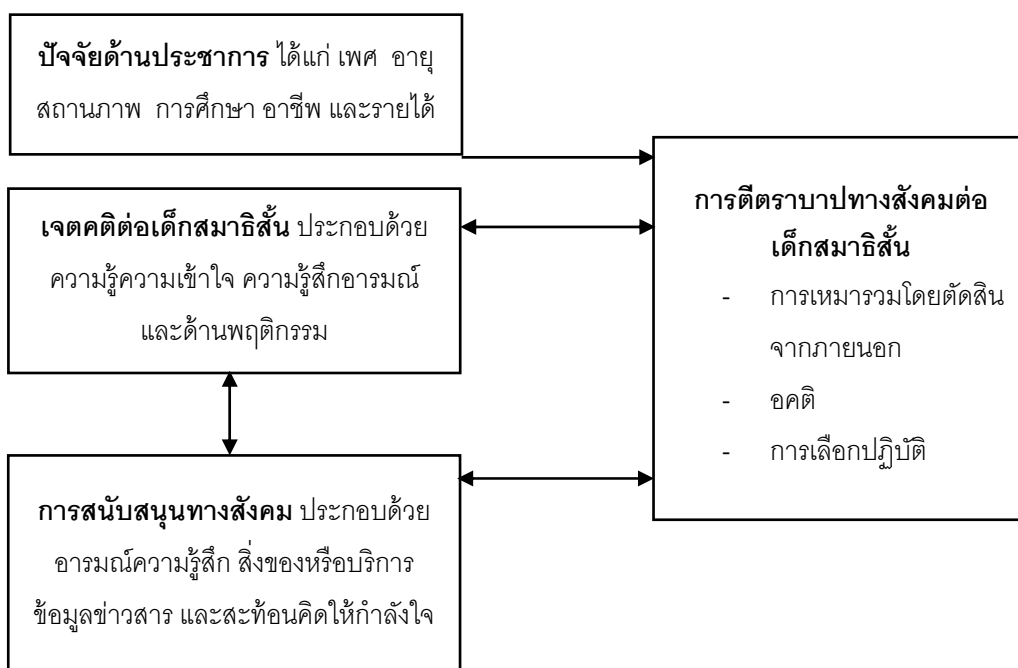
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่ออธิบายการตีตราบาปทางสังคม เจตคติ และการสนับสนุนทางสังคมในเด็กสมาธิสั้น
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะประชากรกับระดับการตีตราบาปทางสังคมในเด็กสมาธิสั้น
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการตีตราบาปทางสังคม เจตคติ และการสนับสนุนทางสังคมในเด็กสมาธิสั้น
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางการเพิ่มการสนับสนุนทางสังคม และการลดการตีตราบาปทางสังคมในเด็กสมาธิสั้น

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ กับระดับการตีตราบาปทางสังคมในเด็กสมาธิสั้น มีความสัมพันธ์กัน
2. ตัวแปรการตีตราบาปทางสังคม เจตคติ และการสนับสนุนทางสังคมในเด็กสมาธิสั้น มีความสัมพันธ์กัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีขั้นตอนดังนี้
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 5,682,415 คน (ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2560; ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2561) กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลทั่วไปโดยสุ่มจากผู้ปกครองนักเรียนจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ที่สามารถอ่านออกเขียนได้และมีอายุตั้งแต่ 19 ปีขึ้นไป โดยใช้สูตรคำนวณของ Yamane (Israel, 2003; p. 4) กำหนดสัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05 ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple random sampling) โดยจับสลาก 4 โรงเรียน และแบ่งโควตา (Quota sampling) จำนวนเท่า ๆ กัน ได้แก่ โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา พัฒนาการสุวรรณภูมิ โรงเรียนศิริวัฒนวิทยา โรงเรียนสันติราษฎร์วิทยาลัย และโรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ฝ่ายประถม) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างได้โอกาสเป็นกลุ่มตัวอย่างเท่าเทียมกัน และมีขนาดใหญ่เพียงพอ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป เป็นข้อมูลปัจจัยลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามการตีตราบาปทางสังคมต่อเด็กสมาธิสั้น ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 มิติ ได้แก่ การเหมารวมโดยตัดสินจากภายนอก อคติ และการเลือกปฏิบัติ ข้อคำถามจะมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่าทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ให้เลือกตอบคะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเจตคติต่อเด็กสมาธิสั้น แบ่งออกเป็น 2 ตอน ตอนที่ 3.1 เกี่ยวกับความเข้าใจเกี่ยวกับโรคสมาธิสั้น โดยให้ตอบคำถามให้ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุดเกี่ยวกับโรคสมาธิสั้น ให้เลือกตอบว่าใช่หรือไม่ใช่ ตอนที่ 3.2 เกี่ยวกับด้านอารมณ์ความรู้สึกทั้งเชิงลบและบวก รวมถึงพฤติกรรมกรรมการแสดงออกต่อเด็กสมาธิสั้น เป็นข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่าแบบเลือกตอบคะแนน โดยให้ทำเครื่องหมายทับบนตัวเลขแบ่งเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามการสนับสนุนทางสังคม ได้แก่ ด้านอารมณ์ความรู้สึก ด้านสิ่งของหรือการให้บริการ ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร และด้านการสะท้อนคิดหรือสนับสนุน ข้อคำถามจะมีลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่ามีทั้งเชิงบวกและเชิงลบ เป็นการเลือกตอบคะแนนโดยตัวเลขแบ่งเป็น 5 ระดับ

ทั้งนี้การแปลผลจะใช้ค่าเฉลี่ยมาพิจารณาความถี่ โดยค่าเฉลี่ยคะแนนระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับมากที่สุด 3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับมาก 2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับปานกลาง 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับน้อย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับน้อยที่สุด (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2542: 29)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ศึกษาความตรงตามเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา ความชัดเจน และความเหมาะสมของข้อคำถาม วิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) กำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ .50 – 1.00 และศึกษาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแต่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกัน จำนวน 30 คน วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยการศึกษาความคงที่ภายในจากการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ผลการศึกษาความเชื่อมั่นแบบสอบถาม พบว่า แบบสอบถามการตีตราบาป เท่ากับ .90 แบบสอบถามเจตคติ เท่ากับ .72 และแบบสอบถามการสนับสนุนทางสังคม เท่ากับ .84

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายนถึงกรกฎาคม พ.ศ. 2561 มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. เตรียมเครื่องมือที่ผ่านการพัฒนาโดยสมบูรณ์แล้ว สำหรับเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
2. ทำหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลจากหลักสูตรสหสาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคมบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ส่งหนังสือยังหน่วยเก็บข้อมูล 4 แห่ง รอพิจารณาอนุมัติ
3. เข้าเก็บรวบรวมข้อมูลตามจำนวนที่กำหนดไว้ ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ ให้คะแนน และลงรหัสข้อมูลในโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานบรรยายปัจจัยลักษณะประชากร ตัวแปรการตีตราบาปทางสังคม เจตคติ และการสนับสนุนจากสังคมทั้งภาพรวมและรายด้าน ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะประชากรกับระดับการตีตราบาปทางสังคมด้วยสถิติไคสแควร์ วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของเพียร์สัน ระหว่างตัวแปรการตีตราบาปจากสังคม เจตคติ และการสนับสนุนจากสังคม

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยเสนอผลการวิจัยและอภิปรายผลในประเด็นสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะกลุ่มตัวอย่างเกือบสองในสามเป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ยอยู่ที่ 39.84±9.70 ปี เกือบครึ่งมีอายุอยู่ในช่วง 40-49 ปี ร้อยละ 67.50 มีสถานภาพสมรส ครึ่งหนึ่งมีระดับการศึกษาปริญญาตรี

2. การตีตราบาปของสังคมไทยต่อเด็กสมาธิสั้นอยู่ในระดับน้อยทั้งภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ การเหมารวมโดยตัดสินจากภายนอก อคติ และการเลือกปฏิบัติ สำหรับเจตคติด้านความรู้ ความเข้าใจต่อเด็กสมาธิสั้น พบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนความรู้ความเข้าใจเรื่องโรคสมาธิสั้น เท่ากับ 6.93±1.54 จากคะแนนเต็ม 10 กลุ่มตัวอย่างครึ่งหนึ่งมีคะแนนอยู่ระดับเกณฑ์เฉลี่ยเมื่อเทียบคะแนนในกลุ่ม ภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างมีเจตคติด้านอารมณ์ความรู้สึกทางลบต่อเด็กสมาธิสั้น อยู่ในระดับน้อย และมีพฤติกรรมแสดงออกต่อเด็กสมาธิสั้นที่ดีอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้การสนับสนุนทางสังคมต่อเด็กสมาธิสั้นอยู่ในระดับมากทั้งภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ การสนับสนุนด้านอารมณ์ความรู้สึก การสนับสนุนสิ่งของและบริการ การสนับสนุนข้อมูลข่าวสาร และการสะท้อนคิดให้กำลังใจ

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ กับระดับการตีตราบาปทางสังคมด้วยสถิติไคสแควร์ พบว่า ปัจจัยเพศมีความสัมพันธ์กับระดับการตีตราบาปทางสังคม ($p < .05$)

4. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (r_{xy}) ระหว่างตัวแปรการตีตราบาปทางสังคม เจตคติ และความต้องการสนับสนุนจากสังคมในเด็กสมาธิสั้นนำเสนอเป็นตาราง ดังต่อไปนี้

ตาราง 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของตัวแปรการตีตราบาปทางสังคม เจตคติ และความต้องการสนับสนุนจากสังคมในเด็กสมาธิสั้น (n=400)

	ตัวแปร	r_{xy}
เจตคติด้านความรู้ความเข้าใจ	การตีตราบาปทางสังคมภาพรวม	.11*
	อคติ	.11*
	การสนับสนุนด้านการสะท้อนคิดให้กำลังใจ	.11*
เจตคติด้านอารมณ์ความรู้สึกเชิงลบ	การตีตราบาปทางสังคมภาพรวม	.39**
	การเหมารวมโดยตัดสินจากภายนอก	.35**
	อคติ	.36**
	การเลือกปฏิบัติ	.30**
	การสนับสนุนทางสังคมภาพรวม	-.26**
	การสนับสนุนด้านอารมณ์ความรู้สึก	-.28**
	การสนับสนุนสิ่งของและบริการ	-.15**

	ตัวแปร	r_{xy}
เจตคติด้านพฤติกรรมการแสดงออก	การสนับสนุนข้อมูลข่าวสาร	-.19**
	การสนับสนุนด้านการสะท้อนคิดให้ กำลังใจ	-.21**
	การตีตราบาททางสังคมภาพรวม	-.27**
	การเหมารวมโดยตัดสินจากภายนอก อคติ	-.26**
	การเลือกปฏิบัติ	-.23**
	การสนับสนุนทางสังคมภาพรวม	.43**
	การสนับสนุนด้านอารมณ์ความรู้สึก	.37**
	การสนับสนุนสิ่งของและบริการ	.30**
	การสนับสนุนข้อมูลข่าวสาร	.34**
	การสนับสนุนด้านการสะท้อนคิดให้ กำลังใจ	.38**
การตีตราบาททางสังคมภาพรวม	การสนับสนุนทางสังคมภาพรวม	-.43**
	การสนับสนุนด้านอารมณ์ความรู้สึก	-.50**
	การสนับสนุนสิ่งของและบริการ	-.25**
	การสนับสนุนข้อมูลข่าวสาร	-.30**
	การสนับสนุนด้านการสะท้อนคิดให้ กำลังใจ	-.34**

** $p < .01$, * $p < .05$

จากตารางพบว่า เจตคติด้านความรู้ความเข้าใจต่อเด็กสมาธิสั้นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตีตราบาททางสังคมและอคติ รวมถึงสัมพันธ์ทางบวกกับการสนับสนุนด้านการสะท้อนคิดให้กำลังใจ ($p < .05$)

สำหรับเจตคติด้านอารมณ์ความรู้สึกเชิงลบต่อเด็กสมาธิสั้นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตีตราบาททางสังคมในภาพรวมและรายด้านทั้งหมด ทั้งนี้ยังสัมพันธ์ทางลบกับการสนับสนุนทางสังคมในภาพรวมและรายด้านทั้งหมด ($p < .01$)

ทั้งนี้เจตคติด้านพฤติกรรมแสดงออกที่ดีต่อเด็กสมาธิสั้นมีความสัมพันธ์ทางลบกับการตีตราบาททางสังคมภาพรวมและรายด้านทั้งหมด ทั้งนี้ยังสัมพันธ์ทางบวกกับการสนับสนุนทางสังคมในภาพรวมและรายด้านทั้งหมด ($p < .01$)

นอกจากนี้การตีตราบาปทางสังคมทั้งภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางลบกับการสนับสนุนทางสังคมในภาพรวมและรายด้านทั้งหมด ($p < .01$)

อภิปรายผลการวิจัย

1. การตีตราบาปของสังคมไทยต่อเด็กสมาธิสั้นอยู่ในระดับน้อย เจตคติด้านความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับเกณฑ์เฉลี่ย มีปฏิกริยาอารมณ์ความรู้สึกเชิงบวกมากกว่าลบ และแสดงออกพฤติกรรมด้านบวกในระดับมาก รวมถึงสังคมไทยมีการสนับสนุนทางสังคมต่อเด็กสมาธิสั้นอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษาตราบาปในบริบทสังคมไทย ได้แก่ ชูศรี เกิดพงษ์ บุญโชติ, เบญจพร ปัญญา ยง และชูชาติ วงศ์อนุชิต (2558: 25) ศึกษาการรับรู้ตราบาปของผู้ป่วยจิตเวชจำนวน 390 คน พบว่า การรับรู้ตราบาปภายในใจตนเองจากการเจ็บป่วยทางจิตอยู่ในระดับต่ำ เมื่อทบทวนงานวิจัยเรื่องตราบาปในผู้ป่วยจิตเภทก็พบว่า ผู้ป่วยจิตเภทมีการรับรู้ตราบาปอยู่ในระดับต่ำ (ฐิรวัดมน อัครสุด และจารุรินทร์ ปิตานูพงศ์, 2560:37-45; สุจิตรา วรสิงห์, ภรภัทร เฮงอุดมทรัพย์ และชนัดดา แนบเกษร, 2557: 98-104) และงานวิจัยของ สิริกร สุทธิวัฒน์ฐิธา (2559: 97-105) พบว่า เจตคติการยอมรับของครอบครัวต่อผู้ป่วยจิตเวชอยู่ในระดับดี ซึ่งดีกว่าเจตคติต่อเด็กวัยเรียนที่บกพร่องทางการเรียนรู้ที่อยู่ในระดับปานกลาง (จิราพร พรหมแก้วงาม, นิลุบล บุญมา และเยาวภา สุวรรณพินิจ, 2559: 984-993) การสนับสนุนทางสังคมสอดคล้องกับงานของ พัชราวดี สารวุฒิพันธ์ (2555) ที่พบว่าผู้ปกครองเด็กสมาธิสั้นได้รับการสนับสนุนทางสังคมอยู่ในระดับมาก อาจเนื่องมาจากลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมไทยที่เห็นใจผู้อื่น ช่วยเหลือ และเป็นมิตร ซึ่งจากลักษณะบุคลิกภาพคนไทยวัยทำงานโดยแบบสำรวจบุคลิกภาพ THE LEONARD PERSONALITY INVENTORY พบว่า มีลักษณะเข้าถึงบุคคลอื่นได้ง่าย อ่อนน้อม ชอบช่วยเหลือ เป็นมิตร ต้องการการยอมรับจากผู้อื่น และการศึกษาบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ พบว่า เป็นพวกเปิดรับประสบการณ์ และมีจิตสำนึกค่อนข้างสูง (อรวิสาส์ กิจพิทักษ์, 2550; กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2553: 31-39)

2. สำหรับปัจจัยด้านเพศมีความสัมพันธ์กับระดับการตีตราบาปทางสังคม ($p < .05$) สอดคล้องกับงานของ บุญวดี เพชรรัตน์ และเยาวนาถ สุวลักษณ์ (2546: 249-258) ที่พบว่าเพศของญาติผู้ป่วยมีความสัมพันธ์กับระดับการดูแลผู้ป่วยจิตเภทเรื้อรังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 รวมถึงงานของ Holzinger, et al. (2012, pp.73-85) พบว่าปัจจัยเพศมีความสัมพันธ์กับความเต็มใจต่อการให้ความช่วยเหลือผู้ป่วยจิตเวช นอกจากนี้ TOPKAYA (2014, pp. 480-487) ศึกษาพบว่า เพศเป็นปัจจัยที่สัมพันธ์กับการช่วยเหลือด้านจิตใจและมีอิทธิพลต่อการพยากรณ์เจตคติในการให้ความช่วยเหลือทางจิตใจได้ หากอธิบายตามบริบทของสังคมไทยโดยความเชื่อทางศาสนามีอิทธิพลต่อการแสดงออกต่อเพื่อนมนุษย์ เช่นความเชื่อเรื่องเวรกรรม (สุนทรวิ

ภรณ์ ทองไผ่, 2558: 159-165) ทำให้มองบุคคลที่มีกลุ่มลักษณะพิเศษด้วยความเมตตา สงสาร มากกว่าความรู้สึกเชิงลบ สอดคล้องกับวิจัยค่านิยมของสังคมไทยที่สะท้อนออกมาจากบทวิจัยที่พบว่ายึดมั่นในศาสนา มีแนวคิดว่าคุณธรรมเป็นเครื่องชี้นำแนวทางชีวิต (มณี เทพาชมภู, 2557:1-15)

3. เจตคติมีความสัมพันธ์กับการตีตราบาปทางสังคม รวมถึงการสนับสนุนทางสังคม สอดคล้องกับงานของ สิริกร สุวัชฌ์ฐา (2559: 97-105) ที่พบว่าเจตคติของครอบครัวต่อผู้ป่วยจิตเวชมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมต่อผู้ป่วยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รวมถึงงานของ จิราพร พรหมแก้วงาม, นิลุบล บุญมา และเยาวภา สุวรรณพินิจ (2559: 984-993) ที่พบว่าเจตคติมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการดูแลเด็กวัยเรียนที่มีความบกพร่องทางการเรียนรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับการศึกษาในต่างประเทศ พบว่า ความรู้เกี่ยวกับโรคสมาธิสั้นมีความสัมพันธ์ทางลบกับการตีตราบาปโดยทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างคุณครู แสดงให้เห็นว่าการแสดงออกการตีตราลดลงเมื่อมีความรู้เกี่ยวกับโรคสมาธิสั้น (Fuermaier, et al., 2014, pp.1-9) ใกล้เคียงกับการศึกษาของ Amiri, et al. (2016, pp.1-6) พบว่า เจตคติของบุคคลมีอิทธิพลกับการรับรู้และความรู้เกี่ยวกับโรคสมาธิสั้น สำหรับเจตคติต่อผู้ป่วยทางจิตส่งผลกระทบต่อตราบาปทางสังคมต่อผู้ป่วยจิตเภท โดยเฉพาะการมองเหมารวมผ่านการตัดสินจากภายนอกว่าเป็นอันตราย เป็นตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่ออารมณ์ รวมถึงการแสดงออกถึงช่องว่างกับผู้ป่วยจิตเภทมากขึ้น ซึ่งการตีตราบาปทางสังคมเกิดจากความเข้าใจผิดของสังคมเกี่ยวกับภาวะทางจิตทำให้เกิดอคติและการมองแบบเหมารวมทางลบเกิดการแบ่งแยกก็ดกัน และแสดงพฤติกรรมปฏิเสธไม่ยอมรับหรือถอยห่างได้ (Angermeyer & Matschinger, 2003, pp. 304-309; ภาสกร คุ้มศิริ และอุ๋นเรือน เล็กน้อย, 2560: 302-309)

4. การตีตราบาปทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางลบกับการสนับสนุนทางสังคม จากการศึกษาบ่งชี้ได้ว่าถ้ามีระดับการตีตราบาปทางสังคมในระดับต่ำจะมีแนวโน้มการสนับสนุนทางสังคมต่อเด็กสมาธิสั้นที่มากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุจิตรา วรสิงห์, ภรภัทร เสงอุดมทรัพย์ และชนิดดา แนบเกษร (2557: 98-104) ศึกษาพบว่าการสนับสนุนทางสังคมและความหวังมีสัมพันธ์เชิงลบกับการรับรู้ตราบาปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับการศึกษาในต่างประเทศ พบว่า การสนับสนุนทางสังคมอย่างเป็นทางการมีผลดีต่อการลดการตีตราทางสังคมและการฟื้นฟูผู้ป่วยจิตเวช (Chronister, et al., 2013, pp.582-600) ตัวแปรการสนับสนุนทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางลบกับตราบาป และตราบาปมีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาวะซึมเศร้าในผู้ป่วย HIV ซึ่งการสนับสนุนทางสังคมที่ดีจะทำให้ภาวะซึมเศร้าน้อยลง ส่วนการมีตราบาปที่มากจะทำให้เกิดภาวะซึมเศร้าในผู้ป่วย HIV ขึ้น (Vyavaharkar, et al., 2010, pp.144-152) นอกจากนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Letvak (2002, pp. 249-261) ที่พบว่าการสนับสนุนทางสังคมมีผลต่อ

สุขภาพที่ดีต่อครอบครัวและตัวผู้ป่วยจิตเวช อย่างไรก็ตามประสบการณ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ป่วยจิตเภทจะมีปฏิกิริยา 4 ขั้นตอน ได้แก่ ตระหนัก แสวงหาความช่วยเหลือ ปรับตัว และยอมรับ โดยกระบวนการดังกล่าวขึ้นอยู่กับสถานการณ์แวดล้อมและบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลด้วย (ธิดารัตน์ คณิงเพ็ชร, 2556: 57-65)

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

สำหรับข้อบ่งชี้ว่าเจตคติที่ดีสัมพันธ์กับการตีตราบาปทางสังคมที่ลดลง และการสนับสนุนทางสังคมที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นควรจัดให้มีโปรแกรมที่ส่งเสริมเจตคติที่ดีต่อผู้ป่วยโรคสมาธิสั้น ทั้งด้านความรู้ความเข้าใจ ปฏิกิริยาและการจัดการอารมณ์ การปฏิบัติที่ดีกับผู้ป่วยโรคสมาธิสั้น ซึ่งการลดตราบาปเพิ่มการสนับสนุนทางสังคมจะส่งผลดีต่อการดูแลรักษาผู้ป่วยสมาธิสั้น ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงโดยสร้างเจตคติต่อสังคมจะเป็นส่วนช่วยให้ผู้ป่วยสามารถดำเนินชีวิตประจำวันตามปกติ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรขยายการสุ่มกลุ่มตัวอย่างในภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อเป็นตัวแทนประชากรไทยสำหรับอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมได้อย่างสมบูรณ์ รวมถึงศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มผู้ดูแล ผู้ปกครอง หรือครูของผู้ป่วยสมาธิสั้น เนื่องจากอยู่ใกล้ตัวผู้ป่วยมากที่สุด และอาจได้รับผลกระทบจากปฏิกิริยาทางสังคมได้ง่าย และควรทำการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม เช่น การรับรู้ตราบาป ตราบาปในใจของผู้ป่วย การรับรู้ด้านการสนับสนุนทางสังคม ซึ่งมีส่วนช่วยในการวางแผนให้การดูแลรักษาแบบองค์รวมได้

เอกสารอ้างอิง

- กมลทิพย์ ขลังธรรมเนียม. (2555). เด็กสมาธิสั้น: บทบาทของพยาบาล. *วารสารพยาบาลทหารบก*, 13(3), 10-16.
- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2542). *การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows* (3 ed.). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. (2553). บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและสุขภาวะทางจิตของคนไทย. *วารสาร จิตวิทยาคลินิก*. 41(1) : 31-39.
- จิรนนท์ วีรกุล. (2557). โรคสมาธิสั้นและภาวะอยู่ไม่นิ่งในเด็ก. *พุทธชินราชเวชสาร*, 31(1), 65 – 75.
- จิราพร พรมแก้วงาม, นิลุบล บุญมา และเยาวภา สุวรรณพินิจ. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่าง

- ทัศนคติและการเลี้ยงดูของผู้ดูแลเด็กวัยเรียนที่มีความบกพร่องทางการเรียนรู้ในเขตเทศบาลนครลำปาง. *Payap University Research Symposium, 2016 February 12, 2016.*
- ชาญวิทย์ พรนภดล. (2545). โรคสมาธิสั้น. In วินัดดา ปิยะศิลป์ & พนม เกตุมาน (Eds.), *ตำราจิตเวชเด็กและวัยรุ่น*. กรุงเทพฯ: ปิยอนด์เอนเทอร์ไพรซ์.
- ชูศรี เกิดพงษ์บุญโชติ, เบญจพร ปัญญาียง, และชูชาติ วงศ์อนุชิต. (2558). การรับรู้ตราบาปของผู้ป่วยจิตเวช. *วารสารสุขภาพจิตแห่งประเทศไทย*, 23(1), 25-37.
- ฐิรวัดณ์ อัครสุต และจารุรินทร์ ปิตานพวงศ์. (2560). การรับรู้ตราบาปของผู้ป่วยโรคจิตเภทและผู้ดูแลในโรงพยาบาลสงขลานครินทร์. *Songkla Med J*; 35(1): 37-45.
- ทวีศิลป์ วิษณุโยธิน, และคณะ. (2556). ความชุกโรคสมาธิสั้นในประเทศไทย. *วารสารสุขภาพจิตแห่งประเทศไทย*, 21(2), 66-75.
- ธิดารัตน์ คณิงเพียร. (2556). ประสบการณ์การดูแลผู้ป่วยจิตเภทในชุมชน. *วารสารโรงพยาบาล*. 40(1), 57-65.
- บุญวดี เพชรรัตน์ และเยาวนาถ สุวลักษณ์. (2546). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลของผู้ดูแลผู้ป่วยจิตเภทเรื้อรังที่บ้าน. *สงขลานครินทร์เวชสาร*. 21(4), 249-258.
- พนม เกตุมาน, และคณะ. (2559). การศึกษาความชุกของโรคสมาธิสั้นและปัจจัยที่เกี่ยวข้องของวัยรุ่นในศูนย์แรกรับเด็ก และเยาวชนชายบ้านเมตตา. *วารสารสมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย*, 61(1), 27-39.
- พัชรา ทิพย์ทัศน์. (2554). พัฒนาการของผู้ประกอบการเปลี่ยนแปลง. (16 ตุลาคม 2561) สืบค้นจาก http://www.br.ac.th/E-learning/lesson4_2.html.
- พัชราวดี สารวุฒิพันธ์. (2555). การสนับสนุนทางสังคมที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้ปกครองเด็กสมาธิสั้น: กรณีศึกษาโรงพยาบาลศรีบุญญา. (สังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภาสกร คุ่มศิริ และอุ๋นเรื่อน เล็กน้อย. (2560). บทความฟื้นฟูวิชาการ: โรคสมาธิสั้นและการตีตราบาปทางสังคม. *วารสารสมาคมเวชศาสตร์ป้องกันแห่งประเทศไทย*. 7(3), 302-309.
- มะลิวรรณ หมิ่นแก้วกล้าวิจิต. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาวะสุขภาพ แรงสนับสนุนทางสังคม เจตคติต่อการตั้งครรรค์และฝากครรรค์ของสตรีตั้งครรรค์วัยรุ่น. (พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการพยาบาลมารดาและทารกแรกเกิด), มหาวิทยาลัยมหิดล.
- มณี เทพาชมภู. (2557). ค่านิยมของสังคมไทยจากความเปรียบในบทร้องโลก. *วารสารศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่*. 6(2), 1-15.

- มานิช หล่อตระกูล และ ปราโมทย์ สุคนิษฐ์. (2558). *จิตเวชศาสตร์รามาธิบดี*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาจิตเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี.
- ระบบสถิติทางการทะเบียน. (2560). จำนวนประชากรแยกอายุทั่วประเทศ. (10 กันยายน 2560) สืบค้นจาก http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php.
- วิสุวรณ์ บุญสิทธิ. (2555). โรคสมาธิสั้น: การวินิจฉัยและรักษา. *วารสารสมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย*, 57(4), 373-386.
- สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์. (2555). *แนวทางการดูแลช่วยเหลือเด็กสมาธิสั้นในโรงเรียน*. กรุงเทพฯ: สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์.
- สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์. (2560). สถิติผู้รับบริการผู้ป่วยนอกเปรียบเทียบปีงบประมาณ 2556-2559. (18 ตุลาคม 2560) สืบค้นจาก http://www.smartteen.net/main/_admin/download/-745-1476695416.pdf.
- สิริกร สุวัชฌ์ฐา. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการยอมรับผู้ป่วยจิตเวชและการรับรู้ลักษณะผู้ป่วยจิตเวชกับพฤติกรรมการสื่อสารของครอบครัวผู้ป่วยจิตเวช. *วารสารการพยาบาลจิตเวชและสุขภาพจิต*. 30(1), 97-105.
- สุจิตรา วรสิงห์, ภรภัทร เสงอุดมทรัพย์ และชนิดดา แนบเกษร. (2557). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการรับรู้ตราบาปในผู้ป่วยโรคจิตเภท. *ไทยเภสัชศาสตร์และวิทยาการสุขภาพ*. 9(3), 98-104.
- สุนทรภรณ์ ทองไสย. (2558). การดูแลผู้ป่วยจิตเภทในบริบทสังคมไทยอย่างยั่งยืน. *วารสารกองพยาบาล*. 42(3), 159-165.
- อภิญา ศิริพิทยาคุณกิจ. (2553). แรงสนับสนุนทางสังคม: ปัจจัยสำคัญในการดูแลผู้ที่เป็นเบาหวาน. *Rama Nurs J.*, 16(2), 309-319.
- อรวีสาร กิจพิทักษ์. (2550). *ลักษณะบุคลิกภาพคนไทยวัยทำงานโดยแบบสำรวจบุคลิกภาพ THE LEONARD PERSONALITY INVENTORY ในกลุ่มพื้นที่เขตพาณิชยกรรมและอุตสาหกรรม*. (วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาคลินิก), มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Angermeyer M.C. & Matschinger H. (2003). The stigma of mental illness: effects of labelling on public attitudes towards people with mental disorder. *ActaPsychiatrScand*. 108: 304–309.
- Amiri, S. et al. (2016, pp.1-6). Knowledge and Attitude of Parents of Children with Attention Deficit Hyperactivity Disorder Towards the Illness. *Iran J Psychiatry Behav Sci*. June;10(2): e122. doi: 10.17795/ijpbs-122.
- Caplan, G. (1974). *Support Systems and community mental health: Lectures on concept development*. New York: Behavioral Publications.

- Chronister, J. et al. (2013). The role of stigma coping and social stigma in mediating the effect of societal stigma on internalized stigma, mental health recovery, and quality of life among people with serious mental illness. *JOURNAL OF COMMUNITY PSYCHOLOGY*. 41(5), 582–600.
- Corrigan, P. W., & Watson, A. C. (2002). Understanding the impact of stigma on people with mental illness. Paper presented at the FORUM - *STIGMA AND MENTAL ILLNESS*. World Psychiatry.
- Fuermaier, A.B.M. et al. (2014). Stigmatization in teachers towards adults with attention deficit hyperactivity disorder. Springer Plus, 3: 26. (August 2017, 14) Retrieved from <http://www.springerplus.com/content/3/1/26>.
- Holzinger, F.F., Floris, F.F., Schomerus, G.G., Carta, M.G., & Angermeyer, M.C. (2012). Gender differences in public beliefs and attitudes about mental disorder in western countries: A systematic review of population studies. *Epidemiology and Psychiatric Sciences*, 21(1), 73–85.
- House, J. S. (1981). *Work stress and social support*. Reading, MA: Addison- Wesley.
- Israel, G. D. (2003). Determining Sample Size. (August 2017, 14) Retrieved from <https://www.tarleton.edu/academicassessment/documents/Samplesize.pdf>.
- Letvak, S. (2002). The importance of social support for rural mental health. *Issues in Mental Health Nursing*, 23(3), 249-261.
- TOPKAYA, N. (2014). Gender, Self-stigma, and Public Stigma in Predicting Attitudes toward Psychological Help-seeking. *Educational Sciences: Theory & Practice*. 14(2), 480-487.
- Vyavaharkar, M. et al. (2010). Relationships between stigma, social support, and depression in HIV-infected African American women living in the rural Southeastern United States. *J Assoc Nurses AIDS Care*. 21(2): 144–152. doi: 10.1016/j.jana.2009.07.008.

การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตัวแทนให้บริการขนส่ง
สินค้าระหว่างประเทศ ของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย
กรณีศึกษา บริษัท วอลเลนียส วิลเฮล์มเซน โลจิสติกส์ (ประเทศไทย)

The Use of Marketing-Mix Factors Influencing the Customer Decision-Making in
Choosing the International Freight Forwarders for Import-Export in Thailand:
A Case Study of Wallenius Wilhelmsen Logistics (Thailand), Co. Ltd.

ภูมิสิทธิ์ ขุนสิทธิ์ Poomsit Khunsit¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระหว่างการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ของผู้ประกอบการส่งออก และนำเข้าในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท วอลเลนียส วิลเฮล์มเซน โลจิสติกส์ (ประเทศไทย)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกและนำเข้า รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท วอลเลนียส วิลเฮล์มเซน โลจิสติกส์ ทั้งหมด (ประเทศไทย) 380 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test และ ค่า One-way ANOVA โดยการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีLSD

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท วอลเลนียส วิลเฮล์มเซน โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านกระบวนการบริการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าผู้ประกอบการที่มี เพศ อายุ และรายได้ แตกต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาด การตัดสินใจ บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ประจำ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

Abstract

The objective of this research was to analyze the comparison between the use of the marketing-mix factors and the personal factors of the customers influencing the decision-making in choosing their international freight forwarder for import-export in Thailand, a case study of Wallenius Wilhelmsen Logistics (Thailand), Co. Ltd. The population used for this research was three hundred and eighty import-export entrepreneurs and those who involved with Wallenius Wilhelmsen Logistics (Thailand) Co. Ltd. The research tool was the questionnaire. The data received were analyzed by descriptive statistics (percentage, mean, standard deviation, t-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 revealed that the majority of the respondents used the overall marketing-mix factors influencing the decision-making in choosing the international freight forwarders at high level. When considering at each factor, the factor that received the highest mean score was personnel. Next on down were service process, and marketing promotion, respectively. In addition, the results of the hypothetical testing revealed that the respondents who were from different gender, age group, and average monthly income used no different marketing-mix factors influencing the decision-making in choosing the international freight forwarders at statistical significant level of 0.05. On the other hand, the respondents who had different educational background used different marketing-mix factor in choosing the international freight forwarder at statistical significant level of 0.05.

Key Words: Marketing-Mix Factors; Decision-Making; International Freight Forwarder

บทนำ

การขนส่งสินค้า มีบทบาทและมีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เป็นการขนส่งสินค้าจากประเทศหนึ่งไปยังประเทศหนึ่ง หรือหลายๆประเทศในคราวเดียวกัน ซึ่งการขนส่งสินค้านั้นช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต กล่าวคือสามารถนำวัตถุดิบจากประเทศหนึ่ง มาผลิตยังอีกประเทศหนึ่ง หรือนำสินค้าจากประเทศหนึ่งมาขายยังประเทศหนึ่งได้ อีกทั้งการขนส่งสินค้าเพื่อการค้าระหว่างประเทศเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ของกระบวนการดำเนินธุรกิจ สินค้าจะถูกส่งมอบไปยังลูกค้าหรือผู้บริโภค ที่จะต้องได้รับ ความพึงพอใจสูงสุด ด้วยเวลาที่เหมาะสม ในสภาพสินค้าที่สมบูรณ์ที่สุด มีปัจจัยที่เป็นส่วนสำคัญในเรื่องของการบริหารจัดการโลจิสติกส์เข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งนี้ในบริบทของการแข่งขันที่รุนแรง ภายใต้ข้อจำกัดต่างๆ กับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกต้องพิจารณาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อม การสนับสนุนการพัฒนาระบบโลจิสติกส์พื้นฐานของประเทศไทย ในฉบับที่ 2 (2556 – 2560) ได้กล่าวถึงโครงสร้างพื้นฐานมีความเชื่อมโยง และขีดความสามารถในการรองรับการแข่งขันของประเทศผู้ให้บริการการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ที่อำนวยความสะดวกใน เรื่องต่างๆ เช่น การจองระวางเรือ การดำเนินการพิธีการศุลกากรเพื่อการส่งออก การให้บริการบรรจุภัณฑ์เพื่อการส่งออก การจัดการขนส่งครบวงจรและกระบวนการจำแนกแจกจ่ายสินค้า เป็นต้น (ธนาฤต วงศ์ มหาเศรษฐี 2558:2)

บริษัท วอลเน็ยส วิลเฮล์มเซ่น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) ถือว่าเป็นบริษัทรับบริการขนส่งสินค้าทางทะเล เริ่มก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2550 มีเป้าหมายในการนำเสนอการบริการขนส่งสินค้าทางทะเลอย่างมีประสิทธิภาพ และพัฒนานวัตกรรมบริการขนส่งสินค้าทางทะเลเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างยั่งยืน ปัจจุบันสำนักงานในประเทศไทยโดยปฏิบัติงานภายใต้วิสัยทัศน์กลยุทธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนขององค์กรเริ่มต้น จากบริษัทต้องการเป็นองค์กรสำหรับลูกค้า ผู้ถือหุ้น และพนักงานขององค์กร โดยมุ่งเน้นที่ความต้องการของลูกค้าเป็นอันดับแรก เพื่อสร้างประสบการณ์การบริการที่ดีต่อลูกค้า รวมถึงนำเสนอความสมบูรณ์แบบในการขนส่งสินค้า: (เข้าถึงข้อมูลได้จาก www.2wglobal.com) สืบค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2561

จากสาระสำคัญดังกล่าว พบว่าในปัจจุบันมีผู้ประกอบการนำเข้าและส่งออกหลายรายทั้งสัญชาติไทย และสาขาจากต่างประเทศที่เข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย อย่างมากมายจึงทำให้เกิดการแข่งขันของตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ทั้งทางด้านราคา การบริการ เครือข่าย และรวมถึงความปลอดภัยของสินค้านำเข้าและการขนส่งจากประเทศต้นทางไปถึงประเทศ

ปลายทาง ส่งผลให้ผู้ประกอบการส่งออกจะตัดสินใจเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จะต้องคำนึงถึงว่าตัวแทนในการบริการขนส่งจะสามารถส่งของให้ถึงลูกค้าของตนได้ อย่างไร เพื่อให้เป็นที่พึงพอใจกับลูกค้า อีกทั้งมีมาตรฐาน ไม่ทำให้สินค้าที่ขนส่งเกิดความเสียหาย แบบนี้ถือว่าเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งที่ตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าต้องคิดค้นหาวิธีการและขั้นตอน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลสำคัญทำให้ผู้ศึกษาสนใจ ทำการศึกษาในเรื่องการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตัวแทน ให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท วอลเลย์บอล วิลเฮล์มเซ่น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยมา ปรับปรุงแก้ไข หาความต้องการของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย และเป็นแนวทางการพัฒนาบริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของ บริษัท วอลเลย์บอล วิลเฮล์มเซ่น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) ให้ดียิ่งขึ้นไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตัวแทน ให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท วอลเลย์บอล วิลเฮล์มเซ่น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย)
- 2) เพื่อเปรียบเทียบการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ของผู้ประกอบการส่งออก และนำเข้าในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท วอลเลย์บอล วิลเฮล์มเซ่น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวไว้ทั้งหมด ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดในการศึกษา โดยผู้วิจัยได้นำปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และ รายได้ มาใช้เป็นตัวแปรต้น และผู้วิจัยได้นำแนวปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ Phillip Kotler (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2552 : 80 - 81) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยไว้ดังนี้

ตัวแปรต้น
(Independent Variables)

ปัจจัยส่วนบุคคล

เพศ
อายุ
ระดับการศึกษา
รายได้



ตัวแปรตาม
(Dependent Variables)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย

- ด้านผลิตภัณฑ์
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการตลาด
- ด้านบุคลากร
- ด้านการนำเสนอหรือลักษณะกายภาพ
- ด้านกระบวนการบริการ

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออก และนำเข้า รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท วอลเลย์เน็ส วิลเฮล์มเช่น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) ทั้งหมดจำนวน 380 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทดสอบสมมติฐานโดยใช้ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ ค่า t-test ใช้ในการทดสอบการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่ม และ ค่า F-test ใช้ในการทดสอบความเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) และเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อ

พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านกระบวนการบริการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยสรุปเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริการรับ – ส่งสินค้า ได้รวดเร็วและปลอดภัย รองลงมาคือ มีการชดเชยในกรณีที่สินค้าได้รับความเสียหาย และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความหลากหลายในการให้บริการการขนส่งสินค้าที่ครอบคลุม ตามลำดับ

ด้านราคา พบว่าการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ค่าบริการเดินพิธีการศุลกากรที่เหมาะสม รองลงมาคือ ค่าบริการรถขนส่งที่เหมาะสมและข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือค่าบริการรับ – ส่งสินค้าคุ้มค่า เหมาะสมตามลำดับ

ด้านช่องทางจำหน่าย พบว่าการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับท่าเรือ ก่อให้เกิดความสะดวกในการใช้บริการ รองลงมาคือ มีช่องทางการติดต่อกับลูกค้าที่มาใช้บริการหลายช่องทาง เช่น call center หรือ e-mail เป็นต้น และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีการจองพื้นที่การขนส่งผ่านทางเว็บไซต์ ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การประชาสัมพันธ์เส้นทางขนส่งและบริการผ่านเว็บไซต์ รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์เส้นทางขนส่งและบริการผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การจัดทำแผ่นพับ ใบปลิว เพื่อแจกจ่ายให้กับลูกค้า ตามลำดับ

ด้านบุคลากร พบว่าการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสุภาพในการให้บริการ รองลงมาคือ การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความชำนาญ มีความรู้ ตามลำดับ

ด้านการนำเสนอหรือลักษณะกายภาพ พบว่าการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการตรวจสอบข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจนก่อนการจัดส่งสินค้า รองลงมาคือ มีการรับ

ประกันภัยในกรณีสินค้าได้รับเสียหาย และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือมีการส่งมอบสินค้าได้ตามกำหนดเวลา ตามลำดับ

ด้านกระบวนการบริการ พบว่าการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ . ความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร รองลงมาคือ มีการปรับปรุงเครื่องมือ และอุปกรณ์การขนส่งที่เหมาะสม และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีการจัดทำคู่มือในการให้บริการรับ – ส่งสินค้าตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 พบว่าผู้ประกอบการที่มีเพศต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย ด้านช่องทางจำหน่าย,ด้านการนำเสนอหรือลักษณะกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05ส่วนด้านอื่นๆ และในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2 พบว่าผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย ด้านนโยบายการบริหาร ด้านราคา ด้านช่องทางจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆ และในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 3 พบว่าผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย ด้านราคา ด้านช่องทางจำหน่าย และด้านกระบวนการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 4 พบว่าผู้ประกอบการที่มีรายได้ต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทยด้านช่องทางจำหน่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาคำกรใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทยมีกรณีศึกษา บริษัท วอลเลย์บอล วิลเฮล์มเซน โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) สามารถอภิปรายผลการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านกระบวนการบริการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย ภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ผ่องพรรณ ต้นลี้ม (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ส่งออกเซรามิกในจังหวัดลำปางในการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางทะเล พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางทะเล ที่มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552 : 80 - 81) ที่กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาดเป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย และได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ Phillip Kotler ว่าแนวทางส่วนประสมทางการตลาด เป็นแนวความคิดที่เหมาะสมที่จะนำมาเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจประเภทการบริการ

ด้านราคา พบว่าการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย ภาพรวมในด้านราคาอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีชา วิทยาภรณ์ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ให้บริการในการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ของผู้ประกอบการขนส่ง พบว่าผู้ให้บริการตัดสินใจให้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการบริการ ด้านราคา อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดิ์ กองสุวรรณ และเชษฐภรณ์ ลีลาศรีศิริ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านราคา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสภิตา รัตนสมโชค (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้รถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าลักษณะทางกายภาพภายในสถานีรถไฟฟ้า ปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก

ด้านช่องทางจำหน่าย พบว่า การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ด้านช่องทางจำหน่าย ของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ผ่องพรรณ ต้นลิ้ม (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ส่งออกเซรามิกในจังหวัดลำปางในการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางทะเล พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางทะเล มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสภิตา รัตนสมโชค (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้รถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดิ์ กองสุวรรณ และเชษฐภักดิ์ ธิลาศรีศิริ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสาล ปานจันดี (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนออกสินค้าของโรงงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนออกสินค้าของโรงงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยในด้านที่ภาพรวมอยู่ในระดับมากคือ ปัจจัยด้านส่งเสริมทางการตลาด

ด้านบุคลากร พบว่าการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ด้านบุคลากร ของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดิ์ กองสุวรรณ และเชษฐภักดิ์ ลีลาศรีศิริ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการบริการและคุณภาพการบริการ

ด้านการนำเสนอหรือลักษณะกายภาพ พบว่าการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ด้านการนำเสนอหรือลักษณะกายภาพ ของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ผ่องพรรณ ต้นลิ้ม (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ส่งออกเซรามิกในจังหวัดลำปางในการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางทะเล พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางทะเล มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ด้านกระบวนการบริการ พบว่าการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ด้านกระบวนการบริการ ของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา โมฆรัตน์ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการขนส่งสินค้าของบริษัท นิมชีเส็งขนส่ง 1988 จำกัด สาขาพุทธมณฑล สาย 5 พบว่าผู้ใช้บริการมีการใช้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการของบริษัท นิมชีเส็งขนส่ง 1988 จำกัด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน คือ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านสถานที่ให้บริการ และด้านกระบวนการในการให้บริการ ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากศึกษาการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ของผู้ประกอบการส่งออก และนำเข้าในประเทศไทย

กรณีศึกษา บริษัท วอลเนี่ยส วิลเฮล์มเซ่น โลจิสติกส์ ประเทศไทย) ผู้ศึกษามีเสนอแนะ เพื่อให้บริษัท วอลเนี่ยส วิลเฮล์มเซ่น โลจิสติกส์ ประเทศไทย) ดำเนินการแก้ไขปัญหา รวมถึงการปรับปรุงและพัฒนาในด้านบุคลากร เพื่อผู้ประกอบการเกิดความพึงพอใจมากขึ้น และภายในองค์กรควรมีการปรับปรุงกระบวนการในการให้บริการ ปรับปรุงพัฒนาวิธีการทำงานของบุคลากร รวมถึงการอบรม เพื่อเพิ่มความรู้และคุณภาพในการปฏิบัติงานเพื่อให้บริษัทมีมาตรฐานที่สูงขึ้นต่อไปในอนาคต ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ บริษัท วอลเนี่ยส วิลเฮล์มเซ่น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) ควรปรับปรุงในเรื่องของความหลากหลายในการให้บริการการขนส่งสินค้าที่ครอบคลุมพื้นที่ของตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เพื่อสามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวในการขนส่งสินค้าตามที่ได้รับมอบหมาย ให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายหรือบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ เพื่อทำให้งานที่ออกมานั้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ด้านราคา บริษัท วอลเนี่ยส วิลเฮล์มเซ่น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) ควรปรับปรุงในเรื่องค่าบริการในการรับ – ส่งสินค้า ค่าบริการเดินพิธีการศุลกากร ให้มีความคุ้มค่าและเหมาะสม เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการขนส่งสินค้าต่อผู้ประกอบการส่งออก และนำเข้าในประเทศไทย

3. ด้านช่องทางจำหน่าย บริษัท วอลเนี่ยส วิลเฮล์มเซ่น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) เพิ่มบริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยมีการจองพื้นที่การขนส่งผ่านทางเว็บไซต์ เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และสามารถใช้เป็นทางเลือกของผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย ในการหาตัวแทนให้บริการในอนาคต

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด บริษัท วอลเนี่ยส วิลเฮล์มเซ่น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จัดทำแผ่นพับ ใบปลิว เพื่อแจกจ่ายให้กับผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย เพื่อใช้ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือนำเสนอทางเลือกในการขนส่งเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย

5. ด้านบุคลากร บริษัท วอลเนี่ยส วิลเฮล์มเซ่น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) บุคลากรควรได้รับการอบรมเพิ่มเติมความรู้ ความชำนาญ เพื่อเพิ่มศักยภาพแก่บุคลากรในการให้บริการต่อผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย

6. ด้านการนำเสนอหรือลักษณะกายภาพ บริษัท วอลเนี่ยส วิลเฮล์มเซ่น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) ควรเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าประเทศปลายทางที่มีประสิทธิภาพในการ

ขนส่ง และมีการส่งมอบสินค้าได้ตามกำหนดเวลา เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้ประกอบการส่งออก และนำเข้าในประเทศไทย

7. ด้านกระบวนการบริการบริษัท วอลเน็ยส วิลเฮล์มเซ่น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) ควรจัดทำคู่มือ ขั้นตอนการให้บริการ รับ - ส่งสินค้า เพื่อให้ผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าในประเทศไทย มีความเข้าใจในกระบวนการให้บริการของบริษัท และเป็นการเพิ่มความมั่นใจในอนาคตต่อการเลือกใช้บริการของบริษัทตัวแทนนั้นมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศโดยใช้วิธีแบบเชิงคุณภาพ

2. ควรศึกษาเรื่องการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตัวแทนให้บริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศโดยเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นเพื่อนำผลการศึกษามาพัฒนาปรับปรุงระบบการทำงานของบริษัท วอลเน็ยส วิลเฮล์มเซ่น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย)

เอกสารอ้างอิง

หนังสือ

ธนภฤต วงศ์มหาเศรษฐี. การขนส่งสินค้าเพื่อการค้าระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2558.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ข้อมูลบริษัท วอลเน็ยส วิลเฮล์มเซ่น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) เข้าถึงข้อมูลได้จาก <https://www.2wglobal.com> สืบค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2561.

วิทยานิพนธ์/งานวิจัย

ปรีชา วิทยาภรณ์. 2550. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ของผู้ประกอบการขนส่ง วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

กาญจนา โมฆรัตน์. 2551. ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการขนส่งสินค้าของบริษัท นิมชีเส็ง
ขนส่ง 1988 จำกัด สาขาพุทธมณฑล สาย 5. การค้นคว้าอิสระ ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา บริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ผ่องพรรณ ต้นลิ้ม. 2556. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ส่งออกเซรามิกในจังหวัดลำปาง
ในการเลือกตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางทะเล. บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต (สาขาการตลาด) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

นิสาชล ปานจันดี. 2557. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ตัวแทนออกสินค้าของโรงงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัด
ชลบุรี. สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหาร
รัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

ศักดิ์ กองสุวรรณ และเชษฐภักดิ์ ลีลาศรีศิริ. 2556. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้
บริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในจังหวัดสมุทรปราการ.
วารสารวิชาการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

โสภิตา รัตนสมโชค. 2558. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึง
พอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรใน
เขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และ
การบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต
อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี¹

Work Motivation of the Personnel at Rangsit City Municipality,
Thanyaburi District, Pathum Thani Province

มนัสนันท์ ด้วงเงิน² และ พิชิต รัชตพิบูลภพ³

Manasnun Duangngoen and Picht Ratchatapibhunphob

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี และเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ใช้การศึกษาเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี จำนวน 257 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบค่าที (t-test for independent Samples) และสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way ANOVA)

ผลการวิจัย พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อย คือ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ พบว่าอยู่ในระดับมาก และด้านการยอมรับนับถือ พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลตามรายด้าน พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ไม่แตกต่างกัน สำหรับประสบการณ์การทำงาน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : แรงจูงใจ การปฏิบัติงาน

¹บทความนี้สรุปจากวิทยานิพนธ์เรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

²มนัสนันท์ ด้วงเงิน ผู้วิจัย หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

³อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชิต รัชตพิบูลภพ

Abstract

This research aimed to investigate the level of work motivation of the personnel at Rangsit City Municipality, Thanyaburi District, Pathum Thani Province and compare work motivation of the personnel at Rangsit City Municipality, Thanyaburi District, Pathum Thani Province, divided by personal factors. The quantitative research was used. The sample group included 257 personnel at Rangsit City Municipality, Thanyaburi District, Pathum Thani Province. The research tool used was questionnaire. The statistics used in the analysis included Percentage, Average, Standard Deviation, t test for independent samples, and one way ANOVA.

The research findings revealed that the work motivation of the personnel at Rangsit City Municipality, Thanyaburi District, Pathum Thani Province overall was high. In consideration of each dimension, with the average from the highest to the lowest, namely career advancement, work achievement, responsibilities, nature of work, it was found to be high. Recognition was found to be fair. The study findings of the comparison of work motivation of the personnel at Rangsit City Municipality, Thanyaburi District, Pathum Thani Province, divided by personal status in each dimension, revealed that with gender, age, education level, and income, there was no difference in the work motivation of the personnel at Rangsit City Municipality, Thanyaburi District, Pathum Thani Province. As for working experience, there was a difference in the work motivation of the personnel at Rangsit City Municipality, Thanyaburi District, Pathum Thani Province with the statistical significance at the level of 0.05.

Keywords: Motivation, work

บทนำ

ปัจจุบันองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชนนั้นได้ให้ความสำคัญกับบุคลากร เพราะถือว่าบุคลากรเป็นทรัพยากรอันมีค่ามากที่สุดเป็นทุนมนุษย์ และบุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการทำงานที่ส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมาย บุคลากรเป็นทรัพยากรที่มีชีวิตจิตใจ และไม่สามารถนำมาทดแทนกันได้ในลักษณะที่มีความสามารถเท่ากันแบบคนต่อคน เนื่องจากศักยภาพของคนแต่ละคนมีความแตกต่างกัน และการที่องค์กรจะทำการกิจหลักให้บรรลุวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพ องค์กรจึงจำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีคุณภาพ ความรู้ ความสามารถให้เหมาะสมกับงาน การบริหารงานบุคลากรจึงจัดเป็น

ทรัพยากรที่เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่ง เพราะบุคลากรเป็นผู้จัดหาและใช้ทรัพยากรบริหารอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นเงิน วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการซึ่งหากองค์กรเริ่มต้นด้วยการที่มีบุคลากรที่มีความรู้ และ ความสามารถที่จะพัฒนาให้มีความก้าวหน้าตามมาเช่นกัน บุคลากรจึงมีบทบาทสำคัญ ต่อการผลักดันภารกิจขององค์กรให้ประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร ดังนั้นองค์กรจึงต้องพัฒนาให้บุคลากรเป็นผู้มีความรู้ความชำนาญ และธำรงรักษาบุคลากรไว้ สิ่งที่สำคัญ ทำอย่างไรจึงจะให้ทรัพยากรบุคคลเหล่านั้นทำงานเต็มที่เต็มความสามารถเพื่อให้ได้ งานที่มีคุณภาพดีที่สุด การเสริมสร้างให้บุคลากรทำงานได้เป็นอย่างดีนั้น นอกจากเพื่อให้เกิด พฤติกรรมการทำงานที่มุ่งเพิ่มปริมาณและคุณภาพแล้ว ยังเน้นบรรยากาศที่ดี ผู้ปฏิบัติงานมี ความสุขความพอใจและเต็มใจลงแรง เพื่อให้เกิดผลงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ การทำงาน ในลักษณะดังกล่าวคือแรงจูงใจในการปฏิบัติงานซึ่งองค์กรควรหาวิธีการที่องค์กรจะผลักดันและกระตุ้น ให้พนักงานในองค์กรทำงานกันอย่างขยันขันแข็ง รวมถึงทุ่มเทแรงกาย แรงใจให้กับองค์กร อย่างเต็มที่เพื่อจะมีส่วนผลักดันให้องค์กรเจริญก้าวหน้า จะต้องทำให้พนักงานรู้สึกว่าเขาเป็นผู้มี คุณค่า และองค์กรจะต้องอาศัยการสร้างแรงจูงใจ (วราพร มะโนเพ็ญ ,2551) ได้กล่าวว่าแรงจูงใจ เป็น แรงผลักดัน แรงกระตุ้น ที่เกิดจากความต้องการที่จะได้รับการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นที่ องค์กรจัดให้ ซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรมใน การทำงานซึ่งสิ่งสนองเหล่านี้จะประกอบไปด้วยปัจจัยแห่ง ความต้องการพื้นฐาน ได้แก่ ความสำเร็จ ในการทำงาน ความเจริญเติบโตในการทำงาน ปัจจัย สุขอนามัย นโยบายและการบริการงานขององค์กร ค่าจ้างเงินเดือนที่ได้รับความสัมพันธ์กับเพื่อน ร่วมงาน สภาพการทำงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความมั่นคงในการทำงาน

ด้วยเหตุนี้การศึกษาวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลนครวังสิต อำเภอรัญบุรี จังหวัดปทุมธานี” เพื่อนำไปเป็นแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการบริหารงาน บุคคลของเทศบาลนครวังสิต อำเภอรัญบุรี จังหวัดปทุมธานีให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพการให้บริการของเทศบาลนครวังสิต อำเภอรัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ให้สอดคล้องกับนโยบายการปฏิรูประบบราชการและตอบสนองความต้องการ ของประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ ประชาชนต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวความคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ
2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

สร์อัยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ (2550: 84) กล่าวว่า จุดเน้นหรือหลักสำคัญของเรื่องการจูงใจนั้นอยู่ที่ความสามารถในการตอบสนองความต้องการ หรือทำให้เกิดความพึงพอใจ อันเนื่องมาจากความสามารถในการตอบสนองความต้องการดังกล่าว สิ่งใดก็ตามที่สามารถทำให้เกิดความพึงพอใจขึ้นมาได้ อาจถือว่าเป็นสิ่งล่อใจและสิ่งจูงใจ (Incentive) ซึ่งจะกลายเป็นเป้าหมาย (Goal) ที่บุคคลแสวงหาในองค์การ สิ่งจูงใจหรือเป้าหมายนี้อาจเป็นสิ่งจูงใจ หรือเป้าหมายทางปฏิบัติฐานหรือทางบวก (Positive) เช่น การยกย่องชมเชย การยอมรับ การเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง การเพิ่มเงินเดือน หรืออาจเป็นสิ่งจูงใจหรือเป้าหมายทางลบหรือทางลบ (Negative) เช่น การดูว่ากล่าวตักเตือนสำหรับการทำงานที่ไม่ดี หรือการลงโทษอื่นๆ เป็นต้น สำหรับสิ่งจูงใจหรือเป้าหมายทางลบนี้มักไม่เป็นสิ่งดึงดูดใจ ผู้ปฏิบัติงานจึงพยายามเลี่ยงโดยไม่สร้างพฤติกรรมใดๆ ที่จะนำไปสู่เป้าหมายทางลบนี้

อนิวัช แก้วจางค์ (2550: 206) ได้อธิบายไว้ว่า การจูงใจเป็นการสร้างแรงขับหรือผลักดัน เพื่อกระตุ้นหรือชักจูงให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเกิดความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงาน ทั้งในหน้าที่และความรับผิดชอบหรือไม่ใช่หน้าที่และความรับผิดชอบให้เป็นผลสำเร็จ

ทฤษฎีแรงจูงใจของ Herzberg (1959) "Motivation Maintenance Theory" แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย คือ 1. ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor) 2. ปัจจัยค้ำจุน (Maintenance Factor)

ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง เพื่อจูงใจให้คนชอบและรักงานปฏิบัติ เป็นการกระตุ้นให้เกิดความพึงพอใจให้แก่บุคคลในองค์การให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะปัจจัยที่สามารถสนองตอบความต้องการภายในบุคคลได้ด้วยกัน ได้แก่ 1. ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล 2. การได้รับการยอมรับนับถือ 3. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ 4. ความรับผิดชอบ 5. ความก้าวหน้า

ปัจจัยค้ำจุน (Maintenance Factor) หรืออาจเรียกว่า ปัจจัยสุขอนามัย หมายถึง ปัจจัยที่จะค้ำจุนให้แรงจูงใจในการทำงานของบุคคลมีอยู่ตลอดเวลา ถ้าไม่มีหรือมีในลักษณะไม่สอดคล้องกับบุคคลในองค์การ บุคคลในองค์การจะเกิดความไม่ชอบงานขึ้น และปัจจัยที่มาจากภายนอกบุคคล ได้แก่ 1. เงินเดือน 2. โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต 3. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน 4. สถานะของอาชีพ 5. นโยบายและการบริหารงาน 6. สภาพการทำงาน 7. ความเป็นอยู่ส่วนตัว 8. ความมั่นคงในการทำงาน 9. วิธีการปกครองของผู้บังคับบัญชา

สรุปทฤษฎีของ Herzberg นั้นได้ให้ความเข้าใจว่า แรงจูงใจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาจากแต่ละคน ไม่ใช่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารโดยตรง และปัจจัยที่ใช้ในการบำรุงจิตใจนั้นอย่างดีที่สุดจะสามารถช่วยจัดความไม่พอใจต่าง ๆ ได้ แต่จะไม่สามารถสร้างความพึงพอใจได้ ดังนั้นในกระบวนการจูงใจที่ต้องการสร้างให้เกิดแรงจูงใจที่ดี จึงจำเป็นต้องจัดและกำหนดปัจจัยต่าง ๆ ทั้งสองกลุ่ม คือทั้งปัจจัยที่ใช้บำรุงจิตใจ (สภาพแวดล้อม) และปัจจัยที่ใช้จูงใจได้ (ของงานที่ทำ) ทั้งสองอย่างพร้อมกัน ในการแก้ไขปัญหาเรื่องการจูงใจนี้ Herzberg ได้เริ่มต้นพัฒนาวิธีการเพิ่มพูนเนื้อหาของงาน (Job Enrichment) เพื่อให้ค่าของงานสูงขึ้น และมีเนื้อหามากขึ้น เพื่อให้มีปัจจัยที่ใช้จูงใจได้เพิ่มมากขึ้นในตัวเอง การออกแบบงานเสียใหม่ ให้มีคุณค่าเนื้อหาสูงขึ้นนี้เองที่งานต่างจะมีความหมายมากยิ่งขึ้น มีความสำเร็จในงานมากขึ้น มีทั้งการยอมรับ ทั้งความรับผิดชอบสูงขึ้นก้าวหน้ามากขึ้น และส่งเสริมการเติบโตให้แก่แต่ละคนได้ ซึ่งจะมีผลต่อการจูงใจเป็นอันมาก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วาสนา พัฒนานันท์ชัย (2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ผลการวิจัยพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ มีแรงจูงใจด้านปัจจัยจูงใจ และปัจจัยค้ำจุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยมีรายละเอียดดังนี้ (1) ด้านความสำเร็จในการทำงาน พบว่า พนักงานมีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก (2) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ พบว่า พนักงานมีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง (3) ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ พบว่า พนักงานมีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก (4) ด้านความรับผิดชอบ พบว่า พนักงานมีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก (5) ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน พบว่า พนักงานมีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง (6) ด้านนโยบายและการบริหาร พบว่า พนักงานมีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก (7) ด้านการปกครองบังคับบัญชา พบว่า พนักงานมีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก (8) ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน พบว่า พนักงานมีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก (9) ด้านสภาพการทำงานและความมั่นคง พบว่า พนักงานมีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก (10) ด้านผลประโยชน์ตอบแทน พบว่าพนักงานมีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก

พรรณิกา เฟ็งคำ (2554) ศึกษา แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลพระนุ อำเภอยะนิง จังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า ระดับปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลพระนุ อำเภอยะนิง จังหวัดขอนแก่น ได้แก่

ด้านความสำเร็จของงาน ด้านการยอมรับนับถือ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน ด้านลักษณะงาน ความรับผิดชอบ ด้านความมั่นคง ด้านสภาพการทำงาน ด้านชีวิตส่วนตัว ด้านการบังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านการบริหาร และด้านรายได้ อยู่ในระดับปานกลาง

กาบทิพย์ ศิริชมพู่ (2554: 120) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบลในเขตพื้นที่อำเภอโพธารมย์ จังหวัดนครพนม ผลการศึกษาพบว่า พนักงานส่วนตำบลในเขตพื้นที่อำเภอโพธารมย์ จังหวัดนครพนม มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย จำนวน 3 ด้าน คือด้านความสำเร็จของงาน ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านการได้รับความยอมรับนับถือ และมีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย คือ ด้านเงินเดือนหรือผลตอบแทนจากการทำงาน ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัว

จริญญา ครูพิพรม (2553: 77) ศึกษา แรงจูงใจในการปฏิบัติงานขององค์การบริหารส่วนตำบลทรายมูล อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานขององค์การบริหารส่วนตำบลทรายมูล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวมมีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสำเร็จของงานเป็นแรงจูงใจต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านลักษณะของงาน ด้านความมั่นคงของอาชีพ ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านการปกครองบังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านการยอมรับนับถือ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ และสุดท้ายด้านเงินเดือนและผลประโยชน์เกื้อกูลตามลำดับ

วัตถุประสงค์การวิจัย

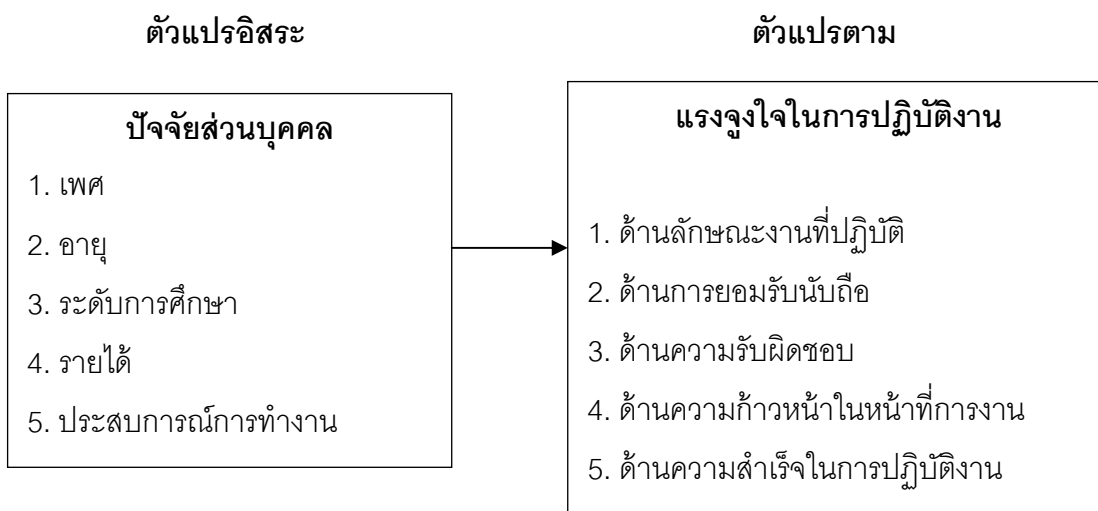
1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครวังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครวังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานการวิจัย

บุคลากรที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในเทศบาลนครวังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยประยุกต์รูปแบบแรงจูงใจของ Herzberg (1959) “Motivation- Maintenance Theory” ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุน และและผู้ใช้วิจัยได้เลือกรูปแบบปัจจัยจูงใจมาสร้างกรอบงานวิจัยซึ่งแบ่งการประเมินออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ 2. ด้านการยอมรับนับถือ 3. ด้านความรับผิดชอบ 4. ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน 5. ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ได้แก่ บุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี จำนวน 257 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นเครื่องมือในการเก็บและรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามในงานวิจัยครั้งนี้ผู้ใช้วิจัยได้สร้างขึ้นตามกระบวนการการสร้างเครื่องมือสำหรับงานวิจัยทางด้านสังคมศาสตร์ประเภทวัดทัศนคติหรือความเห็น กำหนดเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 25 ข้อ มีสาระครอบคลุมแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ในทุกด้าน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต

อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี จะทดสอบสถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ สถิติทดสอบค่า T-test และ F-test โดย t-test ใช้สำหรับทดสอบความแตกต่างด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มีตัวแปร แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ตัวแปรเพศ ส่วนสถิติ F-test ใช้ในการทดสอบ คือ ตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และประสบการณ์การทำงาน กรณีที่ทดสอบแล้วพบว่ามีความแตกต่างระหว่างกลุ่มของค่าเฉลี่ยจะนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

1 ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ

ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ลักษณะของงานที่รับผิดชอบอยู่มีการแบ่งขอบข่ายงานที่ชัดเจน งานที่ปฏิบัติอยู่ท้าทาย ส่งเสริมให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถใช้ความรู้ด้านเทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน ซึ่งน่าสนใจและท้าทาย งานที่รับผิดชอบอยู่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ และเปิดโอกาสให้มีการพัฒนาศักยภาพได้อย่างเต็มที่ งานที่ปฏิบัติสามารถยืดหยุ่นได้เพื่อความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน

2 ด้านการยอมรับนับถือ

ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ด้านการยอมรับนับถือ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ เพื่อนร่วมงานให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการทำงานร่วมกัน เพื่อนร่วมงานให้เกียรติ ยกย่องและนับถือท่านทั้งต่อหน้าและลับหลัง พร้อมทั้งเป็นส่วนหนึ่งในการให้ข้อเสนอแนะเพื่อแก้ปัญหาในการทำงาน และได้รับการยอมรับนับถือในผลงานที่ปฏิบัติอยู่ในปัจจุบันจากผู้บังคับบัญชา ผู้บังคับบัญชาเชื่อถือและไว้วางใจ มอบหมายให้ทำงานที่สำคัญ ทำให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน

3 ด้านความรับผิดชอบ

ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ด้านความรับผิดชอบ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า งานที่รับผิดชอบสามารถทำเสร็จตามเวลาที่กำหนด คอยช่วยเหลือ เพื่อนร่วมงานและผู้มาติดต่องานด้วยจิตสาธารณะไม่คิดปฏิเสธหลีกเลี่ยง งานที่ได้รับมอบหมายที่ตรงกับความสนใจและความถนัด งานที่ได้รับมอบหมาย

ให้มีอำนาจในการตัดสินใจในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ ปริมาณงานที่ได้รับมอบมีความเหมาะสม

4 ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า ได้รับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาให้เลื่อนขั้นเงินเดือนสูงขึ้นทัดเทียมกันตามผลงานที่ปฏิบัติงานได้จริง ได้รับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาให้เลื่อนตำแหน่งหน้าที่การงานสูงขึ้นความรู้ความสามารถ เทศบาลนครรังสิตได้ส่งเสริมให้บุคลากรได้รับการฝึกอบรม สัมมนา และเพิ่มพูนความรู้ในการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม ได้รับการประเมินการทำงานอย่างยุติธรรม การปฏิบัติหน้าที่ราชการตรงตามตำแหน่งงานและมีโอกาสก้าวหน้า

5 ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน

ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า มีความภาคภูมิใจในงานที่ปฏิบัติงานประสบความสำเร็จ และสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานได้ งานที่ปฏิบัติประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ผู้บังคับบัญชารู้จักใช้คนให้เหมาะสมกับงานทำให้เกิดผลสำเร็จในการ ความสำเร็จของงานมาจากความร่วมมือกันของทีมงาน เมื่อผลงานสำเร็จจึงเกิดความรู้สึกพึงพอใจ

การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

วิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และประสบการณ์การทำงาน พบว่า

1 **เพศ** จากผลการศึกษาพบว่า บุคลากรที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนรายด้านพบว่า ด้านความรับผิดชอบ และด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2 **อายุ** จากผลการศึกษาพบว่า บุคลากรที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3 **ระดับการศึกษา** จากผลการศึกษาพบว่า บุคลากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4 **รายได้** จากผลการศึกษาพบว่า บุคลากรที่มีรายได้ต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5 **ประสบการณ์การทำงาน** จากผลการศึกษาพบว่า บุคลากรที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี สามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1 ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ

พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะงานที่บุคลากรได้รับมอบหมายมีการทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ การประสานงานระหว่างหน่วยงานเป็น อย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ วาสนา พัฒนานันท์ชัย (2553) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์” ผลการวิจัยพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ มีแรงจูงใจด้านปัจจัยจูงใจ และปัจจัยค้ำจุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละ ปัจจัยมีรายละเอียดดังนี้ (1) ด้านความสำเร็จในการทำงาน พบว่า พนักงานมีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก (2) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ พบว่า พนักงานมีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง (3) ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ พบว่า พนักงานมีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก

2 ด้านการยอมรับนับถือ

พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ด้านการยอมรับนับถือ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเพื่อนร่วมงานให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการทำงานร่วมกัน ทำให้บุคลากรปฏิบัติงานได้สำเร็จตามที่ได้รับมอบหมายและทันกับเวลาที่กำหนด สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรณีภา เพ็งคำ (2554) ศึกษา แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลพระบุ อำเภอพระยืน จังหวัด

ขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า ระดับปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาล ตำบลพระบุ ได้แก่ ด้านความสำเร็จของงาน ด้านการยอมรับนับถือ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน ด้านลักษณะงานความรับผิดชอบ ด้านความมั่นคง ด้านสภาพการทำงาน ด้านชีวิตส่วนตัว ด้านการบังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านการบริหาร และด้านรายได้ อยู่ในระดับปานกลาง

3 ด้านความรับผิดชอบ

พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ด้านความรับผิดชอบ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ บุคลากรมีความรับผิดชอบที่สามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายเสร็จได้ตามเวลาที่กำหนด สอดคล้องกับงานวิจัยของ กาบทิพย์ ศิริชมพู่ (2554: 120) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ในเขตพื้นที่อำเภอโพธารวม จังหวัดนครพนม ผลการศึกษาพบว่า พนักงานส่วนตำบลในเขตพื้นที่อำเภอโพธารวม จังหวัดนครพนม มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่ามีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย จำนวน 3 ด้าน คือด้านความสำเร็จของงาน ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านการได้รับความยอมรับนับถือ

4 ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ บุคลากรได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารในการเลื่อนขั้นเงินเดือนสูงขึ้นโดยการพิจารณาจากผลของงานที่ปฏิบัติอย่างเป็นธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ จริญญา ครูพิพรม (2553: 77) ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานขององค์การบริหารส่วนตำบลทรายมูล อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานขององค์การบริหารส่วนตำบลทรายมูล อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวมมีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านความสำเร็จของงานเป็นแรงจูงใจต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านลักษณะของงาน ด้านความมั่นคงของอาชีพ ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านการปกครองบังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านการยอมรับนับถือ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่และสุดท้ายด้านเงินเดือนและผลประโยชน์ที่เกี่ยวเนื่องตามลำดับ

5 ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน

พบว่า การแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ บุคลากรในเทศบาลนครรังสิต สามารถทำงานได้เสร็จสิ้นตามกำหนด และรู้สึกพอใจเมื่องานประสบความสำเร็จที่หวัง สามารถแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ วาสนา พัฒนานันท์ชัย (2553) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์” ผลการวิจัยพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ มีแรงจูงใจด้านปัจจัยจูงใจ และปัจจัยค้ำจุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยมีรายละเอียดดังนี้ (1) ด้านความสำเร็จในการทำงาน พบว่า พนักงานมีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. **ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ** ผู้บังคับบัญชาควรยืดหยุ่นการปฏิบัติงานให้กับบุคลากร เพื่อให้เกิดการความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน และมีการวางแผนการมอบหมายงานให้มีความชัดเจน งานที่ปฏิบัติทำทนายและส่งเสริมให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และงานที่ปฏิบัติเปิดโอกาสใช้ความรู้ ความสามารถ ทักษะในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่
2. **ด้านการยอมรับนับถือ** ผู้บังคับบัญชาควรเชื่อถือและไว้วางใจบุคลากรโดยมอบหมายให้ปฏิบัติงานที่สำคัญ เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน และเป็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ในหน่วยงาน
3. **ด้านความรับผิดชอบ** ผู้บังคับบัญชาควรศึกษาปริมาณงานเพื่อการมอบหมายงานให้เหมาะสมกับบุคลากร ตำแหน่งงาน ทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ ถูกต้องและเป็นไปตามระเบียบกฎหมายที่กำหนด
4. **ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน** ผู้บังคับบัญชาควรมอบหมายหน้าที่ให้บุคลากรได้ปฏิบัติให้ตรงตามตำแหน่งงาน มีโอกาสก้าวหน้าทัดเทียมกัน และสนับสนุนให้บุคลากรได้มีความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน
5. **ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน** ผู้บังคับบัญชาควร เสริมสร้างให้บุคลากรมีความรู้สึกพอใจและภาคภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ปฏิบัติ สามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายจนสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างมีคุณภาพ และทันตามกำหนดเวลา และความสำเร็จของงานมาจากความร่วมมือกันของทีมงาน

บรรณานุกรม

- กาบทิพย์ ศิริชมพูนุ. (2554). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบลในเขตพื้นที่อำเภอโพธารมย์ จังหวัดนครพนม**. การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชารัฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- จริญญา ครูพิพรม. (2553). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานขององค์การบริหารส่วนตำบลทรายมูล อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น**. การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชารัฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- พรรณีภา เพ็งคำ. (2554). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลพระบุ อำเภอพระยืน จังหวัดขอนแก่น**. รายงานการศึกษาปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พวงเพชร วัชรอยู่. (2537). **แรงจูงใจกับการทำงาน**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วาสนา พัฒนานันท์ชัย. (2553). **ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์**. สารนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาการบริหารการพัฒนาสังคม. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- วราพร มะโนเพ็ญ. (2551). **แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สาขาในสังกัด ธนาคาร ออมสินเขตบางแค**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ จัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ. (2550). **พฤติกรรมองค์การ**. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: คณะรัฐศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนิวัช แก้วจำนงค์. (2550). **หลักการจัดการ**. พิมพ์ครั้งที่ 1, มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- Herzberg, Fredreeick. (1959). **The Motivation to work**. New York : John Wiley & Sons.

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงานและปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานกับ
ความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท คูโบต้า พรีซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศไทย)
จำกัด

The relationship between job factors, work experience factors, and employee
engagement at kubota precision machinery (Thailand) Co.,Ltd.

มัทธลินี เหลาคอม¹

Mattinee laokom

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัทคูโบต้า พรีซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศไทย) จำกัด (2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานของพนักงาน บริษัทคูโบต้า พรีซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศไทย) จำกัด (3) เพื่อศึกษาความผูกพันในองค์กรของพนักงาน บริษัทคูโบต้า พรีซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศไทย) จำกัด (4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงานกับความผูกพันในองค์กรของพนักงาน บริษัทคูโบต้า พรีซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศไทย) จำกัด (5) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานกับความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทคูโบต้า พรีซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศไทย) จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ พนักงานระดับปฏิบัติการในกลุ่มบริษัท คูโบต้า พรีซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศไทย) จำกัดจำนวน 242 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การทดสอบค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.94 และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการศึกษา พบว่า (1) ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงานโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คืองานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และลำดับสุดท้าย คือ ด้านความหลากหลายของงาน (2) ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทักษะที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน รองลงมา คือ ความคาดหวังที่จะได้รับ และลำดับสุดท้าย คือ ความรู้สึกที่ตนเองมีความสำคัญต่อองค์กร (3) ความผูกพันในองค์กรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านจิตใจ รองลงมาคือ ด้านการคงอยู่ และลำดับสุดท้าย คือ บรรทัดฐานทางสังคม (4) ปัจจัยด้านลักษณะงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กร อยู่ในระดับสูง อย่างมี

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (5) ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : คุณลักษณะงาน, ประสบการณ์ในการทำงาน, ความผูกพันในองค์กร, บริษัท คูโบต้า พรีซิชั่น แมชชีน เนอรั (ประเทศไทย) จำกัด

Abstract

The main objectives of this independent study are to (1) study job factors of employees at kubota precision machinery (Thailand) Co.,Ltd. (2) study work experience factors of employees at kubota precision machinery (Thailand) Co.,Ltd. (3) study employee engagement at kubota precision machinery (Thailand) Co.,Ltd. (4) study the relationship between job factors and employee engagement at kubota precision machinery (Thailand) Co.,Ltd. (5) study the relationship between work experience factors and employee engagement at kubota precision machinery (Thailand) Co.,Ltd. Moreover, a sample of people participating in this study is 242 practitioners within the kubota group. data collection is undertaken by questionnaires. In addition, the result of reliability analysis equals 0.94. At the same time, there are three statistical data analysis tools: mean, standard deviation, and pearson's correlation coefficient.

Speaking of the result of research, it is noticeable that (1) the mean of job factors reaches a high level. after considering each issue, it shows that averages of every issue are at high levels; participation in administration is likely to have the highest average, followed by work providing opportunities to socialize, and varieties of work, respectively. (2) the mean of work experience factors hits a high level. after considering each issue, it can be clearly seen that averages of every issue are at high levels; attitude towards colleagues seems to have the highest average, followed by desires for gain, and feeling valued at work, respectively. (3) the mean of employee engagement reaches a high level. After considering each issue, it indicates that averages of every issue are at high levels; a mental issue tends to have the highest average, followed by retention, and social norms, respectively. (4) job factors is highly related to employee engagement with a significance level of 0.05. (5) there is a close correlation between work experience factors and employee engagement with a significance level of 0.05.

Keywords : Job factors, work experience, employee engagement, kubota precision machinery (Thailand) Co.,Ltd.

บทนำ

ปัจจัยด้านลักษณะงานและปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญและส่งเสริมการปฏิบัติงานของบุคลากรซึ่งในปัจจุบันมีการแข่งขันสูงภายในองค์กรต่าง ๆ ต้องเผชิญกับปัญหามากมายไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันในเชิงการตลาดหรือการให้บริการที่มากขึ้นทุกองค์กรต้องมีการพัฒนาทั้งเทคโนโลยีต่าง ๆ ซึ่งทำให้ผู้บริหารต้องเพิ่มศักยภาพในการบริหารงานมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะ“ทรัพยากรบุคคล”ทำให้ส่งผลต่อองค์กรต่างๆให้มีการปรับเปลี่ยน นโยบายเพื่อให้ตรงและทันสมัยต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน การปรับเปลี่ยนดังกล่าวส่งผลโดยตรงต่อพนักงาน องค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับพนักงานเนื่องจากพนักงานในองค์กรเป็น“ทรัพยากรที่สำคัญ”ที่จะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ

การศึกษาค้นคว้าวิจัยต้องการหาแนวทางในการส่งเสริมให้พนักงานเกิดความผูกพันในองค์กร ที่พนักงานอยากร่วมงานอยู่กับองค์กร และปฏิบัติงานในองค์กรจนเกิดเป็นความผูกพันต่อองค์กรถือเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงประสิทธิภาพขององค์กรพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะมีผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและเป็นตัวแปรสำคัญที่จะส่งผลให้องค์กรดำเนินงานได้บรรลุวัตถุประสงค์รวมทั้งช่วยให้องค์กรสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการบริหารการวางแผนกำลังคนและการสร้างแรงจูงใจให้คนมีความรักความผูกพันซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในการดำเนินพันธกิจ (Meyer and Allen, 1997)

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงานและปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานกับความผูกพันในองค์กรของพนักงาน บริษัท คูโบต้า พีริซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการของพนักงานได้อย่างแท้จริง และสามารถนำผลการวิจัยที่ได้ศึกษาไปใช้ประโยชน์ต่อการในการนำเสนอต่อผู้บริหารเพื่อที่จะได้ร่วมมือกันหาแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการบริหารพนักงานในองค์กรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อันจะช่วยส่งเสริมให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

Steers (1997) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยเบื้องต้นของความผูกพันต่อองค์กร โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล
2. ปัจจัยด้านลักษณะงาน

3. ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน

1. ลักษณะส่วนบุคคล (Personal Characteristics) ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กร และระดับตำแหน่ง

1.1 อายุ เป็นสิ่งที่แสดงถึงวุฒิภาวะของบุคคล บุคคลที่มีอายุมากขึ้น จะมีความคิด มีความรอบคอบในการตัดสินใจมากกว่าบุคคลที่มีอายุน้อย บุคคลที่มีอายุมากทำงานอยู่กับองค์กรมาระยะหนึ่งแล้วจะเกิดความคุ้นเคยกับสิ่งแวดล้อมขององค์กร การที่จะเปลี่ยนงานเขาก็ไม่แน่ใจว่าตนเองจะมีความสามารถเหมาะสมกับงานใหม่ องค์กรส่วนใหญ่จึงมีความจำกัดในเรื่องอายุ การรับบุคลากรใหม่โดยเริ่มจากอายุน้อยและจะไม่รับผู้ที่มีอายุมาก ดังนั้นบุคคลที่มีอายุมากจึงเลือกที่จะอยู่กับองค์กรเดิมต่อไป

1.2 ระดับการศึกษา บุคคลที่มีโอกาสศึกษาในระดับสูงมีประสบการณ์ชีวิตจะมีข้อมูลต่างๆ ในการประกอบการตัดสินใจและมีวุฒิการศึกษาเป็นข้อต่อรองมากกว่า ดังนั้นผู้ที่มีการศึกษาสูงจึงมีโอกาสเลือกที่ทำงานและมีโอกาสย้ายงานจากองค์กรหนึ่งไปยังอีกองค์กรหนึ่ง องค์กรอย่างเต็มความรู้ความสามารถทุ่มเทให้กับงานอย่างเต็มประสิทธิภาพส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรต่อไป

2. ลักษณะงาน (Working Characteristics) ได้แก่ ความมีอิสระในงาน งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น การมีส่วนร่วมในการบริหารงาน ความหลากหลายของงาน

2.1 ความมีอิสระในงาน จะเห็นได้ว่ากฎระเบียบภายในองค์กรจะเป็นตัวกำหนดหน้าที่ของบุคคลในองค์กร หากเข้มงวดเกินไปก็จะทำให้เกิดผลเสียกับองค์กร กล่าวคือ จะเป็นตัวบิดเบือนเป้าหมายขององค์กร เพราะจะกลายเป็นว่าพฤติกรรมที่ดี คือ การยึดติดอยู่กับกฎระเบียบเท่านั้น โดยไม่คำนึงถึงวัตถุประสงค์ขององค์กรที่แท้จริง นอกจากนี้ยังจะทำให้สมาชิกในองค์กรขาดความผูกพันกับงาน เนื่องจากขาดแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งจะทำให้สมาชิกในองค์กรรู้สึกไม่เป็นอิสระในการทำงาน และจะไม่เกิดความคิดสร้างสรรค์สิ่งที่จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร ทำให้เขาเบื่อหน่ายและไม่รู้สึกเกี่ยวข้องหรือผูกพันต่อองค์กร

2.2 งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น การที่สมาชิกในองค์กรมีโอกาสที่จะติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่น การได้เข้าสังคมทำให้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนอื่น ก่อให้เกิดความคิดหลากหลายในการพัฒนาตนเอง พัฒนางาน เมื่อมีสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นก็จะกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เป็นเจ้าของและจะรู้สึกผูกพันกับองค์กร

2.3 การมีส่วนร่วมในการบริหารงาน เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กร กล่าวคือ การที่ผู้บริหารเปิดโอกาสให้สมาชิกในองค์กรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจทั้งในระดับนโยบายและปฏิบัติ มีการกระจายการตัดสินใจให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน แม้จะไม่ใช่อำนาจหน้าที่มากเกินไป จะเป็นปัจจัยให้สมาชิกมีความผูกพันต่อองค์กรได้เป็นอย่างดี

2.4 ความหลากหลายของงาน จะมีอิทธิพลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร โดยสมาชิกในองค์กรที่มีความรู้สึกว่าเขาได้รับผิดชอบและต้องเอาชนะปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในงานมากเท่าใด ก็จะทำให้เขามีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรมากขึ้นเท่านั้น องค์กรจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันจากการที่มีความหลากหลายของบุคลากรในองค์กร ทั้งนี้เพราะความหลากหลายของบุคลากรดังกล่าวจะสร้างโอกาสให้กับองค์กรในเรื่องของการพัฒนาทักษะในการทำงานร่วมกัน การปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานและสถานที่ทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความเหมาะสมตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

3. ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน (Working Experience) หมายถึง ความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงานแต่ละคนว่ามีความรับผิดชอบต่อการทำงานในองค์กรที่ผ่านมาอย่างไร โดยกำหนดไว้ 3 ลักษณะ คือความรู้สึกว่าตนมีความสำคัญต่อองค์กร ทศนคติของเพื่อนร่วมงานต่อองค์กร และความคาดหวังที่จะได้รับ

3.1 ความรู้สึกที่ตนมีความสำคัญต่อองค์กร กล่าวคือเมื่อพนักงานเข้าไปปฏิบัติงานในองค์กรก็ต้องการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ถ้าผู้บริหารให้ความสำคัญแก่บุคลากรโดยการให้เกียรติให้ความวางใจ ให้มีส่วนร่วมในการบริหาร มอบหมายอำนาจหน้าที่ให้ตรงกับความสามารถ บุคลากรจะรู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญต่อองค์กรเขาจะเกิดความจงรักภักดี และคิดว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรทำให้เกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ความน่าเชื่อถือและพึ่งพาได้ขององค์กร เป็นสิ่งที่ทำให้สมาชิกในองค์กรมีความมั่นใจว่าจะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อเขารู้สึกว่าองค์กรเป็นที่พึ่งพาของเขาได้ก็จะรู้สึกผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น ถ้าองค์กรไม่สามารถสร้างความรู้สึกมั่นคงในการทำงานก็จะเป็นสาเหตุทำให้เขาไม่อยากทำงานซึ่งอาจจะลาออก และโอนย้ายไปจากองค์กรเดิม

3.2 ทศนคติต่อเพื่อนร่วมงาน ความเกี่ยวพันทางสังคมกับเพื่อนร่วมงาน เช่น การมีโอกาสเข้าสังคม พบปะพูดคุยกับเพื่อนร่วมงาน รวมทั้งผู้บังคับบัญชาจะเป็นปัจจัยกำหนดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ซึ่งความไว้วางใจระหว่างบุคคลมีความสำคัญต่อโครงสร้างของระบบสังคมและทศนคติ พฤติกรรมของผู้ร่วมอยู่ในสังคม และการที่บุคคลมองเห็นว่าสภาพแวดล้อมทางสังคมในองค์กรมีลักษณะของความร่วมมือเป็นมิตรจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร และมีทศนคติที่ดีต่อเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา และมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ทำให้พนักงานรู้สึกว่าจะได้รับความไว้วางใจจากหัวหน้างานในการมอบหมายรับผิดชอบงาน เกิดความร่วมมือกันเมื่อถูกขอความช่วยเหลือด้วยความเต็มใจ รวมทั้งยึดมั่นในข้อเท็จจริงและความถูกต้อง ไม่มีความลับปิดบังกับเพื่อนร่วมงาน

3.3 ความคาดหวังที่จะได้รับ ผลตอบแทนหรือรางวัลที่ได้รับจากการทำงานเป็นสิ่งจูงใจ ทำให้สมาชิกมีพลังในการทำงาน เมื่อสมาชิกลงทุนกับองค์กรแล้วเขาก็คาดหวังจะได้รับ

ผลตอบแทนอย่างเพียงพอและยุติธรรม เช่น ค่าตอบแทน ระบบการพิจารณาความดีความชอบ
เมื่อองค์กรตอบสนองของความ

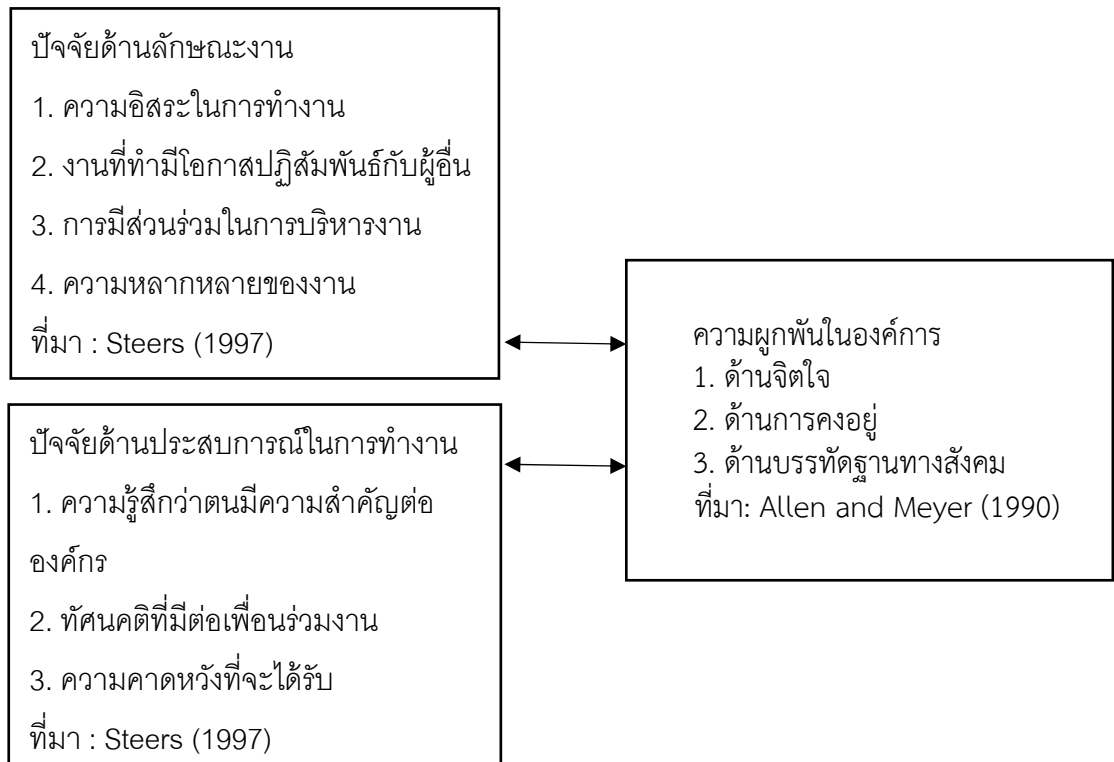
เอเลน และเมเยอร์ (Allen and Meyer 1990) เสนอว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็น
ความรู้สึกที่พนักงานมีต่อองค์กรโดยเป็นสิ่งเหนี่ยวรั้ง (Golden Handcuff) ให้คนยังอยู่ในองค์กร
ซึ่งความผูกพันต่อองค์กรแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ ความผูกพันด้านจิตใจ ความผูกพันด้านการคง
อยู่ และความผูกพันด้านบรรทัดฐานทางสังคม เป็นสิ่งเชื่อมโยงพนักงานเข้ากับองค์กร โดยที่
ความผูกพันด้านจิตใจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลมีความปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กร ส่วนความผูกพัน
ด้านการคงอยู่กับองค์กร เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการได้รับผลตอบแทนจากองค์กรและการรับรู้
ถึงการขาดทางเลือก หรือความยากลำบากในการหางานใหม่ทำให้บุคคลจำเป็นที่จะต้องอยู่ในองค์กร
ในขณะที่ความผูกพันด้านบรรทัดฐานเกิดขึ้นจากค่านิยมส่วนบุคคล และความรู้สึกรับผิดชอบต่อ
ภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากองค์กร ทำให้บุคคลรู้สึกว่า เขาควรอยู่ในองค์กรนั้นต่อไป

1. ความผูกพันด้านจิตใจ (Affective Commitment) คือ อารมณ์ความรู้สึกผูกพันของ
พนักงาน หรือความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กร เกิดขึ้นได้จาก
ลักษณะงานที่รับผิดชอบ เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา และผู้ใต้บังคับบัญชา

2. ความผูกพันด้านการคงอยู่ (Continuance Commitment) คือ ความผูกพันที่เกิดจาก
การที่ได้รับสิ่งตอบแทนเพื่อแลกเปลี่ยนกับการคงอยู่ในองค์กรของพนักงาน

3. ความผูกพันด้านบรรทัดฐานทางสังคม (Normative Commitment) คือความรู้สึก
ผูกพันที่เกิดจากหน้าที่ ความรับผิดชอบ หรือความเป็นหนี้บุญคุณที่ทำให้ต้องอยู่ในองค์กรต่อไป
พนักงานที่มีความผูกพันด้านนี้ คือ การแสดงออกถึงความคิดที่ว่าเขาควรที่จะอยู่ในองค์กร

การศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงานและปัจจัยด้านประสบการณ์
ในการทำงานกับความผูกพันในองค์กรของพนักงาน บริษัท คูโบต้า พีริซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศ
ไทย) จำกัด มีกรอบแนวคิด ดังนี้



วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัทคูโบต้า ปริ๊นซ์ แมชชีนเนอรี่ (ประเทศไทย) จำกัด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานของพนักงาน บริษัทคูโบต้า ปริ๊นซ์ แมชชีนเนอรี่ (ประเทศไทย) จำกัด
3. เพื่อศึกษาความผูกพันในองค์กรของพนักงาน บริษัทคูโบต้า ปริ๊นซ์ แมชชีนเนอรี่ (ประเทศไทย) จำกัด
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงานกับความผูกพันในองค์กรของพนักงาน บริษัท คูโบต้า ปริ๊นซ์ แมชชีนเนอรี่ (ประเทศไทย) จำกัด
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานกับความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทคูโบต้า ปริ๊นซ์ แมชชีนเนอรี่ (ประเทศไทย) จำกัด

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านลักษณะงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท คูโบต้า ปริ๊นซ์ แมชชีนเนอรี่ (ประเทศไทย) จำกัด
2. ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท คูโบต้า ปริ๊นซ์ แมชชีนเนอรี่ (ประเทศไทย) จำกัด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงาน บริษัท คูโบต้า พีริซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 612 คน (ฝ่ายบุคคล บริษัท คูโบต้า พีริซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศไทย) จำกัด , ณ 30 มิถุนายน 2561)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ พนักงาน บริษัท คูโบต้า พีริซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศไทย) จำกัด โดยการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ใช้หลักการคำนวณของ Taro Yamane (1967) จำนวนทั้งสิ้น 242 คน

การสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 หาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แยกตามแผนงานตามสัดส่วน

ขั้นตอนที่ 2 เก็บจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) ด้วยการแจกแบบสอบถาม 242 ชุด โดยนำแบบสอบถามไปขอความร่วมมือกับพนักงานในแต่ละแผนก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาค้างนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล มีลักษณะเป็นแบบสอบถามสำรวจรายการ (Check List) ให้เลือกตอบข้อที่เหมาะสมที่สุด ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน และ ตำแหน่งงาน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านลักษณะงาน มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert Scale (Likert, 1970 : 275) โดยแต่ละคำถามแบ่งระดับความคิดเห็น ออกเป็น 5 ระดับ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านลักษณะงาน 4 ด้าน ได้แก่ ความอิสระในการทำงาน งานที่ทำมีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น การมีส่วนร่วมในการบริหารงาน และความหลากหลายของงาน

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน มีลักษณะเป็น เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า ตามวิธีของของ Likert Rating Scale (Likert, 1970 : 275) โดยแต่ละคำถามแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน 3 ด้าน ได้แก่ ความรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญต่อองค์กร ทัศนคติที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน และความคาดหวังที่จะได้รับ

ส่วนที่ 4 ความผูกพันในองค์กรมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า ตามวิธีของ Likert Rating Scale (Likert, 1970 : 275) โดยแต่ละคำถามแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ประกอบด้วย ด้านจิตใจ ด้านการคงอยู่ ด้านบรรทัดฐานทางสังคม

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

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

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพในการทำงาน ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 4 ความผูกพันในองค์กร ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงาน และปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงานกับความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท คูโบต้า พีริซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศไทย) จำกัด ด้วยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะงาน ของพนักงานบริษัท คูโบต้า พีริซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศไทย) จำกัด

ตารางที่ 1 สรุปภาพรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะงานโดยรวม

ลำดับ	ปัจจัยด้านลักษณะงาน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ความอิสระในการทำงาน	3.90	0.62	มาก
2	งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น	4.09	0.60	มาก
3	การมีส่วนร่วมในการบริหารงาน	4.17	0.52	มาก
4	ความหลากหลายของงาน	3.96	0.64	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.03	0.44	มาก

1. ปัจจัยด้านลักษณะงาน ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงานบริษัท คูโบต้า พีริซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศไทย) จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ

ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้าย คือ ด้านความหลากหลายของงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 2 สรุปภาพรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพการทำงานโดยภาพรวม

ลำดับ	ประสิทธิภาพการทำงาน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ความรู้สึกรู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญต่อองค์กร	4.00	0.62	มาก
2	ทัศนคติที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน	4.16	0.57	มาก
3	ความคาดหวังที่จะได้รับ	4.14	0.68	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.10	0.54	มาก

2. ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการทำงาน ผลการศึกษาสรุปได้ว่า พนักงานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่ามาก เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ทัศนคติที่มีต่อเพื่อนร่วมงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่า รองลงมาคือ ความคาดหวังที่จะได้รับมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่ามาก และลำดับสุดท้ายคือ ความรู้สึกรู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญต่อองค์กรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่ามาก ตามลำดับ

ตารางที่ 3 สรุปภาพรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวม

ลำดับ	ความผูกพันในองค์กร	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ด้านจิตใจ	4.28	0.64	มากที่สุด
2	ด้านการคงอยู่	4.02	0.33	มาก
3	ด้านบรรทัดฐานทางสังคม	4.02	0.55	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.11	0.34	มาก

3. ความผูกพันในองค์กร ผลการศึกษาสรุปได้ว่า พนักงานมีการรับรู้เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้านโดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือด้านจิตใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่ามากที่สุด

รองลงมาคือ ด้านการคงอยู่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่ามาก และลำดับสุดท้ายคือ ด้านบรรทัดฐานทางสังคมการคงอยู่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่ามาก ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงานกับความผูกพันในองค์กรของพนักงาน บริษัทคูโบต้า พรีซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศไทย) จำกัด

ปัจจัยด้านลักษณะงาน	ภาพรวม		ระดับ
	ความผูกพันในองค์กร		ความสัมพันธ์
	r	p-value	
ความอิสระในการทำงาน	0.515*	0.000	สูง
งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น	0.235*	0.000	ต่ำ
การมีส่วนร่วมในการบริหารงาน	0.621*	0.000	สูง
ความหลากหลายในการทำงาน	0.368*	0.000	ปานกลาง
ภาพรวม	0.577*	0.000	สูง

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านลักษณะงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ด้านความอิสระในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ด้านงานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง และด้านความหลากหลายในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานกับความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทคูโบต้า พรีซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศไทย) จำกัด

ประสบการณ์ในการทำงาน	ภาพรวม		ระดับ
	ความผูกพันในองค์กร		ความสัมพันธ์
	r	p-value	
ความรู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญต่อ	0.501*	0.000	สูง

องค์กร			
ทัศนคติที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน	0.627*	0.000	สูง
ความคาดหวังที่จะได้รับ	0.465*	0.000	ปานกลาง
ภาพรวม	0.606	0.000	สูง

ผลการศึกษารูปได้ว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ด้านความรู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญต่อองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง และด้านความคาดหวังที่จะได้รับมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

อภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงาน บริษัทคูโบต้า พรีซิชั่น แมชชีนเนอร์รี่ (ประเทศไทย) จำกัด

จากการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะงานของพนักงานบริษัท คูโบต้า พรีซิชั่น แมชชีนเนอร์รี่ (ประเทศไทย) จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ งานที่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้าย คือ ด้านความหลากหลายของงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของโสภณวิชญ์ บัวบานพร้อม (2551) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทูร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยลักษณะของงานที่ปฏิบัติโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทูร์คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านความมีอิสระในการทำงาน ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับด้านความเข้าใจในกระบวนการทำงานมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานของพนักงาน บริษัท คูโบต้า พรีซิชั่น แมชชีนเนอร์รี่ (ประเทศไทย) จำกัด

จากการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน

ระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือทัศนคติที่มีต่อเพื่อนร่วมงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่า รองลงมาคือ ความคาดหวังที่จะได้รับมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่ามาก และลำดับสุดท้ายคือ ความรู้สึกที่ตนเองมีความสำคัญต่อองค์กรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่ามาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของโสภณวิชญ์ บัวบานพร้อม (2551) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยประสพการณ์ในการทำงานโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัททู คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) ด้านความสำคัญของตนเองต่อองค์กรและ ด้านความพึงพอใจขององค์กร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับด้านการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานและองค์กรมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความผูกพันในองค์กรของพนักงาน บริษัทคูโบต้าปริซิชัน แมชชีนเนอร์รี่ (ประเทศไทย) จำกัด

จากการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันในองค์กรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้านโดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือด้านจิตใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่ามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการคงอยู่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่ามาก และลำดับสุดท้ายคือ ด้านบรรทัดฐานทางสังคมการคงอยู่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่ามาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของพิศิษฐ์ มอญไชย (2554) ได้ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดเชียงใหม่มีความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาภาพรวมรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ด้านความเต็มใจที่จะปฏิบัติงานเพื่อองค์กรด้านความต้องการรักษาความเป็นสมาชิกในองค์กร ด้านการมีความรู้สึกภาคภูมิใจในองค์กร และด้านการยอมรับและเชื่อมั่นเป้าหมายขององค์กรและ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรุณสา เกษรสังข์(2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์สำนักงานใหญ่ ผลการวิจัย พบว่า พนักงานที่ปฏิบัติงานในธนาคารไทยพาณิชย์ สำนักงานใหญ่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ความพึงพอใจในการทำงานในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านความก้าวหน้าในงานที่ทำรองลงมา คือ ด้านความสัมพันธ์ต่อเพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชา และด้านเงินเดือนและสวัสดิการต่างๆและ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ โสภณวิชญ์ บัวบานพร้อม (2551) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ความผูกพันโดยรวมของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ที่มีต่อ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) อยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาความผูกพันต่อองค์กรเป็นรายข้อ ผลการศึกษา พบว่า มีความผูกพันอยู่ในระดับมากได้แก่ ความรู้สึกจงรักภักดีต่อองค์กร

ความเต็มใจที่จะทำงานและใช้ความสามารถอย่างเต็มที่เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จมักพูดกับเพื่อนร่วมงานว่า บริษัท ทูคอร்பอเรนซ์ จากัด (มหาชน) เป็นองค์กรที่ดีและสอดคล้องกับผลการศึกษาของอัจฉรา ชูเอน (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะงาน กับความผูกพันในองค์กรของพนักงาน บริษัทคูโบต้า ปริซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศไทย) จำกัด

จากการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กร อยู่ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ด้านความอิสระในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ด้านงานที่ทำมีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง และด้านความหลากหลายในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วรณิภา นิลวรรณ (2554) ได้ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณลักษณะงานขององค์กรและปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด คือปัจจัยด้านคุณลักษณะงาน

วัตถุประสงค์ที่ 5 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการทำงานกับ ความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัทคูโบต้า ปริซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศไทย) จำกัด

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรอยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ด้านความรู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญต่อองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ด้านทัศนคติต่อเพื่อนร่วมงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง และด้านความคาดหวังที่จะได้รับมีความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กรโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับผลการศึกษาของธนยุทธ บุตรขวัญ (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ในองค์กรของเจ้าหน้าที่สำนักงานทรัพย์สินส่วน

พระมหากษัตริย์ ผลการศึกษา พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรกับปัจจัยด้าน
ประสบการณ์ในการทำงานมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0. 05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะงานของพนักงาน บริษัท คูโบต้า
พรีซิชั่น แมชชีนเนอร์รี่ (ประเทศไทย) จำกัด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อ
พิจารณาเป็นรายด้านควรปรับปรุงสองด้านคือ

1. ด้านอิสระในการทำงาน บริษัท คูโบต้า พรีซิชั่น แมชชีนเนอร์รี่ (ประเทศไทย)
จำกัด ควรมีการให้พนักงานมีโอกาสได้เลือกวิธีการทำงานด้วยตนเองเพื่อพัฒนาองค์กร
2. ด้านความหลากหลายในการทำงาน บริษัท คูโบต้า พรีซิชั่น แมชชีนเนอร์รี่
(ประเทศไทย) จำกัด ควรเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความสามารถที่หลากหลายในการทำงาน
ตามกระบวนการขององค์กรสะท้อนให้เห็นว่างานของเขามีความท้าทายและสนุกในการปฏิบัติงาน
บริษัทมีระบบการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพหากผู้บริหารให้ความสำคัญในประเด็น
ดังกล่าวจะทำให้พนักงานมีความหลากหลายในการทำงานมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรความพึงพอใจในงานกับ
พฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาและทำ
ความเข้าใจสภาพปัญหาของการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงานบริษัท คูโบต้า พรีซิชั่น แม
ชชีนเนอร์รี่ (ประเทศไทย) จำกัด

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2552). สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย

ธนยุทธ บุตรขวัญ. (2554) ปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ในองค์กรของเจ้าหน้าที่สำนักงาน
ทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
ศิลปากร.

ผ่องพรรณ ทรัพย์มงคลและสุภาพ ฉัตรภรณ์. (2551). การออกแบบการวิจัย. กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พิศิษฐ์ มอญูไข. (2554) ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัด
เชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

วรรณิภา นิลวรรณ. (2554) ความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา
ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- โสภณวิชญ์ บัวบานพร้อม. (2551) *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)*. สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อัจฉรา ชูเอน. (2553) *ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- อรอุสา เกษรสังข์. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ สำนักงานใหญ่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น. (ฝ่ายบุคคลบริษัท คูโบต้า พีริซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศไทย) จำกัด, 2560)
- (ฝ่ายบุคคล บริษัท คูโบต้า พีริซิชั่น แมชชีนเนอรี (ประเทศไทย) จำกัด , ณ 30 มิถุนายน 2561)
- 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.
- Likert, Rensis. (1970) *The Human Resources : Cases and Concept*. New York : Hart Cout
- Steer, M. R. (1977) *Antecedents and Outcomes of Organizational Commitment*. *Administrative Science Quarterly*, 22 (March).
- Taro Yamane. (1967). *Statistics an introduction analysis*. 2nd ed. New York:

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต

The Effects of Marketing Mix selection of fitness center in Rangsit city municipality

มาฤทธิ สุขขัง¹ Marit Sukkang¹

วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ² Wilailak Ratanapeantamma²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ที่มาใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต 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 ผู้ใช้บริการฟิตเนสให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการฟิตเนสให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือด้านบุคลากรผู้ให้บริการ รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และอันดับสุดท้ายคือด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการฟิตเนสที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้ให้บริการฟิตเนสที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนต่างกันให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านพฤติกรรม พบว่า ผู้ใช้บริการฟิตเนสใช้บริการที่ฟิตเนสโดยเฉลี่ยจำนวน 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ ช่วงเวลาเย็น (17.01- 22.00) โดยมีจุดประสงค์ในการออกกำลังกายเพื่อลดน้ำหนัก และการออกกำลังกายรูปแบบ Cardio (เดินเร็ว/วิ่ง/ปั่นจักรยาน)

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาด การเลือกใช้บริการ เทศบาลนครรังสิต

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

² รศ.ดร.คณบดีคณะบริหารธุรกิจ ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก

Abstract

The objectives of this research were to 1) analyze the marketing-mix factors affecting the decision-making of the customers in using the services of the Fitness Center in Rangsit City Municipality, 2) compare the use of the marketing-mix factors affecting the decision-making in using the services of the Fitness Center in Rangsit City Municipality, classifying according to the personal factors, and 3) investigate the behavior of the service users of the Fitness Center in Rangsit City Municipality. The population used for this research were four hundred service users of the Fitness Center in Rangsit City Municipality. 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 importance toward the overall marketing-mix factors affecting the decision-making in using the services of the Fitness Center in Rangsit City Municipality at high level. When considering at each factor, the factor of the personnel who were the service givers received the highest mean score. Next on down were the factors of product, price, servicing process, channel of distribution, marketing promotion, and physical evidence which were all at high level respectively. In terms of the result of the hypothetical testing, the respondents who were from different gender used different marketing-mix factors affecting their decision-making in using the services of the Fitness Center in Rangsit City Municipality at no statistical significant level of 0.05. On the other hand, the respondents who were from different age group, educational background, occupation, and average monthly income used different marketing-mix factors affecting their decision-making in using the services of the Fitness Center in Rangsit City Municipality at statistical significant level of 0.05. In addition, in terms of the behavior of the service users, the majority of the respondents used the services of the Fitness Center in Rangsit City Municipality for the average of 1-2 times/ week from 17:01-22:00. Their main objectives were for exercising to lose weight and for cardio exercises (brisk walking/ treadmill/ indoor cycling).

Key Words: Marketing-Mix Factors; Decision-Making in Using Services; Rangsit City Municipality

บทนำ

ปัจจุบันมนุษย์หันมาให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายมากขึ้น เพราะนอกจากจะทำให้กล้ามเนื้อหัวใจ และหลอดเลือดแข็งแรงแล้ว ยังช่วยลดความเครียดจากสิ่งต่างๆที่พบเจอในชีวิตประจำวัน ซึ่งความเครียดนั้นส่งผลต่อสุขภาพจิตโดยตรง ในปัจจุบันฟิตเนสถือเป็นสถานที่ออกกำลังกายที่เข้ามาเป็นตัวเลือกที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนเมืองมากขึ้น เพราะฟิตเนสมีอยู่ทุกที่ ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า โรงแรม ซึ่งทำให้สะดวกในการเดินทางมากยิ่งขึ้น ความต้องการในการใช้บริการที่เพิ่มสูงขึ้นนั้น ทำให้ฟิตเนสถือกำเนิดเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยการขยายตัวของธุรกิจฟิตเนสเริ่มมีแนวโน้มสูงขึ้น ได้มีประเมินตลาดฟิตเนสในปีนี่ว่าธุรกิจฟิตเนส นั้นมีมูลค่าราว 9,000 ล้านบาท มีการเติบโตอยู่ที่ 9 – 10% จากการสำรวจตลาด พบว่าในประเทศไทยมีฟิตเนสที่จดทะเบียน 1,000 แห่ง เป็นฟิตเนสขนาดใหญ่ที่มีสาขาทั่วประเทศเพียงแค่ 4 แบรินด์ ได้แก่ ฟิตเนส เฟิร์สท์ , เวอร์จิ้น แอคทีฟ ฟิตเนส , ทู ฟิตเนส และวีฟิตเนส มีสาขารวม 40 สาขา มีมูลค่าการลงทุนคิดเป็น 90% ของมูลค่าตลาด ส่วนสาขาที่เหลือ 900 สาขาเป็นฟิตเนสแบบต้นทุนต่ำ (อ้างอิง www.positionmag.com , 2016 สืบค้นวันที่ 17 กรกฎาคม 2561)

ธุรกิจฟิตเนสเป็นหนึ่งในธุรกิจการให้บริการซึ่งมีแนวโน้มและโอกาสในการเจริญเติบโตของธุรกิจสูง ผู้ประกอบการในธุรกิจฟิตเนส ต่างพยายามแสวงหากลยุทธ์ทางการตลาดวิธีการใหม่ๆ เพื่อให้ตอบสนองกับความต้องการภายในจิตใจของผู้มาใช้บริการของตนให้ได้มากที่สุด ซึ่งในปัจจุบันการแข่งขันภายในธุรกิจค่อนข้างสูง และผู้ให้บริการเองก็มีตัวเลือกในการได้รับการบริการมากขึ้น ผู้ประกอบการจึงต้องนำเสนอจุดเด่นของสถานประกอบการและการให้บริการธุรกิจฟิตเนส ของตนเองในด้านต่างๆ ออกมาเพื่อดึงดูดให้ผู้มาใช้บริการตัดสินใจหรือเลือกเข้ามาใช้บริการของฟิตเนสตนเอง ด้วยการนำเสนอปัจจัยส่วนประสมการตลาด ทั้งในด้านอุปกรณ์ภายในฟิตเนส อัตราค่าบริการสำหรับสมาชิก สถานที่การให้บริการ และกิจกรรมส่งเสริมการขายให้กับสมาชิก ที่มีการนำมาทำเป็นกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดต่างๆ เข้ามาดึงดูดหรือเชิญชวนให้ผู้มาใช้บริการตัดสินใจเข้ามาเป็นสมาชิกของฟิตเนสมีจำนวนมากขึ้น รวมถึงพยายามรักษาลูกค้าเดิมของฟิตเนสเอาไว้ เพื่อให้ได้ซึ่งยอดขายสูงสุด ก็เป็นไปได้ด้วยความยากลำบากมากขึ้น เนื่องจากธุรกิจฟิตเนสต่างก็สร้างกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดที่ต้องตรงตามความต้องการภายในจิตใจของลูกค้า โดยการทุ่มเม็ดเงินจำนวนมากให้กับโปรโมชั่น ประชาสัมพันธ์ การสร้างภาพลักษณ์ของสถานประกอบการ เพื่อดึงดูดใจลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรู้จัก จำได้และอยากทดลองเข้ามาใช้บริการในฟิตเนสนั้นๆ นำมาซึ่งรายได้และผลประกอบการทางธุรกิจต่อไป

ในพื้นที่เขตเทศบาลนครรังสิตมีการเติบโตของหมู่บ้านจัดสรรและคอนโดมิเนียมเพิ่มมากขึ้นและมี

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิตโดยใช้ปัจจัยทางประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด โดยผู้วิจัยได้สังเกตเห็นแล้วว่าปัจจัยฉบับนี้มีประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้ประกอบการที่จะสามารถนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานปรับปรุง พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและรองรับกับการแข่งขันที่สูงขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและยังเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจในเรื่องนี้นำไปใช้ประโยชน์ได้ตามต้องการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix 7P's) หรือ 7Ps ของ ธนวรรธน์ แสงสุวรรณ์ และคณะ (อ้างถึงใน อรรถสิทธิ์ อมรไทรภพ, 2555) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภค ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านการบริการ (Process) ปัจจัยด้านบุคลากร (People) และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical and presentation) โดยส่วนประกอบทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน และเท่าเทียมกันขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะวางกลยุทธ์โดยเน้น น้ำหนักที่ปัจจัยใดมากกว่าเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งแนวคิดและทฤษฎีเหล่านี้เป็นพื้นฐานในการทำวิจัยครั้งนี้

แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของ Kotler (2012) (อ้างถึงในศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง พฤติกรรมช่วงผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขาหรือการศึกษาพฤติกรรมการจัดสินใจและการกระทำของคนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

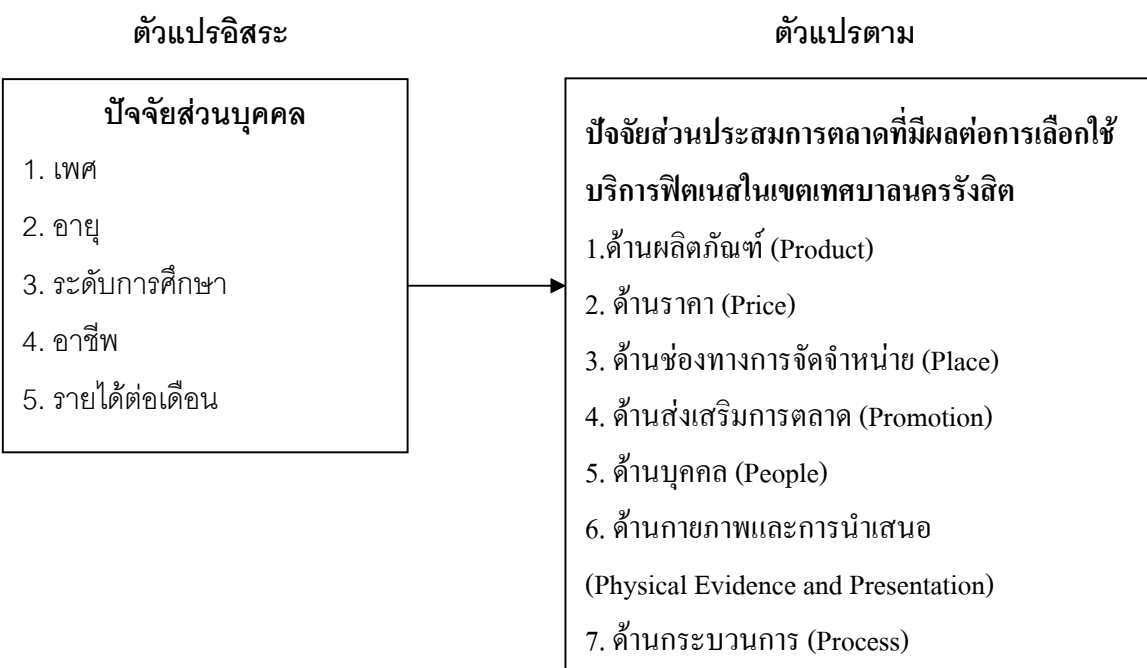
แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ อรรถพร หาญวานี (2546) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึงทัศนคติหรือระดับความพึงพอใจของบุคคลต่อกิจกรรมต่างๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมนั้นๆ โดยเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ค่านิยมและประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับของความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อกิจกรรมนั้นๆ สามารถตอบสนองของความต้องการแก่บุคคลนั้นได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขต เทศบาลนครรังสิต
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต

กรอบแนวคิดของการวิจัย

กรอบแนวคิดของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา ผลงานวิจัย และแนวคิดของทฤษฎีของนักวิชาการหลายท่านและนำมาบูรณาการ ซึ่งจะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต โดยนำทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของ ฟิลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler, 2013) โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix 7P's) หรือ 7P's ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านการบริการ (Process) ปัจจัยด้านบุคลากร (People) และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical and presentation) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรคำนวณของ Tara Yamane (ถานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555) สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % พบว่าจะต้องใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ในลักษณะ แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์เปรียบเทียบจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คือ ค่า t - test เพื่อทดสอบสมมติฐานสำหรับกรณีกลุ่มตัวแปรอิสระ 2 กลุ่ม คือ เพศ ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ตามตัวแปร อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one - way ANOVA) และเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี LSD สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย

ผู้ใช้บริการฟิตเนสให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการฟิตเนสให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือด้านบุคลากรผู้ให้บริการ รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และอันดับสุดท้ายคือด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ โดยสรุปเป็นรายด้านได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต ทั้งหมด 7 ด้าน ในภาพรวม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	\bar{X}	SD.	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.11	0.676	มาก	2
ด้านราคา	4.05	0.645	มาก	3
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.02	0.710	มาก	4
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.98	0.652	มาก	5
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.26	0.621	มากที่สุด	1
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.97	0.697	มาก	6
ด้านกระบวนการในการให้บริการ	4.05	0.729	มาก	3
รวม	4.06	0.575	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บริการฟิตเนสให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการฟิตเนสให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ด้านราคาและด้านกระบวนการในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.05) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.02) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.98) และอันดับสุดท้ายคือด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.97) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สรุปได้ดังนี้

ผู้ให้บริการที่มีเพศแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนภาพรวมและด้านอื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย

ผู้ใช้บริการฟิตเนสที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ใช้บริการฟิตเนสที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ใช้บริการฟิตเนสที่มีอาชีพต่างกันให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ใช้บริการฟิตเนสที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต พบว่าผู้ใช้บริการฟิตเนสใช้บริการที่ฟิตเนสโดยเฉลี่ยจำนวน 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ ช่วงเวลาเย็น (17.01- 22.00) โดยมีจุดประสงค์ในการออกกำลังกายเพื่อลดน้ำหนัก และการออกกำลังกายรูปแบบ Cardio (เดินเร็ว/วิ่ง/ปั่นจักรยาน)มากที่สุด

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องบัณฑิตส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต ผู้วิจัยอภิปรายผล ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ใช้บริการฟิตเนสให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ (2555) ศึกษาเรื่อง บัณฑิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย อนันต์ไลน์ ฟิตเนส ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรฉิมพา เรืองกล (2558) ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดและคุณภาพในการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า วี ฟิตเนส ไช้ไต้ กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า บัณฑิตส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Mix 7P's) ของธนวรรณ

แสงสุวรรณและคณะ(อ้างถึงในอรรถสิทธิ์ อมรไตรภพ,2555) โดยผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายแก่ลูกค้าต้องคำนึงถึงผลประโยชน์หลัก (Core Benefit) และต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าคาดหวัง หรือเกินความคาดหวัง โดยผู้ประกอบการเกี่ยวกับสถานที่ออกกำลังกายส่วนใหญ่ให้ความสำคัญถึงศูนย์ฟิตเนสควรมีอุปกรณ์ต่างๆ อยู่ในสภาพที่ดีมีความปลอดภัยในการใช้งาน สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เข้ามาใช้บริการ เป็นสินค้าและบริการที่มีศักยภาพ คุณภาพ เพื่อความสามารถในการแข่งขันและสามารถสร้างชื่อเสียงในอนาคตได้

ด้านราคา พบว่า ผู้ใช้บริการฟิตเนสให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑารัตน์ ปวิวงศ์กุลธร (2556) บัณฑิตการเลือกใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การเลือกใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครโดยคำนึงถึงบัณฑิตการตลาดด้านราคาอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของรุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ (2555) ศึกษาเรื่อง บัณฑิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย ออนไลน์ ฟิตเนส ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านราคาอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ใช้บริการฟิตเนสให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ (2555) ศึกษาเรื่อง บัณฑิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย ออนไลน์ ฟิตเนส ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรติมา เรื่องกล (2558) ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพในการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า วิ ฟิตเนส โขไฮตี้ กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า บัณฑิตส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาด สำหรับธุรกิจบริการเซอร์วิส มิกซ์ (Service Mix) ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) เป็นการนำเสนอบริการให้แก่ผู้ให้บริการฟิตเนส โดยผู้ให้บริการจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) ดังนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเลือกสถานที่ฟิตเนสอยู่ใกล้กับที่พักอาศัย ชุมชนหรือประชากรหนาแน่น และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้หลากหลายช่องทางเช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก แฟนเพจ อินสตาแกรม เป็นต้น รวมถึงการเพิ่มช่องทางการชำระเงินมีให้เลือกหลากหลายเช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต, ธนาคาร ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของผู้ใช้บริการในคุณค่าและคุณประโยชน์ของสินค้าและบริการที่นำเสนอ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการฟิตเนสให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑารัตน์ ปวิวงศ์กุลธร(2556) บัณฑิตการเลือกใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การเลือกใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครโดยคำนึงถึงปัจจัยการตลาดด้านการสื่อสารการตลาดอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุลวัฒน์ คงแทน(2560) ได้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจใช้บริการศูนย์ฟิตเนสในเขตบางกะปิ ผลการวิจัยพบว่าระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดระดับของการรับรู้ประโยชน์จากการออกกำลังกายและระดับของกระบวนการตัดสินใจใช้บริการศูนย์ฟิตเนสของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในเขตบางกะปิด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการฟิตเนสให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มุกดาวรรณ สมบูรณ์วรรณะ (2558) ศึกษาเรื่อง บัณฑิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (Fitness Center) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่าผลการวิจัยพบว่าบัณฑิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (Fitness Center) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครปัจจุบันทางด้านบุคลากรผู้ให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ(Service Marketing Mix) ของอดุลย์ จาตุรงค์กุล (อ้างถึงในอรรถสิทธิ์ อมรไตรภพ ,2555) ผู้ให้บริการต้องเป็นผู้ที่ถูกคัดเลือกการฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่างๆ ของผู้ประกอบการเล็งเห็นถึงความสำคัญพนักงานมีทักษะและความรู้ในการให้บริการ ให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม และเป็นมิตร มีความกระตือรือร้นและมีความสามารถในการให้คำปรึกษาและคำแนะนำเกี่ยวกับการให้บริการ มีความสามารถมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการฟิตเนสให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุลวัฒน์ คงแทน (2560) ได้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจใช้บริการศูนย์ฟิตเนสในเขตบางกะปิ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดระดับของการรับรู้ประโยชน์จากการออกกำลังกายและระดับของกระบวนการตัดสินใจใช้บริการศูนย์ฟิตเนสของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในเขตบางกะปิด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ

มุกดาวรรณ สมบูรณ์วรรณะ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (Fitness Center) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่าผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (Fitness Center) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมากเช่นกัน และสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาด

ด้านกระบวนการในการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการฟิตเนสให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุลวัฒน์ คงแทน(2560) ได้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจใช้บริการศูนย์ฟิตเนสในเขตบางกะปิ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดระดับของการรับรู้ประโยชน์จากการออกกำลังกายและระดับของกระบวนการตัดสินใจใช้บริการศูนย์ฟิตเนสของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในเขตบางกะปิด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกายออนไลน์ ฟิตเนส ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสในเขตเทศบาลนครรังสิต ผู้วิจัยให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการบำรุงรักษาอุปกรณ์อยู่ในสภาพที่ดีมีความปลอดภัยในการใช้งาน มีความทันสมัย สวยงามมีความหลากหลาย และมีสภาพใหม่สามารถตอบสนองความต้องการ

ด้านราคา ควรตั้งราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับฟิตเนสแห่งอื่นๆ ราคาที่ให้เลือกหลายระดับ และราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับความพึงพอใจที่ได้รับ และผู้ให้บริการฟิตเนสสามารถผ่อนชำระ 0% ผ่านบัตรเครดิตที่ร่วมรายการ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีทำเลที่ตั้งหรือสถานที่ฟิตเนสอยู่ใกล้กับที่พักอาศัย แหล่งชุมชน ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงข้อมูลได้หลากหลายช่องทางเช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก เป็นต้น ควรเพิ่มช่องทางการชำระเงินมีให้เลือกหลากหลายเช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต, ธนาคาร และมีความสะดวกในการเลือกซื้อระบบออนไลน์ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการศูนย์ฟิตเนส

ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการจัดโปรโมชั่นส่วนลด หรือแจกของแถม มีการจัดเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย รวมถึงมีบริการตรวจสุขภาพฟรี หรือ บริการหลังการขาย เช่น การให้

คำปรึกษาเกี่ยวกับสุขภาพ และควรมีการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์เช่น เว็บไซต์, เฟสบุ๊ก, อินสตาแกรม เป็นการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ควรมีการจัดอบรมพนักงานให้มีทักษะและความรู้ในการให้บริการ มีความสามารถในการให้คำปรึกษาและคำแนะนำเกี่ยวกับการให้บริการ รวมถึงมีการอบรมมาตรฐานการให้บริการ เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความยินดีและเต็มใจในการให้บริการ และพนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม และเป็นมิตรกับผู้ใช้บริการฟิตเนส

ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรจัดสถานที่ออกกำลังกายกว้างขวาง มีความใหญ่โต หรูหรา สะดวกสบาย มีความปลอดภัยในด้านต่าง (ห้องน้ำ, สถานที่จอดรถ, ตู้เก็บของส่วนตัว และมีบริการเครื่องดื่มและขนมฟรี และเป็นฟิตเนสมีชื่อเสียง

ด้านกระบวนการในการให้บริการ ควรมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ มีการแนะนำข้อมูลด้านสุขภาพก่อนใช้บริการ มีกระบวนการขั้นตอนการสมัครสมาชิกสะดวกรวดเร็ว และง่าย และรับฟังข้อคิดเห็นจากผู้ใช้บริการเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นเรื่อยๆ และมีความเข้าใจความต้องการของผู้มาใช้บริการอย่างแท้จริง เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการเข้าใช้บริการ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการฟิตเนสในกรุงเทพมหานครและตามแต่ละภูมิภาคและแต่ละจังหวัด เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงประชากรที่ใช้บริการอย่างทั่วถึง เพื่อนำประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจการเกี่ยวกับสถานที่ออกกำลังกายหรือเพื่อขยายสาขาเพิ่มมากขึ้น

2. ควรศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการฟิตเนส เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำมาวิเคราะห์และใช้วางแผนกลยุทธ์เพื่อรักษารฐานลูกค้าเดิมและจูงใจให้ลูกค้าใหม่ให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้น

บรรณานุกรม

หนังสือ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารตลาดยุคใหม่. ฉบับปรับปรุงใหม่ปี 2552*. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.

Philip Kotler. (2012). *Marketing Management. (11th Ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice - Hall.

งานวิจัยอื่น ๆ

จุลวัฒน์ คงแทน. (2560). *การตัดสินใจใช้บริการศูนย์ฟิตเนสในเขตบางกะปิ. (เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).*

สมภพ มุขัมหมัด. (2559). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการออกกำลังกายการเล่นกีฬาของสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์).*

จิรณิศา เรืองกล. (2558). *ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพในการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า วิ ฟิตเนส โซไฮตี้ กรุงเทพมหานคร. (ศิลปศาสตร์บัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).*

มุกดาวรรณ สมบูรณ์วรรณ. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ Fitness Center ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. (บริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).*

บดีนทร์ เจริญประดับกุล. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกายฟิตเนส เฟิร์ส. (บริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนานาชาติ แอสแตมฟอร์ด).*

รุ่งทิภา มุสิทธิภรณ์. (2558). *ความคาดหวังของผู้บริโภคชาวไทยต่อการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์. (นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).*

จุฑารัตน์ ปรีวงศ์กุลธร. (2556). *ปัจจัยการเลือกใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. (ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล).*

รุจิพจน์ อินทร์สุวรรณ. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกาย อนันต์ไอร์แลนด์ ฟิตเนส ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).*

จิรวุฒิ หลอมประโคน และนรเศรษฐ์ กมลสุทธิ. (2552). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการสมัครสมาชิกฟิตเนส เซ็นเตอร์ ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. (มหาวิทยาลัยสยาม).*

สิทธิชัย ชุมแวงวาปี. (2551). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์ออกกำลังกาย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. (วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).

เว็บไซต์

ไทยโพสต์. (2556) . แนวโน้มการดูแลสุขภาพ. สืบค้นวันที่ 17 กรกฎาคม 2561

<http://www.thaipost.net/x-cite/030113/67431>

เทศบาลนครรังสิต (2561) . จำนวนประชากรในเขตเทศบาลนครรังสิต . สืบค้นวันที่ 17 กรกฎาคม 2561

<http://rangsit.org/New/index.php/th/>

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวถ่ายภาพที่มีต่อสื่อ
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่ง
กระเจาน จังหวัดเพชรบุรี¹

Traveling Behaviors with Photographers' Opinions on Resource Communication Natural
Travel Kaeng Krachan NP Phetchaburi Province

โดย มุทิตา อารยะเศรษฐากร²

Muthita Arayasetthakorn

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักถ่ายภาพที่มาถ่ายภาพ
นกที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระเจาน จังหวัดเพชรบุรี เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักถ่ายภาพ
นกที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนก อำเภอแก่งกระเจาน
จังหวัดเพชรบุรีและ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักถ่ายภาพที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อ
ความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนก อำเภอแก่งกระเจาน จังหวัดเพชรบุรี ที่แตกต่างกันตามลักษณะทาง
ประชากรและพฤติกรรมการท่องเที่ยว เครื่องมือในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่าง
จำนวน 360 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุ 21-30 ปี มีการศึกษา
ระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท
และมีภูมิลำเนาในจังหวัดกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมท่องเที่ยวโดยใช้กล้อง DSLR Full frame
ถ่ายภาพนก ใช้เลนส์ 500 m.m. ในการถ่ายภาพนก มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาถ่ายภาพนกมากขึ้นเพียง
สองคน ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะเดินทาง ใช้เวลาสองวันพักค้างหนึ่งคืนในการมาถ่ายภาพนก
เลือกฤดูร้อน มีนาคม-มิถุนายนในการมาถ่ายภาพนก และเลือกพักรีสอร์ทเอกชนใกล้บริเวณแหล่ง
ถ่ายภาพนก ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจ
พิเศษ ที่บ้านสองนก อำเภอแก่งกระเจาน จังหวัดเพชรบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ เมื่อจำแนกเป็น
รายด้านพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวถ่ายภาพนกที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อ
ความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนก อำเภอแก่งกระเจาน จังหวัดเพชรบุรี ระดับเห็นด้วย ได้แก่ ด้านสื่อ
สังคมออนไลน์ ระดับไม่แน่ใจ ได้แก่ ด้านสื่อบุคคล ส่วนระดับไม่เห็นด้วย ได้แก่ ด้านสื่อ รongลงมา
ได้แก่ ด้านสื่อกลางแจ้ง ตามลำดับ

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวถ่ายภาพนกที่มี
ต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระเจาน จังหวัดเพชรบุรี

² อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

ผลการทดสอบสมมติฐาน เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวถ่ายภาพนกที่มีต่อสื่อ
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านส่องนก อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ที่
แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมกรท่องเที่ยว พบว่า ลักษณะทางประชากรของ
นักท่องเที่ยวถ่ายภาพนกทุกด้านนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อ
ความสนใจพิเศษ ที่บ้านส่องนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรีแตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมกรท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความ
คิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านส่องนก อุทยานแห่งชาติแก่ง
กระจาน จังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นพฤติกรรมด้าน
ระยะเลนส์ที่ใช้ถ่ายภาพนก และพาหนะที่ใช้เดินทางมาถ่ายภาพนก ไม่มีความแตกต่างกัน

คำสำคัญ : พฤติกรรมกรท่องเที่ยว ความคิดเห็น สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ

Abstract

This research purpose to study the tourist behavior of photographers who take pictures of birds at Baan Songnok Kaeng Krachan National Park Phetchaburi Province. To study the opinions of the bird photographer on the media for tourism special attention at Baan Songnok Kaeng Krachan National Park Phetchaburi Province. To study the opinions of the photographers on the media for tourism special attention at Baan Songnok Kaeng Krachan National Park Phetchaburi Province the differences in demographic characteristics and tourist behavior. The research instruments were 360 questionnaires. Most of the males are 21-30 years of age. Have a career as a private company employee. Monthly income between 10,000 – 30,000 baht and a domicile in Bangkok. Traveling behavior using a full frame DSLR camera. Bird photography using a 500 m.m. lens to shoot birds. There are only two people traveling to photograph birds. Use your private car as a travel vehicle. Spend two nights a night in a photo shoot. Choose a summer March – June to take pictures of birds. And choose a private resort near bird photography. The results of the analysis of information on tourism media for special attention at Baan Songnok Kaeng Krachan National Park Phetchaburi Province. The consensus is social media. Uncertainty is the media. The level of dissent is the media. Outdoor media, respectively.

Test results hypothesis Comparison of tourists' opinions on bird photography to media for tourism at Baan Songnok Kaeng Krachan National Park Phetchaburi Province According to the demographic characteristics and tourist behavior, it was found that the population of tourists photographed all aspects of tourism at Baan Songnok Kaeng Krachan National Park there was a statistically significant difference at .05 level and that of bird photographers with different tourist behaviors. Have opinions on travel media for special interests at Baan Songnok Kaeng Krachan National Park Phetchaburi Province. The difference was not significant at the 0.05 level. And travel to take photos no difference.

Keywords: tourism behavior, the opinions, media public relations tourism special attention

บทนำ

ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีบทบาทหน้าที่ในการให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางไปท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นที่พักโรงแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม พาหนะท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยว สินค้าที่ระลึก และธุรกิจนันทนาการท่องเที่ยว เป็นต้น ธุรกิจดังกล่าวช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อชุมชนบ้างไม่มากก็น้อย แนวทางหนึ่งในการที่จะทำให้ชุมชนและสิ่งแวดล้อมสามารถอยู่ร่วมกันกับธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ ก็ต้องใช้กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวที่ต้องสอดคล้องกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นและธรรมชาติของชุมชน ด้วยการวิเคราะห์ที่ตั้งจุดเด่นของชุมชนและท้องถิ่นที่มีมูลค่าด้านการท่องเที่ยวขึ้นมาเป็นจุดขายและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และถ้าสอดคล้องกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแล้ว ก็จะทำให้ต้นทุนในการลงทุนด้านบริการท่องเที่ยวของธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้นลดลง และสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างสอดคล้องกับทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีอยู่ เช่น การล่องแก่ง คุนุก ชมพันธุ์ไม้ เทียวถ้ำ ดำน้ำ ดูปะการัง เป็นต้น (สุวิมล เหลืองประเสริฐ และคณะ, 2548 : 276)

การจัดการในธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีประสิทธิภาพ ส่วนใหญ่แล้วมักจะพึ่งพาสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติห่างไกลจากตัวเมือง แต่สามารถใช้พาหนะเดินทางไปได้อย่างสะดวก มีระบบสาธารณูปโภค ไฟฟ้า ประปา สัญญาณโทรศัพท์รองรับ แต่ที่พักต้องมีสภาพแวดล้อมสอดคล้องกับธรรมชาติหรือตกแต่งเลียนแบบกับธรรมชาติในท้องถิ่นมากที่สุด เช่น รีสอร์ท อุทยานแห่งชาติ และวนอุทยาน เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวนี้จะเป็น

ที่ถูกใจแก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติจะทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวจำพวก นก แมลง ผีเสื้อต่างๆ มีความชุกชุมและอุดมสมบูรณ์ เป็นจุดขายดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการได้อย่างคุ้มค่า สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น มาดูนก ดูผีเสื้อ ก็จะชอบเดินป่า และพักผ่อนทางเดินที่ท่ามกลางธรรมชาติ ในสภาพแวดล้อมที่ไม่มีความสะดวกสบายมากนัก (สุวัฒน์ จูฑาภรณ์ และรุ่งทิพ ว่องปฏิการ, 2548 : 146-147) บางครั้งในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเขตอุทยานแห่งชาติหรือวนอุทยาน อาจไม่อนุญาตให้ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนเข้าไปทำธุรกิจ แต่บริเวณชายขอบรอบนอกที่เป็นพื้นที่ต่อเนื่องนอกเขตอุทยานฯ ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถดำเนินการได้ จึงพบเห็นรีสอร์ท ที่พักแรม บริการที่พักและอาหารให้นักท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับธรรมชาติแวดล้อม เช่น สภาพแวดล้อมที่อุดมไปด้วยป่าไม้ ก็จะมีบริการดูนกและส่องสัตว์ป่า ร่วมอยู่ด้วย สภาพแวดล้อมที่มีเขาสูงและหน้าผา ก็จะมีบริการไต่ผาลุยถ้ำร่วมอยู่ด้วย หรืออยู่ใกล้แหล่งน้ำ ก็จะมีบริการ ล่องเรือ ดำน้ำ ตกปลา เป็นต้น (ราณี อธิชัยกุล, 2548 : 227) บริการดังกล่าวจึงเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นที่สอดคล้องกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อม มีการเรียนรู้ร่วมกันที่จะช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาตินี้ไว้ได้อย่างยั่งยืน เพราะธรรมชาติอยู่ได้นาน ธุรกิจของผู้ประกอบการก็จะมีบริการให้นักท่องเที่ยวได้นานเช่นกัน จึงเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนต้องมิจิตสำนึกต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาตินี้ (สุวัฒน์ จูฑาภรณ์ และจริญญา เจริญสุทใส, 2548 : 123)

ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวต้องมีการประชาสัมพันธ์สื่อสารข้อมูลสินค้าและบริการของตนเองไปยังผู้รับสารที่เป็นลูกค้าเพื่อให้มีการรับรู้และสอดคล้องกับความต้องการที่มีจุดมุ่งหมายอยู่แล้วก็จะทำให้เกิดการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่ให้บริการแหล่งถ่ายภาพนก นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมมาถ่ายภาพนกก็จะให้ความสนใจในแหล่งที่มีนกให้ถ่ายภาพได้อยู่แล้ว อีกทั้งยังให้บริการที่พักและอาหารอีกด้วย ก็จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น และยังให้ข้อมูลที่อำนวยความสะดวกในหลายๆ ด้านมากเท่าไร ก็จะทำให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากเท่านั้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะมีการศึกษาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจอย่างรอบคอบที่มีความรู้สึกที่คุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับที่อื่นๆ ข้อมูลที่สนใจก่อนเดินทางที่นักท่องเที่ยวได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่จะไป ช่วงเวลาที่จะไป รูปแบบพาหนะที่ใช้เดินทาง ระยะเวลาของการเดินทาง ที่พักระหว่างทาง กิจกรรม และงบประมาณ เป็นต้น (นิรันดร ทัพไชย, 2548 : 83-84)

ธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวธรรมชาติ บ้านสองนก อยู่ชายขอบของอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ซึ่งอุทยานฯ นั้นมีพื้นที่ครอบคลุมท้องที่อำเภอแก่งกระจาน อำเภอหนองหญ้าปล้อง อำเภอท่ายาง อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี และอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นอุทยานแห่งชาติที่มีสภาพป่าที่อุดมสมบูรณ์ เป็นป่าต้นน้ำของแม่น้ำเพชรบุรีและแม่น้ำปราณบุรี และมีลักษณะเด่นทางธรรมชาติที่สำคัญหลายแห่ง เช่น ทะเลสาบ น้ำตก ถ้ำ หน้าผาที่สวยงาม ทั้งเป็นอุทยานแห่งชาติที่มีพื้นที่กว้างใหญ่ที่สุดของประเทศไทย มีเนื้อที่ประมาณ 2,915 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,821,875 ไร่ อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ปิดการท่องเที่ยวและพักอาศัย (เฉพาะที่พักโซนที่ 3) ในเขตอุทยานแห่งชาติประจำปี (เฉพาะแคมป์บ้านกร่าง และเขาพะเนินทุ่ง) ในช่วงฤดูฝน เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวดังนี้ คือ ปิดตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม-31 ตุลาคม กิจกรรมการท่องเที่ยว การดูนก จุดที่น่าสนใจสำหรับการ ดูนกส่วนใหญ่อยู่ตามเส้นทางสายวังวน-พะเนินทุ่ง บริเวณ กม.ที่15 มีนกพญาปากกว้าง นกบั้งรอก นกหัวขวาน นกแก้วแล้ว และนกเงือกหลายชนิด ช่วง กม.ที่ 26-29 มีนกเสือแมลงหัวขาว นกกระวางหัวหงอก โดยเฉพาะนกกะลิงเขียดหางหนาม ซึ่งมักหากินรวมฝูงอยู่กับนกกระวางไฟปากแดงสัน จากบริเวณนี้เป็นต้นไปสามารถพบนกทางภาคเหนือ เช่น นกปรอดหัวตาขาว นกเสือแมลงปีกแดง นกกะลิงเขียดสีเทา ฯลฯ จุดดูนกก่อนขึ้นบ้านกร่าง นักท่องเที่ยวสามารถแวะพักและถ่ายภาพได้ที่ บ้านสองนก ซึ่งเป็นรีสอร์ทท้องถิ่นที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ นั่นคือการดูนกและถ่ายภาพนก เนื่องจากบ้านสองนกอยู่ใกล้กับบริเวณพื้นที่ของอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี จึงมีทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นพันธุ์พืช แลสัตว์ป่าที่หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นกป่า และนกประจำถิ่น รวมทั้งนกอพยพตามฤดูกาล จะเป็นเป้าหมายสำคัญของนักท่องเที่ยวดูนกและถ่ายภาพนกที่มุ่งหน้าเดินทางสู่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน เพื่อมาเก็บภาพนกเหล่านี้ และส่วนใหญ่ก็มักจะแวะตั้งหลักกันที่บ้านสองนกแห่งนี้ก่อน เพราะที่นี่จะมีบ่อน้ำ หรือแอ่งน้ำเทียม ไว้ให้นักได้แวะมาอาบน้ำและกินน้ำ มีบริการที่พักแก่นักท่องเที่ยว พร้อมกับอาหารและสินค้าที่ระลึก ทำให้มีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางมาใช้บริการกันมากบ้างน้อยบ้าง (iPhotoplay, Practical Photo, 26-31) แต่จากการที่ได้ลงทุนทำธุรกิจให้บริการ ที่พักและแหล่งถ่ายภาพนก จึงมีต้นทุนในการให้บริการ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษคือการถ่ายภาพนก จึงต้องมีการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เท่าที่จะสามารถทำได้ ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อสังคมออนไลน์ และสื่อกลางแจ้ง เป็นต้น ล้วนมีผลต่อการรับรู้และตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวใช้บริการทั้งสิ้น แต่ก็จะมีผลแตกต่างกันไปตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จึงเป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสนใจ

ด้วยเหตุดังกล่าวที่นักท่องเที่ยวเป็นนักถ่ายภาพนกมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะความสนใจพิเศษ ได้ให้ความสนใจมาดูนกและถ่ายภาพนกที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน

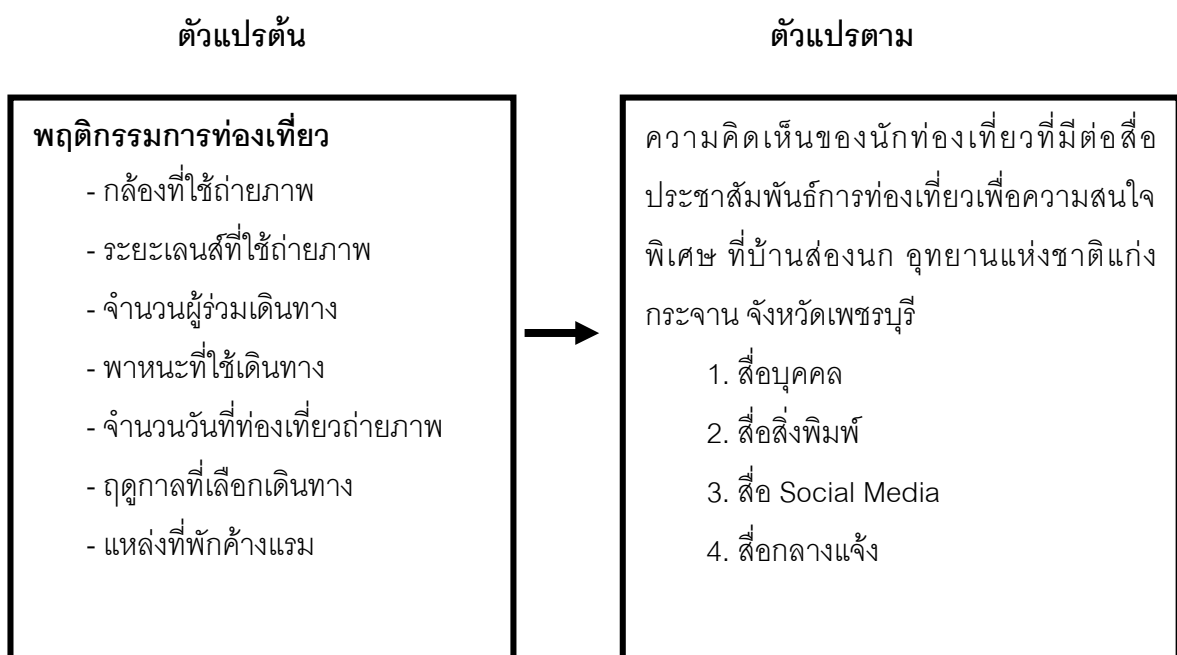
จังหวัดเพชรบุรี จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับผ่านสื่อของบ้านส่องนก การให้ความคิดเห็นต่อการสื่อสาร ข้อมูลเกี่ยวกับนกเป้าหมายที่เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่ตนเองสนใจมาถ่ายภาพนกนั้น จะส่งผลต่อการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ แตกต่างกันไปตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างไร นักท่องเที่ยวถ่ายภาพนกมีความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านส่องนก อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ในระดับใด และมีความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวถ่ายภาพนกที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านส่องนก อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรีนั้น มีแตกต่างกันตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างไรหรือไม่ เพื่อจะได้นำข้อค้นพบให้ผู้ประกอบการ ผู้ที่สนใจหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารข้อมูล ได้พัฒนาปรับปรุงการสื่อสารข้อมูล ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติเกี่ยวกับนกและสัตว์ป่า ที่บ้านส่องนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

ในบทความนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักถ่ายภาพที่มาถ่ายภาพนกที่บ้านส่องนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักถ่ายภาพนกที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านส่องนก อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักถ่ายภาพที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านส่องนก อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการท่องเที่ยว ภายใต้ขอบเขตการวิจัยเฉพาะลักษณะทางประชากรได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักถ่ายภาพนกที่มาถ่ายภาพนกที่บ้านส่องนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ กล้องที่ใช้ถ่ายภาพ ระยะเวลาที่ใช้ถ่ายภาพ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทาง จำนวนวันที่ใช้ท่องเที่ยว ฤดูกาลที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว และแหล่งที่พักค้างแรม รวมทั้งศึกษาถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวถ่ายภาพนกที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านส่องนก อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ทางด้าน สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อสังคมออนไลน์ และสื่อกลางแจ้ง เท่านั้น ภายใต้สมมติฐานที่ว่า ลักษณะทางประชากรของนักถ่ายภาพนกที่แตกต่างกัน และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักถ่ายภาพนกที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านส่องนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อค้นหาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี กรอบแนวคิดในการวิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎี และงาน วิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากเอกสารวิชาการ ในแง่มุมของความหมาย ลักษณะ ความสำคัญ ประเภท ประโยชน์และหลักการ เพื่อนำแนวคิดที่ได้มาสังเคราะห์และสรุปเป็นแนวทาง สำหรับการพัฒนาไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิด พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี โดยกำหนดเป็นตัวแปรอิสระ ได้แก่ กล้องที่ใช้ถ่ายภาพ ระยะเวลาเลนส์ที่ใช้ถ่ายภาพ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทาง จำนวนวันที่ท่องเที่ยวถ่ายภาพ ฤดูกาลที่เลือกเดินทาง และแหล่งที่พักค้างแรม ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ทางด้านสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ Social Media และสื่อกลางแจ้ง ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่มาถ่ายภาพนกที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 3,600 คน ในปี 2559 (ที่มา : สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวถ่ายภาพและดูนกที่บ้านสองนก พ.ศ.2559) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบไปด้วยนักถ่ายภาพนก ที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจานแก่งกระจาน จำนวน 360 คน ด้วยการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Selection) โดยหาได้จากการคำนวณสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (วิเชียร เกตสิงห์, 2541) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม ที่มีลักษณะเป็นโครงสร้างสอดคล้องกับหัวข้อและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องพร้อมทั้งแนะนำและแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม โดยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องของภาษา (Wording) การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ โดยการหาความตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบก่อน (Pre-test) กับนักถ่ายภาพนกที่มาถ่ายภาพนกที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1990 : 202-204) ได้เท่ากับ 0.783 ซึ่งอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)) เป็นการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี มีการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 360 คน ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น และแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ โดยอาศัยการค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ในช่วงเดือนมกราคม – เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2560 จากนั้นนำแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางด้านสังคมศาสตร์ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว ใช้การสรุปหรือบรรยายคุณลักษณะ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม โดยใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test และ One- way ANOVA (F-test)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้กล้องท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษด้วยกล้อง DSLR Full Frame ระยะเลนส์ที่ใช้ คือ 500 m.m. มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางรวม 2 คน ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะเดินทาง ใช้เวลามาสองวันพักค้าง 1 คืน เลือกมาช่วงฤดูร้อน มีนาคม – มิถุนายน และเลือกวีลแชร์เอกซนไกลับบริเวณแหล่งถ่ายภาพนกค้ำงแรม ดังตารางที่ 1

(n = 360)

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
กล้องที่ใช้ท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ		
กล้อง DSLR Full Frame	190	52.8
กล้อง DSLR APS-C	132	36.7
กล้อง Mirrorless	19	5.3
กล้อง Tele Scope	19	5.3
ระยะเลนส์ที่ใช้เป็นประจำ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 300 m.m.	118	32.8
400 m.m.	14	3.9
500 m.m.	158	43.9
600 m.m. หรือมากกว่า	70	19.4
จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาดูนกและถ่ายภาพนก		
มาเพียงคนเดียว	61	16.9
มาด้วยกันเพียงสองคน	131	36.4
มาด้วยกัน 3 คน	98	27.2
มาด้วยกันมากกว่า 3 คน	70	19.4
พาหนะที่ใช้เดินทางมาดูนกและถ่ายภาพนก		
รถยนต์ส่วนตัว	254	70.6
เหมารถตู้รับจ้าง	106	29.4
จำนวนวันที่ใช้ท่องเที่ยวดูนกและถ่ายภาพนก		
ใช้เวลาภายในวันเดียว	37	10.3
มาสองวันพักค้าง 1 คืน	217	60.3
มา 3 วัน พักค้าง 2 คืน	79	21.9
มามากกว่า 3 วัน พักค้างมากกว่า 2 คืน	27	7.5

ฤดูกาลที่เลือกเดินทางมาดูนกและถ่ายภาพนก		
ฤดูร้อน มีนาคม – มิถุนายน	128	35.6
ฤดูฝน กรกฎาคม – ตุลาคม	108	30.0
ฤดูหนาว พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์	28	7.8
มาได้ทุกฤดู	96	26.7
แหล่งพักผ่อนที่ไปดูนกและถ่ายภาพนก		
ไม่ได้พักผ่อนที่ใด	37	10.3
รีสอร์ทเอกชนใกล้บริเวณแหล่งถ่ายภาพนก	168	46.7
ทางเดินที่พะเนินทุ่งแคมป์	44	12.2
ทางเดินที่บริเวณบ้านกว้างแคมป์	111	30.8
รวม	360	100.0

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวถ่ายภาพนกที่ บ้านส่องนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านส่องนก อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ ($\bar{X} = 2.93$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวถ่ายภาพนกที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านส่องนก อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ระดับเห็นด้วย ได้แก่ ด้านสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{X} = 4.08$) ระดับไม่แน่ใจ ได้แก่ ด้านสื่อบุคคล ($\bar{X} = 3.21$) ส่วนระดับไม่เห็นด้วย ได้แก่ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ($\bar{X} = 2.23$) รองลงมาได้แก่ ด้านสื่อกลางแจ้ง ($\bar{X} = 2.20$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวถ่ายภาพนกที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านส่องนก อ.แก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี	\bar{X}	S.D	แปลผล
ด้านสื่อบุคคล	3.21	0.549	ไม่แน่ใจ
ด้านสื่อสิ่งพิมพ์	2.23	0.376	ไม่เห็นด้วย
ด้าน Social Media	4.08	0.366	เห็นด้วย
ด้านสื่อกลางแจ้ง	2.20	0.340	ไม่เห็นด้วย
รวมเฉลี่ย	2.93	0.280	ไม่แน่ใจ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักถ่ายภาพที่มีต่อการสื่อสารข้อมูลทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม

ผลการทดสอบสมมติฐาน เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวถ่ายภาพที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนก อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมกรท่องเที่ยว พบว่า ลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวถ่ายภาพทุกด้านนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักถ่ายภาพที่มีพฤติกรรมกรท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นพฤติกรรมด้านระยะเวลาที่ใช้ถ่ายภาพ และพาหนะที่ใช้เดินทางมาถ่ายภาพ ไม่มีความแตกต่างกัน

อภิปรายผล

1. นักถ่ายภาพส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมกรท่องเที่ยวโดยมาใช้ช่วงฤดูร้อน มีนาคม-มิถุนายน และเลือกแหล่งที่พักค้างแรมที่รีสอร์ท เอกชนใกล้บริเวณแหล่งถ่ายภาพ ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนกฤต สุทธินนท์โชติ (2558) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม ช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ และคณะ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ ใช้เวลาท่องเที่ยวในอุทยานฯ 1-2 วัน โดยทำกิจกรรมหลัก 3 กิจกรรม คือ เดินป่า ศึกษาธรรมชาติ ถ่ายรูปบันทึกภาพ/เสียง และใช้จ่ายภายในอุทยานฯ เฉลี่ย 2,776 บาท เลือกพักรีสอร์ทที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงอุทยานฯ และยังคงสอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของ Swarbrooke (2007) ที่อธิบายว่า นักท่องเที่ยวจะมีพฤติกรรมกรตัดสินใจค่อนข้างเป็นไปในลักษณะการตัดสินใจอย่างรอบคอบ ทั้งนี้ก็เพราะว่าการท่องเที่ยวในครั้งหนึ่งนั้นต้องเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ จำนวนมากซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการต่อไปนี้ คือ สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวจะเดินทางไป ช่วงเวลาที่เดินทางไป รูปแบบของพาหนะที่ใช้เดินทาง ระยะเวลาของการเดินทาง รูปแบบของที่พักระหว่างเดินทาง กิจกรรมระหว่างการเดินทาง และงบประมาณที่จะใช้ในการเดินทาง ดังนั้นการค้นพบว่านักถ่ายภาพส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมกรท่องเที่ยวโดยเดินทางในช่วงฤดูร้อน มีนาคม - มิถุนายน และเลือกแหล่งที่พักค้างแรมที่รีสอร์ทเอกชนใกล้บริเวณ

แหล่งถ่ายภาพก็จะเป็นเพราะนักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวและตัดสินใจอย่างรอบคอบเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด

2. นักท่องเที่ยวถ่ายภาพก็มีความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ด้าน Social Media ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ เฟสบุ๊ก ของเพื่อนกลุ่มคุณช่วยให้ได้รับข้อมูลการถ่ายภาพที่แก่งกระจานและบ้านสองนกที่เป็นปัจจุบัน ($\bar{X} = 4.45$) ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของสุชาย เวสวัชรตระกูล (2557) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวปางอุ๋ง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์จากนิตยสารการท่องเที่ยว มีการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวปางอุ๋งจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็น Facebook และยังคงสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการรับสารของ Cheung, Chiu, & Lee (2010) ซึ่งได้อธิบายถึง Social Media ว่า Social Media ในยุคนี้ทำให้เกิดเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นสังคมออนไลน์ที่ช่วยให้คนสามารถทำความรู้จักกัน เปิดเผย ข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ วิดีโอ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และความสนใจร่วมกัน จากสถิติพบว่าปัจจุบันมีคนกว่า 100 ล้านคนทั่วโลกที่ ติดต่อกันผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีการใช้ Face book และเครือข่ายอื่นๆ ซึ่งแต่ละคน สามารถที่จะสร้าง Profile ของตนเอง และสามารถ เชื่อมต่อกับ Profile ของบุคคลอื่น เพื่อใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันได้ (อ้างอิงใน <https://monnapablog.wordpress.com/สังคมออนไลน์-social-network-2/>) ดังนั้นการที่ค้นพบว่า เฟสบุ๊ก ของเพื่อนกลุ่มคุณช่วยให้ให้นักถ่ายภาพได้รับข้อมูลการถ่ายภาพที่แก่งกระจานและบ้านสองนกที่เป็นปัจจุบันจึงเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันเห็นทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และข้อความ ที่เป็นประโยชน์ในการมาถ่ายภาพที่บ้านสองนก

3. นักท่องเที่ยวถ่ายภาพก็มีความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ด้านสื่อบุคคล พบว่า ระดับเห็นด้วย ได้แก่ ผู้ประกอบการของบ้านสองนก มีข้อมูลถ่ายภาพในท้องถิ่นทำให้รู้สึกมั่นใจในการถ่ายภาพ ($\bar{X} = 3.93$) ข้อค้นพบดังกล่าวไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ บุญชัย จาตุรงค์สาโรช (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการเปิดรับข่าวสารกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวรวมของอุทยานแห่งชาติป่าหินงาม จังหวัดชัยภูมิ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติป่าหินงาม จากสื่อบุคคลที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยไปเที่ยวมาแล้ว และยังคงสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ของ วิรัช ภูมิรัตนกุล (2548 : 157) ได้อธิบายว่า สื่อประชาสัมพันธ์ คือ หนทางหรือวิถีในการนำข่าวสารที่ต้องการ

ประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งไปผู้รับ สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ผู้บุคคล จัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโน้มน้าว จิตใจ เนื่องจากติดต่อกับผู้รับสารโดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่างๆ และยังคงคล้องกับ วิจิตร อวระกุล (2534: 120) ได้อธิบายถึงสื่อบุคคลว่า สามารถพูดจาต้อนรับประชาชนที่มาติดต่อ การพูดโทรศัพท์ เจ้าหน้าที่ติดต่อสอบถาม การอบรม การบรรยาย เป็นสิ่งกระตุ้นก่อให้เกิดความเชื่อถือ ดังนั้นจากการที่ค้นพบว่า ผู้ประกอบการของบ้านสองนก มีข้อมูลถ่ายภาพนกในท้องถิ่นทำให้รู้สึก มั่นใจในการถ่ายภาพนก จึงเป็นรับข้อมูลจากผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวถือว่าเป็นการรับข้อมูลที่ มีประสิทธิภาพถูกต้องชัดเจนและมีความน่าเชื่อถือ เป็นสิ่งที่นักถ่ายภาพนกรตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับ นกที่จะมาถ่ายภาพได้โดยตรง

4. การทดสอบสมมติฐาน เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวถ่ายภาพนกที่มีต่อสื่อ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัด เพชรบุรี ที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร พบว่า นักท่องเที่ยวถ่ายภาพนกที่มีลักษณะทาง ประชากรที่แตกต่างกันทุกด้านมีความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ข้อค้นพบดังกล่าวใกล้เคียงกับการศึกษาของ อร่ามศรี สุวดีทิกุล (2547) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัด เพชรบุรี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการ มาเยือน ระยะเวลาในการมาเยือน ลักษณะกลุ่มของนักท่องเที่ยว การได้รับข้อมูลข่าวสาร และความรู้ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังคงคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นที่แตกต่างกันของ ดวงอุมา ไสภา (2551: 21) ซึ่งอธิบายได้ว่า ปัจจัยพื้นฐานมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของบุคคล เช่น ปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับ พันธุกรรมและร่างกาย ระดับการศึกษา ความเชื่อ ค่านิยม และเจตคติของ บุคคลต่อเรื่องต่างๆ ประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ สร้างความเข้าใจ เหล่านี้จะส่งผลต่อความ คิดเห็นของบุคคลให้เหมือนกันหรือแตกต่างกัน ดังนั้นจากสมมติฐานที่พบว่านักท่องเที่ยวถ่ายภาพนก ที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันทุกด้านมีความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อ ความสนใจพิเศษที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน จึงเป็น เพราะมีพื้นฐานจากปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ทั้ง เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา ที่แตกต่างกัน ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวถ่ายภาพนกที่ มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ที่แตกต่างกันตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวทุกด้าน

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านระยะเลนส์ที่ใช้ถ่ายภาพ และด้านพาหนะที่ใช้เดินทางมาถ่ายภาพ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ไม่แตกต่างกัน ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นของประสาท หลักศิลา (2541: 398-399) ซึ่งได้อธิบายว่า ความคิดเห็นต่างๆ ของคนเรานั้นโดยทั่วไปเกิดได้จากการพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนเรื่องราวต่างๆ ในชีวิตประจำวันของคนเรา แต่ว่าแต่ละคนนั้นก็จะมีภูมิหลังทางสังคมที่แตกต่างกันไป และเป็นผลต่อการกระทำ การตอบสนองต่อเหตุการณ์ที่ตนเองเผชิญหรือสัมผัสอยู่ ก็จะเกิดความคิดเห็นต่อเหตุการณ์เรื่องราวนั้นๆ แตกต่างกันไปด้วย แต่ถ้ามีภูมิหลังที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน ก็จะมีความคิดเห็นต่อเรื่องราวนั้นๆ เหมือนกันได้ ดังนั้นจากการทดสอบสมมติฐานที่พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวทุกด้านนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน ยกเว้นพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านระยะเลนส์ที่ใช้ถ่ายภาพ และด้านพาหนะที่ใช้เดินทางมาถ่ายภาพ ไม่แตกต่างกัน จึงเป็นเพราะพฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นเหตุการณ์ที่นักท่องเที่ยวถ่ายภาพจะมีภูมิหลังที่แตกต่างกัน ขณะที่การใช้เลนส์ถ่ายภาพในระยะเดียวกันและเลือกใช้พาหนะที่มาถ่ายภาพที่ให้ความสะดวก จึงเป็นพฤติกรรมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้กัน จึงมีความไม่แตกต่างกันในด้านความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษดังกล่าว

ข้อเสนอแนะ

1. นักถ่ายภาพส่วนใหญ่ใช้กล้อง DSLR Full frame และเลนส์ระยะ 500 ม.ม. ในการถ่ายภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการบ้านสองนก ควรจัดไบลด์ ให้สอดคล้องกับระยะของเลนส์ที่ได้ขนาดตัวนกที่พอดี ขณะที่รองลงมา มีนักท่องเที่ยวใช้ที่ระยะ 300 ม.ม. ด้วย แต่ต้องอยู่ใกล้จุดที่กำหนดให้นักมาลง เพื่อให้ได้ขนาดที่ใกล้เคียงกับระยะ 500 ม.ม. ที่อยู่ไกลกว่า
2. นักถ่ายภาพส่วนใหญ่มาพักค้าง 1 คืน กับรีสอร์ทเอกชนของผู้ประกอบการ และเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ดังนั้นผู้ประกอบการบ้านสองนก ควรจัดสถานที่จอดรถและที่พักให้เพียงพอในช่วงฤดูร้อนที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากที่สุด โดยให้นักถ่ายภาพที่ประสงค์จะมาค้างได้จองที่พักไว้ก่อน
3. นักถ่ายภาพมีความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่บ้านสองนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ด้าน Social Media ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เกี่ยวกับเฟสบุ๊ค

ของเพื่อนกลุ่มคุณก ช่วยให้ได้รับข้อมูลการถ่ายภาพนกที่แก่งกระจานและบ้านส่องนกที่เป็นปัจจุบัน ดังนั้นผู้ประกอบการบ้านส่องนกควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับนกในพื้นที่ในแต่ละวันว่ามีการเคลื่อนไหวอย่างไร ทั้งนกประจำถิ่น นกอพยพผ่าน และนกที่พบใหม่ เป็นต้น ผ่านทางสื่อเฟซบุ๊กที่ นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับและเป็นสมาชิก เป็นเพื่อนกันอยู่แล้ว ขณะที่ความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่บ้านส่องนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ด้านสื่อกลางแจ้ง และด้านสื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในระดับไม่เห็นด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการบ้านส่องนกควรเผยแพร่ข้อมูลของแหล่งถ่ายภาพนกให้ผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสาร หนังสือพิมพ์ในคอลัมน์ท่องเที่ยวหรือเชิงนิเวศเพิ่ม และทำป้ายกลางแจ้ง ให้เป็นที่สังเกตและโน้มน้าวใจให้นักท่องเที่ยวถ่ายภาพนกมองเห็นได้ง่าย

4. นักถ่ายภาพนกมีความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่บ้านส่องนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ด้าน สื่อบุคคล ระดับเห็นด้วย เกี่ยวกับผู้ประกอบการของบ้านส่องนก มีข้อมูลถ่ายภาพนกในท้องถิ่นทำให้รู้สึกมั่นใจในการถ่ายภาพนก จึงควรมีการติดตามการพบนกในพื้นที่ของบ้านส่องนก และบริเวณใกล้เคียง จากกล้องวงจรปิดที่บอมน้ำ หรือแอ่งน้ำเทียมที่นกมาลงกินน้ำและอาบน้ำ รวมทั้งบริเวณใกล้เคียง จากการสอบถามกับผู้ประกอบการธุรกิจที่เป็นพันธมิตรร่วมกัน หรือนักท่องเที่ยวถ่ายภาพนกที่ได้ไปถ่ายและพบในแหล่งถ่ายนกกนั้นๆ มาแล้ว เพื่อเป็นข้อมูลในการถ่ายทอดต่อไป ขณะที่สื่อบุคคลที่เป็นไกด์คุณกจะให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวถ่ายภาพนก อยู่ในระดับไม่เห็นด้วย ผู้ประกอบการบ้านส่องนก จึงควรทำความเข้าใจกับไกด์คุณกที่พานักท่องเที่ยวถ่ายภาพนกเข้ามาใช้บริการที่บ้านส่องนก ให้เข้าใจถึงการแบ่งปันเพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งที่มีการพบเห็นเพื่อให้นักถ่ายภาพนกรายอื่นๆ สามารถเข้าไปถ่ายภาพนกได้ เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษให้กระจายมากขึ้น

5. นักถ่ายภาพนกที่มีลักษณะทางประชากร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันเป็นส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่บ้านส่องนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้ประกอบการบ้านส่องนกควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับชนิดและประเภทของนกในแหล่งถ่ายภาพนกให้นักท่องเที่ยวถ่ายภาพนกกทั้งเก่าและใหม่ได้เรียนรู้มากขึ้น โดยอาจจัดเป็นแหล่งเรียนรู้ แหล่งประชุมสัมมนาเกี่ยวกับการถ่ายภาพนก นอกเหนือจากการให้บริการแหล่งที่พัก อาหารและแหล่งถ่ายภาพนกกเท่านั้น

สรุป

นักถ่ายภาพที่มีความสนใจในการถ่ายภาพนกกซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่กำลังเป็นที่นิยม สามารถเข้ามาใช้บริการถ่ายภาพนกกได้ที่บ้านส่องนก อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน

โดยสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับนักที่มีมาให้ถ่ายภาพได้ทาง Social Media ที่เป็น Facebook ทั้งที่เป็นของบ้านสองนงเอง และของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ถ่ายภาพนงด้วยกัน ซึ่งได้มีการแชร์ข้อมูลเผยแพร่ข่าวสารของนงที่ปรากฏให้เห็น และช่วยให้สามารถตัดสินใจเดินทางมาถ่ายภาพนงได้โดยไม่ผิดพลาด ขณะที่ข้อมูลข่าวสารที่บ้านสองนงได้ประชาสัมพันธ์ออกไปผ่านสื่ออื่นๆ เช่น สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อกลางแจ้ง นักท่องเที่ยวถ่ายภาพนงไม่ค่อยให้ความสนใจเปิดรับสื่อเหล่านี้เท่าไร ซึ่งเป็นสื่อเก่าที่นักท่องเที่ยวถ่ายภาพนงไม่ค่อยให้ความสนใจแล้ว ให้ความสนใจเปิดรับแต่สื่อใหม่ที่เป็น Social Media เพราะมีความชัดเจน รวดเร็ว เห็นภาพและข้อความ รวมทั้งภาพที่เคลื่อนไหวได้ด้วย ดังนั้นการสื่อสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษก็จะใช้สื่อใหม่เหล่านี้กันเป็นส่วนใหญ่ นอกจาก Facebook แล้ว ยังมี เว็บไซต์ YouTube Application LINE ก็ได้รับความนิยมใช้ในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับนง และการถ่ายภาพนงอีกด้วย

บรรณานุกรม

ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ และคณะ. (2560) “การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย”.

งานวิจัยของ <http://e-jodil.stou.ac.th> ๗ ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2560.

ธนภฤติ สุทธินันท์โชติ. (2558) “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี”. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

ดวงอุมา ไสภา. (2551) “ระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการให้บริการของสำนักทะเบียน อำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม”. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

นิรันดร ทัพไชย. (2548) **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชากลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. หน่วยที่ 2 นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

บุญชัย จาตุรงค์สาโรช. (2555) “การเปิดรับข่าวสารกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวรวมของอุทยานแห่งชาติป่าหินงาม จังหวัดชัยภูมิ”. สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก.

ประสาธน์ หลักศิลา. (2541) **สังคมวิทยาการเมือง**. กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยาการพิมพ์.

ราณี อธิชัยกุล. (2548) **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว**. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย. หน่วยที่ 1 นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- วิเชียร เกตุสิงห์. (2541) **สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.
- วิจิตร อวระกุล. (2534) **เทคนิคการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: โอ เอส พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- วิรัช ภูมิรัตนกุล. (2548) **การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุชาย เวสวัชตระกูล. (2557) “การเปิดรับสื่อกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวปางอุ๋ง จังหวัดแม่ฮ่องสอน”. สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, 2557.
- สุวิมล เหลืองประเสริฐ และคณะ. (2548) **บทบาทของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. หน่วยที่ 5. นนทบุรี : มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุวัฒน์ จุฑาภรณ์ และจริญญา เจริญสุกใส. (2548) **องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว**. เอกสารประกอบสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. หน่วยที่ 2 . นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุวัฒน์ จุฑาภรณ์ และรุ่งทิพย์ ว่องปฏิการ. (2548) **ทรัพยากรการท่องเที่ยว**. เอกสารประกอบสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. หน่วยที่ 3 . นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อร่ามศรี สุวดีติกุล. (2547) “พฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี” งานวิจัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Books

- Cheung, C. M. K., Chiu, P. Y., & Lee, M. K. O. (2010) Online social networks: Why do ‘we’ use facebook?. *Computers in Human Behavior*, 27(4), 1337-1343.
- Cronbach, L. J (1990). *Essentials of psychological testing (5th ed.)*. New York: Harper Collins, 1990.
- iPhotoplay. (2009) “ดูนกได้ทั้งปีกับบอมน้ำที่แก่งกระจาน” *Practical Photo*, Vol.1 No. 006 May.
- Swarbrooke, J,& Horner, S. (2007) **Consumer Behavior in Tourism**. Oxford, Butterworth-Heinemann.
- Yamane, Taro. (1967) **Statistics An Introductory Analysis**. New York: Harper and Row.

พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทาง
การตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย¹

The Travel Behavior and Satisfaction of Thai Tourists Towards Marketing Mix Factors Nature
Trails SuanHin PhaNgam Loei Province

โดย เมธิ ทองศรีเกตุ²

Matee Thongsriket

ปรีชา พันธุ์แน่น³

Preecha Phannan

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ 1) เพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด เส้นทางศึกษาธรรมชาติ สวนหินผางาม จังหวัดเลย และ 3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด เส้นทางศึกษาธรรมชาติ สวนหินผางาม จังหวัดเลย ที่แตกต่างกันตามลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว เครื่องมือในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย จำนวน 400 คน และใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ประกอบไปด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เพื่อทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร โดยใช้สถิติ One way ANOVA (F-test)

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 40 ปี มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท มีสถานะภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็น

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย

² นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารท่องเที่ยวและบันเทิง

³ อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์

นักเรียน/นักศึกษา มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยมีผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครอบครัว/ญาติ มีการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยพาหนะรถยนต์ส่วนตัว มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว น้อยกว่า 1,000 บาท ช่วงเวลาที่ดีที่สุดที่ใช้ในการท่องเที่ยว คือวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) และมีการเปิดรับสื่อค้นหาข้อมูลเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางามจากสื่อรายการโทรทัศน์ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย ในภาพรวม ระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย ระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ส่วนความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ด้านการราคา รองลงมาได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสถานที่ ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย แตกต่างกันตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่าง

คำสำคัญ : พฤติกรรมการท่องเที่ยว ความพึงพอใจ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด

Abstract

The objective of the study was 1) to study the tourist behavior of Thai tourists visiting the nature trail of Suan Hin Pha Ngam, Loei Province. 2) To study the satisfaction of Thai tourists on the factors of marketing mix. 3) To compare the satisfaction of Thai tourists towards the factors of marketing mix. The study of the nature of the rock gardens in Loei province varies according to the nature of tourism. The research instrument was a questionnaire consisting of 400 Thai tourists who came to study in the natural rock garden of Loei province. The descriptive statistics were as follows: percentage, 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 showed that most respondents were female between 21-40 years old with monthly income of 15,001-25,000 baht. Bachelor's degree and a career as a student have behavioral There are family travel / relatives. Travel by private car. Travel expenses are less than 1,000 baht. The best time to travel. Is a weekend (Sat-Sun) and TV media exposure.

Thai tourists The satisfaction of the marketing mix factors, the nature trail, Suan Hin Pha Ngam, Loei province, as a whole, were classified as the following. Satisfaction with marketing mix factors, nature trail, Suan Hin Pha Ngam, Loei Province. The highest level of satisfaction was in terms of price. Marketing promotion, The results of the hypothesis test compared the differences in tourist behavior and the satisfaction of Thai tourists with the factors of marketing mix. The marketing mix factors were as follows: Information perception there was no significant difference at 0.05 level.

Keywords: tourist behavior, satisfaction factor, marketing mix

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศให้กับหลายประเทศก่อให้เกิดการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพ ให้ประชาชนมีรายได้เป็นผลให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และช่วยกระจายรายได้สู่ภูมิภาคท้องถิ่น อันเป็นการสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ประเทศเหล่านั้น นอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติให้เกิดสันติภาพ และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือน ด้วยเหตุนี้ประเทศต่าง ๆ จึงพยายามดึงนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศของตนเพื่อให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุด องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) คาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2020 (พ.ศ. 2563) จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ถึง 1.6 พันล้านคน และมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 100 ล้านล้านบาท (World Tourism Organization, 2012)

การท่องเที่ยวมีสำคัญ ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลจึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิง ส่วนแบ่งการตลาดท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น ภารกิจด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ถูกผลักดันไปกับการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ซึ่งหากประเทศใดมีกลยุทธ์ทางการตลาดการพัฒนาประเทศที่ชัดเจน บนพื้นฐานของเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง โครงสร้างพื้นฐานที่ดี ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์และบุคลากรภาคการท่องเที่ยวมีศักยภาพ จะเป็นปัจจัยสำคัญ ที่จะช่วยผลักดันให้ประเทศ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวของตนให้เติบโต (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2559)

การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ควรมุ่งเน้นพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นแนวโน้มรูปแบบการท่องเที่ยวในอนาคตเพื่อสนับสนุนแนวทางการพัฒนา ดังกล่าว ประเทศไทยต้องมีการพัฒนาฟื้นฟูและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพเสื่อมโทรม รวมถึงพัฒนา และสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พัฒนามาตรฐานสินค้าและการให้บริการให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนให้ความสำคัญต่อการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับวิกฤต ความเสี่ยง และความปลอดภัย ด้านการท่องเที่ยวการพัฒนาบุคลากร และเทคโนโลยีด้านการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของไทย จึงมีความจำเป็นที่ต้องมีแนวทางการพัฒนา การตลาดท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเพื่อประชาสัมพันธ์ประเทศไทย สร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว พัฒนาการตลาดสมัยใหม่ (Modern Marketing) นอกจากจะวิเคราะห์ทางด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดแล้ว การส่งเสริมการขายในกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ สร้างสรรค์ กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับ ความสนใจของนักท่องเที่ยวและตรงกับความต้องการ ของกลุ่มเป้าหมาย ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น และภายใต้ กระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญต่อการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว กับประเทศเพื่อนบ้านโดยการทำการตลาดร่วมกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในภูมิภาค และภายนอกภูมิภาค (ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559 : 42)

จังหวัดเลยเมืองท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โอบล้อมด้วยภูเขาสลับซับซ้อนท่ามกลางสายหมอกปกคลุมเหนือยอดภู อุดมไปด้วยพืชพรรณป่าไม้นานาชนิดที่รู้จักกันดีคือ ภูกระดึง ภูหลวงและภูเรือ อากาศอันเย็นสบาย ภูมิประเทศที่งดงาม ประเพณีวัฒนธรรมอันแตกต่างไปจากถิ่นอื่นซึ่งได้แก่การละเล่นผีตาโขน ที่รอคอยนักท่องเที่ยวมาสัมผัสเมืองแห่งขุนเขาดินแดนมหัศจรรย์แห่งนี้

เลยอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 520 กิโลเมตร มีพื้นที่ 11,424 ตารางกิโลเมตร เป็นจังหวัดชายแดนที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ริมฝั่งแม่น้ำโขงในแนวเทือกเขาเพชรบูรณ์ ในอดีตนั้นเป็นเพียง ชุมชนเล็กๆ ๆ ของอาณาจักรที่มีความรุ่งเรืองควบคู่กับกรุงศรีอยุธยาของไทย ภายหลังอาณาจักรล้านช้างเริ่มอ่อนแอลง จึงมาขึ้นอยู่กับกรุงศรีอยุธยา ต่อมาชุมชนนี้ได้รับการยกฐานะเป็นเมืองเลยในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว จังหวัดเลยแบ่งการปกครองออกเป็น 14 อำเภอ คือ อำเภอเมืองเลย วังสะพุง ปากชม เชียงคาน ท่าลี่ ภูเรือ ด่านซ้าย ภูกระดึง นาแห้ว นาด้วง ภูหลวง ผาขาว เอร่าวัน และหนองหิน สวนหินผางาม ตั้งอยู่ที่บ้าน ผางาม หมู่ 10 ตำบล ปวนพุก กิ่งอำเภอหนองหิน แยกจากทางหลวง

สายเมืองเลยชุมแพ ช่วงระหว่างอำเภอวังสะพุงกับภูกระดึง เข้าไปทางทิศตะวันตกตามถนนลาดยางตลอดสาย ผ่านหมู่บ้านต่างๆ ประมาณ 15 กม. จะมีป้ายบอกทางตลอดทางจนถึงบริเวณทุ่งหญ้าพื้นที่ที่กว้างพอสมควร มีภูเขาแท่งหินปูน ซึ่งเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ อยู่กระจายเป็นลูกๆ

สวนหินผางามหรือ คุณหมิงเมืองเลย แนวผาหินปูนสูงใหญ่แลดูเป็นสง่า ทอดตัวเป็นแนวยาว โดดเด่นท่ามกลางทุ่งหญ้าเขียวขจี พื้นที่บริเวณนี้คือที่ตั้งของ สวนหินผางาม เมืองเลย ภายในมีเส้นทางเดินสลัซซึบชั่น บางช่วงคูลิกลับตื่นเต้นคล้ายกับผจญภัยอยู่ในเขาวงกต บางช่วงต้องปีนป่ายเพิงหิน หรืออาจต้องมุดลอดโพรงถ้ำ นอกจากนี้ตลอดเส้นทางยังมีโอกาสพบเห็นต้นไม้หายาก และต้นไม้ยักษ์ อย่างประเข่าที่มีอายุหลายร้อยปี สวนหินแห่งนี้จึงมีชื่อเรียกอีกชื่อว่า “คุณหมิงเมืองเลย” ภูเขาแท่งหินปูน ซึ่งเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ อยู่กระจายเป็นลูกๆ ใหญ่บ้างเล็กบ้าง สลับกันไป บางลูกก็สามารถเดินผ่านทะลุได้ จะมีชื่อเรียกต่างๆ กันตามลักษณะรูปร่างที่ปรากฏ เช่น หินไดโนเสาร์ หน้าผาท้อแท้ ชุ่มคารวะ ถ้ำอรทัย เขาวงกต เจดีย์หิน กรอบรูปธรรมชาติ กำแพงเมืองจีน ประตูโขง หินมงกุฏ สวนหิน ชุ่มนรก รุันตุ (รูตัน) มีต้นไม้ขนาดพันขึ้นแซม ซึ่งพบต้นไม้หายากและต้นไม้ยักษ์อย่างประเข่าที่มีอายุหลายร้อยปี จึงมีชื่อเรียกอีกชื่อว่า คุณหมิงเมืองเลย สันนิษฐานกันว่าในอดีตเคยเป็นพื้นของท้องทะเลมาก่อน และมีอายุมากกว่า 225 ล้านปี ภายในมีทางเดินสลัซซึบชั่น บางช่วงคูลิกลับน่าตื่นเต้นคล้ายกับผจญภัยอยู่ในเขาวงกต บางช่วงต้องปีนป่ายเพิงหิน หรืออาจต้องมุดลอดโพรงถ้ำ (เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือสำคัญมีศักยภาพที่จะเผยแพร่ข่าวสารไปยังประชาชนจำนวนมาก ซึ่งในปัจจุบันสื่อมวลชนมีหลายแขนงด้วยกันที่เป็นสื่อหลักและมีการใช้อย่างกว้างขวางพบเห็นอยู่ทั่วไปเช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อรูปแบบต่างๆ ที่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ดังนั้นการเปิดรับสื่อในสังคมปัจจุบัน ที่อยู่ในยุคแห่งสังคมการเปิดรับอย่างกว้างขวางนั้น จะทำให้บุคคลมีความรู้ความเข้าใจต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนนำความรู้ ความเข้าใจจากสารที่รับในชีวิตประจำวันมาใช้ให้เกิดประโยชน์ หรือ นำมาใช้ประกอบการตัดสินใจที่จะกระทำหรือไม่กระทำใดๆ ก็ตามในการดำเนินชีวิตของบุคคลนั้นๆ ได้หากบุคคลใดมีโอกาสพบปะพูดคุยหรือรับฟังข่าวสารจากสื่อต่างๆ อยู่สม่ำเสมอแล้วก็จะสามารถเลือกเปิดรับข่าวสารหรือเนื้อหาข่าวสารตามที่ตนเองสนใจได้เป็นอย่างดี (โกวิท วงศ์สุรวัฒน์, 2546)

ธุรกิจในอุตสาหกรรมบริการหรือการท่องเที่ยว มีความแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป เพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) เป็นสินค้าและบริการที่นำเสนอต่อลูกค้าหรือตลาด กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจบริการหรือการท่องเที่ยวจำเป็นที่จะต้องจัดให้มีส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) ธุรกิจการ

บริการจะต้องสร้างส่วนผสมทางการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด (กัลยา จยุติรัตน์, 2550)

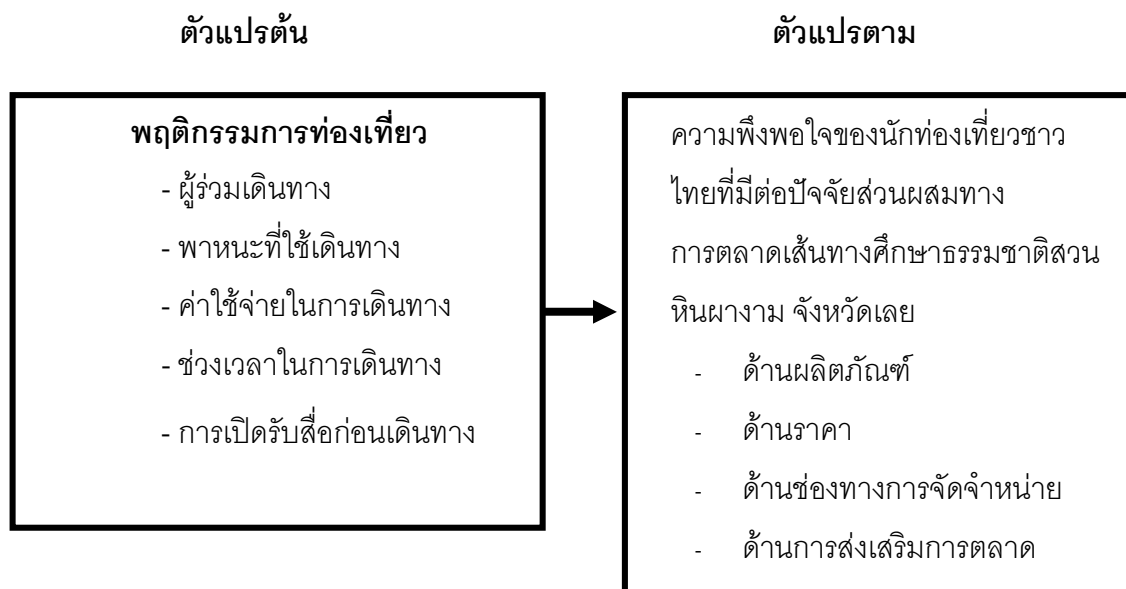
จากปรากฏการณ์ดังกล่าวที่เส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลยได้มีการสื่อสารปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวซึ่งมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจมาท่องเที่ยวทางธรรมชาติเกิดความพึงพอใจที่แตกต่างกันไป ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างไร มีความพึงพอใจต่อบริการส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลยในระดับใด และความพึงพอใจที่มีต่อบริการส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย มีความแตกต่างกันตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวหรือไม่ เพื่อจะได้เป็นแนวทางให้ผู้สนใจหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย ไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงแผนการตลาดสื่อสารให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

ในบทความนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ เพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเส้นทางศึกษาธรรมชาติ สวนหินผางาม จังหวัดเลย เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อบริการส่วนผสมทางการตลาด เส้นทางศึกษาธรรมชาติ สวนหินผางาม จังหวัดเลย และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อบริการส่วนผสมทางการตลาด เส้นทางศึกษาธรรมชาติ สวนหินผางาม จังหวัดเลย ที่แตกต่างกันตามลักษณะพฤติกรรมท่องเที่ยว ภายใต้ขอบเขตการวิจัยเฉพาะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเส้นทางศึกษาธรรมชาติ สวนหินผางาม จังหวัดเลย ได้แก่ ลักษณะการเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง และการเปิดรับสื่อก่อนเดินทาง ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อบริการส่วนผสมทางการตลาด มุ่งศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดของเส้นทางศึกษาธรรมชาติ สวนหินผางาม จังหวัดเลย เท่านั้น ภายใต้สมมติฐานที่ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาในการเดินทาง และด้านการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อบริการส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติ สวนหินผางามแตกต่างกัน

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อมุ่งศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย โดยการใช้แบบสอบถาม ที่มีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กรอบแนวคิดในการวิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงาน วิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากเอกสารวิชาการ ในแง่มุมของความหมาย ลักษณะ ความสำคัญ ประเภท ประโยชน์และหลักการ เพื่อนำแนวคิดที่ได้มาสังเคราะห์และสรุปเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิด พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย โดยกำหนดเป็นตัวแปรอิสระ ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง และการเปิดรับสื่อ ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ การเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร ทางด้านสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว จังหวัดเลย ปี พ.ศ. 2558 จำนวน 1,897,358 คน (ที่มา : กรมการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี 2558) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย ปี พ.ศ.2559 เทียบจากปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวจำนวนทั้งสิ้น 1,897,358 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดและเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane ที่ร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อน 0.05 ขนาดประชากร และสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ได้จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ที่มีลักษณะเป็นโครงสร้างสอดคล้องกับหัวข้อและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องพร้อมทั้งแนะนำและแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม โดยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องของภาษา (Wording) การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ โดยการหาความตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบก่อน (Pre-test) กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่สวนหินผางาม ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient alpha) ของ Cronbach จากการคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้เครื่องมือ (Reliability) จากแบบสอบถามได้ผลค่า Alpha-Coefficient ของคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย ได้เท่ากับ 0.852 ซึ่งอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)) เป็นการศึกษาพฤติกรรม การท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย มีการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว, แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ และแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด โดยอาศัยการค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ – กรกฎาคม พ.ศ.2559 จากนั้นนำแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางด้านสังคมศาสตร์ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ใช้การสรุปหรือบรรยายคุณลักษณะ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม

จังหวัดเลย ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม โดยใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ One- way ANOVA (F-test)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว โดยมีผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครอบครัว/ญาติ (ร้อยละ 46.5) มีการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยพาหนะรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 63.0) มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว น้อยกว่า 1,000 บาท (ร้อยละ 40.5) ช่วงเวลาที่ดีที่สุดที่ใช้ในการท่องเที่ยว คือวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) (ร้อยละ 47.8) และมีการเปิดรับสื่อค้นหาข้อมูลเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางามจากสื่อรายการโทรทัศน์ (ร้อยละ 28.2) ดังตารางที่ 1

(n = 400)

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม		
ครอบครัว/ญาติ	186	46.5
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	154	38.5
คู่สมรส/คู่รัก	47	18.8
มาคนเดียว	13	3.2
การเดินทางมาท่องเที่ยวเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางามด้วยพาหนะ		
รถยนต์ส่วนตัว	252	63.0
รถโดยสาร	28	7.0
รถเช่า เช่น รถตู้/รถบัสด	120	30.0
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม		
น้อยกว่า 1,000 บาท	162	40.5
1,000 – 2,000 บาท	109	27.2
2,001 – 4,000 บาท	80	20.0
มากกว่า 4,000 บาท	49	12.3

ช่วงเวลาที่ดีที่สุดที่ใช้ในการท่องเที่ยวเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม		
วันธรรมดา จันทร์ – ศุกร์	95	23.8
วันหยุดสุดสัปดาห์ เสาร์-อาทิตย์	191	47.8
วันหยุดนักขัตฤกษ์	114	28.4
การเปิดรับสื่อค้นหาข้อมูลเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม		
รายการโทรทัศน์	113	28.2
จากบุคคลรอบข้าง	107	26.6
ป้ายโฆษณา	49	12.2
คู่มือนักท่องเที่ยว	52	13.0
เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	79	19.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย ในภาพรวม ระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย ระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ($\bar{X} = 4.58$) ส่วนความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ด้านการราคา ($\bar{X} = 4.12$) รองลงมาได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.96$) และด้านสถานที่ ($\bar{X} = 3.47$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

(n = 400)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด เส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย	\bar{X}	S.D	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.58	0.506	มากที่สุด
ด้านราคา	4.12	0.593	มาก
ด้านสถานที่	3.47	0.734	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.96	0.778	มาก
รวมเฉลี่ย	4.03	0.485	มาก

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด เส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลยในภาพรวม

การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางามกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลยแตกต่างกันตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่าง

อภิปรายผล

1. นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวโดยใช้พาหนะเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 63.0) ซึ่งข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ สุทธินันท์ โสวัตวิถิ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ส่วนผสมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวมาท่องเที่ยว และยังคงสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวของ จงพิศ ศิริรัตน์ และคณะ (2534 : 27) ซึ่งอธิบายว่าการเดินทางหรือการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันออกไปตามสภาพทางกายและโครงสร้างของการคมนาคมขนส่ง แต่โดยภาพรวมแล้ว นักท่องเที่ยวชาวไทยมักนิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว เพราะมักจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปเรื่อยๆ ตามสถานที่ท่องเที่ยวในเส้นทางที่ผ่าน และมีความเป็นอิสระ สะดวกสบาย สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ดี ดังนั้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์เป็นพาหนะมาท่องเที่ยวที่สวนหินผางาม จังหวัดเลย จึงเป็นเพราะนักท่องเที่ยวต้องการความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นส่วนตัวนั่นเอง

2. นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวโดยมีการเปิดรับสื่อค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อที่เป็นรายการทางโทรทัศน์ (ร้อยละ 28.2) ซึ่งข้อค้นพบนี้ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ จิรภิญญา สุขสำราญ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมท่องเที่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิตที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เปิดรับสื่อหาข้อมูลก่อนเดินทางมาเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ท่องเที่ยวต่างๆ แต่สอดคล้องกับแนวคิด

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของท่องเที่ยว บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543 : 41-45) ซึ่งอธิบายว่า เมื่อคนเรามีความต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยว ก็ต้องตัดสินใจก่อนว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวที่ใด จะใช้บริการประเภทไหน จะใช้เวลาในการท่องเที่ยวกี่วัน ซึ่งการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต้องมีกระบวนการในการตัดสินใจ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับข่าวสารการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนแรกที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ได้รับข่าวสารทางการท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวใน 4 รูปแบบคือ จากสื่อโฆษณา จากการประชุมสัมมนา จากการส่งเสริมการขาย และจากพนักงานขาย โดยข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่ได้รับ จะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เพื่อชักจูงเร่งเร้าให้เกิดความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยว ดังนั้น การที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้มีการเปิดรับสื่อจากวิทยุโทรทัศน์ในการมาท่องเที่ยวที่สวนหินผางาม จึงเป็นสื่อที่ทางสวนหินผางามได้ประชาสัมพันธ์ออกไปให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ ซึ่งเป็นผลจากการส่งเสริมการตลาดของหน่วยงานที่ได้ให้ข่าวสารการท่องเที่ยวมายังกลุ่มเป้าหมาย

3. นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย ในภาพรวม ระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย ระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ($\bar{X} = 4.58$) ส่วนความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ด้านการราคา ($\bar{X} = 4.12$) ซึ่งข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ พิสมัย ชูโต (2555) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเกาะทะเล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเกาะทะเล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ด้านสถานที่ และยังคงสอดคล้องกับแนวคิดด้านปัจจัยส่วนผสมการตลาดการท่องเที่ยวของชลองศรี พิมลสมพงศ์ (2546 : 66 - 107) ซึ่งอธิบายได้ว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Product) ประกอบด้วยสินค้าที่เป็นรูปธรรม นามธรรม และการบริการที่คาดว่าจะตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ นักท่องเที่ยวได้มากที่สุด มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Attractions) ที่ได้รับการพิจารณาและเลือกสรรว่า อยู่ในความสนใจของเป็นองค์ประกอบ อีกทั้งราคาซึ่งเป็นค่าบริการในแหล่งท่องเที่ยวมีหลายระดับไม่สามารถกำหนดได้ว่าราคาใดถูกต้องเหมาะสมที่สุด เนื่องจากผู้ประกอบการพยายามสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าและบริการเพื่อดึงดูดลูกค้าเป้าหมาย ดังนั้นจากการที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจาก

ความสมบูรณ์ของป่าไม้และพืชพรรณ จึงเป็นความสนใจของนักท่องเที่ยวที่คาดหวังจะได้สัมผัสกับธรรมชาติที่สวยงามที่สวนหินผางามแห่งนี้ และราคาก็มีค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวยอมรับได้ก็คิดว่ามีความเหมาะสมต่อนักท่องเที่ยว

4. ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางามกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย แตกต่างกันตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งข้อค้นพบนี้ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของศศิมาภรณ์ นิเลาะ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทราไม่แตกต่างกัน แต่สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของ Oliver (1997) ซึ่งอธิบายได้ว่า ความพึงพอใจ คือ การตอบสนองที่แสดงถึงความประสงค์ของลูกค้า เป็นวิจรรณญาณของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ ความพึงพอใจมีมุมมองที่แตกต่างกัน แล้วแต่มุมมองของแต่ละคน ดังนั้นจากการที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย แตกต่างกันไปตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นเพราะนักท่องเที่ยวแต่ละคนต่างก็มีมุมมองของตนเองที่มีต่อการสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อของแหล่งท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1) นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้วยการใช้รถยนต์เป็นพาหนะท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ควรให้มีการปรับปรุงเส้นทางมายังแหล่งท่องเที่ยวให้มีความปลอดภัยและมีป้ายสัญลักษณ์จราจรให้ชัดเจน ขณะในวันหยุดสุดสัปดาห์และวันเสาร์-อาทิตย์จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นจำนวนมากก็ควรจัดผู้ดูแลสถานที่จอดรถให้เป็นระเบียบในการเข้าออก อีกทั้งการเปิดรับสื่อที่ใช้ในการสื่อสารแหล่งท่องเที่ยวพบว่าคู่มือการท่องเที่ยวมีจำนวนความถี่ระดับน้อยกว่าสื่ออื่นๆ รองจากป้ายโฆษณา ดังนั้นควรมีการทำสื่อ

คู่มือการท่องเที่ยวควบคู่กับป้ายโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย ด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ควรมีการบำรุงรักษาดูแลให้อยู่ในสภาพเดิมต่อไปเกี่ยวกับความสมบูรณ์ของป่าไม้และพรรณพืช รวมทั้งแหล่งที่เป็นจุดชมวิวให้สะอาดตา ส่วนทางด้านราคาส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมากถึงมากที่สุด ที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในราคาที่ไม่เดือดร้อน จึงควรตรึงราคานี้ไว้ ขณะที่ด้านสถานที่ พบว่า เส้นทางไปยังห้องน้ำและที่จอดรถนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับปานกลาง จึงควรให้ความใส่ใจปรับปรุงเส้นทางเดินไปห้องน้ำให้มีความสะดวก และจัดหาที่จอดรถให้เพียงพอทั้งรถเล็กและรถใหญ่ และด้านการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่สื่อความหมายได้รับความพึงพอใจระดับมากที่สุด ควรให้กำลังใจและค่าตอบแทนเจ้าหน้าที่สื่อความหมายในการทำงานในเส้นทางและมีการฝึกอบรมการให้บริการนำเที่ยวและให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่รุ่นใหม่ ๆ เป็นประจำ

3) ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางามกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย แตกต่างกันตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นควรให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวสวนหินผางามจากหน่วยงานกลางหรือหน่วยงานหลักที่ผลิตสื่อและเผยแพร่ออกไป

สรุป

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสวนหินผางาม จังหวัดเลย ทำให้ทราบว่า จังหวัดเลยยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติที่น่าสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสวนหินผางามแห่งนี้ ซึ่งให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวด้วยการทำเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ ไปยังจุดขายที่มีสวนหินรูปร่างแปลกๆ น่าสนใจ ไม่ต่างจากสวนหินที่ประเทศจีนเท่าไรนัก และได้รับความร่วมมือจากสื่อมวลชนต่างๆ ให้การสื่อสารถ่ายทอดข้อมูลการท่องเที่ยวในหลายรูปแบบเพื่อรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยให้ครบถ้วน ในขณะที่นักท่องเที่ยวเองเมื่อได้เดินทางมาท่องเที่ยวแล้วพบว่ามีความพึงพอใจใน

ระดับมากที่สุดเกี่ยวกับความเป็นธรรมชาติของสวนหินผางามแห่งนี้ จึงเป็นการยืนยันถึงความสวยงามที่ธรรมชาติได้สร้างสรรค์ไว้ให้ และราคาเข้าชมมีความคุ้มค่ากับสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับ

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545) การท่องเที่ยวและการต้อนรับนักท่องเที่ยว. เอกสารประชาสัมพันธ์.

โกวิท วงศ์สุรวัฒน์. (2546) พื้นฐานรัฐศาสตร์กับการเมือง. พิมพ์ลักษณ์, กรุงเทพฯ : สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม.

กัลยา จยุติรัตน์. (2550) หลักการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : ออลบุ๊คส์พับลิชชิง.

ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2546) การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิเชียร เกตุสิงห์. (2541) สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพมหานคร:ไทยวัฒนาพานิช.

สารนิพนธ์, วิทยานิพนธ์, งานวิจัย และบทความทางวิชาการ

จงพิศ ศิริรัตน์ และคณะ. (2534) “โครงการสำรวจสถิตินักท่องเที่ยวภาคใต้”. สงขลา : คณะวิทยาศาสตร์การจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

จิรภิญญา สุขสำราญ. (2555) “พฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อภาพลักษณ์คุณค่าทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิตที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี”. สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

พิสมัย ชูโต. (2555) “พฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเกาะทะลุ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์”. สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก.

ศศิมาภรณ์ นิเลาะ. (2555) “การเปิดรับสื่อกับการรับรู้ของนักศึกษาสถาบันพลศึกษา วิทยาเขตสุพรรณบุรีที่มีต่อจ่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี”. สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก.

สุทธินันท์ ไสตวิถึ. (2552) “ส่วนผสมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : อุทยานแห่งชาติเขาคิซมัญญ จังหวัดจันทบุรี”. สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก.

Books

Cronbach, L. J (1990). *Essentials of psychological testing (5th ed.)*. New York: Harper Collins, 1990.

Oliver, R. L. *Satisfaction : A behavioral perspective on the consumer*. Boston MA : Irwin/ McGraw-Hill, 1997.

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

Website

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. <https://plus.google.com> เข้าสืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2559

www2.unwto.org/event/tib-2012 เข้าสืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2559

mots.go.th/ewt_news.php?cid=393 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว เข้าสืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2559

