



มหาวิทยาลัยเกริก

การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2563

เรื่อง

“การขับเคลื่อนงานวิจัยและนวัตกรรม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม”

การนำเสนอผลงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น
และการนำเสนอผลงานวิชาการระดับบัณฑิตศึกษา
วันที่ 21 พฤศจิกายน 2563 เวลา 9.00 - 17.00 น.
ณ มหาวิทยาลัยเกริก บางเขน

เรื่อง **“การขับเคลื่อนงานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ”**

มหาวิทยาลัยเกริก การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2563

เล่ม 2





กำหนดการ การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2563

เรื่อง

“การขับเคลื่อนงานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม”
วันเสาร์ที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563

ณ มหาวิทยาลัยเกริก ถนนรามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

08.00 – 08.30 น.	ลงทะเบียน	11.15 – 12.15 น.	การนำเสนอผลงานวิจัยของคณาจารย์
08.30 น.	ผู้นำเสนอผลงานวิชาการแบบโปสเตอร์เข้าประจำ ณ ป้ายแสดงนิทรรศการ ศูนย์ประชุมวิชาการนานาชาติ อาคาร ดร.เกริก		- ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภรณ์ พันธุ์แน่น และคณะ เรื่อง การส่งเสริมและสนับสนุนงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น มหาวิทยาลัยเกริก
08.30 – 09.00 น.	รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เข้าชมนิทรรศการ ณ ศูนย์ประชุมวิชาการนานาชาติ อาคาร ดร.เกริก		ผู้ดำเนินรายการ อาจารย์ ดร.ดาวพระศุภร์ ทองกลิ่น
09.00 – 09.15 น.	พิธีเปิด การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2563 เรื่อง “การขับเคลื่อนงานวิจัยและนวัตกรรม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม”	12.15 – 13.15 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน อาคารเฉลิมพระเกียรติ
	กล่าวรายงานโดย รองศาสตราจารย์สุพัฒน์ วีระเวชเจริญชัย รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ	13.15 – 17.00 น.	การนำเสนอผลงานวิชาการของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา และบุคคลภายนอก
	เปิดงานโดย ดร.เฉลิมชัย ศรีอ่อน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์		ห้อง 2600
	ผู้ดำเนินรายการ อาจารย์ ดร.ดาวพระศุภร์ ทองกลิ่น ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต		หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการเมือง ผู้วิพากษ์ รองศาสตราจารย์พิเศษ ดร.นันทนา นันทวิโรภาส
09.15 – 09.45 น.	ปาฐกถาพิเศษ เรื่อง “การสร้างคุณสมบัติชีวิตใหม่กับภาวะเศรษฐกิจสังคมไทย” โดย ดร.เฉลิมชัย ศรีอ่อน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์		ห้อง 1310
			หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ ผู้วิพากษ์ รองศาสตราจารย์ ดร.สุธรรม เลิศพงษ์ประเสริฐ
09.45 – 10.45 น.	การบรรยายพิเศษ เรื่อง “นวัตกรรมการศึกษาเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม” โดย ดร.กนกวรรณ วิลาวัลย์ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงศึกษาธิการ		ห้อง 1311
			หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ผู้วิพากษ์ อาจารย์ ดร.อุษณี มงคลพิทักษ์สุข
10.45 – 11.15 น.	การบรรยายพิเศษ เรื่อง “China’s March to Be the World’s First Cashless Society after COVID-19” โดย รองศาสตราจารย์ ดร.เชนินทร์ เซน คณบดีวิทยาลัยนานาชาติ		ห้อง 1312
			หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา ผู้วิพากษ์ อาจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์ แสงสว่าง
			หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ผู้วิพากษ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ
			หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ผู้วิพากษ์ รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โรจนแสง
			หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ผู้วิพากษ์ อาจารย์ ดร.พงศธรวิช จันทบุลย์
			หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายกับการบริหาร ผู้วิพากษ์ อาจารย์ ดร.อนุพงษ์ แต่ศิลป์สาธิต, Dr.Ming-Hsun Hsieh
			หลักสูตรนานาชาติ ผู้วิพากษ์ รองศาสตราจารย์ ดร.เชนินทร์ เซน, Associate Professor Dr.Wang-Kun Chen

คำกล่าวรายงาน
โดย รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2563
เรื่อง “การขับเคลื่อนงานวิจัยและนวัตกรรม
เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม”
วันเสาร์ที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 เวลา 9.00–17.00 น.
ณ มหาวิทยาลัยเกริก กรุงเทพมหานคร

.....

เรียน ดร.เฉลิมชัย ศรีอ่อน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประธาน
ในพิธี ท่านผู้บริหาร คณาจารย์ และท่านผู้มีเกียรติทุกท่าน

กระผม รองศาสตราจารย์สุพัฒน์ อีระเวชเจริญชัย รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
มหาวิทยาลัยเกริก มีความยินดีและรู้สึกเป็นเกียรติอย่างยิ่ง ที่ท่านรัฐมนตรีว่าการ
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ให้เกียรติเป็นประธานในพิธีเปิดงาน การประชุมเกริก
วิชาการระดับชาติ ประจำปี 2563 และมีความยินดีที่ท่านผู้บริหาร คณาจารย์ และท่าน
ผู้มีเกียรติทุกท่านได้ให้เกียรติมาร่วมพิธีเปิดงาน การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ ใน
วันนี้

การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2563 หัวข้อเรื่อง “การขับเคลื่อน
งานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม” มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อเป็นเวทีสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการของคณาจารย์ประจำและ
คณาจารย์จากภายนอกมหาวิทยาลัย เป็นการส่งเสริมการบริการวิชาการสู่
สังคมโลกในการพัฒนาประเทศ
2. เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้นักศึกษาปัจจุบันได้มีส่วนร่วมในการแสดงผลงาน
ทางวิชาการ และการจัดกิจกรรมส่งเสริมความรักและความสามัคคีในหมู่คณะ
3. เพื่อเป็นการประกันคุณภาพการศึกษาของคณะวิชาและมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยจัดการประชุมทางวิชาการระดับชาติอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยในปี
จัดขึ้นในวันที่ 21 พฤศจิกายน 2563 ในงานนี้ มหาวิทยาลัยเกริกได้รับเกียรติจาก ดร.
เฉลิมชัย ศรีอ่อน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นประธานในพิธี และ
แสดงปาฐกถาพิเศษ นอกจากนี้มีการบรรยายพิเศษโดยบุคคลสำคัญในวงการการศึกษา
คือ ดร.กนกวรรณ วิชาวัลย์ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงศึกษาธิการ

มีรายละเอียดดังนี้

เวลา 09.15 – 9.45 น. ปาฐกถาพิเศษ เรื่อง “การสร้างความสมดุลวิถีชีวิตใหม่
กับสถานะเศรษฐกิจสังคมไทย” โดย ดร.เฉลิมชัย ศรีอ่อน รัฐมนตรีว่าการกระทรวง
เกษตรและสหกรณ์

เวลา 9.45 – 10.45 น. การบรรยายพิเศษ เรื่อง “การลดความเหลื่อมล้ำทาง
สังคม” โดย ดร.กนกวรรณ วิชาวัลย์ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงศึกษาธิการ

เวลา 10.45 - 11.15 น. การบรรยายพิเศษ เรื่อง “China’s March to Be the
World’s First Cashless Society after Covid-19” โดย รองศาสตราจารย์ ดร.เขนิ
นทร์ เชน คณบดีวิทยาลัยนานาชาติ

เวลา 11.15 - 12.15 น.การนำเสนองานวิจัยของคณาจารย์

และในช่วงบ่าย เป็นการนำเสนอผลงานวิชาการของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา
และบุคคลภายนอก

กระผม หวังเป็นอย่างยิ่งว่าการจัดงานครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อทุกท่าน บัดนี้ได้
เวลาอันสมควรแล้ว กระผมขอเรียนเชิญ ดร.เฉลิมชัย ศรีอ่อน รัฐมนตรีว่าการกระทรวง
เกษตรและสหกรณ์ กรุณาเปิดงานการประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2563
และแสดงปาฐกถาพิเศษ เรื่อง “การสร้างความสมดุลวิถีชีวิตใหม่กับสถานะเศรษฐกิจ
สังคมไทย” ณ บัดนี้

ปาฐกถาพิเศษ
เรื่อง “การสร้างความสมดุลวิถีชีวิตใหม่กับสถานะเศรษฐกิจสังคมไทย”
โดย ดร.เฉลิมชัย ศรีอ่อน
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
วันเสาร์ที่ 21 พฤศจิกายน 2563 เวลา 09.15-09.45 น.
ณ ศูนย์ประชุมวิชาการนานาชาติ อาคาร ดร.เกริก มหาวิทยาลัยเกริก

1. สถานการณ์ปัจจุบันของภาคเกษตรไทย

ภาคเกษตรเป็นภาคการผลิตที่สำคัญของไทย ปัจจุบันเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย มีทุนทรัพย์และיע็ครองที่ดินทำกินน้อย บางรายต้องเช่าที่ดินในการทำการเกษตร เกษตรกรมีอายุเฉลี่ยสูงขึ้น และขาดแคลนแรงงานในภาคเกษตร ประกอบกับลูกหลานเกษตรกรมีการศึกษาที่สูงขึ้น จึงไม่นิยมทำการเกษตรและเปลี่ยนไปประกอบอาชีพอื่น โดยแรงงานภาคเกษตรมีสัดส่วนร้อยละ 32.14 ของจำนวนแรงงานทั้งประเทศ (ข้อมูลปี 2561 จำนวนแรงงานเกษตร 12.17 ล้านคน แรงงานทั้งประเทศ 37.86 ล้านคน) โดยมูลค่า GDP ภาคเกษตรมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 8.0 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ซึ่งเป็นสัดส่วนน้อยเมื่อเทียบกับภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ แต่ประชากรภาคเกษตรยังเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 40.74 ของประชากรทั้งประเทศ (ข้อมูลปี 2561 จำนวนประชากรภาคเกษตร 27.05 ล้านคน ประชากรทั้งประเทศ 66.41 ล้านคน)

จากสถานการณ์ของวิกฤตโควิด 19 ในช่วงปีนี้ ได้ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของคนไทยในหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านเศรษฐกิจและสังคม ทำให้กิจกรรมการผลิต การขนส่ง ภาคบริการต่าง ๆ หยุดชะงัก ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวและการส่งออกของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ผลของวิกฤตโควิด 19 มีทั้งข้อดีและข้อเสียต่อภาคเกษตร ในระยะแรก ภาคเกษตรได้รับผลกระทบจากการปิดสถานที่ และปัญหาด้านโลจิสติกส์ที่หยุดชะงักจากมาตรการปิดเมือง เนื่องจากไม่มีเที่ยวบินและพนักงานในการขนส่งสินค้า ทำให้การส่งออกสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ชะงักงัน ขณะนี้สถานการณ์ในประเทศไทยคลี่คลาย จึงเป็นโอกาสดีของภาคเกษตร ที่ประเทศต่าง ๆ มีการนำเข้าอาหารจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น เป็นโอกาสให้ภาคเกษตรปรับตัวสู่วิถีใหม่ ที่จะมีการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ในการทำการผลิตและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตร รวมทั้งใช้สื่อออนไลน์เข้าถึงช่องทางการตลาดได้มากขึ้น

2. การดำเนินชีวิตวิถีใหม่ หรือ New Normal

จากสถานการณ์ปัจจุบันและวิกฤตที่เกิดขึ้น ทำให้รูปแบบพฤติกรรมของคนเปลี่ยนแปลงไป

ดังนี้

2.1 ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีความปลอดภัยมากขึ้น โดยเฉพาะอาหาร

2.2 ผู้บริโภคจะคุ้นเคยกับเทคโนโลยีในการเข้าถึงสินค้ามากขึ้น เช่น การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ดังนั้น จะเกิดการเปลี่ยนแปลงในโซ่อุปทาน (Supply Chain) โดยผู้บริโภคนำไปซื้อสินค้าโดยตรงกับผู้ผลิตมากขึ้น

2.3 การกลับคืนถิ่นของแรงงานจากการถูกเลิกจ้างจากภาคอุตสาหกรรมและบริการ รวมถึงแรงงานไทยในต่างประเทศที่ต้องเดินทางกลับมายังประเทศไทย

2.4 คนให้ความสำคัญกับการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

3. ภาคการเกษตรจึงต้องปรับตัวในหลาย ๆ เรื่อง ดังนี้

3.1 การให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตสินค้าที่ปลอดภัย มีคุณภาพ และได้มาตรฐาน สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทำให้เกิดความเชื่อมั่น

3.2 การค้าออนไลน์จะเปิดโอกาสให้สร้างอัตลักษณ์ของสินค้าของตนเอง โดยสร้างความดึงดูดให้กับสินค้าออนไลน์ สามารถขายสินค้าภายใต้ Brand Name ของตนเอง/ของกลุ่ม/ของชุมชน ไปยังผู้บริโภคโดยตรงผ่าน Online Market โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ร่วมมือกับกระทรวงพาณิชย์

3.3 แรงงานที่กลับคืนถิ่น โดยใช้ภาคเกษตรเป็นฐานรองรับแรงงาน โดยใช้ศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) ในการบ่มเพาะเกษตรกรให้เป็น Smart Farmer และ Young Smart Farmer ใช้ศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรม (Agritech and Innovation Center : AIC) ในการบ่มเพาะผู้ให้บริการทางการเกษตร (Agricultural Services Provider) ทั้งผู้ประกอบการ และ Start Up เพื่อให้บริการเครื่องจักรกลทางการเกษตร ให้คำปรึกษาในการลงทุนภาคการเกษตร อาทิ การให้บริการในพื้นที่ว่างเปล่า การปลูกไม้โตเร็ว ซึ่งเจ้าของพื้นที่จะได้รับประโยชน์ในการลดภาษี และเกิดผลประโยชน์กับชุมชนในด้านการจ้างงานและรายได้

3.4 ภาคเกษตรเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ต้องใช้เทคโนโลยีมาทดแทนแรงงานที่สูงอายุ ทำให้เกิดการรวมกลุ่ม เช่น ระบบเกษตรแปลงใหญ่ เพื่อลดต้นทุนการผลิต (อาทิ การใช้ปุ๋ยตามค่าวิเคราะห์ดิน การใช้ปัจจัยการผลิตอย่างเหมาะสม) และทำให้เกษตรกรรายย่อยสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีและเครื่องจักรกลสมัยใหม่ผ่านการใช้ร่วมกันในรูปแบบของกลุ่มแปลงใหญ่ (Equipment Sharing) ส่งเสริมให้เกิดธุรกิจบริการทางการเกษตร (Agricultural Service Provider) เพื่อให้บริการเครื่องจักรกลสมัยใหม่หรือเทคโนโลยีดิจิทัลทางการเกษตร แก่เกษตรกรรายย่อยให้เข้าถึงบริการทางการเกษตรได้ในราคาที่เหมาะสม ใช้ Agri-Map เพื่อจัดทำ Zoning โดยบูรณาการข้อมูลพื้นฐานด้านการเกษตรจากหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อให้เกิดความสมดุลทั้งอุปสงค์และอุปทานของสินค้าเกษตร จัดทำระบบแผนที่เกษตรเพื่อการบริหารจัดการเชิงรุก (Agri-Map) เป็นเครื่องมือในการวางแผนบริหารจัดการสินค้าเกษตรที่สำคัญ (ข้อมูลพื้นที่ความเหมาะสมของดิน ต้นทุน ผลตอบแทน แหล่งรับซื้อ โรงงานตลาด)

3.5 การทำการเกษตรทฤษฎีใหม่ ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และเกษตรผสมผสาน จะทำให้เกษตรกรมีรายได้ที่เพียงพอ สามารถเลี้ยงชีพตนเองและครอบครัวได้

3.6 การผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการผลิตในรูปแบบเกษตรปลอดภัย/เกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเกษตรให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน ผ่านการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านสินค้าเกษตรและอาหารด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ ควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมดุล ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ BCG Economy Model (Biological Circular and Green Economy model) สร้างความสมดุลในการพัฒนาทั้งมิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และมิติสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ภาคเกษตรมีทรัพยากรสำหรับผลิตสินค้าเกษตรและอาหารต่อไป ซึ่งจะเป็นการสร้างความมั่นคงอาหาร (Food Security) ของประเทศและของโลกได้อย่างยั่งยืน

4. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ดำเนินการช่วยเหลือภาคการเกษตรภายใต้วิกฤตที่เกิดขึ้น

4.1 ช่วยเหลือเกษตรกรที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโควิด 19 โดยการจ่ายเงินเยียวยาให้แก่เกษตรกร รายละ 5,000 บาทต่อเดือน เป็นระยะเวลา 3 เดือน ซึ่งได้จ่ายเงินเยียวยาเกษตรกรไปแล้ว 7.56 ล้านราย รวมเป็นเงิน 1.13 แสนล้านบาท

4.2 จัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ อาทิ โครงสร้างสินเชื่อแปลงใหญ่ และโครงการสินเชื่อธุรกิจชุมชนสร้างไทย ในอัตราดอกเบี้ย ล้านละร้อยบาท

5. สิ่งที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์จะขับเคลื่อนต่อไป

5.1 ขับเคลื่อนแนวคิด “การตลาดนำการผลิต” โดยเพิ่มช่องทางและโอกาสทางการตลาดที่สำคัญตามแนวทางนโยบายตลาดนำการผลิต เพื่อช่วยให้เกษตรกรและผู้บริโภคสามารถซื้อขายสินค้าเกษตรออนไลน์ได้อย่างต่อเนื่อง อาทิ DGT Farm หรือดิจิทัลฟาร์ม ผ่านทาง www.dgtfarm.com และ อดท. เดลิเวอรี่ ผ่านทาง www.ortorkor.com

5.2 การสร้างสินค้าทางเลือก/พืชทางเลือกใหม่ที่มีศักยภาพ (Future Crops) ให้กับเกษตรกร อาทิ โกโก้ ทุเรียน และจิ้งหรีด สินค้าเกษตรที่มีศักยภาพแต่ไทยยังผลิตได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ภายในประเทศ เช่น ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ สินค้าเกษตรต่างประเทศที่ประเทศไทยสามารถผลิตเองได้เพื่อลดการนำเข้า เช่น โกโก้ อโวคาโด และสินค้าเกษตรที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและสุขภาพ เช่น ข้าวพันธุ์ กข.43 (มีดัชนีน้ำตาลต่ำ) แอลกอฮอล์ที่ผลิตจากมันสำปะหลัง และว่านหางจระเข้ที่ใช้ผลิตเป็นเจลล้างมือ สมุนไพรและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ (Functional Food)

5.3 การรวมกลุ่มเพื่อแปรรูปสร้างมูลค่าเพิ่ม ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น พัฒนาคุณภาพ สินค้าให้ได้มาตรฐาน เป็นที่ต้องการของตลาด รวมถึงการตรวจสอบย้อนกลับและนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการผลิต และแปรรูป

5.4 การสร้างหลักประกันความมั่นคงทางด้านรายได้ อาทิ การประกันภัยพืชผล การเกษตรพันธสัญญา

5.5 การสร้างแหล่งน้ำในไร่นา การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดส่งน้ำ การจัดทำธนาคารน้ำใต้ดิน และการฟื้นฟูแหล่งน้ำในชุมชน

5.6 การฟื้นฟูและปรับปรุงคุณภาพดินในพื้นที่ที่มีปัญหาทางกายภาพ ให้สามารถกลับมาทำการเกษตรได้

5.7 การปรับโครงสร้างและวิธีการทำงานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อนำเทคโนโลยีมาใช้ในการ เชื่อมโยงข้อมูลจากเกษตรกรในพื้นที่ส่วนกลาง ปรับเปลี่ยนจากการกำหนดนโยบายในภาพรวม มาสู่การกำหนดนโยบายที่ สอดคล้องกับสภาพปัญหาของเกษตรกรและ ลักษณะเฉพาะของพื้นที่ในแต่ละแห่ง (Tailor Made)



คำสั่งมหาวิทยาลัยเกริก

ที่ ๑๗๑/2563

เรื่อง แต่งตั้งกองบรรณาธิการจัดทำรายงานการประชุม

เกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ.2563

เพื่อให้การจัดการประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ. 2563 เป็นไปด้วยความเรียบร้อย เกิดประสิทธิผลและบรรลุเป้าหมายสูงสุดอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 43 แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2546 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2550 จึงแต่งตั้งกองบรรณาธิการจัดทำรายงานการประชุม เกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ. 2563 ดังมีรายนามต่อไปนี้

1. รองศาสตราจารย์ สุพัฒน์	ธีรเวชเจริญชัย	ที่ปรึกษากองบรรณาธิการ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัสรินธ์	พันธุ์แน่น	บรรณาธิการ
3. ศาสตราจารย์ ดร.จำลอง	โพธิ์บุญ	กองบรรณาธิการ
4. ศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์	สามัคคีธรรม	กองบรรณาธิการ
5. ศาสตราจารย์พิเศษ จรรย์	ภักดีธนากุล	กองบรรณาธิการ
6. รองศาสตราจารย์ ดร.พนิต	เข้มทอง	กองบรรณาธิการ
7. ว่าที่ ร้อยตรี ดร.ถวัลย์	รุธาพร	กองบรรณาธิการ
8. รองศาสตราจารย์ ดร.ประภาส	ปิ่นตบแต่ง	กองบรรณาธิการ
9. รองศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา	บุรณะเดชาชัย	กองบรรณาธิการ
10. รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์	นันทนาธรณ์	กองบรรณาธิการ
11. รองศาสตราจารย์ ดร.เชรินทร์	เชน	กองบรรณาธิการ
12. รองศาสตราจารย์ ดร.หวัง คุณ		กองบรรณาธิการ
13. รองศาสตราจารย์พิเศษ ดร.นันทนา	นันทนาโรภาส	กองบรรณาธิการ
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา	ปิยจันทร์	กองบรรณาธิการ
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิมล	วงศ์สิงห์ทอง	กองบรรณาธิการ
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เชียร หมิง ชุน		กองบรรณาธิการ
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญอยู่	ขอพรประเสริฐ	กองบรรณาธิการ
18. อาจารย์ ดร.ผกาพันธุ์	ภูมิจิตร์	กองบรรณาธิการ



19. อาจารย์ ดร.พัชราวดี	ตรีชัย	กองบรรณาธิการ
20. อาจารย์ ดร.อุษณี	มงคลพิทักษ์สุข	กองบรรณาธิการ
21. อาจารย์ ดร.ดาวพระศุกร์	ทองกลิ่น	กองบรรณาธิการ
22. นางสาวมณี	ไคร์พิทยา	ผู้ช่วยกองบรรณาธิการ
23. นางสาวเพชรรัตน์	ศรลัมภ์	ผู้ช่วยกองบรรณาธิการ

ให้คณะกรรมการฯ มีหน้าที่รวบรวมผลงานวิชาการ (บทความวิจัย) เพื่อดำเนินการตีพิมพ์ เผยแพร่ในรายงานการนำเสนอผลงานวิชาการ การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ.2563 และให้หมดวาระเมื่อภารกิจเสร็จสิ้น
ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 26 ตุลาคม 2563



(ศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมพงษ์ ภูชะและ ชนวงค์)
อธิการบดี

สารบัญ (ต่อ)

การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ. 2563

เรื่อง "การขับเคลื่อนงานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม"

วันเสาร์ที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563

ณ มหาวิทยาลัยเกริก ถนนรามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

- กำหนดการ
- คำกล่าวรายงาน
- คำกล่าวเปิดงาน
- กองบรรณาธิการ

ผู้เขียน	ชื่อผลงาน	หน้า
66 รัตนา ชัยกัลยา	ความพึงพอใจในการใช้บริการเงินฝากของลูกค้านาคาครกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค	891
67 ราชนัน ประดับสุข และ กิตติวัฒน์ อิศรางกูร ณ อยุธยา	การจัดทำบัญชีและใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการจัดการวิสาหกิจชุมชน อำเภอลำโรงทอง จังหวัดสุรินทร์	902
68 ธิญญาภัทร์ ทัดน้ำธง และ รุณน พุทธิพิทยไพศาล	การใช้เทคนิค One Page Visual ในการพัฒนาการอ่านจับใจความภาษาจีนตามแนวทางการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21	917
69 รุ่งโรจน์ สงสรวบุญ นันทพร ดำรงพงศ์ วิบูลย์ ชินนุรพา และ มนทิรา ตันตระวาณิชย์	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ซิตี้ โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร	930
70 ลลิลปัทม ภัทรประสิทธิ์ไชย	รูปแบบการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย	941
71 วรเทพ บวรจิตติกร และ ดาวพระศุกร์ ทองกลิ่น	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	954
72 วลัยพรรัตน์ ไสภาสุข และ อุษณี มงคลพิทักษ์สุข	ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของกองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง	963
73 วัชระ เย้มชู	ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่	977
74 วันดี นาคเยี่ยม และ รศ.ดร.อนันต์ บุญสนอง	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ไมบายเบงคิงของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่	988
75 วิชัย อรุณสิริตระกูล	รูปแบบการใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมหนักในประเทศไทย	1000
76 วิภาษา ประยูรหงษ์	โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความสำเร็จของระบบยาในโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร	1014
77 วิโรจน์ อัครเสมาชัย และ รศ.ดร.ทองพร ทาเจริญศักดิ์	การสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชารัฐ : ศึกษาในช่วงเวลา ปี พ.ศ.2562-2563	1030
78 วิลาลินี คีตวัฒนานนท์	โลกาภิวัตน์กับการใช้บริการสุขภาพข้ามพรมแดน	1046
79 วิลาลินี วงศ์สัมพันธ์	รูปแบบการบริหารจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยโรงเรียนเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร	1063
80 วิไลวรรณ หาญกลิ้ง และ ปรีชา พันธุ์แน่น	พฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์	1075
81 วิสูตร วิสุทธิไกรสิทธิ์ และ ดร.รพีล แสงผ่อง	การประกอบสร้างความจริงทางสังคมเรื่อง คณะราษฎร 2563 : ศึกษาเปรียบเทียบสำนักข่าวนั้นขึ้นกับสำนักข่าวมติชน	1091
82 ผศ.ดร.ศรัณพร ขวนเกริกกุล และ ผศ.ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์	การสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรีบนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น	1107
83 ศศิรินทร์ พันธุ์ทิพย์ และ รศ.ดร.นันทนา นันทวโรภาส	การประกอบสร้างความจริงเรื่องพรรคอนาคตใหม่และพรรคก้าวไกล : ศึกษาเปรียบเทียบสำนักข่าวเนชั่นกับสำนักข่าวมติชน	1122
84 สดไธ จิรริยากุล และ รศ.ดร.อรพรรณ คงมาลัย	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าในกิจการเพื่อสังคม : กรณีศึกษาธุรกิจกาแฟ	1139
85 สมทรง รักษาพล	รูปแบบการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว	1154

ผู้เขียน	ชื่อผลงาน	หน้า
86 สมยศ พลายด้วง	รูปแบบความต้องการสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง	1167
87 สมศักดิ์ สิทธิชาญคุณะ และ ศิริวรรณ ฉันทวิทิตพงษ์	รูปแบบการปรับปรุงระบบการซ่อมบำรุงเพื่อเพิ่มผลผลิตของโรงงานผลิตกระป๋องขนาดเล็ก	1179
88 สรตรา อุดมอ่าง และ ปรีชา พันธุ์แน่น	พฤติกรรมการทำงานเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว จุฑามิววทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์	1191
89 สายัณห์ เหมเมืองสอง	การพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ประสิทธิภาพที่ยั่งยืน	1208
90 สุกัญญา เหมเมืองสอง	กลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21	1219
91 สุกัลยา รัตนมาลี และ อุษณี มงคลพิทักษ์สุข	ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์กับบรรยากาศองค์การสถานักขังกลางจังหวัดปทุมธานี	1233
92 สุทธิเทพ สายทอง	การพัฒนาแบบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับพฤติกรรมการทำงานเป็นข้าราชการตำรวจที่ดีของ กองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ	1248
93 สุเมธ กิติสุรกุลชัย	รูปแบบและกระบวนการสื่อสารสุขภาพจากแนวทางอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในสถานการณ์โรค วิต-19 ของประเทศไทย	1264
94 สุรพงษ์ วีระศิลป์ชัย	กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ประกันภัยการท่องเที่ยวของธุรกิจประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย	1280
95 สุรศักดิ์ กลัญชัย และ อุษณี มงคลพิทักษ์สุข	ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บังคับกองพันทหารสารวัตรกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพัน ทหารสารวัตร	1293
96 สุระศักดิ์ ฐประมาณ	การพัฒนาแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี	1308
97 สุรัตน์ เปี่ยมศิริ และ อุษณี มงคลพิทักษ์สุข	ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน	1319
98 สุราษฎร์ เศวตศุทธิสรว	อิทธิพลเชิงคุณภาพที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น)	1335
99 สุลิตา คามาวารี ภัทรชกมล จิรานุกรม สกุลณัฐ แผ่นนภากนก และ เจษฎา นกน้อย	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการใน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	1349
100 สุวิมล วงศ์สิงห์ทอง นงนาท นพคุณ และ นิธิญ งามเกิด	ความเป็นได้ในการพัฒนาชุมชนเมือง กลุ่มรายได้ 40%ล่าง ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ : กรณีศึกษา ชุมชน นูรพา 18 ดอนเมือง กรุงเทพ	1364
101 เสกสรรณ ประเสริฐ และ ปรีชา พันธุ์แน่น	การมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้	1382
102 เสริมชัย เขียวศิริถาวร	รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทานเพื่อการแข่งขันในยุค ดิจิทัล	1397
103 อธิพัชร์ โชติหิรัญจีระกุล และ อุษณี มงคลพิทักษ์สุข	บรรยากาศองค์การกับการพัฒนาตนเองของข้าราชการทันตสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์	1412
104 อนุชา มะสมัน เสฏฐวุฒิ บุญวิสูตร เอกชน ชูประสูติ และ วรรณภรณ์ บริพันธ์	การตัดสินใจใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียของประชากรในจังหวัดสงขลา	1427
105 อนุชิต นราวลัยกุล และ ดร.วิชาติ วัฒนโธ	กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของคณะราษฎร2563: ศึกษาในช่วงภาวะวิกฤตทางการเมือง พ.ศ. 2563	1439
106 อินทุกานต์ ชูแก้ว	การพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G สังกัดสำนักงานคณะกรรมการศึกษาขั้น พื้นฐาน	1456
107 อิศวา รุ่งแย้ม คุจสิตา ชำนาหึง นภาพร สุขหระง พัทธนันท์ ลอยทับเลิศ รัฐสิกา แก้วสมนึก และ วศิณ สุขสมบุญวงศ์	การศึกษาป้ายอ่านค่าของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตศูนย์กลางชุมชนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์	1469
108 อรุณินทร์ ทองไธ กัญริกา เดชดำเนิน ดาราพร ชูสัง สหราช ราชนวม และ สัตย์ชัย ลั้งแท้กุล	การศึกษาความเครียดที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน : กรณีศึกษา ธนาคารพาณิชย์และ สถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา	1482

ผู้เขียน	ชื่อผลงาน	หน้า
109 อรุณินทร์ ทองใส กัณฐิกา เดชดำนิล ดาราวพร ชูสัง สหราช ราชนวม และ สันุชัย ลั้งแท้กุล	การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน : กรณีศึกษาธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอขนาดใหญ่ และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา	1494
110 เอกพล สุมานันท์กุล และ บัณฑิต ประสิทธิ์นอก	การพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 1	1504
111 เอกพล สุมานันท์กุล รุจา รอดเข็ม และ วิจิตกร หมายมั่น	คุณลักษณะของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารสถานศึกษาของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร	1517
112 Chenin Chen and Hui Yuan Chiu (เฉินนินท์ เซน และ ฮู่หยวน ชิว)	Factors Influencing Thai Fabric Bag Purchasing Decisions in Taiwan (ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกระเป๋าผ้าไทยในไต้หวัน)	1530
113 Chenin Chen, Hui Yuan Chiu and Sen Xie	Motivational Factors of Salespeople and The Difference between Those Working in Multinational Enterprise and in Local Enterprise in Thailand	1547
114 DONG, WENFU ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ และ ผศ.ดร.सानิต ศิริวิศิษย์กุล	ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับ 5 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี	1571
115 Pengying Chen, Dr.Prapatsorn Kittimanorom and Dr.Yootanat Boonyachai	The Relationship Between Customer Experience Quality And Employee Recruitment Of Grand Hyatt Shanghai, China.	1585
116 Wang Kun Chen and Wang Wang Zhu	A Comparative Study of China's Manufacturing Industry Moving to ASEAN, Africa and South Asia	1598
117 Xiaolong You และ ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของนักศึกษาจีน ในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร	1614
118 Yong Li	No Fear Investment : ยักษ์กลัวการลงทุน A Study on the ETF Collar Strategy การศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ ETF Collar	1629

ความพึงพอใจในการใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย
สาขาซีคอนบางแค

Satisfaction on the Service of Customers' Deposit Account Service of
Kasikornthai Bank, Seacon Bangkae Branch

รัตนา ชัยกัลยา

Rattana Chaikalaya¹

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจปัจจัยส่วนบุคคล ระดับพฤติกรรมและความพึงพอใจของการใช้บริการตลอดจนเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค จำนวน 400 ราย ทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไปใช้บริการกับเพื่อนมากที่สุด มีความถี่ในการใช้บริการ 5 - 6 ครั้งต่อเดือน นิยมไปใช้บริการในวันพฤหัสบดี เวลาที่ไปใช้บริการคือ 14.01 น. - 15.30 น. และปัจจัยที่มีความพึงพอใจในการใช้บริการมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ส่วนการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ต่อเดือน และอาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ไปใช้บริการร่วมด้วย ความถี่ในการใช้บริการ วันที่ไปใช้บริการ และเวลาที่ไปใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, การใช้บริการเงินฝาก, ธนาคาร

¹ อาจารย์ ดร., นักวิจัยอิสระ

Abstract

This research aims to explore the personality and to study the level of service behavior as well as study the factors that were relation between personality and satisfaction on the service of Kasikornthai Bank, Seacon Bangkae Branch. Sample group used consumers of Kasikornthai Bank, Seacon Bangkae Branch totally 400 persons by using accidental random sampling and statistical method used in data analysis was frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation and chi square was used to test hypothesis results, it was found by research results that

The result of the study showed that most consumers were male, aged between 31 – 40 years, hold bachelor's degree and earned up to 30,000 Baht. In addition, Most of them used service with friend, frequency of service were 5 – 6 times per month, preferred to use the service on Thursday, time the service were 14.01 – 15.30 and the satisfaction of most service was human factor and place factor was the least satisfied. For assumption test, it has found that sex, age, education level income per month and occupation were related to satisfaction on the service of Kasikornthai Bank, Seacon Bangkae Branch. Besides, it also has found that users to share service, frequency of use, date to used and time to use were related to satisfaction on the service of Kasikornthai Bank, Seacon Bangkae Branch.

Keywords : satisfaction, on the service, Bank

บทนำ

สถาบันการเงินเป็นสถาบันหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจ กล่าวคือมีส่วนสนับสนุนให้เกิดการลงทุนในธุรกิจประเภทต่างๆ ได้แก่ ธุรกิจบริการ พาณิชยกรรม และอุตสาหกรรมซึ่งส่งผลต่อสภาพความเป็นอยู่และมาตรฐาน การครองชีพของประชาชนในประเทศ โดยให้บริการทางการเงินในรูปแบบต่างๆ เช่น การรับฝากเงิน การโอนเงิน การให้สินเชื่อ การให้เช่าตู้เงินฝากเพื่อเก็บรักษาทรัพย์สิน การจำหน่ายพันธบัตรรัฐบาล การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริการตัวแลกเปลี่ยน ตลอดจนบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น ซึ่งแต่ละสถาบันการเงินทั้งธนาคารต่าง ๆ และบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ต่างต้องแข่งขันกันในการให้บริการแก่ประชาชนและธุรกิจในรูปแบบต่าง ๆ ทำให้สถาบันการเงินแต่ละแห่งเกิดการทุ่มเททรัพยากรเพื่อการเปลี่ยนแปลงในองค์กรเพื่อให้บริการที่ดีกว่าคู่แข่ง มี การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี บรรยากาศของหน่วยงาน เพื่อดึงดูดลูกค้าโดยการนำวิธีการต่างๆ เช่น การบริหารคุณภาพโดยรวม องค์การมาตรฐานสากล เป็นต้น มา

ปรับปรุงคุณภาพการบริการ มีการขยายสาขาเพื่อขยายการบริการให้ครอบคลุมในท้องถิ่นต่าง ๆ (เอกรัฐ วังศรี ระกุล, 2553)

เนื่องจากงานบริการลูกค้าคือหัวใจสำคัญในการสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ เพื่อครองใจลูกค้าในปัจจุบัน ดังนั้นการปรับปรุงคุณภาพการบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้ธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค เป็นองค์กรที่ให้บริการเป็นเลิศ สามารถยืนหยัดสู้กับ คู่แข่งขันได้ ธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค จึงได้พยายามปรับปรุงคุณภาพการบริการของธนาคาร เพื่อมุ่งสู่การเป็นธนาคารในดวงใจของปวงชนตามวิสัยทัศน์ของธนาคาร โดยจัดฝึกอบรมให้กับพนักงานให้บริการ ปรับปรุงสถานที่ให้บริการ ปรับปรุงธุรกิจที่ให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าที่มารับบริการเกิดความประทับใจทั้งในด้านการให้บริการและด้านธุรกิจที่ให้บริการ (ธนาคารกสิกรไทย, 2562) ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า ธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพการบริการทั้งในด้านพนักงานผู้ให้บริการ กระบวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการ (ศุภนิยวิชัยกสิกรไทย, 2558) “หัวใจสำคัญของการบริการที่แท้จริงอยู่ที่คุณภาพของการบริการที่สามารถ สร้างความประทับใจอย่างแนบแน่น ให้กับผู้ใช้บริการ” (สรชา สุขศรีนวล, 2556) ซึ่งธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค เป็นองค์กรหนึ่ง ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของธนาคารที่มุ่งสู่ การเป็นธนาคารในดวงใจของประชาชน

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค และสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยดังกล่าวไปปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาการในการให้บริการลูกค้าที่มาใช้บริการในครั้งต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจปัจจัยบุคคลของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค
2. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค

การทบทวนวรรณกรรม

โซโลมอน (Solomon, 2007) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นวิธีการที่บุคคลควรประพฤติเพื่อให้ได้ผลสูงสุด โดยมีวิธีการตัดสินใจ 6 ขั้นตอน คือ (1) ค้นหาความต้องการในการตัดสินใจ (2) สร้างเกณฑ์ในการตัดสินใจ (3) แบ่งน้ำหนักในแต่ละเกณฑ์ (4) พัฒนาทางเลือก (5) ประเมินผลทางเลือก และ (6) เลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

คอตเลอร์ (Kotler, 2000) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง ผู้บริโภคทั้งที่เป็นส่วนบุคคล กลุ่มและองค์กรนั้น เลือกซื้อ ใช้ และไม่ชอบสินค้า บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ ที่สร้างความพึงพอใจตามความต้องการ และความปรารถนาของตนได้อย่างไร และได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่าเป็น กลุ่ม ของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดกลุ่มเป้าหมาย ส่วน สรรชา สุขศรีนวล (2556) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดถือว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่ กระตุ้นต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) เป็นการตัดสินใจ ของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคลดังนี้ (1) อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน (2) วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle Stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของคนในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็น สิ่งที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ทศนคติ และค่านิยมของคนทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และ พฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน (3) อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและ ความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน (4) โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) หรือ รายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน และ (5) การศึกษา

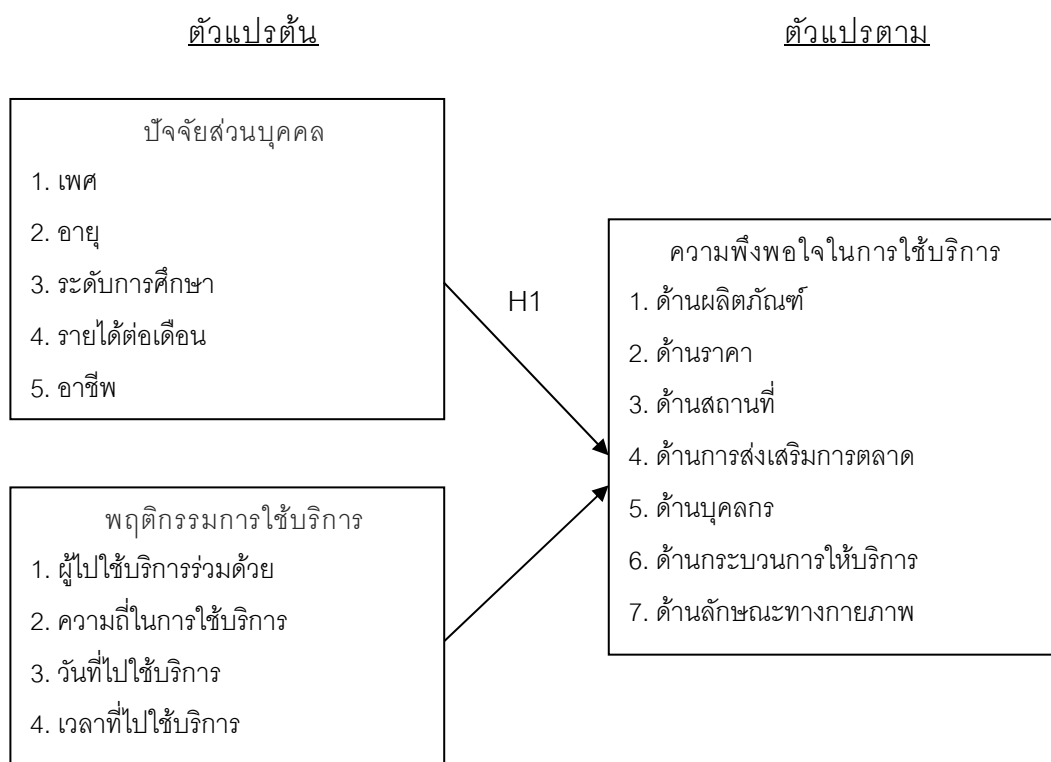
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สรรชา สุขศรีนวล (2556) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากใน 2 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์สูงสุด รองลงมาคือด้านบุคลากร และในการเปรียบเทียบผู้ให้บริการที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพต่าง ๆ มีความพอใจโดยรวมและด้านรายได้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ทางสถิติ ส่วนผู้ให้บริการที่มีการใช้เงินสินเชื่อประเภทที่อยู่อาศัยกับสถาบันการเงินอื่นต่าง ๆ และผู้ให้บริการ ที่มีวงเงินกู้ต่างกันมีความพึงพอใจสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค

จากสมมติฐานดังกล่าวข้างต้น สามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค ตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนกันยายน พ.ศ. 2563

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค
2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค จำนวน 385 คน คำนวณได้จากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Cochran, 1953 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552)

โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 แต่เพื่อความมั่นใจในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภคตามแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังนำไปทดสอบกับประชากรที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด (Try – out) ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค ได้แก่ ผู้ไปใช้บริการร่วมด้วย ความถี่ในการใช้บริการ วันที่ไปใช้บริการ และเวลาที่ไปใช้บริการ โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ประยุกต์ตามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยแบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยเก็บใน เดือนกันยายน พ.ศ. 2563 ตั้งแต่วันจันทร์ ถึงวันศุกร์ตั้งแต่เวลา 12.00 น. ถึง 16.00 น. จำนวนวันละ 40 ตัวอย่าง เป็นเวลา 10 วัน

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้วิจัยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่ออธิบายปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค และใช้สถิติไคสแควร์ (กัลยา วาณิชบัญชา, 2557) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05 และสถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถามใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ผลการทดสอบความเชื่อมั่น $\alpha = 0.924$

ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.00 และ 42.00 ตามลำดับ มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.50 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.00 มีรายได้ต่อเดือน บาทขึ้นไป 30,000 คิดเป็นร้อยละ และ 40.30 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 43.00

พฤติกรรมการใช้บริการ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการกับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.50 ความถี่ในการใช้บริการ เดือนละ 5-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.00 วันที่นิยมไปใช้บริการ ได้แก่ วันเสาร์ คิดเป็นร้อยละ 52.25 และเวลาที่ไปใช้บริการ ในช่วงเวลา 15.30-14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 38.52

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอน บางแค มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ($\bar{x} = 4.40$) รองลงมาได้แก่ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{x} = 4.34$) และน้อยที่สุด คือ ด้านสถานที่ให้บริการ ($\bar{x} = 4.15$) จากการสัมภาษณ์ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เพราะความสะอาดภายในธนาคาร การบริการที่มีคุณภาพ มีการกำหนดราคาค่าธรรมเนียมธนาคารที่เหมาะสม มีการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการได้รับทราบข้อมูลข่าวสารของทางธนาคาร และมีการอบรมมารยาทในการให้บริการของพนักงาน ทำให้พนักงานมีความกระตือรือร้นและการดูแลเอาใจใส่ในการบริการ ตลอดจนทางธนาคารมีการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนการให้บริการ ส่วนเรื่องสถานที่จอดรถยนต์ที่มีไม่เพียงพอ นั้น อาจจะเป็นเหตุผลทำให้ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านสถานที่ในการให้บริการ แสดงผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค

ส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.29	0.437	มากที่สุด
ด้านราคา	4.21	0.465	มากที่สุด
ด้านสถานที่	4.15	0.465	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.30	0.654	มากที่สุด
ด้านบุคลากร	4.40	0.642	มากที่สุด
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.34	0.726	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.21	0.839	มากที่สุด
รวม	4.26	0.660	มากที่สุด

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค ทดสอบด้วยสถิติไคสแควร์ (กัลยา วาณิชบัญชา, 2557)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อาชีพ มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนอายุมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ สำหรับระดับการศึกษา และระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค						
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านบุคลากร	ด้านกระบวนการให้บริการ	ด้านลักษณะทางกายภาพ
เพศ	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗
อายุ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ระดับการศึกษา	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓
ระดับรายได้	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓
อาชีพ	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗

หมายเหตุ : ✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์กัน ✗ หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สรุปและอภิปรายผล

1. ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เพราะก่อนที่ผู้ให้บริการจะตัดสินใจให้บริการจะต้องมีการศึกษา ค้นหาข้อมูล ประเมินทางเลือก เพื่อที่จะได้ตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค ซึ่งการประเมินทางเลือกนั้นผู้ให้บริการก็จะคำนึงหรือให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ของธนาคาร การกำหนดราคาค่าธรรมเนียมของธนาคารที่เหมาะสม ความสะดวกในการใช้บริการ ความโดดเด่นในการออกแบบรูปแบบการให้บริการและการส่งเสริมการตลาด เช่น การได้ลดค่าธรรมเนียมจากการเป็นลูกค้าเก่า ซึ่งสอดคล้องกับโซโลมอน (Solomon, 2007) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นวิธีการที่บุคคลควรประพฤติเพื่อให้ได้ผลสูงสุด โดยมีวิธีการตัดสินใจ 6 ขั้นตอน คือ (1) ค้นหาความต้องการในการตัดสินใจ (2) สร้างเกณฑ์ในการตัดสินใจ (3) แบ่งน้ำหนักในแต่ละเกณฑ์ (4) พัฒนาทางเลือก (5) ประเมินผลทางเลือก และ (6) เลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

2. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาซีคอนบางแค ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความพึงพอใจในการใช้บริการย่อมแตกต่างกันไปตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยผู้ที่มีเพศต่างกันย่อมมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกันออกไป ส่วนผู้ที่มีอายุต่างกัน ย่อมมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่เปลี่ยนไปตามประสบการณ์ใน

การเคยมาใช้บริการ ส่วนคนที่มีรายได้สูงย่อมมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกับผู้มีรายได้ต่ำที่ต้องคิดพิจารณาในการตัดสินใจใช้บริการ และเลือกใช้บริการที่จำเป็นจริง ๆ นอกจากนี้อาชีพต่างกันอย่างมีแนวคิด ค่านิยมของความพึงพอใจต่อการใช้บริการแตกต่างกันออกไปตามอาชีพที่ประกอบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด โซโลมอน (Solomon, 2007) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล โดยอายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน ส่วนอาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน สำหรับผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ และรายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่ตัดสินใจซื้อและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสรุชา สุขศรีนวล (2556) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานครพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจการให้บริการในด้านบุคลากรมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรมีการอบรมมารยาท การแต่งกาย บุคลิกภาพ และการช่วยเหลือแก้ปัญหาของพนักงานให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด และจากความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านสถานที่ให้บริการนั้น ผู้ประกอบการควรจัดหาที่จอดรถยนต์เพิ่มมากขึ้น หรือจัดรถรับส่งสำหรับผู้ใช้บริการตามจุดนัดต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ และกลับมาใช้บริการซ้ำ

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วาณิชบัญชา. (2557). การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง SEM ด้วย AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธนาคารกสิกรไทย (2562). คู่มือลูกค้าและผู้ถือหุ้นธนาคารกสิกรไทย สืบค้นเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2563

จาก <http://www.tanachart.com/TH/SocialActivities/Shareholder/Pages/>.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2558). การบริหารทรัพยากรมนุษย์. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2563 จาก

<https://www.kasikornresearch.com/TH/Pages/Default.aspx>.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ:

โรงพิมพ์ธรรมสาร.

สรชา สุขศรีวรรณ. (2556). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยธนาคารกสิกรไทย จำกัด
(มหาชน) เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

เอกรัฐ วงศ์วิระกุล. (2553). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ ของ
คนทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. นิตยสารศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

Kotler, Philip. (2000). Marketing Management. 10th ed. New Jersey: Prentice – Hall, Inc.

Solomon, Michael R. (2007). Consumer Behavior. 7 th ed. New Jersey: Prentice – Hall, Inc.

การจัดทำบัญชีและใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการจัดการวิสาหกิจชุมชน
อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

PREPARATION OF ACCOUNTING AND THE USE OF ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM FOR
COMMUNITY ENTERPRISES IN SAMRONGTHAP DISTRICT SURIN PROVINCE

ราชนัน ประดับสุข 1, กิตติวัฒน์ อิศรางกูร ณ อยุธยา 2

1 คณะบริหารธุรกิจ/สาขาการบัญชี, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, Rachan.pr@northbkk.ac.th

2 คณะบริหารธุรกิจ/สาขาการบัญชี, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, Kittiwat.is@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพปัจจุบันในการทำระบบบัญชีของวิสาหกิจชุมชน (2) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน (3) การใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีมีความสัมพันธ์กับการจัดการวิสาหกิจชุมชน และ (4) นำเสนอแนวทางการจัดทำระบบบัญชีของวิสาหกิจชุมชน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

วิธีดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาค้นคว้า จากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งเอกสารทางวิชาการ งานวิจัย และบทความต่าง ๆ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ซึ่งศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน ของกรมส่งเสริมการเกษตร 20 กลุ่ม โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง (Sampling) แบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Selection Sampling) ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม และผู้จัดทำบัญชี จำนวน 40 คน เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่เข้าใจบริบทความเป็นมา ปัญหา วิถีชีวิต และความต้องการของกลุ่มตนเองเป็นอย่างดี

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบันในการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นการจดบันทึกความจำ จัดทำบัญชีแบบง่าย มีตัวแทนสมาชิกที่ได้รับความไว้วางใจกันภายในกลุ่ม เป็นผู้ดูแลเงินสดรับและเงินสดจ่าย ส่วนใหญ่ไม่ทำทะเบียนบัญชีย่อย ๆ ในการบริหารสินทรัพย์ สินค้าคงเหลือ วัสดุดิบ และลูกหนี้ 2) ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน ด้านความรู้ความสามารถ ผู้จัดทำบัญชีส่วนใหญ่ไม่ได้สำเร็จการศึกษาด้านบัญชี ซึ่งจะส่งผลต่อความรู้ ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีได้อย่างถูกต้อง ความร่วมมือในการจัดส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบันทึกบัญชีเกิดความล่าช้าซึ่งจะส่งผลทำให้บันทึกบัญชีผิดพลาดได้ และด้านเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงานส่วนใหญ่มีความเห็นว่าคู่มือ/โปรแกรมที่ใช้ในการปฏิบัติงานบัญชีซับซ้อนเข้าใจยากเนื่องจากผู้จัดทำบัญชีส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีความชำนาญในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น 3) การใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีมีความสัมพันธ์กับการจัดการวิสาหกิจ

ชุมชน ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ที่มีความพร้อมนำสารสนเทศทางการบัญชีมาพิจารณาใช้ประโยชน์ในการวางแผนงาน กำหนดกลยุทธ์ และนโยบายในการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน และ 4) แนวทางในการจัดทำบัญชี ประกอบด้วย 2 แนวทาง ได้แก่ (1) การให้ความรู้ และสนับสนุน ช่วยเหลือในการวางระบบการจัดเก็บเอกสารข้อมูลทางการเงิน ระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่จำเป็น และ (2) การกำหนดให้มีผู้รับผิดชอบทางบัญชีการเงิน เพื่อเก็บข้อมูลและจัดทำบัญชีอย่างสม่ำเสมอ ต่อเนื่อง ซึ่งวิสาหกิจชุมชน จะได้รับประโยชน์จากข้อมูลทางการบัญชี ที่มีความถูกต้อง เชื่อได้ ใช้ในการวางแผนในการบริหารงาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการพัฒนาชุมชนได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การจัดทำบัญชี สารสนเทศการบัญชี วิสาหกิจชุมชน

Abstract

This research aimed to (1) study the current situation in accounting system of community enterprises (2) study problems and obstacles in the accounting of community enterprises (3) the use of accounting information is related to management. Community enterprises and (4) presenting guidelines for the preparation of accounting systems of community enterprises v Samrong Thap Surin Province

Research methods are qualitative research by researching From various documents related to academic papers, research and articles by in-depth interviews and non-participation observations, which studied the community enterprise group of Samrong Thap district. Surin Province Registered as a community enterprise Of the Department of Agricultural Extension, 20 groups using sampling without probability theory. (Non-probability Selection Sampling) using a Purposive Selection method. The key informants consisted of 40 group chairmen and accountants because they understood the context, background, problems, lifestyle and needs of their group. As well

The results of the research were as follows: 1) Current conditions in the accounting of community enterprises. Most community enterprise groups As a note taking Make accounting simple There are representative members who are trusted within the group. Is a supervisor of cash receiving and paying cash Most of them do not register small accounts in asset management. Inventories, raw materials and receivables. 2) Problems and obstacles in the accounting of community enterprises In knowledge and competence, most bookkeepers do not have a degree in accounting. Which will affect knowledge Understanding of the correct accounting Cooperation in delivery of documents

related to accounting records is delayed, which can lead to inaccurate accounting records. As for the tools used in the operation, most of them were of the view that the manuals / programs used in accounting operations were complex and difficult to understand because most of the accountants were not skilled in using computers, etc. 3) The use of accounting information is related to the management of community enterprises. Most of the community enterprises that are ready to take accounting information into consideration are used in planning work, formulating strategies and policies to create a competitive advantage. And 4) There are two approaches for the accounting preparation, which are (1) providing knowledge and support to assist in the implementation of the financial document storage system. Essential accounting information systems; and (2) determining accountability for financial accounting. To collect information and keep accounts on a regular basis, which community enterprises Will benefit from accounting information That is accurate, believed to be used in planning in the administration. Affecting the efficiency of sustainable community development

Keywords : Accounting Accounting information Community enterprises

บทนำ

การขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจเจริญเติบโตในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 จะเน้นการพัฒนาและใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมขั้นก้าวหน้าที่เข้มข้นมากขึ้น การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล การพัฒนา และยกระดับคุณภาพของกำลังคน และความคิดสร้างสรรค์ในการขยายฐานเศรษฐกิจและฐานรายได้ใหม่ควบคู่กับการเพิ่มผลิตภาพของฐานการผลิตและบริการเดิมรวมทั้งการต่อยอดการผลิตและบริการเดิมโดยใช้ดิจิทัลและเทคโนโลยีอัจฉริยะ นอกจากนี้ จะให้ความสำคัญกับการใช้ศักยภาพของทรัพยากรชีวภาพ การส่งเสริมการเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่มูลค่าอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจใหม่และการพัฒนาตามแนวระเบียงเศรษฐกิจ การผสมผสานภาคบริการเข้ากับการค้าและการเตรียมความพร้อมของภาคบริการ ให้สามารถรองรับการแข่งขันที่เสรีขึ้น การเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งการสร้างสังคมผู้ประกอบการที่ผลิตได้ขายเป็น โดยพิจารณาการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและมาตรฐานสากลของสินค้าและบริการที่สูงขึ้นรวมถึงมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมรวมทั้งพัฒนาระบบและกลไก ตลอดจนการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อกระจายโอกาสเศรษฐกิจให้คนในชุมชนและท้องถิ่นและแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ

ศักยภาพทางด้านการจัดการของชุมชน มีความสำคัญและมีผลกระทบโดยตรงต่อการดำรงชีวิตของคนในชุมชน ชุมชนจะเข้มแข็งได้ต้องเริ่มจากการพึ่งพาตนเองของคนในชุมชน ซึ่งแนวทางหนึ่งในการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของชุมชน คือ วิสาหกิจชุมชน (Enterprise) ซึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างรากฐานที่มั่นคงในการพัฒนาประเทศ ประการหนึ่งคือ การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ มุ่งเน้นการสร้าง ความเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริการ และการค้าการลงทุน เพื่อยกระดับ ศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ สร้างรายได้และกระจายรายได้สู่คนในชุมชนอย่างทั่วถึง อันจะนำมาซึ่ง ความเข้มแข็งของทั้งเศรษฐกิจในภาพรวมและเศรษฐกิจฐานรากตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน

วิสาหกิจของชุมชน เป็นองค์การหนึ่งที่เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน ซึ่งเริ่มจากการประกอบกิจการขนาดเล็ก ระดมทุนจากสมาชิกเพื่อใช้ในการแปรรูป ผลิตเพื่อใช้ในครัวเรือน ขยายออกสู่ ตลาดเน้นตลาดท้องถิ่น ต่อมาเมื่อเกิดการเรียนรู้ก็จะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ สามารถขยายตลาดออกไปสู่ภายนอก ได้อย่างมั่นใจ ก่อให้เกิดรายได้แก่สมาชิกในชุมชนเกิดการพึ่งพาตนเอง ครอบคลุม ภายในชุมชนหรือระหว่าง ชุมชน นำไปสู่เศรษฐกิจชุมชน และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของชุมชน ซึ่งการประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนนั้น ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก คือ กิจกรรมทั้งด้านการจัดการผลิต การจัดการ การตลาด การจัดการทรัพยากร มนุษย์ การเงินและการบัญชี ทั้งนี้ การประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนให้ดำรงอยู่เจริญเติบโตอย่างเข้มแข็งอย่าง ยั่งยืนได้นั้น ปัจจัยสำคัญที่ต้องอาศัยข้อมูลทางการบัญชีได้อย่างถูกต้อง และสามารถนำระบบสารสนเทศ ทางการบัญชีเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการ การวางแผน และการตัดสินใจของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน ต่อไป

การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ มีประเด็นปัญหาส่วนหนึ่ง คือ มิติด้านระบบ บัญชี ซึ่งปัญหาแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกัน การรวบรวมข้อมูลฉบับที่ที่ยังไม่เป็นระบบ และไม่สามารถ แสดงถึงต้นทุนและกำไรที่ชัดเจนได้ เนื่องจากขาดความครบถ้วนในการรวบรวมข้อมูล ฐานเอกสาร และการ คำนวณต้นทุนต่าง ๆ ค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่เกี่ยวข้อง เช่น ค่าใช้จ่ายบรรจุผลิตภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายทางด้านการตลาด ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตลอดจนสถานการณ์การเกิดปัญหาของวิสาหกิจชุมชนอันเนื่องจากการดำเนินงาน การใช้สารสนเทศทางการบัญชีของวิสาหกิจชุมชนที่จะแสดงให้เห็นถึงการจัดทำระบบบัญชี เพื่อให้ผู้นำกลุ่ม สามารถชี้แจงถึงต้นทุน กำไร และการปันส่วนรายได้ให้กับสมาชิกในกลุ่มทราบได้ อย่างถูกต้องและเป็นไปตาม หลักการบัญชี

จากเหตุผลและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการการเก็บข้อมูลและการใช้ข้อมูล อย่างเป็นระบบของวิสาหกิจชุมชน ที่จะทำให้อิทธิพลของวิสาหกิจชุมชนนั้น ตระหนักและรับรู้ถึง รายรับ รายจ่าย ต้นทุน หรือมูลค่าที่เพิ่มขึ้นของทรัพยากรในองค์กรที่แท้จริง ฉะนั้น การวิจัย เรื่อง การจัดทำบัญชีและใช้ระบบ

สารสนเทศทางการบัญชีวิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ จะส่งผลให้เกิดประโยชน์ให้กับวิสาหกิจชุมชน สามารถนำข้อมูลทางการบัญชีมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนการลงทุน การจัดสรรทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และแก้ไขปัญหาการบริหารจัดการองค์กร จนสามารถปรับตัวดำรงอยู่และเติบโตอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการจัดทำบัญชี ของวิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี ของวิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
3. เพื่อศึกษาการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่มีความสัมพันธ์กับการจัดการวิสาหกิจชุมชน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
4. เพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนาระบบบัญชีและระบบสารสนเทศทางการบัญชีวิสาหกิจชุมชน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

การทบทวนวรรณกรรม

ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน การบัญชี ระบบบัญชีและระบบสารสนเทศทางการบัญชี ของวิสาหกิจชุมชน รวมถึงระบบบัญชีการเงิน ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่การสรุปรอบแนวคิดการวิจัยที่เชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์การวิจัย และสิ่งที่ได้จากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วยสภาพปัจจุบันในการจัดทำระบบบัญชี ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน สมาชิกและหุ้น การดำเนินธุรกิจ ความพร้อมด้านการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี ได้แก่ เงินสด หมุนเวียน สินค้าคงคลัง ลูกหนี้ การบันทึกบัญชีรายรับ - รายจ่าย เอกสารประกอบการบันทึกบัญชี และแนวทางในการจัดทำระบบบัญชีของวิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบแนวทางหรือวิธีการของการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
2. ทราบปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
3. นำผลการศึกษาไปใช้ในการแก้ไขปัญหาการจัดบัญชีของวิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
4. เสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาวิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

5. นำผลของการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีในการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ เพื่อการตัดสินใจในการวางแผน การจัดการ และการตัดสินใจ ได้อย่างเหมาะสม
6. ใช้เป็นองค์ความรู้ในการพัฒนาต่อยอดผลงานวิจัยของนักวิจัยไปสู่การปฏิบัติและบริการวิชาการ ในสถาบันการศึกษา

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาค้นคว้า จากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งเอกสารทางวิชาการ งานวิจัย และบทความต่าง ๆ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ซึ่งศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน ของกรมส่งเสริมการเกษตร 20 กลุ่ม โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง (Sampling) แบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Selection Sampling) ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม และผู้จัดทำบัญชี จำนวน 40 คน เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่เข้าใจบริบทความเป็นมา ปัญหา วิถีชีวิต และความต้องการของกลุ่มตนเองเป็นอย่างดี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้

1. การวิเคราะห์เอกสาร เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับระบบการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน และระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
2. แบบสัมภาษณ์ เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษาการจัดทำบัญชีและใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการจัดการวิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ (1) สภาพปัจจุบันและความพร้อมในการจัดทำระบบบัญชี (2) ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี และ (3) การใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการจัดการวิสาหกิจชุมชน โดยในแต่ละประเด็นจะตั้งคำถามปลายเปิด เพื่อเปิดกว้างให้แสดงความเห็น และนำมาซึ่งข้อมูลที่หลากหลายและลึกซึ้งเพียงพอสำหรับนำมาสรุปประมวลผล
3. แบบสังเกต ประกอบด้วย (1) ด้านการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สังเกตการณ์ในเรื่องการดำเนินงาน การผลิต การตลาด การเงิน การบัญชี และระบบสารสนเทศเพื่อการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (2) สภาพปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี และ (3) การนำสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้เพื่อการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

การวิเคราะห์ข้อมูลทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันในการทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน และการนำสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้เพื่อการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน นำไปสู่การวิเคราะห์แนวทางการจัดทำระบบบัญชีและการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมต่อไป โดยเริ่มต้นจากการจัด

ระเบียบข้อมูล เนื่องจากข้อมูลมีที่มาจากหลากหลายแหล่ง ทั้งการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ สังเกตทำที่
น้ำเสียง พฤติกรรม การแสดงออกต่าง ๆ ระหว่างการสัมภาษณ์ เอกสาร และเว็บไซต์ เป็นต้น ซึ่งการจัดระเบียบ
ข้อมูลนั้น คณะผู้วิจัยได้เริ่มทำตั้งแต่ก่อนการเก็บรวบรวม ข้อมูล ระหว่างการเก็บข้อมูล และหลังการเก็บข้อมูล
จากนั้นคณะผู้วิจัยจะทำการลงรหัสข้อมูล เพื่อให้การเก็บข้อมูลเป็นระบบ ไม่สูญหาย ส่วนการแสดงข้อมูลและ
หาข้อสรุป จะแสดงข้อมูล ในลักษณะของการอธิบาย บรรยาย โดยเริ่มทำตั้งแต่ระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูล

การตีความผลการวิจัย ให้ความสำคัญกับบริบท ทั้งบริบททางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอื่น
ๆ เพื่อเข้าใจความหมายต่าง ๆ ได้อย่างสมบูรณ์ นอกจากนั้นข้อสรุปที่เกิดขึ้น ยังตั้งอยู่บนฐานของทฤษฎี และ
ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นด้วย

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ มีการตรวจสอบภายใน โดยเสนอคำอธิบาย หรือ ข้อสรุปจาก
มุมมองที่หลากหลาย ทั้งประธานกลุ่ม และผู้จัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชน และทำการตรวจสอบภายนอก ด้วย
การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยประยุกต์ใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล
(Methodological Triangulation) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีต่าง ๆ เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน

ผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนาม โดยใช้เทคนิคการสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์เชิงลึก
และการวิเคราะห์เอกสาร โดยในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แบ่งการนำเสนอผล การวิเคราะห์ข้อมูล
เป็น 3 ตอน ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ ตอนที่ 1 สภาพปัจจุบันในการจัดทำบัญชี ตอนที่ 2 ปัญหาและ
อุปสรรคในการจัดทำบัญชี และตอนที่ 3 การนำเสนอเสนอแนะทางการบัญชีไปใช้เพื่อการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจ
ชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. สภาพปัจจุบันในการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

การศึกษาการจัดทำบัญชีและใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการจัดการวิสาหกิจชุมชนอำเภอ
สำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 20 กลุ่ม ซึ่งวิสาหกิจชุมชนเหล่านี้มีที่ตั้งกระจายอยู่ในอาณาเขตของตำบลต่าง
ๆ ในอำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ดังตารางที่ 1

ลำดับ	ชื่อกลุ่มวิสาหกิจ	ที่ตั้ง	ลำดับ	ชื่อกลุ่มวิสาหกิจ	ที่ตั้ง
1	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เลี้ยงไหม บ้านตะเคียน	5 หมู่ที่ 9 ถนน ตำบล สำโรงทาบ	11	ชุมชนพรมเช็ดเท้าสะโน	12 หมู่ที่ 1 ถนน ตำบล สะโน
2	กลุ่มทอผ้าไหมพื้นเมือง ชาวภูย	36 หมู่ที่ 6 ถนน สำโรง ทาบ-ปรางค์กู ตำบล สำโรงทาบ	12	ชุมชนกอไผ่น้อย	1 หมู่ที่ 9 ถนน ตำบล สะโน
3	กลุ่มเกษตรสร้างชาติโค ขุนสำโรงทาบ	19 หมู่ที่ 6 ถนน ตำบล สำโรงทาบ	13	ชุมชนผ้าไหม	26 หมู่ที่ 2 ถนน ตำบล สะโน
4	กลุ่มนาแปลงใหญ่บ้าน หนองแคน	138 หมู่ที่ 8 ถนน ตำบลหนองไผ่ล้อม	14	ศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธ์ ข้าวชุมชนตำบลประดู่ บ้านนาเทิง	44 หมู่ที่ 4 ถนน ตำบล ประดู่
5	แม่บ้านเกษตรกรบ้าน กระออม	158 หมู่ที่ 1 ถนน ตำบลกระออม	15	ชุมชนกลุ่มรักควาย	112 หมู่ที่ 1 ถนน - ตำบลกระออม
6	เกษตรสัมมาชีพบ้าน ห้วยแสง	40/2 หมู่ที่ 10 ถนน ตำบลสำโรงทาบ	16	กลุ่มทอผ้าไหมบ้านใหม่ ศรีสำโรง	52 หมู่ที่ 6 ถนน ตำบล สำโรงทาบ
7	ศูนย์ส่งเสริมและผลิต พันธ์ข้าวชุมชนตำบล หนองสะ บ้านขอนแก่น	44 หมู่ที่ 4 ถนน ตำบล หนองสะ	17	กลุ่มข้าวหอมมะลิพันธ์ดี บ้านค้อ	94 หมู่ที่ 5 ถนน ตำบล หนองสะ
8	ชุมชนเสื่อกกตุ้ไศก	13 หมู่ที่ 3 ถนน ตำบล หนองสะ	18	กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการ ผลิตบ้านหนองผ่า	48 หมู่ที่ 8 ถนน - ตำบลหนองสะ
9	กลุ่มเลี้ยงโคขุนบ้าน หนองเสือ	69 หมู่ที่ 8 ถนน ตำบล ศรีสุข	19	ลุ่มทอผ้าไหมพื้นเมือง บ้านอาลี	7 หมู่ที่ 4 ถนน ตำบล สำโรงทาบ
10	ชุมชนผ้าเชวชาวภูย สำโรงเตี๊ยม	54 หมู่ที่ 3 ถนน ตำบล เสม็จ	20	กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกพริก บ้านพอก	36 หมู่ที่ 6 ถนน - ตำบลประดู่

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ มีการตั้งชื่อสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ตามลักษณะการประกอบการ

ผู้วิจัยทำการสำรวจข้อมูลทั่วไป โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก จากจำนวนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ 20 กลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ทั้งหมดเป็นประธานกลุ่มและผู้จัดการบัญชี เนื่องจากมีหน้าที่ดูแลและคอยให้ความช่วยเหลือสมาชิก รวมถึงกำกับติดตามและบริหารวิสาหกิจชุมชนให้สามารถดำเนินต่อไปได้ด้วยตนเอง โดยแต่ละกลุ่มจะมีจำนวนสมาชิกอยู่ระหว่าง 11 – 20 มีการรวมหุ้นภายในในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจชุมชนเป็นประเภทผลิตเพื่อจำหน่าย กรรมการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นผู้จัดทำบัญชี ผู้จัดทำบัญชี

มีวุฒิการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ปริญญาตรี และปริญญาโท กลุ่มวิสาหกิจชุมชนครั้งหนึ่งไม่ทำบัญชี อีกครั้งหนึ่งทำบัญชีและทำเป็นบางครั้ง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความคิดเห็นส่วนใหญ่ว่าการทำบัญชีมีประโยชน์มาก เพื่อใช้ในการตัดสินใจ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ทำบัญชี มีการบันทึกบัญชีด้วยมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ทำบัญชีทั้งหมดมีการจดบันทึกบัญชีในสมุดเงินสด วิสาหกิจชุมชน 4 กลุ่ม จัดทำบัญชีทั้งระบบ ได้แก่ สมุดเงินสด (รับ – จ่าย) สมุดรายวันทั่วไป สมุดบัญชีแยกประเภท สมุดต้นทุนกำไร จัดทำทะเบียนสมาชิกและหุ้นกลุ่มวิสาหกิจส่วนใหญ่ไม่จัดทำทะเบียนคุมยอดต่าง ๆ เอกสารที่ใช้ประกอบการบันทึกบัญชีคือใบเสร็จรับเงินและบันทึกช่วยจำ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจัดทำงบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสดเป็นส่วนใหญ่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีความต้องการให้สถาบันการศึกษาเข้ามาช่วยเหลือในการจัดทำบัญชี

2. ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี

ตารางที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี	วิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
1.ด้านความรู้ความสามารถ	ความรู้ ความเข้าใจ ในการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนอย่างไม่ถูกต้อง เนื่องจากผู้จัดทำบัญชีส่วนใหญ่ไม่ได้สำเร็จการศึกษาด้านบัญชี
2.ด้านเอกสารและวิธีการทางบัญชี	การจัดทำงบการเงิน เนื่องจากผู้จัดทำบัญชีเห็นว่าการจัดทำงบการเงินนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมากเพราะต้องสรุปเหตุการณ์ทุกอย่าง เพื่อแสดงให้ทุกคนได้ทราบหากการจัดทำงบการเงินได้รับข้อมูลทางการเงินผิดพลาดก็ส่งผลให้การวางแผนตัดสินใจผิดพลาด
3.ด้านความร่วมมือและประสานงาน	ความร่วมมือในการจัดส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบันทึกบัญชี เนื่องจากผู้จัดทำบัญชีได้รับเอกสารเพื่อใช้บันทึกบัญชีผิดพลาด และล่าช้า
4.ด้านเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	คู่มือ/โปรแกรมที่ใช้ในการปฏิบัติงานบัญชีซับซ้อนเข้าใจยาก เนื่องจากผู้จัดทำบัญชีส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีความชำนาญในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และมีความรู้ทางด้านบัญชีไม่มากนัก

จากตารางที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำระบบบัญชีของวิสาหกิจชุมชนข้างต้น ด้านความรู้ความสามารถผู้จัดทำบัญชีส่วนใหญ่ไม่ได้สำเร็จการศึกษาด้านบัญชี ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความรู้ ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีได้อย่างถูกต้อง เอกสารและวิธีการทางบัญชีส่วนใหญ่มองว่าการจัดทำงบการเงินนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมากเพราะต้องสรุปเหตุการณ์ทุกอย่าง เพื่อแสดงให้ทุกคนได้ทราบหากการจัดทำงบการเงินได้รับข้อมูลทางการเงินผิดพลาดก็ส่งผลให้การวางแผนตัดสินใจผิดพลาด ด้านความร่วมมือและประสานงานนั้นผู้จัดทำบัญชีส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าความร่วมมือในการจัดส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบันทึกบัญชีเกิดความล่าช้าซึ่งจะส่งผลทำให้บันทึกบัญชีผิดพลาดได้ และด้านเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงานส่วนใหญ่มีความเห็นว่าคู่มือ/โปรแกรมที่ใช้ในการปฏิบัติงานบัญชีซับซ้อนเข้าใจยากเนื่องจากผู้จัดทำบัญชีส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีความชำนาญในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และมีความรู้ทางด้านบัญชีไม่มากนัก

3. การใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีมีความสัมพันธ์กับการจัดการวิสาหกิจชุมชน

ตารางที่ 3 การใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีมีความสัมพันธ์กับการจัดการวิสาหกิจชุมชน
อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

การใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีมีความสัมพันธ์กับการจัดการวิสาหกิจชุมชน	วิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
1. การรวบรวมจัดเก็บข้อมูลรายการทางการเงิน	มีการจัดเก็บข้อมูลรายการทางการเงิน เกี่ยวกับการรับเงินสด และจ่ายเงินสด ส่วนใหญ่ไม่ได้จัดทำทะเบียนคุมยอดและบัญชีย่อยต่าง ๆ
2. การบันทึกรายการทางการเงิน	มีการบันทึกรายงานทางการเงินโดยจัดทำเป็นสมุดรับจ่าย และคงเหลือเป็นประจำทุกวัน และสรุปยอดรวมทุกเดือน
3. การจัดทำรายงานในรูปแบบการเงิน	ส่วนน้อยมีการจัดทำรายงานในรูปแบบงบการเงินที่มีการสรุปรายงานทางการเงินเป็นประจำทุกเดือน และมีบางกลุ่มมีเพียงสรุปรายรับ รายจ่าย และยอดคงเหลือประจำวันเท่านั้น
4. การนำสารสนเทศทางการบัญชี วางแผนและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน	มีเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จัดทำสารสนเทศทางการบัญชีที่ถูกต้องนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้ประโยชน์ในด้านกำหนดกลยุทธ์ และนโยบายในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

จากตารางที่ 3 การใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีมีความสัมพันธ์กับการจัดการวิสาหกิจชุมชน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ เกี่ยวกับการรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลรายการทางการเงิน มีการจัดเก็บข้อมูลรายการทางการเงิน เกี่ยวกับการรับเงินสดและจ่ายเงินสด ส่วนใหญ่ไม่ได้จัดทำทะเบียนคุมยอดและบัญชีย่อยต่าง ๆ ด้านการบันทึกรายการทางการเงิน แต่ละกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการบันทึกรายงานทางการเงิน โดยจัดทำเป็นสมุดรับจ่าย และคงเหลือเป็นประจำทุกวัน และสรุปยอดรวมทุกเดือน ด้านการจัดทำรายงานในรูปการเงิน ส่วนน้อยมีการจัดทำรายงานในรูปแบบงบการเงินที่มีการสรุปรายงานทางการเงินเป็นประจำทุกเดือน และมีบางกลุ่มมีเพียงสรุปรายรับ รายจ่าย และยอดคงเหลือประจำวันเท่านั้น และด้านการนำสารสนเทศทางการบัญชี วางแผนและพัฒนา กลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จัดทำสารสนเทศทางการบัญชีที่ถูกต้องนำข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีไปใช้ประโยชน์ในด้านกำหนดกลยุทธ์ และนโยบายในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

4. แนวทางในการพัฒนาระบบบัญชีและระบบสารสนเทศทางการบัญชีวิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

4.1 ควรจะมีผู้รับผิดชอบในการรวบรวมเก็บข้อมูลรายการทางการเงินโดยตรง ซึ่งใช้สมาชิกในกลุ่มเป็นผู้จัดทำ โดยจะต้องทำการจัดเก็บเอกสาร หลักฐานต่าง ๆ ให้ครบถ้วน เป็นระบบ และต่อเนื่อง เช่น สัญญาเอกสารของผู้กู้ การลงนาม และบุคคลค้ำประกัน

4.2 มีการออกเอกสารการรับเงินและจ่ายเงินให้แก่สมาชิกกลุ่มทุกครั้งที่มีการซื้อขาย

4.3 มีการออกเอกสารการรับเงินและจ่ายเงินให้แก่สมาชิกกลุ่มทุกครั้งที่มีการกู้ยืมเงิน

4.4 การออกแบบฟอร์มในรูปของเอกสาร เพื่อสามารถตรวจสอบและคำนวณ เพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน และสามารถที่จะนำข้อมูลนั้น ๆ มาใช้ได้โดยง่าย และรวดเร็ว

4.5 ควรมีการออกแบบฟอร์มแยกประเภทบัญชีตามชนิดของกลุ่มสินค้า

4.6 ควรให้มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ช่วยตรวจสอบและให้ความช่วยเหลือในด้านระบบสารสนเทศทางการบัญชีอย่างต่อเนื่อง

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การจัดทำบัญชีและใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการจัดการวิสาหกิจชุมชน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิจัยพบว่าวิสาหกิจชุมชนเป็นประเภทผลิตเพื่อจำหน่าย การจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ครั้งหนึ่งไม่ทำบัญชีวิสาหกิจชุมชน ที่ทำบัญชีทั้งหมดทำการบันทึกบัญชีด้วย

มือโดยใช้ใบเสร็จรับเงิน และการบันทึกช่วยจำ เป็นเอกสารใบสำคัญในการจดบันทึกบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขเกษม ลางกุลเสน (2550) ที่ทำการศึกษาแนวทาง ในการพัฒนาระบบบัญชีมาประยุกต์ใช้กับกลุ่มร้านค้าชุมชน ตำบลสันดอนแก้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง พบว่า ร้านค้าชุมชนมีระบบการบันทึกบัญชีแบบรายรับ-รายจ่าย ไม่มีการควบคุมปริมาณ สินค้า ผู้ที่เกี่ยวข้องในการบันทึกบัญชีไม่มีความรู้และขาดทักษะด้านบัญชี การบันทึกจึงเป็นไป ในลักษณะการจดบันทึกช่วยจำตามความเข้าใจของผู้บันทึก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทนา พงศ์สิทธิกาญจนา (2558) ที่ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการที่มีคุณภาพของวิสาหกิจชุมชน เพื่อการบรรลุยุทธศาสตร์ด้านการอยู่ดีมีสุขในจังหวัดนครปฐม ผล การวิจัยพบว่า การจัดการทาง การผลิต และจัดการทางการบัญชี มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ การบรรลุยุทธศาสตร์ ด้านการอยู่ดี มีสุขในวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครปฐม ส่วนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการจัดการตลาด มีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อการบรรลุยุทธศาสตร์ด้านการอยู่ดีมีสุขในวิสาหกิจชุมชนด้วย ตลอดจนเป็นไปทิศทางเดียวกับแนวคิดระบบบัญชีของ วิไล วีระปรีชา และจงจิตต์ หลีกภัย (2548) ที่เสนอไว้ว่า ระบบบัญชีเป็นระบบการจัดเก็บข้อมูลที่กำหนดขึ้นสำหรับกิจการใดกิจการหนึ่งอย่างเป็นระบบ ประกอบ ด้วยแบบฟอร์ม เอกสาร สมุดบัญชี รายงานต่าง ๆ เพื่อรวบรวมข้อมูลทางการเงินเพื่อให้ ผู้บริหารตัดสินใจ วิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ให้ความสำคัญกับการจัดทำทะเบียนสมาชิกและหุ้นร้อยละ 20 จัดทำทะเบียนคุมสินทรัพย์ จัดทำทะเบียนคุมวัตถุดิบ จัดทำทะเบียนย่อยลูกหนี้และจัดทำทะเบียนลูกค้าเพียงร้อยละ 10 จะเห็นได้ว่าวิสาหกิจชุมชนที่ทำบัญชีส่วนใหญ่ไม่ทำทะเบียนบัญชีย่อยต่าง ๆ ในการบริหารจัดการสินทรัพย์ สินคาคงเหลือ วัตถุดิบ ลูกค้า และลูกหนี้ วิสาหกิจชุมชนส่วนน้อยที่จัดทำรายงานทางการเงิน จัดทำงบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสดเพียงร้อยละ 20 รองลงมา คือจัดทำงบทดลอง งบต้นทุนการผลิต งบแสดงฐานะการเงิน ร้อยละ 10 สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุสุมา คำพิทักษ์ และมาลี จัตุรัส และนภาพร เตรียมมีฤทธิ์ (2552) ที่พบว่า การพัฒนาระบบบัญชีสำหรับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP กลุ่มอาหารได้พัฒนาการบันทึกบัญชีอย่างง่ายเพื่อประโยชน์ในการควบคุม และการตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมของสถานประกอบการ โดยมี 5 ระบบ คือ 1) ระบบขายสินค้า 2) ระบบซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ 3) ระบบผลิตและเบิกจ่ายวัตถุดิบ 4) ระบบรับ-จ่ายเงิน และ 5) ระบบบัญชีทั่วไปรายงานการเงิน วิสาหกิจชุมชนมีความต้องการให้มีหน่วยงานสถาบันการศึกษา และหน่วยงานของรัฐเข้ามาช่วยเหลือในการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

2. ผลการวิจัยพบว่าปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ส่วนใหญ่ขาดความรู้ในการทำบัญชีในกลุ่มวิสาหกิจที่ทำบัญชีสม่ำเสมอ จัดทำบัญชีเป็นไปตามความเข้าใจ ระบบบัญชีของกลุ่มไม่ชัดเจน ขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ด้านการทำบัญชี ในการจัดทำบัญชี รองลงมา ขาดที่ปรึกษากำกับดูแลอย่างต่อเนื่อง และในส่วนของกลุ่มวิสาหกิจที่ไม่ได้จัดทำบัญชี มีการระบุปัญหาว่า ติดภารกิจในการทำงานหลัก ไม่มีเวลา ไม่มีคนช่วยทำ แต่จะมีการจดจำรายละเอียดต่าง ๆ จาก

ไบเสรีจ ไบส่งของ และไบสำคัญต่าง ๆ ไม่มีคนทำบัญชี ไม่มีความจำเป็นต้องทำบัญชีและการทำบัญชีเป็นเรื่องยุ่งยากเสียเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของ วันดี ทวีพยานต์ (2552) ที่พบว่าปัญหาและอุปสรรคสำคัญของการจัดทำรายงานทางการเงินการบัญชีเพื่อการจัดการ จำนวนบุคลากรทางด้านบัญชีในองค์กรมีไม่เพียงพอ อีกทั้งสอดคล้องงานวิจัยของ มยุรี บุญโต (2552) ที่พบว่าการทำบัญชีมีความยุ่งยากมีแบบฟอร์มต่าง ๆ มากมาย เข้าใจยาก อีกทั้งไม่มีที่ปรึกษาฝึกให้ปฏิบัติทำบัญชีอย่างต่อเนื่อง จึงไม่ยอมทำบัญชี สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย หิรัญกิตติ (2542) ที่พบว่าปัญหาด้านการจัดทำข้อมูลระบบสารสนเทศทางบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเนื่องจากมีพนักงานไม่เพียงพอทำให้การจัดเก็บข้อมูลต่าง ๆ ไม่ครบถ้วนขาดระบบสารสนเทศที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปภาวี สุขมณี และฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์ (2551) ที่พบว่าความรู้ ความสามารถในการทำงานโดยรวมขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุสุมา คำพิทักษ์ และมาลี จัตุรัส และนภาพร เจริญมีฤทธิ์ (2552) ที่พบว่าการบันทึกข้อมูลทางบัญชีและการนำข้อมูลทางบัญชีมาใช้ในการควบคุม และการตัดสินใจยังไม่สมบูรณ์

3. ผลการวิจัยพบว่าการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางบัญชีและความสัมพันธ์ของการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางบัญชีกับการจัดการวิสาหกิจชุมชนอำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนครั้งหนึ่งไม่ทำบัญชี ส่วนวิสาหกิจชุมชนอีกครั้งหนึ่งที่ส่วนใหญ่ทำเพียงเงินสดรับ-จ่าย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนไม่จัดทำทะเบียนคุมยอดและบัญชีย่อยต่าง ๆ วิสาหกิจชุมชนแสดงความคิดเห็นในการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีในการจัดการด้านการผลิต ด้านการขาย ด้านการจัดการทรัพยากร อยู่ในระดับน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมภู นุช หนูนาค (2560) ที่นำเสนอเรื่อง การจัดการภาครัฐแนวใหม่ : การเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างผลิตภาพสูงสุด ผลการศึกษาพบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยสร้างข้อมูลเป็นระบบและมีความน่าเชื่อถือ ตลอดจนเป็นไปได้ในทิศทางเดียวกันกับแนวคิดของ อรุณี อย่างธรา และคณะ (2547) ที่ได้อธิบายไว้ว่า การจัดทำบัญชี มีระบบการจัดเก็บข้อมูลทางการเงิน ประกอบด้วย แบบฟอร์มหรือเอกสารทางการเงิน ที่เป็นหลักฐานในการบันทึกบัญชี สมุดบัญชีและเครื่องมือ กระดาษทำงบการเงิน และวิธีการในการบันทึกบัญชีที่นำมาใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการจัดทำบัญชี และการจัดทำรายงานทางการเงิน ทำให้สามารถเปรียบเทียบข้อมูลตัวเลขในอดีตกับปัจจุบันได้ง่ายและรวดเร็ว ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากในการจัดการกลุ่มให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล การดำเนินงาน รายงานทางการเงินที่ถูกต้องสมบูรณ์เชื่อถือได้ จะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อกิจการทำให้ตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจในด้านต่าง ๆ ได้ดีขึ้น อีกทั้งข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีสามารถช่วยเป็นศูนย์กลางในการบริการข้อมูลต่าง ๆ ภายในองค์กรเป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ และนโยบายในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและทำให้กลุ่มวิสาหกิจอยู่ได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญรัตน์ สุรกิจโกศล (2546) ที่พบว่าระบบสารสนเทศทางการบัญชีประกอบด้วย 8 ระบบ คือ ระบบบริหารโครงการ ระบบรายได้ ระบบลูกหนี้ ระบบการรับเงิน ระบบการจัดซื้อ ระบบการขาย ระบบการจ่ายเงิน แยกประเภท เมื่อ

ผ่านรายการฉบับที่ ก มาทำการคำนวณ แยกหมวดหมู่ สรุปผลการดำเนินงานในรูปแบบของงบการเงิน ได้แก่ งบกำไรขาดขาด งบแสดงฐานะการเงิน งบกระแสเงินสด ระบบเหล่านี้จะบันทึก รวบรวม และประมวลผลข้อมูลด้านบัญชี การเงินให้มีความถูกต้อง ครบถ้วน เชื่อถือได้ และนำเสนอข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีให้แก่ผู้บริหารใช้ในการจัดการได้

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในภาพรวม ประกอบด้วย 2 ส่วน ข้อเสนอแนะจากการวิจัย และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. วิชาศึกษาศาสตร์ควรให้ความสำคัญและเห็นประโยชน์ของการทำบัญชีซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาและการจัดการวิชาศึกษาศาสตร์ ควรมีการส่งเสริมให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำบัญชี มีการพัฒนาผู้ทำบัญชีวิชาศึกษาศาสตร์ในด้านการเรียนรู้ และการเพิ่มความรู้ ความสามารถ และทักษะในการทำบัญชี อย่างสม่ำเสมอ
2. ควรพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสำหรับ การบันทึกบัญชีอย่างง่าย และจัดอบรมให้สามารถใช้ได้อย่างสะดวกและรวดเร็วต่อการสรุปทางการบัญชี เพื่ออำนวยความสะดวกให้วิชาศึกษาศาสตร์ที่มีศักยภาพในการใช้เทคโนโลยี เนื่องจากชุมชน ที่มีผู้รับผิดชอบในการจัดทำบัญชีของชุมชน ควรได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมให้มีศักยภาพ ในการดำเนินงานจากข้อมูลทางการบัญชีเพิ่มมากขึ้น
3. สิ่งที่วิชาศึกษาศาสตร์ต้องการมากคือ ความรู้เรื่องการตลาด ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องการตลาด แผนการตลาด หรือการหาตลาดสินค้าของกลุ่มวิชาศึกษาศาสตร์

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรจัดทำงานวิจัยแบบมีส่วนร่วมกันระหว่างคณะผู้วิจัยกับวิชาศึกษาศาสตร์ โดยการ จัด อบรมให้ความรู้ และพัฒนาระบบบัญชีที่เหมาะสมร่วมกัน สามารถนำการพัฒนาระบบบัญชีนั้น มาใช้ประโยชน์ต่อวิชาศึกษาศาสตร์ในการช่วยจำ ควบคุมสินค้าคงเหลือ การควบคุมบัญชีลูกหนี้ การบันทึกรายรับ-รายจ่ายง่าย และการเก็บเอกสารประกอบบันทึกบัญชี ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. สิ่งที่วิชาศึกษาศาสตร์ต้องการมากคือ ความรู้เรื่องการตลาด แหล่งตลาดหากมีผู้สนใจ การวิจัยควรวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจวิชาศึกษาศาสตร์ผู้ตลาดในประเทศและต่างประเทศต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กุสุมา ดำพิทักษ์ มาลี จัตุรัส และนภาพร เตรียมณีฤทธิ์. (2552). การพัฒนาระบบบัญชีสำหรับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP กรณีศึกษากลุ่มอาหาร จังหวัดปทุมธานี. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- จันทนา พงศ์สิทธิกาญจนา. (2558). แนวทางการจัดการที่มีคุณภาพ ของวิสาหกิจชุมชนเพื่อการบรรลุ ยุทธศาสตร์ ด้านการอยู่ดีมีสุข ในจังหวัดนครปฐม. Veridian E-Journal, Slipakorn University. 8(2), 2039-2053.
- ชมภูนุช ฟู่นาค. (2560). การจัดการภาครัฐแนวใหม่: การเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างผลิตภาพสูงสุด. วารสารวไลย อลงกรณ์ปริทัศน์. 7(3), 125-139.
- ธัญญรัตน์ สุรกิจโกศล. (2546). ระบบสารสนเทศทางการบัญชีการเงินสำหรับธุรกิจตัวแทนจัดกิจกรรม การตลาด. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปภาวี สุขมณี. (2551). ความรู้ความสามารถของนักบัญชีที่มีต่อประสิทธิผลการทำงาน ของนักบัญชีธุรกิจ SMEs ในจังหวัดกาฬสินธุ์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตกาฬสินธุ์ .
- วิไล วีระปรียา และจงจิตต์ หลีกภัย. (2548). ระบบบัญชี. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันดี ทวีพลายนต์. (2552). การจัดทำรายงานทางการเงินเพื่อการจัดการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อม ประเภทผลิตบรรจุภัณฑ์จากกระดาษในจังหวัดสมุทรปราการ. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มยุรี บุญโต. (2552). การจัดทำบัญชีธุรกิจชุมชนในจังหวัดอุทัยธานี. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- สมชาย หิรัญกิตติ. (2542). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุขเกษม ลางคุณเสน. (2550). ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาวิชาการวางระบบบัญชี โดยใช้กลุ่มสัมพันธสร้างมโน รูปแบบ. มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- อรุณี อย่างธรา และคณะ. (2547). การบัญชีการเงิน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

การใช้เทคนิค One Page Visual ในการพัฒนาการอ่านจับใจความภาษาจีน
ตามแนวทางการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

Enhancing Chinese Reading Comprehension through One Page Visual Technique:
Based on the development of 21st Century learning Skill

ริญญาภัทร ทัดนำธง¹ ธุนน พุนทรัพย์ไพศาล²
Rinyapat Tadnamthong Thanon Phunsapphaisan

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการใช้การจัดการเรียนรู้แบบ One page visual เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความในภาษาจีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์อยู่ 2 ประการคือเพื่อพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความสำหรับนักเรียนแผนการเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ ปีการศึกษาที่ 2/2562 และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบ “one page visual” เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความภาษาจีนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ปีการศึกษาที่ 2/2562 ใช้เครื่องมือในการวิจัยจำนวน 3 เครื่องมือ ซึ่งได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) การเก็บรวบรวมข้อมูลนำรูปแบบการทดลองใช้นวัตกรรม One Group Pretest-Posttest Design มาดำเนินการวิจัยและเก็บข้อมูล และสถิติการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ได้แก่ สถิติเชิงบรรยาย และสถิติเชิงอ้างอิง (t-test: Paired-sample t-test) ผลการวิจัย ผลการเปรียบเทียบผลคะแนนการใช้การจัดการเรียนรู้แบบ One page visual เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความในภาษาจีน พบว่าหลังใช้นวัตกรรมสูงกว่าก่อนใช้นวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การจัดการเรียนรู้: one page visual : การอ่านจับใจความ

¹ เจ้าหน้าที่สำนักงานบริหารการศึกษาด้านออนไลน์ มหาวิทยาลัยเกริก อีเมลล์: rinyapas1997@hotmail.co.th

² PhD. Candidate in Higher Education, East China Normal University, China. E-mail: thanon.phu@yahoo.com

Abstract

This research aimed to investigate the effect of implementing One page visual learning management for improving reading comprehension skills in Chinese of Mathayom Suksa 5 students at Kawilawittayalai School, Chiang Mai. The purposes of this research were to develop reading comprehension skills for students in Mathayom Suksa 5 at Kawilawittayalai School, Chiang Mai and to study students' satisfaction with "One Page Visual" learning management in order to improve Chinese reading comprehension skills of Mathayom Suksa 5 students at at Kawilawittayalai School, Chiang Mai in the academic year 2019 /2. There were three research instruments. Purposive Sampling was used. This research used One Group Pretest-Posttest Design for data collection. Data collected were then analyzed using descriptive statistics and inferential statistics (t-test: Paired -sample t-test). The research results indicated that the results of comparing scores using one page visual learning management to improve reading comprehension skills in Chinese showed that after implementing the developed innovation, scores on reading comprehension skills were higher than before with a statistical significance level of .05. The sample's satisfaction with the developed innovation was at the high level, which was higher than the standard criteria with a statistical significance level of .05.

Keywords: learning management: one page visual: reading comprehension

บทนำ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศที่มีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดคงหนีไม่พ้นประเทศจีน ที่มีการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี หนึ่งในกุญแจสำคัญของการพัฒนาแบบก้าวกระโดดของประเทศจีนนั่นก็คือการสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพ จะเห็นได้จากการออกนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษา เช่นการออกนโยบายทำมหาวิทยาลัยในประเทศจีนให้เป็น Double First-class University ที่มีเป้าหมายในการสร้างมหาวิทยาลัยในประเทศจีนให้เป็นมหาวิทยาลัยของที่ดีอันดับของโลกและการสร้าง ความเป็นเลิศของศาสตร์แขนงนั้น ๆ (ShunPing, 2018) ตลอดจนนโยบายต่าง ๆ ที่ผลักดันให้เกิด นวัตกรรมใหม่ๆ เช่นการให้ทุนสนับสนุนสำหรับผู้คิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเป็นการต่อยอดความรู้ เป็น ต้น (ฐนน และ แสงจันทร์, 2563) พร้อมกับมีหลักชัยที่ชัดเจนว่า จีนต้องการเป็นผู้ทรงอิทธิพลด้านนวัตกรรม ในปีค.ศ.2020 และท้าทายต่อด้วยความต้องการที่จะขึ้นแท่นเป็นผู้นำระดับโลกด้าน AI (Artificial Intelligence) หรือ ปัญญาประดิษฐ์ ในปีค.ศ.2030 (เจ้อเจียงไฉ่เสี้ยน, 2020)ประเทศจีนได้เข้ามามีบทบาท ในเวทีโลกในฐานะประเทศมหาอำนาจของโลก ปัจจุบันบทบาทของจีนในสังคมโลกมีความสำคัญอย่างยิ่ง (หทัยทิพย์ และ ฐนน, 2560) ประเทศไทยเล็งเห็นบทบาทความสำคัญของประเทศจีน จึงได้มีการบรรจุ รายวิชาภาษาจีนเข้าสู่หลักสูตรแกนกลาง และได้กำหนดนโยบายการปฏิรูปการเรียน การสอนภาษาจีน ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ในปีพ.ศ. 2557 เพื่อมุ่งเน้น ส่งเสริม สนับสนุนผู้เรียนให้มีความรู้ความสามารถ ใช้ทักษะ ภาษาจีนด้านการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นไปตามมาตรฐานสากล(สำนักงานเลขาธิการ สภาการศึกษา,2559)

การจัดการเรียนการสอนภาษาจีนมีรูปแบบที่หลากหลายอย่างมาก ครูผู้สอนแต่ละท่านมีเทคนิค และวิธีการสอนที่แตกต่างกันออกไป ผู้วิจัยมีโอกาสดำเนินการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนให้แก่ นักเรียนกลุ่มหนึ่ง ซึ่งระหว่างการจัดการเรียนการสอนนั้นพบว่า นักเรียนไม่สามารถอ่านจับใจความบทความภาษาจีนได้ ด้วย ประเด็นดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาวิธีการพัฒนาการอ่านจับใจความภาษาจีนของนักเรียนกลุ่ม ดังกล่าว โดยนำแนวคิดการสรุปทุกอย่างลงในกระดาษแผ่นเดียว (อะชะตะ ชูรุคุ:เทคนิคสรุปทุกอย่างลงใน กระดาษแผ่นเดียวที่ฉันเรียนรู้มาจากโตโยต้า)และกระบวนการคิดให้เห็นเป็นภาพ(จอง จิน ไฮ,ฝึกสมองลอง จดบันทึกเป็นภาพ) มารวมกันเป็น วิธีจัดการเรียนรู้แบบ “one page visual” เพื่อพัฒนาทักษะการจับ ใจความของผู้เรียน การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาออกแบบเทคนิคเพื่อพัฒนาทักษะการอ่าน

จับใจความสำหรับนักเรียน และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบ “one page visual”

กรอบแนวคิดการวิจัย



สมมุติฐานการวิจัย

1. ผลสัมฤทธิ์หลังการใช้วิธีการจัดการการเรียนรู้แบบ “one page visual” เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความภาษาจีนของนักเรียน นักเรียนสามารถอ่านจับใจความได้ดีมากยิ่งขึ้นกว่าก่อนเรียน
2. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจในการพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความภาษาจีน ผ่านการจัดการเรียนรู้แบบ “one page visual”

นิยามศัพท์เฉพาะ

- 1.ผลสัมฤทธิ์ หมายถึง ผลการทดสอบก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้แบบ “one page visual” ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่5/7 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 22 คน
- 2.การอ่านจับใจความ หมายถึง การอ่านเพื่อมุ่งหาสาระสำคัญหรือใจความสำคัญของเรื่องนั้นๆ
- 3.One page visual หมายถึง กระบวนการจัดการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยออกแบบเองโดยนำแนวคิดกลยุทธ์การใช้กระดาษแผ่นเดียวเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานบนพื้นฐานการกรองข้อมูลที่สำคัญแบบอัตราส่วน 20:80 ของ parato มารวมกับกระบวนการคิดแบบ visual thinking หรือ การคิดให้เป็นภาพ เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความของผู้เรียน

ระเบียบการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยประชากรที่ใช้ในครั้งนี้คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 58 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาการอ่านจับใจความภาษาจีน โดยเรียกเครื่องมือหรือการจัดการเรียนการสอนดังกล่าวว่า “one page visual” โดยอาศัยแนวคิดจาก “เทคนิคการสรุปทุกอย่างลงในกระดาษแผ่นเดียวที่อะชะตะ ชูรุงได้มาจากการทำงานของบริษัทโตโยต้า” ซึ่ง อะชะตะ ชูรุง ได้กล่าวถึงความสำคัญของการสรุปทุกอย่างลงในกระดาษแผ่นเดียวไว้ว่า “ในการสรุปทุกอย่างลงในกระดาษแผ่นเดียว ยิ่งเป็นเรื่องที่ซับซ้อนมากเท่าไร ยิ่งต้องผ่านการคัดกรองข้อมูลมากขึ้นเท่านั้น กระดาษแผ่นเดียว ที่ผ่านการกลั่นกรองมาเป็นอย่างดีจึงมีแต่ข้อมูลที่ถูกต้องเลือกเฟ้นแบบพิถีพิถัน ไม่มีข้อมูลที่ไร้ประโยชน์ มันจึงส่งผลดีแก่ผู้อ่านเพราะช่วยให้จับใจความสำคัญของเอกสารแผ่นนั้นได้”(อะชะตะ ชูรุง:เทคนิคสรุปทุกอย่างลงในกระดาษแผ่นเดียวที่ฉันเรียนรู้มาจากโตโยต้า) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Pareto(1906 cited in Koch, 2004) ที่กล่าวไว้ว่า “ร้อยละ 80 ของปรากฏการณ์ในระบบเกิดจากร้อยละ 20 ของปัจจัยที่เป็นสาเหตุ” เป็นคำอธิบายหลักของ Pareto ที่ผ่านการสำรวจและการวิจัยอย่างต่อเนื่องกว่าศตวรรษ จนกระทั่งได้ข้อสรุปว่า สิ่งที่สำคัญจะมีอยู่เป็นจำนวนน้อยกว่าสิ่งที่ไม่สำคัญ ในอัตราส่วน 20 ต่อ 80” ในเอกสารงานวิจัยเรื่องกลยุทธ์กระดาษแผ่นเดียวในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา One-Page Strategy in Educational Quality Development(มณฑิรา อินจ่าย,วารสารศาสตร์การศึกษาและการพัฒนามนุษย์,2560) และนอกจากแนวคิดการสรุปทุกอย่างลงในกระดาษแผ่นเดียวแล้วผู้วิจัยยังได้แนวคิดมาจากกระบวนการฝึกสมองให้คิดเป็นภาพ หรือ visual thinking ที่ จอง จิน โฮ ได้กล่าวถึงประโยชน์ของ visual thinking ไว้ในหนังสือ ชื่อ ฝึกสมองลงจดบันทึกเป็นภาพ ว่า “visual thinking เป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยสรุปใจความสำคัญ จัดระเบียบความคิดและถ่ายทอดข้อมูลออกมาอย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้ภาพและตัวอักษรร่วมกัน”(จอง จิน โฮ,ฝึกสมองลงจดบันทึกเป็นภาพ) ซึ่งกระบวนการเกิด visual thinking นั้นเกิดขึ้นจากการทำงานของสมอง 3 ขั้นตอน คือ เห็น นึกภาพ และถ่ายทอด ในหนังสือยังได้กล่าวไว้อีกว่า หัวใจหลักของ visual thinking อยู่ที่การจับใจความสำคัญ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวคิดดังกล่าวข้างต้นมาออกแบบ เครื่องมือที่เรียกว่าการจัดการเรียนการสอนแบบ “one page visual” มีรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนจับใจความสำคัญของบทความผ่านการอ่านเนื้อเรื่องแล้วแปลความหมายของบทความออกมาเป็นรูปภาพโดยเขียนสรุปใจความทั้งหมดลงในกระดาษ 1 แผ่น ผ่านการวาดภาพประกอบด้วยตัวอักษร เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความภาษาไทยจีน ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักในการทำวิจัยในครั้งนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำรูปแบบการทดลองใช้นวัตกรรม One Group Pretest-Posttest Design มาดำเนินการวิจัยและเก็บข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วางแผนดำเนินงานดังนี้

1. ผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ห้อง 6 จำนวน 22 คน แบ่งเป็นหญิง 16 คน ชาย 6 คน
2. ผู้วิจัยทำการทดสอบก่อนใช้นวัตกรรม (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบทดสอบการอ่านจับใจความ จำนวน 10 ข้อ และบันทึกผลการทดสอบไว้เป็นคะแนนทดสอบก่อนใช้นวัตกรรม ไว้ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผู้วิจัยดำเนินการทดลองใช้ แผนการจัดการเรียนรู้โดย จัดการเรียนรู้แบบ One page visual กับกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 8 ชั่วโมง โดยแบ่งเป็น 4 ครั้ง ครั้งละ 2 ชั่วโมง
4. หลังจัดการเรียนการสอนแบบ One page visual ครบทั้ง 8 ชั่วโมง ผู้วิจัยทำการทดสอบหลังใช้นวัตกรรม (Post-test) กับกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบทดสอบการอ่านจับใจความ 10 ข้อ และบันทึกผลการทดสอบไว้เป็นคะแนนทดสอบหลังใช้นวัตกรรม ไว้ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล
5. นำคะแนนของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 22 คนที่ได้จากการทดสอบก่อนใช้นวัตกรรม หลังใช้นวัตกรรม และแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้นวัตกรรมมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาผลการวิจัย

ผลการวิจัย

ในการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอเป็นตอน ๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการอ่านจับใจความ ในภาษาจีนก่อนและหลังใช้การจัดการเรียนรู้แบบ One page visual ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 22 คน

ตอนที่ 2 ผลการเปรียบเทียบคะแนนการอ่านจับใจความ ในภาษาจีนก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้แบบ one page visual ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 22 คน

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 22 คน ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบ one page visual เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความภาษาจีน

ตอนที่ 1 ผลคะแนนการอ่านจับใจความ ในภาษาจีนก่อนและหลังใช้การจัดการเรียนรู้แบบ One page visual ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 22 คน

ผลการศึกษาผลคะแนนทดสอบการอ่านจับใจความ ในภาษาจีนก่อนและหลังใช้การจัดการเรียนรู้แบบ One page visual ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 22 คน แสดงผลตามตาราง 1

ตาราง 1 ผลการศึกษาผลคะแนนทดสอบการอ่านจับใจความ ในภาษาจีนก่อนและหลังใช้การจัดการเรียนรู้แบบ One page visual ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 22 คน

	จำนวน	คะแนนเต็ม	คะแนนต่ำสุด	คะแนนสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
คะแนนก่อนใช้นวัตกรรม	22	10	2	8	4.5	1.501
คะแนนหลังใช้นวัตกรรม	22	10	5	10	7.9	1.797

จากตารางที่ 1 พบว่าผลคะแนนการอ่านจับใจความในภาษาจีนก่อนใช้การจัดการเรียนรู้แบบ one page visual ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 22 คน คะแนนต่ำสุด 2 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.501 และผลคะแนนการอ่านจับใจความในภาษาจีนหลังใช้การจัดการเรียนรู้แบบ one page visual มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 7.9 คะแนนสูงสุด 10 คะแนน คะแนนต่ำสุด 5 คะแนน และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.797

ตอนที่ 2 เปรียบเทียบผลคะแนนการอ่านจับใจความในภาษาจีนก่อนใช้การจัดการเรียนรู้แบบ

one page visual ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 22 คน โดยใช้ t-test (Paired-sample) แสดงผลดังตาราง 2

ตาราง 2 เปรียบเทียบผลคะแนนการอ่านจับใจความในภาษาจีนก่อนใช้การจัดการเรียนรู้แบบ one page visual ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 22 คน

	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ยร้อยละ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยก่อน - หลัง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	df	T	sig
ก่อนใช้นวัตกรรม	22	4.59	1.501	45	3.4	1.133	21	14.9456	.000
หลังใช้นวัตกรรม	22	7.91	1.797	79					

จากตารางที่ 2 พบว่าการเปรียบเทียบผลคะแนนการอ่านจับใจความในภาษาจีนหลังใช้การจัดการเรียนรู้แบบ one page visual ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 22 คน การทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 คะแนนและ 7.91 คะแนนตามลำดับและเมื่อเปรียบเทียบระหว่างคะแนนก่อนและหลังเรียนพบว่าคะแนนสอบหลังเรียนของนักเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 22 คน ในการใช้การจัดการเรียนรู้แบบ one page visual เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความในภาษาจีน ดังตาราง 3

ตาราง 3 ผลการศึกษาภาพรวมความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 22 คน ในการใช้การจัดการเรียนรู้แบบ one page visual เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความในภาษาจีน

รายการที่ประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. One page visual ทำให้ผู้เรียนเข้าใจบทความที่อ่านมากขึ้น	4.50	.74	มาก
2. One page visual ทำให้ผู้เรียนสามารถจับใจความบทความที่อ่านมากขึ้น	4.32	.48	มาก
3. นักเรียนเกิดการเรียนรู้จริง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเรียนภาษาจีนได้	4.45	.67	มาก
4. One page visual มีความแปลกใหม่และน่าสนใจ	4.50	.67	มาก
5. รูปแบบ One page visual เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน	4.45	.67	มาก
6. มีความสนุกสนานระหว่างใช้ one page visual	4.59	.59	มากที่สุด
รวม	4.46	.63	มาก

*ระดับสำคัญทางสถิติที่.05

จากตารางที่ 3 พบว่าภาพรวมความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 22 คน ในการใช้การจัดการเรียนรู้แบบ one page visual เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความในภาษาจีนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.46) สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 22 คน ในการใช้การจัดการเรียนรู้แบบ one page visual เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความในภาษาจีนแต่ละข้ออยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50) ยกเว้นข้อ 6 มีความสนุกสนานระหว่างใช้ one page visual อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.59)

บทสรุปงานวิจัย

1. ผลเปรียบเทียบผลคะแนนการใช้การจัดการเรียนรู้แบบ One page visual เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความในภาษาจีน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าหลังใช้นวัตกรรมสูงกว่าก่อนใช้นวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ การใช้การจัดการเรียนรู้แบบ One page visual เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความในภาษาจีน อยู่ในระดับมากซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการเปรียบเทียบผลคะแนนการใช้การจัดการเรียนรู้แบบ One page visual เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความในภาษาจีน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าหลังใช้นวัตกรรมสูงกว่าก่อนใช้นวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการใช้การจัดการเรียนรู้แบบ One page visual มาพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความในภาษานั้น เป็นการนำเอากระบวนการคิด แบบ visual thinking คือการคิดให้เห็นเป็นภาพ และทักษะการสรุปความแบบ One page ที่เป็นรูปแบบการสรุปความให้อยู่ใน 1 หน้ากระดาษ เพื่อกลั่นกรองเฉพาะข้อมูลที่สำคัญ และจับใจความสำคัญของเรื่องที่ต้องการอ่าน ทำให้ผู้เรียนสามารถจับใจความสำคัญของเรื่องที่อ่านและเข้าใจลำดับเนื้อเรื่องได้ถูกต้องผ่านการคิดให้เห็นเป็นภาพ สอดคล้องกับแนวคิดจาก “เทคนิคการสรุปทุกอย่างลงในกระดาษแผ่นเดียวที่อะชะตะ ชูรุงูได้มาจากการทำงานของบริษัทโตโยต้า” ซึ่ง อะชะตะ ชูรุงู ได้กล่าวถึงความสำคัญของการสรุปทุกอย่างลงในกระดาษแผ่นเดียวไว้ว่า “ในการสรุปทุกอย่างลงในกระดาษแผ่นเดียว ยิ่งเป็นเรื่องที่ซับซ้อนมากเท่าไร ยิ่งต้องผ่านการคัดกรองข้อมูลมากขึ้นเท่านั้น กระดาษแผ่นเดียว ที่ผ่านการกลั่นกรองมาเป็นอย่างดีจึงมีแต่ข้อมูลที่ถูกเลือกเฟ้นแบบพิถีพิถัน ไม่มีข้อมูลที่ไร้ประโยชน์ มันจึงส่งผลดีแก่ผู้อ่านเพราะช่วยให้จับใจความสำคัญของเอกสารแผ่นนั้นได้”(อะชะตะ ชูรุงู:เทคนิคสรุปทุกอย่างลงในกระดาษแผ่นเดียวที่ฉันเรียนรู้มาจากโตโยต้า:P.59) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Pareto(1906 cited in Koch, 2004) ที่กล่าวว่า “ร้อยละ 80 ของปรากฏการณ์ในระบบเกิดจากร้อยละ 20ของปัจจัยที่เป็นสาเหตุ” เป็นคำอธิบายหลักของ Pareto ที่ผ่านการสำรวจและการวิจัยอย่างต่อเนื่องกว่าศตวรรษ จนกระทั่งได้ข้อสรุปว่า สิ่งที่สำคัญจะมีอยู่เป็นจำนวนน้อยกว่าสิ่งที่ไม่สำคัญ ในอัตราส่วน 20 ต่อ 80”

2.การจัดการเรียนรู้แบบ One page visual เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความในภาษาจีน ผู้เรียนมีความพึงพอใจมาก เนื่องจากการจัดการเรียนรู้แบบ One page visual เพื่อพัฒนาทักษะการอ่าน

จับใจความในภาษาจีน สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 เป็นการฝึกการอ่านจับใจความที่เน้นกระบวนการคิดให้เห็นเป็นภาพเพื่อเชื่อมโยงเนื้อหาต่าง ๆ ในบทความและสรุปใจความสำคัญออกมาให้อยู่ภายในกระดาษ 1 แผ่น และการสรุปจำเป็นต้องเน้นการวาดภาพสรุปให้เป็นลำดับขั้นตอน หลีกเลี่ยงการใช้ตัวอักษรให้มากที่สุด ซึ่งโดยปกตินักเรียนจะคุ้นชินกับการสรุปความออกมาเป็นตัวอักษร การใช้วิธีสรุปความออกมาเป็นภาพในตอนแรกอาจทำให้ผู้เรียนรู้สึกไม่คุ้นชินแต่เมื่อได้ลองทำซ้ำมากกว่า 1 ครั้งขึ้นไปพบว่าผู้เรียนเริ่มคุ้นชินและมีความสุขในการใช้ One page visual ซึ่งเห็นได้ชัดจากแบบสอบถามความพึงพอใจข้อที่ 6 มีความสนุกสนานระหว่างใช้ One page visual อยู่ในระดับ มากที่สุด(ค่าเฉลี่ย4.59)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การใช้จัดการเรียนรู้แบบ One page visual เหมาะสมสำหรับการพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความในภาษาจีน ดังนั้นสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการอ่านจับใจความที่มีเนื้อหาง่ายกว่า หรือยากกว่าระดับที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยได้

2. การนำการจัดเรียนรู้แบบ One page visual ไปใช้กับผู้เรียนกลุ่มอื่นควรคำนึงถึงความเหมาะสมและระดับของผู้เรียนเนื่องจาก One page visual เป็นการจัดการเรียนรู้ตามพฤติกรรมทางพุทธิพิสัย 6 ระดับ ระดับที่ 2 ความเข้าใจ หากผู้เรียนมีสมรรถนะทางการเรียนรู้ ต่ำกว่าพฤติกรรมทางพุทธิพิสัยระดับ 2 อาจต้องมีการปรับปรุงหรือประยุกต์วิธีการสอนและนวัตกรรมก่อนนำไปใช้เพื่อให้เข้ากับผู้เรียน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปสามารถนำไปวิจัยในรูปแบบของกลุ่มทดลองที่ใช้นวัตกรรมและกลุ่มควบคุมที่ไม่ใช้นวัตกรรมเพื่อหาความน่าเชื่อถือของนวัตกรรม

บรรณานุกรม

กรมวิชาการ. (2542). **พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภา
เจ้อเจียงใต้เสียน. (2020, April 17). **เจี้ยนเจียงเฉาผิงเคอจี้ซังชินเว้ยจงกั๋วเกาจ้อเถียงฟาจันจู้ลู่ “เจียลู่ตู้” (“การเพิ่มความเร็ว” ของการทำให้ประเทศจีนพัฒนาด้านนวัตกรรมอย่างมีคุณภาพ)** . ข้อมูลจากไต้หนิงซินเหวินหว่าง:

http://hnnews.zjol.com.cn/jhpl/202004/t20200417_11887911.shtml

สุนน พูนทรัพย์ไพศาล และแสงจันทร์ กันตะบุตร. (2563). การจัดการการศึกษาในจีนโดยเน้นการ
พัฒนาคุณภาพครูผ่านระบบยืนยันคุณสมบัติครู: บทเรียนสู่ประเทศไทย. รายงานสืบเนื่อง
การประชุมวิชาการระดับชาติด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ศิลปศาสตร์วิชาการครั้งที่ 1 . 1.
63-76.

ลาดพร้าวของจีน โฮ.(2560). ฝึกสมองลงจดบันทึกเป็นภาพ.พิมพ์ครั้งที่1.กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
พราว

นิจพร จันทดี. (2557). การพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้การอ่านภาษาจีนเพื่อความเข้าใจด้วย
รูปแบบ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ของอันเตอร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
(วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.

หทัยทิพย์ ยอดเกตุ และ สุนน พูนทรัพย์ไพศาล. (2560). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้คำศัพท์
ภาษาจีนโดยใช้กิจกรรมบูรณาการตามทฤษฎีพหุปัญญาของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1
โรงเรียนเทศบาล ๑ ศรีเกิด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. วารสารจีนวิทยา. ปีที่ 11. หน้า 218-
237.

ศศิณัฐ สรรคบุรานุรักษ์.(2558). แนวทางการพัฒนารายวิชาการอ่านภาษาจีนที่เน้นผู้เรียนเป็น
สำคัญ สาขาการสอนภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศคณะศึกษาศาสตร์,มหาวิทยาลัย
ศิลปากร. ค้นหาจาก <https://www.tci-thaijo.org/>

เสนีย์ วิลาวรรณ. (2546). พัฒนาทักษะภาษา เล่ม 1. กรุงเทพมหานคร : วัฒนาพานิช.

อะชะอะชะชูรุง.เทคนิคสรุปทุกอย่างลงในกระดาษแผ่นเดียวที่ฉันเรียนรู้มาจากโต
โยต้า.(2559,59)พิมพ์ครั้งที่1.กรุงเทพ: สำนักพิมพ์วีเลิร์น

อุทุมพร ปัญญาบุญ.2558.การพัฒนาทักษะการอ่านจับใจความและการเขียนภาษาจีนโดยการจัด
กิจกรรมการเรียนรู้ ด้วยเทคนิค CIRC สำหรับนักเรียนชนเผ่า ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6.
ค้นหาจาก www.tci-thaijo.org > index.php

อนงนาฏ กมลรัตน์ และ สุนน พูนทรัพย์ไพศาล. (2560). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้คำศัพท์
ภาษาจีนโดยใช้กิจกรรมบูรณาการตามทฤษฎีพหุปัญญาของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1
โรงเรียนเทศบาล ๑ ศรีเกิด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. วารสารจีนวิทยา. ปีที่ 11. หน้า 218-
237.

BINGLING ZHONG. (2562: 1).Chinese Communication Skills of Secondary School
Students in Thailand.ค้นหาจาก <https://www.tci-thaijo.org/>

Gersten, Russell, Fuchs, Lynn, S., & Williams, et al. (2001). Teaching reading comprehension
strategies to students with learning disabilities: a review of research. Review of Educational
Research.

- Johnston, A. M., Barnes, M. A., & Desrochers, A. (2008). **Reading comprehension: developmental processes, individual differences, and interventions.** *Canadian Psychology*, 49(2), 125-132.
- Lipka, O., & Siegel, L. S. . (2012). **The development of reading comprehension skills in children learning english as a second language.** *Reading & Writing*, 25(8), 1873-1898.
- ShunPingTong. (2018). **School-Runing Quality Improving Stategies in "Double First Class".** *Heilongjiang Resaerch on Higher Education*, 13-17.
- Sweet, A. P. E. , & Snow, C. E. E. . (2003). **Rethinking Reading Comprehension. Solving Problems in the Teaching of Literacy.** Guilford Publications, Inc. Dept. 3R, 72 Spring St. New York, NY 10012.

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ชิตี้ โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Condominium Buying Decisions of City Home Thapra, Bangkok

รุ่งโรจน์ สงสระบุญ, นันทพร ดำรงพงศ์, วิบูลย์ ชินบุรพา, มนทิรา ตันตระวานิชย์

Rungroje Songsraboon¹, Nantaporn Damrongpong², Vibool Chinburapa³, Monthira Tantrawanich⁴

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ชิตี้ โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร (2) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์กับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ชิตี้ โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร (3) เพื่อพัฒนารูปแบบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ชิตี้ โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมชิตี้ โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใช้การวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment : PE) และการสร้างสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุด้วยวิธี Stepwise

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31 - 40 ปี สถานภาพสมรส มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 40,000 บาท และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยภาพลักษณ์ ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ชิตี้ โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 4 ปัจจัย และการพัฒนารูปแบบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ได้แก่ $\hat{Y} = -.547 + .414(X_5) + .231(X_1) + .169(X_3) + .144(X_2)$; $R^2 = 0.724$
คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจซื้อ, คอนโดมิเนียม ชิตี้ โฮม ท่าพระ

¹ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

² สำนักอธิการบดี มหาวิทยาลัยสยาม

³ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

⁴ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

Abstract

This research aims (1) to study the factors affecting condominium buying decisions of City Home Thapra, Bangkok. (2) to analyze the relationship model of marketing mix, image factor to make decisions of City Home Thapra, Bangkok (3) to develop a model of factors affecting condominium buying decisions of City Home Thapra, Bangkok. Sample consisted of people staying in City Home Thapra, Bangkok. Sampling was done of 400 people with a purposive sampling method by descriptive statistics, the average percentage and standard deviation. The correlation was used to a Pearson Product Moment : PE and a multiple linear regression with stepwise.

The results of the study showed that most of samples were male, 31 - 40 years of age, married, 4 person in family, employed professionals with a bachelor's degree and a monthly income between 20,001 - 40,000 baht. Most factors affecting condominium buying decisions of City Home Thapra, Bangkok was image. Marketing mix and image factor were related with buying decisions of City Home Thapra, Bangkok with 4 variables and development of decisions model Listed below;

$$\hat{Y} = -.547 + .414(X_5) + .231(X_1) + .169(X_3) + .144(X_2); R^2 = 0.724$$

Keyword : Marketing mix, Buying decisions, Condominium City Home Thapra

บทนำ

ความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วความเจริญทางเศรษฐกิจมักกระจุกตัวอยู่ในเขตเมืองหรือเมืองหลวงความเจริญดังกล่าวจึงเป็นเหตุจูงใจทำให้ประชากรจากทุกภาคย้ายถิ่นฐานจากเขตชนบทเข้ามาอยู่ในเขตเมืองมากขึ้น เพื่อแสวงหาโอกาสที่ดีในการดำเนินชีวิต ส่งผลให้จำนวนประชากรเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์กลางของความเจริญในด้านต่างๆ ส่งผลให้กรุงเทพมหานครต้องรองรับการย้ายถิ่นฐานของประชากรต่างพื้นที่ที่เพิ่มขึ้นทุกปีและกลายเป็นแหล่งที่พักอาศัยตามความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากที่อยู่อาศัยแบบปกติคือที่อยู่อาศัยในแนวราบในตัวเมืองมีน้อยและราคาสูงมาก ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่หันไปเลือกที่อยู่อาศัยในรูปแบบใหม่คือ ที่อยู่อาศัยในแนวสูง และการเลือกที่อยู่อาศัยในรูปแบบใหม่คนส่วนใหญ่เลือกซื้อห้องชุดเพื่อลดระยะเวลาในการเดินทางไปทำงาน เพราะส่วนใหญ่จะมีบ้านอยู่ในแถบกรุงเทพฯ ชั้นนอกหรือชานกรุง (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2562)

พฤติกรรมการซื้อที่อยู่อาศัยและความต้องการของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงไป ลักษณะเฉพาะของคอนโดมิเนียมที่สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตแบบใหม่ที่เน้นครอบครัวขนาดเล็ก มีพื้นที่พอเหมาะกับความ

ต้องการการดูแลไม่ยุ่งยากเหมือนบ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้องฟิตเนส สระว่ายน้ำ ร้านซักรีด ที่จอดรถ ฯลฯ อีกทั้งทำเลที่ตั้งขอคอนโดมิเนียมส่วนใหญ่ยังอยู่ในจุดที่เดินทางได้สะดวกด้วยระบบขนส่งมวลชนสมัยใหม่และปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้ประชาชนตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม คือ ระดับราคาขายที่ต่ำกว่าที่อยู่อาศัยในแนวราบแต่สามารถมีกรรมสิทธิ์การถือครองได้เหมือนกัน เมื่อความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของประชาชนเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการจึงตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้วยการสร้างคอนโดมิเนียมออกมาหลากหลายโครงการเพื่อเป็นตัวเลือกหนึ่งของประชาชน ธุรกิจคอนโดมิเนียมใช้กลยุทธ์ด้านปัจจัยทางการตลาดโดยพยายามเสนอสิ่งต่างๆ ทั้งด้านรูปลักษณ์โครงการ สถานที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก ฯลฯ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด และเมื่อลูกค้าได้ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมไปแล้ว ความรู้สึกหลังการตัดสินใจซื้อซึ่งเป็นไปได้ทั้งความพึงพอใจและไม่พึงพอใจซึ่งความรู้สึกนั้นจะมีผลต่อพฤติกรรมหลังการซื้อ เช่น การบอกต่อถึงประสบการณ์ที่ได้รับ หรือการตัดสินใจซื้อซ้ำ เป็นต้น

จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ซีตี้ โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร" ข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบว่าในปัจจุบันนี้โครงการคอนโดมิเนียม ซีตี้ โฮม ท่าพระ ได้ตอบสนองความคาดหวังของผู้บริโภคได้มากน้อยเพียงใด นอกจากนี้ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด เพื่อเพิ่มลูกค้าใหม่และตอบสนองตรงตามที่ต้องการ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ซีตี้ โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์กับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ซีตี้ โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อพัฒนารูปแบบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ซีตี้ โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (2562) ได้กล่าวว่า คอนโดมิเนียม หมายถึง อาคารชุดที่แยกกรรมสิทธิ์การถือครองออกเป็นส่วน ๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์ส่วนบุคคล และกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์ส่วนกลาง ทรัพย์ส่วนบุคคล คือ ตัวห้องชุด ทรัพย์ส่วนกลาง คือ ส่วนอื่น ๆ ในอาคาร ได้แก่ พื้นดินที่คอนโดนั้นั้นตั้งอยู่ ลิฟต์ บันได ทางเดิน ดาดฟ้า สระว่ายน้ำ ฟิตเนส ที่จอดรถ สำนักงานนิติบุคคล และอื่น ๆ โดยคอนโดมิเนียมจะต้องมีนิติบุคคลมาบริหารจัดการในเรื่องต่าง ๆ โดยเฉพาะการบริหารทรัพย์ส่วนกลาง ดังนั้น

กฎหมายจึงกำหนดให้นิติบุคคลอาคารชุดเป็นผู้ดูแลบริหารทรัพย์สินส่วนกลาง แต่ต้องอยู่ภายใต้ความเห็นชอบของเจ้าของห้องชุด หากผู้ที่อยู่อาศัยในห้องชุดนั้น ๆ เห็นว่านิติบุคคลบริหารอาคารชุดไม่โปร่งใส ก็มีสิทธิเรียกประชุมเจ้าของห้องชุด เพื่อให้ผู้จัดการนิติบุคคลอาคารชุดชี้แจงข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นได้ ซึ่งใน พ.ร.บ.อาคารชุดฉบับแก้ไขใหม่ พ.ศ.2551 ยังกำหนดให้สมาชิกหรือเจ้าของร่วมร่วมกันจัดตั้งคณะกรรมการนิติบุคคล เพื่อทำหน้าที่ควบคุมการจัดการ ออกนโยบาย และดูแลผู้จัดการนิติบุคคลให้ปฏิบัติตามหน้าที่ ซึ่งถ้าผู้จัดการนิติบุคคลไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ คณะกรรมการนิติบุคคลก็สามารถแต่งตั้งบุคคลอื่นมาทำหน้าที่แทนผู้จัดการนิติบุคคลเป็นการชั่วคราวได้ เพื่อให้งานต่าง ๆ ไม่หยุดชะงัก ส่วนการปลดผู้จัดการนิติบุคคลที่ไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ ก็ทำได้โดยจะต้องได้คะแนนเสียงสนับสนุนกึ่งหนึ่งของคะแนนเสียงทั้งหมด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นวิธีการที่บุคคลควรประพฤติเพื่อให้ได้ผลสูงสุด โดยมีวิธีการตัดสินใจ 6 ขั้นตอน คือ (1) ค้นหาความต้องการในการตัดสินใจ (2) สร้างเกณฑ์ในการตัดสินใจ (3) แบ่งน้ำหนักในแต่ละเกณฑ์ (4) พัฒนาทางเลือก (5) ประเมินผลทางเลือก และ (6) เลือกทางเลือกที่ดีที่สุด และส่วนประสมทางการตลาดบริการ คือ เครื่องมือที่ใช้ในธุรกิจบริการ เพื่อที่จะสร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภค โดยยึดความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นหลัก ซึ่งเครื่องมือนี้ถูกพัฒนามาจากส่วนประสมทางการตลาดดั้งเดิม หรือ 4P's เพราะธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้และจับต้องไม่ได้ จึงต้องมีเครื่องมือทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นมาอีก 3P's คือ บุคลากร (People) การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical) และกระบวนการให้บริการ (Process) เข้ามาช่วยบริหารจัดการธุรกิจบริการ

อดุลย์ จตุรงค์ (2550) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคคือปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้า และบริการทำ รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่างๆ เหล่านี้ ส่วน Kotler (2000) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง ผู้บริโภคทั้งที่เป็นส่วนบุคคล กลุ่มและองค์กรนั้น เลือกซื้อ ใช้ และไม่ชอบสินค้า บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ ที่สร้างความพึงพอใจตามความต้องการ

ลัดนา วัฒนชะวีระกุล (2553) กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ (Personal Factors) เป็นการตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคลดังนี้ (1) อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน (2) วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle Stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียุทธพลต่อความต้องการ ทศนคติ และค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน (3) อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน (4) โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) หรือ

รายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน และ (5) การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

Kotler (2000) ได้ให้ความหมายของปัจจัยทางการตลาดไว้ว่า เป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดกลุ่มเป้าหมาย

ดารา ทีปะปาน (2550) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการตัดสินใจผู้บริโภค คือ การกระทำใด ๆ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวนำหรือตัวกระทำดังกล่าว เพื่อสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

สรุป จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอมอร วงษ์ศิริ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมเป็นที่อยู่อาศัยของประชากรที่กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้ปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมเป็นที่อยู่อาศัย โดยรวม และด้านรายได้อยู่ในระดับมาก และใช้ปัจจัยสิ่งแวดล้อม ในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมเป็นที่อยู่อาศัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

อภิญา เสมเสริมบุญ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในย่านทองหล่อ กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในย่านทองหล่อ กรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในย่านทองหล่อ กรุงเทพมหานคร ชื่อทั้ง 4 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยปัจจัยด้านช่องทางทางการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับสุดท้าย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร ได้แก่ ผู้ที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมชิตตี้โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร
2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมชิตตี้โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร จำนวน 384 คน จากสูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (W.G. Cochran, 1953 อ้างถึง บุญชม ศรีสะอาด, 2538, หน้า 38) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่เพื่อความแม่นยำในการเก็บตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเก็บตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) วันจันทร์ ถึง วันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 10.00 น. ถึง 18.00 น. จำนวนวันละ 40 ตัวอย่าง เป็นเวลา 10 วัน โดยเก็บข้อมูลในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563

4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีทั้งหมด 3 ส่วน มีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 5 ตัวแปร แสดงดังตารางที่ 1

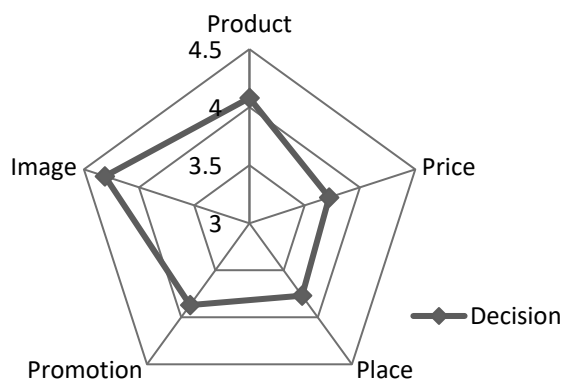
ตารางที่ 1 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ปัจจัยด้านราคา (X_2) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง (X_3) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (X_4) ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (X_5)	การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมซีดี โฮม ทาพระ (Y_1)

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) จากค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม ใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ผลการทดสอบความเชื่อมั่น $\alpha = 0.918$ การหาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมซีดี โฮม ทาพระ กรุงเทพมหานคร ใช้การวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment : PE) ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่มีค่านัยสำคัญที่น้อยกว่า 0.01 และการสร้างสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression) ของการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมซีดี โฮม ทาพระ ด้วยวิธี Stepwise (กัลยา วาณิชบัญชา, 2557)

ผลการวิจัย

1. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ซีดี โฮม ทาพระ กรุงเทพมหานคร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านภาพลักษณ์ จากภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ซีดี โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร

2. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์กับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ซีดี โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร ใช้วิธีวิเคราะห์ด้วยเมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทุกตัวที่เป็นตัวแปรที่วัดได้ในมาตราอันตรภาค (Interval scale) ใช้เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment : PE) เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ ได้แก่ เมทริกซ์สหสัมพันธ์โมเดลการวัด (Measurement Model) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ความสัมพันธ์แบบมีทิศทางเดียวกัน (ค่าความสัมพันธ์เป็นบวก) และมีค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระไม่เกิน 0.80 (ค่าสัมบูรณ์) ทำให้ไม่เกิดสภาวะ Multicollinearity จึงมีความเหมาะสมเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์สถิติเชิงพหุ แสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ซีดี โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	F1	F2	F3	F4	F5
ด้านผลิตภัณฑ์	1.000				
ด้านราคา	.758**	1.000			
ด้านทำเลที่ตั้ง	.647**	.514**	1.000		
ด้านส่งเสริมการตลาด	.781**	.568**	.715**	1.000	
ด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์	.648**	.645**	.564**	.714**	1.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

F1 = ด้านผลิตภัณฑ์ F2 = ด้านราคา F3 = ด้านทำเลที่ตั้ง F4 = ด้านส่งเสริมการตลาด และ F5 = ด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์

3. การพัฒนารูปแบบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ซีตี้ โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร จากการสร้างสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple linear regression) ด้วยวิธี Stepwise ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ซีตี้ โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์และความสามารถในการพยากรณ์ได้ระดับดี ทั้งนี้มีค่าสหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสอง (R^2) เท่ากับ 0.724 หรือคิดเป็นร้อยละ 72.4 สามารถเขียนในรูปสมการพยากรณ์ ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = -.547 + .414(X_5) + .231(X_1) + .169(X_3) + .144(X_2); R^2 = 0.724$$

ตารางที่ 3 ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุด้วยวิธี Stepwise

ตัวแปร	b	S.E.B	Beta	t	p-value
ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์	.414	.172	.302	6.850	.000
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	.231	.041	.228	5.656	.000
ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	.169	.035	.185	4.831	.000
ปัจจัยด้านราคา	.144	.039	.132	3.723	.000

R Square (R^2) = .724 Adjust R Square (AR^2) = .725 Std. Error of the Estimate (S.E.) = .378 F= 126.231 Sig. = .000

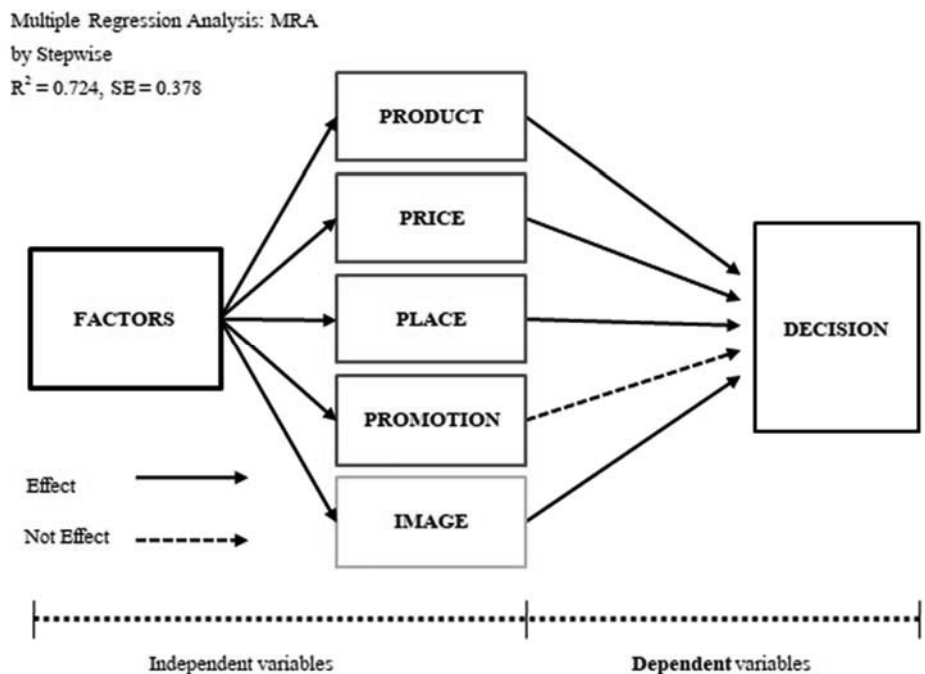
สรุปและอภิปรายผล

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมซีตี้ โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80.50 และ 19.50 ตามลำดับ มีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.82 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 54.31 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน คิดเป็นร้อยละ 29.19 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 31.98 มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 40,000 บาท และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.98

2. ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ซีตี้ โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ($\bar{x} = 4.31$) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.08$) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 3.87$) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{x} = 3.77$) และน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา ($\bar{x} = 3.72$) อธิบายได้ว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมซีตี้ โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานครให้ความสำคัญด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของโครงการมากที่สุด เนื่องจากผู้ที่อาศัยส่วนใหญ่จะให้ความมั่นใจการให้บริการที่มีคุณภาพของโครงการเป็นสำคัญ

3. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ซิตี โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ซิตี โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิญา เสมเสริมบุญ (2556) ที่วิจัยเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในย่านถนนทองหล่อ กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในย่านถนนทองหล่อ กรุงเทพมหานคร

4. การพัฒนารูปแบบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ซิตี โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร จากการสร้างสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุวิธี Stepwise โดยนำตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุทั้ง 5 ตัวแปร พบว่า มีตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปรเข้าสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (2) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (3) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง (4) ปัจจัยด้านราคาตามลำดับ ซึ่งสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุที่ได้สามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมได้ ร้อยละ 72.4 และมีค่าความแปรปรวนเท่ากับ 0.378 ดังแสดงในภาพที่ 2 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดารา ทีปะปาน (2550) ได้กล่าวว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียง และปัจจัยด้านความสะดวกสบาย เป็นตัวแปรสำคัญของพฤติกรรมการตัดสินใจในใช้บริการ



ภาพที่ 2 รูปแบบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม ซิตี โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผู้ประกอบการคอนโดมิเนียม สามารถนำรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมมาพิจารณาจัดการระบบโครงสร้างในการนำเสนอขายโครงการ มุ่งเน้นการสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี การใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ การหาทำเลเพื่อก่อสร้างคอนโดมิเนียม และการกำหนดราคาขายที่เหมาะสม

2. ผู้ประกอบการ ผู้บริหารคอนโดมิเนียม สมาคมคอนโดมิเนียม สามารถนำผลการวิจัยมาเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียม โดยเฉพาะปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ที่จะต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ เพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะผู้ที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมซีที โฮม ท่าพระ กรุงเทพมหานคร เท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะศึกษาผู้ที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมแห่งอื่น ๆ หรือคอนโดมิเนียมในต่างจังหวัด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม และเป็นแนวทางในการพัฒนาปัจจัยสำคัญให้ตรงต่อความต้องการของผู้ซื้อ

2. การศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงแนวทางในการวางแผน หรือการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อจะได้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของการขายคอนโดมิเนียม เพื่อที่จะได้นำข้อมูลจากการศึกษามาปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อน และเสริม จุดแข็งของการขายคอนโดมิเนียมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วาณิชบัญชา. (2557). การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง SEM ด้วย AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดาราทวี ปะปาน. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.

ลัดดา วัฒนชะวีระกุล. (2553) ประชากรศาสตร์. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2563.

จาก <http://www.stat.mju.ac.th/lakhana/demography/bib.pdf>.

ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์. (2562). ข้อมูลคอนโดมิเนียม. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2563.

จาก <http://www.reic.or.th/Default.aspx>.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช

อดุลย์ จตุรงค์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อภิญา เสมเสริมบุญ. (2556). ปัจจัยการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในย่านถนนทองหล่อกรุงเทพมหานคร.

: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

เอมอร วงษ์ศิริ. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมเป็นที่อยู่อาศัยของประชากรที่
กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Kotler, P. (2000). Marketing Management (The Millennium edition). Upper Saddle River, NJ:
Person Prentice Hall.

รูปแบบการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย

A model for developing the potential of air filter production in Thailand

ลลิลพัทธ์ ภัทรประสิทธิ์โชธ¹

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงได้กำหนดเป็นวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินงานโดยทั่วไปของการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย 3. เพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9-15 ท่าน พบว่ารูปแบบการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย หมายถึงรูปแบบกลยุทธ์การจัดการให้องค์กรมุ่งสู่ความเป็นเลิศ มีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 6 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบด้านผู้นำ องค์ประกอบด้านมุ่งเน้นลูกค้า องค์ประกอบด้านการวางแผน องค์ประกอบการผลิตแผ่นกรองอากาศ องค์ประกอบด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และองค์ประกอบด้านบุคลากร ที่มุ่งสู่การสร้างความเป็นเลิศอย่างยั่งยืนขึ้นในองค์กร สร้างประโยชน์ให้กับทุกฝ่าย และการสร้างความสามารถในการแข่งขันระยะยาวของประเทศอย่างแท้จริง รวมทั้งสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปทำการศึกษา เพิ่มเติม ต่อยอดองค์ความรู้ใหม่ของแนวทางการสร้างความสามารถในการแข่งขันของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมในหัวข้อประเด็นต่าง ๆ ลงไปในรายละเอียดเพิ่มเติมให้มากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: ศักยภาพ, การแข่งขัน, อุตสาหกรรมการผลิตแผ่นกรองอากาศ

Abstract

Subject research A model for developing the potential of air filter production in Thailand. The researcher has, therefore, defined it as the objective. 1. To study the general operating characteristics of air filter production in Thailand. 2. To study the factors that influence the pattern of potential development of air filter production competition in Thailand 3. To create a model for developing competitiveness in air filter production in Thailand as well as qualitative research. In-Depth Interview Techniques. Population used in qualitative research. With in-depth interviewing techniques 9-15 experts found that the form of competitiveness development of air filter

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

production in Thailand refers to a management strategy for the organization to strive for excellence. Competitiveness in business is comprised of six key components: leadership. Customer-focused elements Planning component Air filter production element, Digital technology elements, And personnel components Which aims to create sustainable excellence in the organization Create benefits for all parties And truly building the country's long-term competitiveness In addition, the information obtained from this research can be further studied to expand further the organization of new knowledge of the method for building the competitiveness of the industrial business sector on various topics in more detail.

Keywords; potential, competition, air filter manufacturing industry

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นหน่วยงานหลักในการวางแผน และจัดทำ ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลและยั่งยืน ใช้ข้อมูลสำคัญจากการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย จากสองสถาบันหลัก ได้แก่สถาบัน International Institute for Management Development (IMD) และ สถาบัน World Economic Forum (WEF) มาวิเคราะห์และจัดทำแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติทุก 5 ปี เสนอให้รัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐทุกแห่งใช้เป็นแนวทางในการ บริหารประเทศ จากข้อมูลการประเมินความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยจาก 2 สถาบันหลัก ข้างต้น พบว่าประเทศไทยยังคงติดกับดักประเทศรายได้ปานกลาง จากประเด็นปัญหาขีดความสามารถในการ แข่งขันของประเทศไทยในด้านการจัดการภาครัฐจลดต่ำลง ร่วมกับระดับดัชนีความยั่งยืนของประเทศ ที่แยกลง ดังนี้

1.1 สถาบัน IMD World Competitiveness Center ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ได้เผยแพร่รายงาน IMD World Competitiveness Yearbook 2018 ซึ่งเป็นการรายงานการจัดอันดับขีดความสามารถในการ แข่งขันของประเทศต่างๆ 63 ประเทศทั่วโลก ประเทศไทยมีผลที่แยกลงทั้งโดยคะแนนและอันดับ โดยมี คะแนนรวมในปีนี้เท่ากับ 79.450 เปรียบเทียบกับ 80.095 ในปีพ.ศ. 2560 และมีอันดับที่ตกลง 3 อันดับ โดยลดลงจากอันดับที่ 27 ในปีพ.ศ. 2560 เป็นอันดับที่ 30 ในปีพ.ศ. 2561 หากพิจารณาเฉพาะ 5 ประเทศ อาเซียนที่อยู่ในการจัดอันดับนี้ ซึ่งได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย ไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียแล้ว ส่วนใหญ่มี อันดับลดลงโดยเฉพาะประเทศฟิลิปปินส์ที่อันดับลดลงถึง 9 อันดับ จากอันดับที่ 41 ในปีพ.ศ. 2560 ลงมา ที่ 50 ในปีพ.ศ. 2561 ในขณะที่ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศเดียวในกลุ่มอาเซียนที่มีอันดับดีขึ้นจากอันดับ ที่ 24 เป็นอันดับที่ 22 ในปีนี้ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นที่ประเทศไทยจะต้องทุ่มเททรัพยากรและเร่ง ดำเนินการพัฒนาในปัจจุบันพื้นฐานที่จะเสริมสร้างศักยภาพของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนา ภาวะผู้นำและศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ทั้งในภาครัฐและในทุกภาคเศรษฐกิจของประเทศ การพัฒนา

โครงสร้างพื้นฐานรวมถึงสภาพแวดล้อมที่จะส่งเสริมให้ทุกภาคเศรษฐกิจสามารถปรับตัวและแข่งขันได้ ภายใต้บริบทใหม่ของโลก และการมีระบบการบริหารจัดการที่ดีในการขับเคลื่อนเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนของประเทศในภาพรวม

ผลการจัดอันดับด้านประสิทธิภาพของภาคธุรกิจของประเทศไทยก็อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง โดยในปีพ.ศ. 2561 ได้รับการจัดอันดับอยู่ที่ 25 ไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยมีอันดับที่ดีมากในปัจจุบันย่อยด้านตลาดแรงงานที่อยู่ในอันดับที่ 6 ดีขึ้น 2 อันดับจากปีพ.ศ. 2560 รองลงมาคือด้านทัศนคติและค่านิยม (Attitudes and Values) ที่ปรับตัวดีขึ้น 6 อันดับจากปีพ.ศ. 2560 มาอยู่ในอันดับที่ 17 ในปีนี้ เนื่องมาจากผลที่ดีขึ้นของตัวชี้วัดต่างๆ เป็นการสอบถามความคิดเห็นจากผู้บริหารในภาคธุรกิจ เช่น ความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัว (Flexibility and adaptability) วัฒนธรรมประจำชาติ (National culture) และการนำรูปแบบดิจิทัลเข้ามาใช้ในองค์กร (Digital transformation in companies) เป็นต้น ในขณะที่ด้านการเงิน (Finance) และด้านการบริหารจัดการ (Management Practices) อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างดีโดยอยู่ในอันดับที่ 24 เท่ากัน โดยด้านการบริหารจัดการซึ่งใช้ผลจากการสำรวจความคิดเห็นผู้บริหารในทุกตัวชี้วัด มีอันดับลดลง 4 อันดับจากปีพ.ศ. 2560 โดยประเด็นหลักที่มีอันดับลดลงคือความสามารถของบริษัทในการตอบสนองต่อโอกาสและภัยคุกคาม และความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหารในภาคธุรกิจ ทั้งนี้ ประเด็นที่ต้องมีการปรับปรุงคือด้านผลิตภาพและประสิทธิภาพ (Productivity & Efficiency) ที่ถึงแม้จะดีขึ้นจากอันดับที่ 41 ในปีพ.ศ. 2560 เป็นอันดับที่ 40 ในปีพ.ศ. 2561 แต่เมื่อพิจารณาตัวชี้วัดด้านผลิตภาพของแรงงานทั้งในภาพรวมและแยกตามภาคเศรษฐกิจต่างๆ เช่น การเกษตร อุตสาหกรรมการผลิต และภาคบริการ ประเทศไทยยังคงมีผลิตภาพในอันดับค่อนข้างต่ำ โดยมีผลิตภาพของแรงงานในภาพรวมอยู่ในอันดับที่ 58 จาก 63 ประเทศที่ได้รับการจัดอันดับ

1.2 สถาบัน World Economic Forum หรือ WEF เป็นองค์กรไม่แสวงหากำไร ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1971 โดยมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ ณ นครเจนีวา สวิตเซอร์แลนด์ ได้เผยแพร่รายงานการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่าง ๆ ประจำปีพ.ศ. 2560 - 2561 ในรายงานที่เรียกว่า The Global Competitiveness Report (GCR) 2017 - 2018 โดยปีดังกล่าว WEF ได้จัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่าง ๆ จำนวนทั้งสิ้น 137 ประเทศ/เขตเศรษฐกิจ (GCR 2560-2561 มี 137 ประเทศ/เขตเศรษฐกิจ) สำหรับการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขัน WEF ได้กำหนดปัจจัยที่นำมาใช้ในการจัดอันดับต่าง ๆ ซึ่งเรียกว่า Global Competitiveness Index (GCI) ไว้ 3 ปัจจัยหลัก และ 12 ปัจจัยย่อย

จากการจัดอันดับของ GCR ปีพ.ศ. 2560-2561 ประเทศไทยถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 32 จากทั้งหมด 137 ประเทศ/เขตเศรษฐกิจ (4.7 คะแนนจาก 7 คะแนน) ซึ่งเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2559-2560 เห็นได้ว่าประเทศไทยมีอันดับดีขึ้น 2 อันดับ จากอันดับที่ 34 เมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศเอเชียประเทศไทยยังตามหลังประเทศ เช่น สิงคโปร์ ฮองกง ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลีใต้ และที่สำคัญไทยตามหลังประเทศมาเลเซีย และจีน ที่มีลำดับขีดความสามารถในการแข่งขันที่ไปได้เร็วกว่าประเทศไทย เมื่อพิจารณาอันดับความสามารถใน

แต่ละปัจจัยหลักของประเทศไทยจะเห็นได้ว่า ปัจจัยพื้นฐาน (Basic requirements) ประเทศไทยถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 41 (5.1 คะแนน) ปัจจัยยกระดับประสิทธิภาพ (Efficiency enhancers) อยู่ในอันดับที่ 35 (4.6 คะแนน) ปัจจัยนวัตกรรมและศักยภาพทางธุรกิจ (Innovation and sophistication factors) อยู่ในอันดับที่ 47 (3.9 คะแนน) ซึ่งจะเห็นได้ว่า ใน 3 ปัจจัยหลักนี้ ปัจจัยนวัตกรรมและศักยภาพทางธุรกิจนั้น ถือเป็นจุดอ่อนที่สุดของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านนวัตกรรมและศักยภาพทางธุรกิจนั้นไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิม ช่วงปีพ.ศ. 2559-2560 ประเทศไทยถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 47 (สวทท. 2561)

1.3 จากรายงาน SDGs Index and Dashboards จัดทำโดยเครือข่ายทางออกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Solutions Network (SDSN) พบว่าประเทศไทยได้รับการจัดอันดับความยั่งยืนในปีค.ศ. 2018 ที่แย่ง โดยที่เป้าหมายที่ 9 อุตสาหกรรมนวัตกรรมและโครงสร้างพื้นฐาน ควรได้รับการดำเนินการพัฒนาอย่างเร่งด่วน

การปรับโมเดลการเติบโตทางเศรษฐกิจของไทยจากการพึ่งพาแรงขับเคลื่อนจากต่างประเทศเปลี่ยนมาสร้างมูลค่าเพิ่มจากภายในอย่างยั่งยืนที่ผ่านมาเศรษฐกิจไทยเติบโตโดยพึ่งบริษัทต่างชาติให้เข้ามาสร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจ แต่มองไปข้างหน้า เศรษฐกิจไทยจะต้องหันมาเติบโตแบบ “ระเบิดจากข้างใน” กล่าวคือ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ด้วยตนเอง การปฏิรูปโมเดลการเติบโตทางเศรษฐกิจจะต้องปรับโครงสร้างเชิงสถาบันเพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันอย่างเท่าเทียม และสร้างระบบการเงินที่ inclusive สำหรับระบบเศรษฐกิจไทยจะเติบโตต่อไปได้อย่างไรในระยะยาวซึ่งคำถามดังกล่าวมีความสำคัญต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจไทยในระยะข้างหน้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทที่การใช้ปัจจัยทุนได้ถึงจุดอิ่มตัวและกำลังแรงงานจะมีน้อยลงจากโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป เศรษฐกิจไทยจึงไม่สามารถเติบโตได้จากการสะสม ‘จำนวน’ ปัจจัยการผลิตเหมือนในอดีต แต่จะต้องเป็นการเติบโตจาก ‘คุณภาพ’ ที่เกิดจากการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ สิ่งดังกล่าวไม่ใช่ข้อเสนอแนะใหม่ แต่เหตุใดประเทศไทยจึงไม่สามารถใช้การเพิ่มผลิตภาพการผลิตมาเป็นตัวนำการพัฒนาได้เสียที่ ดังจะเห็นว่าการพัฒนาในช่วงที่ผ่านมาเป็นแบบ Outside-in (ซึ่งเกิดจากการนำเข้ากิจกรรมการผลิตผ่านการเข้าร่วมสายพานการผลิตโลก) แต่ในระยะต่อไป การพัฒนาเศรษฐกิจไทยจะต้องเป็นแบบ Inside-out หรือ “ระเบิดจากข้างใน” ที่เกิดจากการเพิ่มผลิตภาพปัจจัยการผลิตภายในประเทศเอง รวมถึงการยกระดับการผลิตสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นจากทุกภาคส่วนของหน่วยเศรษฐกิจไทย

งานวิจัยของ Apaitan, Ananchotikul and Disyatat (2017) ได้ใช้แนวคิดของ Hausman and Hidalgo (2011) มาศึกษาปัจจัยที่มีส่วนกำหนดการเปลี่ยนแปลงผลิตภาพการผลิตของไทยในช่วงที่ผ่านมา โดยมีความเชื่อที่ว่าผลิตภาพเกิดมาจาก ‘การสร้าง’ และ ‘การกระจาย’ องค์ความรู้ในกระบวนการผลิตจากหน่วยเศรษฐกิจหนึ่งไปยังอีกหน่วยเศรษฐกิจ ผ่านการแบ่งปันปัจจัยการผลิตและการถ่ายโอนความรู้ ซึ่งจะเกื้อกูลให้ผลิตภาพของประเทศเพิ่มสูงขึ้นและจะช่วยขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว จาก

แนวคิดดังกล่าว ระดับขององค์ความรู้ในระบบเศรษฐกิจจะถูกวัดทางอ้อมจากระดับความซับซ้อนของเทคโนโลยีที่แต่ละประเทศใช้ในการผลิตสินค้า ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดได้มีการเผยแพร่ดัชนีระดับความซับซ้อนของระบบเศรษฐกิจหรือ Economic Complexity Index (ECI) ที่วัดความซับซ้อนของเทคโนโลยีในการผลิตสินค้าส่งออกของประเทศต่างๆ ในช่วงปี 1995 ถึงปี 2017 จากข้อมูลชุดดังกล่าวเราพบว่าค่า ECI ของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา นอกจากนี้ ไทยยังถูกจัดอยู่ในอันดับที่สูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในโลก ตัวเลขดังกล่าวสะท้อนว่าไทยส่งออกสินค้าที่ใช้องค์ความรู้ที่ซับซ้อนขึ้นเมื่อเทียบกับประเทศอื่น

อย่างไรก็ดี แม้ไทยจะส่งออกสินค้าที่ซับซ้อนมากขึ้น แต่กลับไม่สามารถดึงดูดวงประโยชน์จากความซับซ้อนเหล่านั้นได้มากเท่าที่ควร ในปี 2017 ประเทศไทยมีรายได้ต่อหัวต่ำกว่าประเทศที่มีค่า ECI ใกล้เคียงกัน โดยพบว่าประเทศอื่นส่วนใหญ่สามารถเลื่อนขั้นขึ้นไปอยู่ในกลุ่มประเทศรายได้สูงได้ (High income) ในขณะที่ไทยยังคงอยู่ในกลุ่มประเทศรายได้ปานกลางค่อนข้างสูง (Upper middle income) สิ่งดังกล่าวนำมาซึ่งคำถามสำคัญ “อะไรคือสาเหตุที่ไทยไม่สามารถเปลี่ยนความเก่งเป็นผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้”

ที่ผ่านมาการพัฒนาเศรษฐกิจไทยขับเคลื่อนแบบ Outside-in เป็นการพัฒนารัฐกิจการค้า ข้อมูลผู้ถือหุ้นนี้ประกอบด้วยปัจจัยบังกรรรมการผลิตส่วนใหญ่ของไทยผูกโยงกับสายพานการผลิตโลก โดยเป็นการนำเข้าสินค้าวัตถุดิบต้นน้ำจากต่างประเทศเพื่อมาประกอบและส่งออก ดังนั้น มูลค่าการส่งออกรวม (Gross export) จึงไม่ได้สะท้อนมูลค่าของกิจกรรมการผลิตที่เกิดขึ้นภายในประเทศไทยเพียงอย่างเดียว แต่ยังได้แฝงมูลค่าเพิ่มที่ติดมากับสินค้าชั้นกลางซึ่งนำเข้าจากประเทศต้นทางอีกด้วย ดังนั้น การที่ดัชนี ECI วัดความซับซ้อนขององค์ความรู้จาก Gross export จึงทำให้ไม่สามารถระบุได้ว่าค่าดัชนี ECI ของไทยที่ปรับสูงขึ้นนั้นสะท้อนองค์ความรู้ของผู้ผลิตภายในประเทศไทยเองหรือเป็นองค์ความรู้ของประเทศต้นทางบนสายพานการผลิต

การใช้ข้อมูลโครงสร้างการผลิตโลกจาก World Input-Output Data (WIOD) มาคำนวณหาการส่งออกในรูปแบบของมูลค่าเพิ่ม (Value added exports) และจำแนกออกเป็นมูลค่าเพิ่มจากผู้ผลิตภายในประเทศ (Domestic value added) และมูลค่าเพิ่มจากประเทศต้นน้ำ (Foreign value added) จากนั้นเรานำข้อมูล Domestic value added มาคำนวณดัชนี Revealed Comparative Advantage (RCA) ของไทยซึ่งสะท้อน ‘ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ’ หรือความสามารถในการแข่งขันในตลาดสินค้าส่งออกเมื่อเทียบกับประเทศอื่น (Apaitan, Ananchotikul and Disyatat , 2017) ดังนั้น ดัชนี RCA ดังกล่าวจึงสะท้อน ‘ความเก่ง’ ของผู้ผลิตไทยเทียบเคียงได้กับดัชนี ECI หากเปรียบเทียบดัชนี RCA ที่คำนวณจาก Gross export กับ Domestic value added in exports จะพบว่า RCA ของสินค้าส่งออกสำคัญมีค่าลดลง สินค้าบางกลุ่มที่ได้เปรียบเชิงเทียบกลับมีระดับของความได้เปรียบลดลง อาทิ กลุ่มยานยนต์และกลุ่มยางและพลาสติก ขณะที่กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าจัดอยู่ในกลุ่มสินค้าที่ได้เปรียบหากคำนวณจาก Gross exports แต่กลายเป็นเสียเปรียบหากคำนวณจาก Domestic value added นอกจากนี้ ยังมีสินค้าในกลุ่มโลหะขั้น

มูลฐาน และกลุ่มเครื่องจักรและอุปกรณ์ซึ่งเสียเปรียบอยู่แล้วที่เสียเปรียบมากยิ่งขึ้น ข้อเท็จจริงดังกล่าวสะท้อนว่าสินค้าส่งออกของไทยได้รับองค์ความรู้ที่ซับซ้อนมาจากประเทศต้นน้ำในสินค้าสำคัญหลายกลุ่ม

เมื่อพิจารณาสัดส่วนของ Foreign value added in exports จะพบว่า การส่งออกของไทยขับเคลื่อนด้วยมูลค่าเพิ่มจากประเทศต้นน้ำ สินค้าส่งออกในกลุ่มถ่านโค้กและผลิตภัณฑ์จากการกลั่นปิโตรเลียม กลุ่มคอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มอุปกรณ์ไฟฟ้าและกลุ่มยานยนต์มีสัดส่วนของ Foreign value added สูงกว่าครึ่งหนึ่งของ Value added exports แม้ในช่วงหลังสัดส่วนมีแนวโน้มลดลง แต่เป็นผลจากมูลค่าของ Foreign value added ที่ลดลงเป็นหลัก ขณะที่ Domestic value added มีค่าเท่าเดิมหรือลดลงในอัตราที่ช้ากว่า ดังนั้น การปรับลดลงของสัดส่วน Foreign value added ในสินค้าส่งออกจึงอาจไม่ได้สะท้อนว่าภาคการผลิตไทยเก่งขึ้น แม้ภาคการผลิตไทยจะนำเข้าสินค้าชั้นกลางที่มีองค์ความรู้ซับซ้อน แต่กลับไม่สามารถต่อยอดและแพร่กระจายองค์ความรู้ดังกล่าวไปสู่ภาคส่วนอื่นในประเทศ ส่งผลให้ไทยไม่สามารถก้าวขึ้นไปผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นได้ เราสามารถศึกษาการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งของภาคการผลิตไทยบนห่วงโซ่การผลิตโลกได้โดยการคำนวณดัชนี Global Value Chain (GVC) Position Index (Koopman Powers Wang and Wei, 2013) ทั้งนี้ ภาคการผลิตที่อยู่ต้นน้ำ (ปลายน้ำ) จะมียอดดัชนีเป็นบวก (ลบ)

สำหรับภาคการผลิตสำคัญของไทยยังอยู่ในตำแหน่งเดิมหรือเปลี่ยนแปลงตำแหน่งได้ช้าจึงไม่สามารถเคลื่อนย้ายไปสู่ตำแหน่งที่มีมูลค่าเพิ่มสูงกว่าได้ จะเห็นได้ว่าภาคการผลิตไทยที่อยู่ปลายน้ำ เช่น กลุ่มสินค้าที่เน้นการประกอบและส่งออก อาทิ กลุ่มยานยนต์ ไม่สามารถเคลื่อนขึ้นไปเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำที่สร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบและการคิดค้นนวัตกรรม ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Asian Development Bank (ADB, 2015) ที่ชี้ว่าผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนในระดับ Tier 2 และ Tier 3 ซึ่งเป็นสินค้าชั้นกลางที่มีความซับซ้อนน้อยกว่าสินค้าจากผู้ผลิต Tier 1 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทต่างชาติ ในทางตรงข้ามอุตสาหกรรมต้นน้ำ เช่น กลุ่มสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์อาหารก็ไม่สามารถเคลื่อนลงไปเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำที่มีมูลค่าเพิ่มสูงกว่า เช่น การผลิตสินค้าเกษตรแปรรูป และการผลิตอาหารแปรรูป เป็นต้น

ข้อเท็จจริงทั้งหมดข้างต้นสะท้อนว่ากิจกรรมการส่งออกของไทยไม่ได้เติบโตแบบ Inside-out หรือเติบโตจากการสร้างมูลค่าเพิ่มภายในประเทศ แต่มีลักษณะแบบ Outside-in ที่บริษัทต่างชาติเข้ามาสร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจและเชื่อมไทยเข้าสู่สายพานการผลิตของโลก เนื่องจากบริษัทต่างชาติเป็นผู้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าส่งออกของไทย ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและองค์ความรู้ที่ตกผลึกได้จากการผลิตจึงกระจายออกไปนอกประเทศ แทนที่จะกระจายไปยังภาคเศรษฐกิจอื่นภายในประเทศ การกระจุกตัวในกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการพัฒนาของระบบเศรษฐกิจไทยเป็นการเติบโตแบบ Outside-in ส่งผลให้กิจกรรมการผลิตกระจุกตัวอยู่กับผู้ส่งออกบางกลุ่ม Apaitan, Ananchotikul and Disyatat (2017) ศึกษาข้อมูลการผลิตของไทยในระดับจุลภาคโดยผู้วิจัยพบการกระจุกตัวของกิจกรรมการผลิตใน 3 มิติ ได้แก่ การ

กระจุกตัวอยู่ในบริษัทขนาดใหญ่ การกระจุกตัวในบางพื้นที่ และการกระจุกตัวของนวัตกรรมที่เกิดขึ้นเฉพาะในบางกิจกรรมการผลิต โดยกลุ่มบริษัทเหล่านี้มักถือครองโดยกลุ่มทุนต่างชาติ โดยการกระจุกตัวของกิจกรรมการผลิตนั้นส่งผลดีต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจในระยะเริ่มต้น เพราะเอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนปัจจัยการผลิตและองค์ความรู้ได้สะดวก ณ ต้นทุนที่ต่ำลง ซึ่งงานศึกษาของ Thawornkrai Wong, Civilize, and Khatphitthaya (2011) ชี้ว่ากิจกรรมการผลิตในภาคอุตสาหกรรมของไทยได้รับผลตอบแทนจากขนาดการผลิตที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม เมื่อก้าวสู่ระดับการพัฒนาที่สูงขึ้น เศรษฐกิจไทยจำเป็นต้องมีกลไกที่เอื้อให้เกิดการโอนย้ายทรัพยากรจากภาคส่วนที่มีประสิทธิภาพต่ำไปยังภาคส่วนที่มีประสิทธิภาพสูงรวมถึงกลไกที่กระจายทรัพยากรและองค์ความรู้ไปยังภาคเศรษฐกิจอื่นทั้งในมิติพื้นที่ ขนาดของผู้ประกอบการ และภาคการผลิตที่แตกต่างกันกลไกดังกล่าวคือสิ่งที่ขาดหายไปจากระบบเศรษฐกิจไทย ผู้วิจัยจึงสนใจการพัฒนา รูปแบบของการจัดการสมัยใหม่เพื่อเอาชนะสภาพแวดล้อม และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของภาคธุรกิจอุตสาหกรรม สามารถตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างสมดุลและยั่งยืน จึงเป็นที่มาของงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

จากประเด็นปัญหาดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดเป็นวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนา ศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย ไว้จำนวน 3 ข้อ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินงานโดยทั่วไปของการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการพัฒนา ศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย
3. เพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนา ศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย

แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม

สำหรับมองไปข้างหน้ากับการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบ Inside-out หรือ “ระเบิดจากข้างใน” ทำให้กลไกที่เอื้อให้เกิดการกระจายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจจึงไม่เกิดขึ้นตามไปกับระดับการพัฒนาที่สูงขึ้น สิ่งดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่ากลไกตลาดของระบบเศรษฐกิจไทยมีลักษณะบิดเบี้ยวและไม่สมบูรณ์ของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความผิดปกตินี้ตั้งคำถามถึงโครงสร้างของสถาบันทางเศรษฐกิจที่เหมาะสมกับกระบวนการผลิตในระดับการพัฒนาที่สูงขึ้น งานวิจัยของ ADB (2015) พบว่าสาเหตุที่ทำให้ไทยไม่สามารถยกระดับขึ้นไปดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นได้เป็นเพราะผลิตภาพแรงงานไทยเติบโตไม่ทันกับการพัฒนาของอุตสาหกรรมซึ่งมักพึ่งพิงเทคโนโลยีและองค์ความรู้จากภาคธุรกิจต่างชาติที่เข้ามาผ่านการลงทุนทางตรงระหว่างประเทศ ดังนั้น เมื่อค่าจ้างปรับตัวสูงขึ้น (จากความ

ต้องการแรงงานที่เพิ่มขึ้น แทนที่จะเป็นเพราะความสามารถของแรงงานเอง) จนถึงระดับหนึ่ง ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการผลิตที่เน้นใช้แรงงานจึงปรับลดลงส่งผลให้เกิดการชะลอตัวของกิจกรรมและการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยรวมและขณะเดียวกัน ADB (2015) ยังชี้อีกด้วยว่าการชะลอตัวของ การเติบโตทางเศรษฐกิจไทยในระยะยาวมีสาเหตุมาจากปัญหาเชิงโครงสร้างเป็นหลัก ซึ่ง แนวนโยบายที่จะช่วยสนับสนุนให้ไทยสามารถยกระดับไปสู่ระบบเศรษฐกิจที่ใช้นวัตกรรมและดำเนิน กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีมูลค่าเพิ่มสูงจะต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาใน 5 มิติต่อไปนี้

การพัฒนาเทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และการสร้างนวัตกรรม ในช่วงที่ผ่านมาการพัฒนาทาง เทคโนโลยีในประเทศไทยมีข้อจำกัดอยู่หลายประการ เช่น คุณภาพการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ปัญหาการ บังคับใช้กฎหมายคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในไทยส่งผลให้จำนวนการจดสิทธิบัตรอยู่ในระดับต่ำ นอกจากนี้ ไทยยังขาดความร่วมมือที่เป็นระบบระหว่างสถาบันการศึกษาระดับสูงและภาคเอกชนในการ พัฒนานวัตกรรม อนึ่ง ข้อมูลของธนาคารโลกระบุว่าในปี 2016 สัดส่วนของการใช้จ่ายเพื่อการวิจัยและ พัฒนาต่อ GDP ของไทยอยู่ในระดับต่ำ (ร้อยละ 0.78) เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยของกลุ่มประเทศรายได้ปาน กลางค่อนข้างสูง (ร้อยละ 1.62) โดยเฉพาะประเทศที่มีระดับการพัฒนาใกล้เคียงกัน อาทิ เกาหลีใต้ (ร้อยละ 4.23) ดังนั้นการยกระดับคุณภาพการศึกษาและสร้างบุคลากรที่สอดคล้องกับความต้องการของ ภาคการผลิต โดยแรงงานไทยส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในภาคการผลิตที่มีผลิตภาพต่ำและมีทักษะต่ำกว่าที่ควร จะเป็นเมื่อเปรียบเทียบกับระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ การศึกษาของแรงงานไทยมักไม่ตรงกับ ความต้องการของตลาดแรงงาน โดยการสำรวจของ World Economic Forum ในปี 2014 พบว่า อุปสรรคสำคัญต่อการทำธุรกิจในไทยคือการที่แรงงานมีระดับการศึกษาไม่สูงพอและไม่สามารถสร้าง นวัตกรรมได้มากเท่าที่ควร แนวนโยบายที่จะช่วยยกระดับการศึกษาของไทยจึงเกี่ยวข้องกับการใช้ งบประมาณทางด้านการศึกษาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ ยังต้องคำนึงถึงการยกระดับคุณภาพ บุคลากรทางการศึกษาตลอดจนการทำงานร่วมกันระหว่างภาคการศึกษาและภาคการผลิตมากขึ้น จะช่วย ให้ระบบการศึกษาสามารถผลิตกำลังแรงงานได้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานมากยิ่งขึ้น

สำหรับการส่งเสริมการแข่งขันและแก้ไขกฎเกณฑ์ที่เป็นอุปสรรคต่อภาคธุรกิจโดยเฉพาะภาค บริการ ปัญหาที่เกิดขึ้นส่วนหนึ่งมาจากข้อจำกัดด้านกฎระเบียบต่าง ๆ รวมถึงการปกป้องกิจกรรมทางการ ผลิตบางประเภทมากเกินไปส่งผลให้การแข่งขันมีจำกัดโดยเฉพาะในภาคบริการ ปัจจุบันไทยมีพัฒนาการ ที่ดีขึ้นหลังจากการประกาศใช้พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 ซึ่งมีการปรับแก้กฎหมาย ให้ใช้งานได้จริง และบัญญัติให้ผู้กำกับดูแลแยกออกมาเป็นหน่วยงานอิสระซึ่งจะเอื้อให้การบังคับใช้ กฎหมายสัมฤทธิ์ผลมากขึ้น ซึ่งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านขนส่งและโลจิสติกส์ โดยไทยควรพัฒนา ระบบขนส่งให้เกิดการเชื่อมโยงเป็นโครงข่าย เช่น การพัฒนาระบบขนส่งระหว่างจังหวัดและภายในตัวเมือง การเชื่อมต่อระบบขนส่งด้วยรถไฟกับรถบัส นอกจากนี้ ไทยจำเป็นต้องพัฒนาระบบการจัดการธุรกรรม การค้าระหว่างประเทศ การจัดการงานด้านเอกสารอย่างมีประสิทธิภาพ และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

เข้ามาช่วยเหลือ ซึ่งในปัจจุบัน ไทยมีค่าใช้จ่ายด้านการส่งออกสูงกว่าเกาหลีใต้มากเนื่องจากการขนส่งทางบกมีค่าใช้จ่ายสูงกว่า และมีค่าใช้จ่ายด้านเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสูงกว่าอีกด้วย นอกจากนี้ ยังควรให้ความสนใจเป็นพิเศษกับภาคธุรกิจการสื่อสารโทรคมนาคมซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญที่ทำให้เกิดอุตสาหกรรมเทคโนโลยีระดับสูง และการเข้าถึงเงินทุนและบริการทางการเงินที่มีประสิทธิภาพของผู้ประกอบการภายในประเทศ ซึ่งเป้าหมายสำคัญคือกลุ่ม MSME (Micro, Small and Medium-sized Enterprises) จากสถิติพบว่าไทยมีผู้ประกอบการขนาดเล็กอยู่เป็นจำนวนมาก โดยจำนวนบริษัทขนาดเล็กคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99 ของจำนวนบริษัททั้งหมดและมีการจ้างงานเป็นจำนวนมาก แต่กลับมีมูลค่ากิจกรรมการผลิตเพียงร้อยละ 36 ของ GDP ปัญหาหลักเกิดจากข้อจำกัดในการเข้าถึงเงินทุนสำหรับการลงทุนในระยะยาว การพัฒนาระบบการเงินที่เอื้อให้ผู้ประกอบการทุกระดับสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนจะช่วยส่งเสริมให้ภาคธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างทั่วถึง

สำหรับอุตสาหกรรมการผลิตแผ่นกรองอากาศ ที่ถูกใช้กันอย่างแพร่หลายมา ตั้งแต่ปีคริสต์ศักราช 1900 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงก่อน สงครามโลกครั้งที่ 2 แผ่นกรองอากาศชนิด HEPA ตัวแรก ถูกออกแบบใช้กรองสิ่งปนเปื้อนแก๊สมันตาภาพรังสีขนาด 0.3 ไมครอน (1 ไมครอน = 1/1,000,000 เมตร; เพื่อให้มอง ภาพออกขนาดเส้นผมของเราโดยเฉลี่ย 50-150 ไมครอน) มาในปี คริสต์ศักราช 1940 โดย บริษัท R&D Arthur D. Little ภายใต้การสนับสนุนของรัฐบาลสหรัฐฯหนึ่งในโครงการ Manhattanเป็นเวลาเดียวกันกับ การคิดค้นระเบิดปรมาณูในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งภายหลังจากนั้น แผ่นกรอง อากาศได้ถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายในการประยุกต์ใช้ กับการใช้งาน เช่น ห้องสะอาดในโรงงานยา ห้องสะอาดในโรงงานอิเล็กทรอนิกส์ ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ห้องพ่นสี อบสี ในโรงงานผลิตรถยนต์ ในเครื่องปรับอากาศขนาดเล็ก และ ขนาดใหญ่ และยังการใช้เฉพาะทาง เช่น โรงไฟฟ้า การบิน และอวกาศโดยองค์การนาซ่า (Aerospace Industries; For Mars and Lunar mission, NASA), นิวเคลียร์ เป็นต้น ทั้งนี้ แผ่นกรองอากาศอีกประเภทหนึ่งซึ่งในงาน กรองแก๊ส ระดับโมเลกุล (Molecular Contaminate) ซึ่ง HEPA หรือ ULPA ก็กรองไม่ได้ ใช้ในการกำจัดมลพิษทั้งแก๊สกัดกร่อน แก๊สพิษ แก๊สที่มีกลิ่นเหม็น ในโรงงานผลิต เยื่อกระดาษ โรงกลั่นน้ำมัน , ระบบบำบัดน้ำเสีย, พิพิธภัณฑ, ศูนย์ข้อมูล เป็นต้น ซึ่งวัตถุประสงค์หลักในการใช้กรอง อากาศก็เพื่อต้องการเอาสิ่งปนเปื้อนออกจากอากาศทั้ง ของแข็ง ของเหลว และแก๊ส ที่เราไม่ต้องการเพื่อป้องกัน คน ผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต อุปกรณ์เครื่องมือ และ สิ่งแวดล้อม อาจบอกได้ว่าใช้กรองอากาศ เพื่อป้องกัน และควบคุม 3P และ 2E (People, Products, Process, Equipment and Environments) ขนาดของ ฝุ่น และแก๊สในบรรยากาศ โดยทั่วไปอนุภาคขนาดเล็ก กว่า 0.3 ไมครอน จะลอยอยู่ได้ในอากาศ มักพบในปริมาณ มากถ้าเราใช้เครื่องวัดฝุ่น (Particle Counter) มาวัดจำนวน อนุภาคปนเปื้อนในบรรยากาศทั่วๆ ไป ส่วนใหญ่จะพบว่าอนุภาคขนาดเล็กช่วงเล็กกว่า 0.3 ไมครอน ซึ่งสามารถแขวนลอยในอากาศ ตามกระแสลมมีจำนวนมาก แต่อนุภาคขนาดใหญ่ที่มีน้ำหนักมากๆ ก็จะตกลงสู่พื้น จนกระทั่ง เมื่อใช้งาน ประสิทธิภาพจะสูงขึ้นเรื่อยๆ สามารถออกแบบแผ่นกรองทางกลนี้ให้มีประสิทธิภาพสูงถึง 99.99999 ที่

0.12 ไมครอน (U17) การกรองแบบทางกล อีกประเภทหนึ่งคือการใช้แรงเหวี่ยงหนีศูนย์กลาง (Inertia Effects) แผ่นกรองอากาศที่ดีนั้น จะต้องมีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับการใช้งานประเภทต่างๆ ความสามารถในการเก็บกักฝุ่นที่สูง เพื่ออายุการใช้งานที่นาน และมีความดันตกคร่อมต่ำๆ ซึ่งโดยทางทฤษฎีแล้วการที่จะทำแผ่นกรองอากาศที่มีประสิทธิภาพสูงนั้น ส่วนใหญ่จะมีความดันตกคร่อมที่สูงตามไปด้วย

จากประเด็นปัญหาสภาพแวดล้อม ทางเศรษฐศาสตร์ สังคม และเทคโนโลยี ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากในโลกยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) คือแนวโน้มที่เศรษฐกิจโลกกำลังเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจที่ขึ้นต่อกันมากขึ้น ผลจากโลกาภิวัตน์ทำให้เศรษฐกิจโลกโน้มเอียงไปในทางที่มีปฏิสัมพันธ์กันจนเป็นตลาดเดียวกัน แทนที่จะเป็นตลาดของชาติต่างๆที่แยกออกจากกัน (Kinicki and Williams, 2006) ในโลกของโลกาภิวัตน์ ประเทศและประชาชนมีการเชื่อมต่อระหว่างกันมากขึ้นโดยอาศัยข้อมูลข่าวสาร วิธีการดำเนินชีวิต ตลาดแรงงาน และการเกี่ยวข้องกันทางธุรกิจ (Campling et. al., 2008) ปัจจุบันผู้นำรัฐบาลต้องตระหนักถึงความสามารถในการแข่งขันของชาติ เหมือนกับผู้นำองค์กรที่ต้องตระหนักถึงความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ (Michael E., 2008) ทำให้องค์กรภาคธุรกิจอุตสาหกรรมต้องเร่งปรับตัว จากแรงกดดันที่เพิ่มขึ้นในโลกธุรกิจเพื่อเอาชนะคู่แข่ง องค์กรต้องปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง มีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันในระดับโลกในขณะที่ทรัพยากรการผลิตถูกจำกัดลง และจำเป็นต้องตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ดังนั้น Management Excellence Model หรือกลยุทธ์การจัดการสู่ความเป็นเลิศในภาคธุรกิจอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนจึงได้พัฒนาขึ้นมาช่วยให้องค์กรภาคธุรกิจอุตสาหกรรมสามารถบริหารจัดการธุรกิจในเรื่องสิ่งแวดล้อมที่ซับซ้อน เศรษฐกิจโลกที่เป็นโลกาภิวัตน์มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการพัฒนาในแต่ละภาคเศรษฐกิจของประเทศ สิ่งที่แสดงออกโดยการอยู่รอดของบริษัทที่ประสบความสำเร็จในบริบทของการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น และแข็งแกร่งขึ้นในตลาดโลก จำเป็นต้องมีมูลค่าเพิ่มอีกอย่างหนึ่ง (Miriam, 2012) ปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริหารระดับสูงของบริษัทมีความรับผิดชอบต่อความยั่งยืนเพิ่มสูงขึ้น เริ่มมีความต้องการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ในเวลาเดียวกันทำให้พนักงานพึงพอใจอยู่เสมอ ความสามารถในการเติบโตและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องของบริษัทจะพิจารณาจากความสามารถทางสังคมรับผิดชอบต่อจริยธรรมและการมีส่วนร่วมด้านสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนโฟกัสนี้นำไปสู่การปรับแนวแนวคิดเรื่องความเป็นเลิศทางธุรกิจ (Teun and Marcelvan, 2001) และอย่างยั่งยืนโดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ยืดอายุการใช้งานการซ่อมแซมและการรีไซเคิลเพื่อการพัฒนา คำว่าอย่างยั่งยืนไม่เพียงแต่มุ่งเน้นไปที่การมีประสิทธิผลมากขึ้น แต่ยังใช้วัดดูดีในการผลิตน้อยลงและผลิตภัณฑ์สามารถรีไซเคิลได้มากขึ้น (Johannes and Jan, 2017)

จากการจัดอันดับความสามารถทางการแข่งขันของประเทศที่ลดต่ำ และการจัดอันดับความยั่งยืนที่แยกลงดังนั้น จึงเป็นที่มาของงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย”

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Methodology Research) ประกอบไปด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อศึกษาและพัฒนารูปแบบการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย นำมาสร้างเป็นองค์ความรู้เรื่องรูปแบบการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9-15 ท่าน ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นผู้ประกอบธุรกิจ หรือผู้บริหารที่รับผิดชอบในการจัดการระบบคุณภาพหรือการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย จำนวน 400 ราย และประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยเทคนิคการสนทนากลุ่ม เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญด้านรูปแบบการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย จำนวน 7 ท่าน ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาจากการวิจัย แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ สถานประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และขนาดกลางและขนาดย่อม ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตแผ่นกรองอากาศ ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ลักษณะการดำเนินงานโดยทั่วไปของการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) และรูปแบบการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย ซึ่งมีมาตรการวัดเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) การวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญในด้านการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย และการวิจัยเชิงปริมาณ ทำการศึกษาจากผู้ประกอบการหรือผู้รับผิดชอบการบริหารคุณภาพองค์กร หรือความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจ อุตสาหกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย หรือได้รับการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรมการผลิต (ISO) โดยการขอเข้าสัมภาษณ์ การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ และทางอิเล็กทรอนิกส์แบบเจาะจงรายบุคคล

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษารูปแบบการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย พบว่า รูปแบบการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย เป็นรูปแบบกลยุทธ์การจัดการให้องค์กรมุ่งสู่ความเป็นเลิศ มีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 6 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบด้านผู้นำ องค์ประกอบด้านมุ่งเน้นลูกค้า องค์ประกอบด้านการวางแผน องค์ประกอบการผลิตแผ่นกรองอากาศ องค์ประกอบด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และองค์ประกอบด้านบุคลากร ที่มุ่งสู่การสร้างความเป็นเลิศอย่างยั่งยืนขึ้นในองค์กร สร้างประโยชน์ให้กับทุกฝ่าย และการสร้าง

ความสามารถในการแข่งขันระยะยาวของประเทศอย่างแท้จริง โดยองค์ประกอบการผลิตแผ่นกรองอากาศที่ประกอบด้วย 1. ปริมาณลม (Air Flow) 2. ประสิทธิภาพ (Efficiency) 3. ความดันตกคร่อม (Pressure Drop หรือ Resistance) 4. ความดันสุดท้ายที่แผ่นกรองอากาศจะเสียหาย (Burst Pressure) 5. ความสามารถในการกักเก็บฝุ่น (Dust Holding Capacity; DHC) 6. อายุการใช้งานของแผ่นกรองอากาศโดยทั่วไป 7. ความเร็วลมที่เข้าแผ่นกรองอากาศ (Face Air Velocity) 8. พื้นที่ของเนื้อกรองอากาศ 9. การเกิด Outgassing ของเนื้อกรองอากาศวัสดุตัวมันเอง 10. Life Cycle Cost Analysis (LCCA)

สำหรับการจัดการสู่ความเป็นเลิศในองค์กรเพื่อการแข่งขัน เป็นแนวทางการจัดการผลการดำเนินการขององค์กรอย่างบูรณาการซึ่งส่งผลให้เกิด 1. การส่งมอบคุณค่าที่ดีขึ้นอยู่เสมอให้แก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จอย่างต่อเนื่องขององค์กร 2. การปรับปรุงประสิทธิภาพและขีดความสามารถขององค์กรโดยรวม 3. การเรียนรู้ระดับองค์กรและระดับบุคคลของบุคลากร โดยการบริหารจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainable) อย่างยั่งยืนในที่นี้มีความหมายครอบคลุมถึงการทำธุรกิจที่ยั่งยืน โดยผลจากการทำธุรกิจต้องไม่รบกวน หรือทำลายธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และการทำธุรกิจต้องไม่กระทบต่อสังคม ชุมชน ความหมายจะรวมถึงการดูแลสภาพสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นกว่าเดิม การทำธุรกิจที่มีจริยธรรม ธรรมมาภิบาล การปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อกฎหมาย รวมถึงการประเมินความเสี่ยงอย่างรอบด้าน (Governance, Risk and Compliance) โดยธุรกิจอุตสาหกรรมนี้ ได้มีรูปแบบการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย เพื่อการจัดการสู่ความเป็นเลิศอย่างยั่งยืน ส่งเสริม สมรรถนะของธุรกิจ และยกระดับเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ธุรกิจอุตสาหกรรมสามารถนำแนวทางดังกล่าวนี้ไปประยุกต์ใช้เป็นแผนกลยุทธ์ของ องค์กรเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจได้อย่างมีเสถียรภาพ ธุรกิจอุตสาหกรรมสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นกับ องค์กรได้อย่างยั่งยืน เติบโตอย่างมั่นคง



ภาพที่ 1 รูปแบบการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันการผลิตแผ่นกรองอากาศในประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมมลพิษ. (2563). *การผลิตแผ่นกรองอากาศ*. (10 ตุลาคม 2563). สืบค้นจาก http://www.pcd.go.th/info_serv/en_reg_std_airsnd01.html.
- วริทธิ์ อึ้งภากรณ์. (2555). *คู่มือการออกแบบห้องสะอาด พิมพ์ครั้งที่ 2*. กรุงเทพฯ.
- American Air Filters AAF. (2019). *Air Filters*. (11 ตุลาคม 2563). สืบค้นจาก www.aafintl.com.
- Apaitan, T., N. Ananchotikul and P. Disyatat (2017): “Structural Transformation in Thailand: A Perspective Through Product Innovation,” PIER Discussion Paper, No. 72.
- EPA. US Environmental Protection Agency. (2019). *Ozone*. (10 ตุลาคม 2563). สืบค้นจาก <http://www.epa.gov/iaq/pubs/ozongen.html>.
- IEST. (2005). *HEPA and ULPA Filters. (IEST-RP-CC001.4:2005)*. Illinois. Institute of Environment Science and Technology.
- Hausmann, R and C Hidalgo. (2011). The Network Structure of Economic Output. *Journal of Economic Growth*. 16(4): 309-342.
- Hidalgo, C and R Hausmann. (2009). The Building Blocks of Economic Complexity. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*. 106(26): 10570–10575.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
Factors Affecting Consumers Buying Decision on the Purchasing of Perfume Product
in Bangkok

วรเทพ บวรจิตกร¹ Worathep Bowornjitkorn¹

ดาวพระศุกร์ ทองกลิ่น² Dr.Daoprasuk Thongklin²

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจผ่านแบบสอบถาม ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน t-test และ F-test ในการวิเคราะห์ความแตกต่าง หากผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยการไ้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีความสำคัญในระดับมากในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอม

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศและอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมแตกต่างกัน แต่ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมไม่แตกต่างกัน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการให้บริการผ่านร้านและการให้บริการผ่านตัวแทน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำมาก แต่ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการให้บริการถึงที่บ้านและการให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์นั้น มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ผลิตภัณฑ์น้ำหอม การตัดสินใจซื้อ ช่องทางการจัดจำหน่าย

Abstract

The study of factors influencing decision on the purchase of perfume product in Bangkok. The objective was to study the factors which influence the decision to buy perfume product

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

including demographic and distribution channel factors of people in Bangkok. This study conducted a survey (Survey Method) by population group study were 400 sets through the questionnaire survey. The data received were analyzed by descriptive statistics (frequency, percentage, mean and standard deviation) and inferential statistics these were t-test and F-test (One-Way ANOVA). If the result has a significant difference, Least Significant Difference (LSD) was applied to determine the difference. And Pearson Product Moment Correlation Coefficient technique will be used for correlation analysis.

The results found that the most of participants are female 31 to 40 years old, education in bachelor's degree, work with public company with an average monthly income 15,001 to 25,000 Baht. The distribution channel was important in the high level of all aspects.

The hypothesis results found that the differences on gender and age affected to the buying decision but education level, occupation and average monthly income non-affected the buying decision on the perfume product. Distribution channel including shop service and sales representative service have negligible correlated to the buying decision, but home service and electronics service have low positive correlated to the buying decision on the perfume product at statistically significant level of 0.05

Keywords : Perfume Product, Buying Decision, Distribution Channel

บทนำ

Globalization หรือ โลกาภิวัตน์ ได้เริ่มมีการพูดถึงกันมาตั้งแต่ก่อนทศวรรษที่ 1990 อันหมายถึงการเชื่อมโยงกันของความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรม ส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยี ตลอดจนมุ่งเน้นการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละช่วงเวลานั้นเปลี่ยนแปลงตามกระแสสังคม โดยปัจจุบันจะเห็นได้ว่าผู้คนในสังคมใส่ใจกับภาพลักษณ์และให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้มีบุคลิกภาพที่ดีขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อความมั่นใจในตัวเองและการดำเนินกิจกรรมในชีวิตประจำวัน ด้วยเหตุนี้เองจึงเป็นโอกาสทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ออกสู่ตลาดโดยมุ่งเน้นเรื่องการส่งเสริมด้านบุคลิกภาพ (ทวีศักดิ์ ตั้งปฐมวงศ์, 2552)

น้ำหอมถือได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพให้ดีขึ้น ซึ่งแต่เดิมคนไทยรู้จักหรือใช้น้ำหอม เพื่อดับกลิ่นกายเป็นวัตถุประสงค์หลัก แต่ในปัจจุบันการรับรู้หรือการใช้น้ำหอมไม่ได้เป็นเพียงเพื่อการดับกลิ่นกายเท่านั้น แต่ยังช่วยให้ผู้ใช้มีความมั่นใจ แสดงความเป็นตัวตน และบ่งบอกถึงรสนิยมผ่านน้ำหอมที่ใช้

น้ำหอมมิได้เป็นเพียงสินค้าฟุ่มเฟือย (Luxury) เท่านั้น แต่นับได้ว่าเป็นสินค้าที่สามารถสร้างรายได้และสร้างมูลค่าทางการตลาดได้เป็นอย่างดี ตามรายงานของ Euromonitor ระบุว่า ในปี 2560 ตลาด

น้ำหอมในประเทศไทย มีมูลค่าถึง 8,400 ล้านบาท (Brandbuffet, 2560) นอกจากนี้ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2560) ได้ทำการสำรวจเม็ดเงินค่าใช้จ่ายของคนกรุงเทพฯ ในการเลือกซื้อเครื่องสำอางปี 2560 พบว่า น้ำหอมเป็นสิ่งที่คนกรุงเทพฯ ให้ความสำคัญมาเป็นลำดับที่ 2 รองจากกลุ่มผลิตภัณฑ์แต่งหน้า (เครื่องสำอาง ประกอบด้วย กลุ่มแต่งหน้า น้ำหอม ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิว ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปาก และผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม) ซึ่งเป็นการยืนยันได้เป็นอย่างดีว่า น้ำหอมเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญในเชิงของคุณค่าทางจิตใจของผู้บริโภคและมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วย ในรายงานดังกล่าว ยังได้กล่าวถึงช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคในกรุงเทพฯ นิยมไปเลือกซื้อน้ำหอม ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า อีกด้วย

ช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำหอมในประเทศไทยนั้น ให้ความสำคัญในด้านความหลากหลายของช่องทางการจัดจำหน่ายค่อนข้างน้อย โดยข้อมูลจากบริษัท ลักซ์เอเซีย (สยาม) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่มีส่วนแบ่งการตลาดนำเข้าน้ำหอมเพื่อการจำหน่ายในประเทศไทยกว่า 50% ในปี 2559 (Brandbuffet, 2560) พบว่า ยอดขายกว่า 95% ของบริษัทฯ ได้มาจากช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านห้างสรรพสินค้า ทั้งนี้บริษัทต่างๆ ในภาคอุตสาหกรรมน้ำหอม ได้ดำเนินการในลักษณะเดียวกัน อันจะเห็นได้จากจำนวนผลิตภัณฑ์น้ำหอมที่วางขายในพื้นที่เดียวกันในห้างสรรพสินค้า และยังสอดคล้องกับผลสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทย เรื่องการสำรวจเม็ดเงินค่าใช้จ่ายของคนกรุงเทพฯ ในการเลือกซื้อเครื่องสำอางปี 2560 อีกด้วย

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือ โควิด-19 (COVID-19 : coronavirus disease starting in 2019) ในประเทศไทย และเพื่อป้องกันการแพร่กระจายของโรค จึงทำให้ในวันที่ 25 มีนาคม 2563 พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม ออกแถลงการณ์สำนักนายกรัฐมนตรี เรื่องการประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน ตามพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน (พ.ร.ก.ฉุกเฉิน) มีการบังคับใช้ทั่วราชอาณาจักรไทย โดยสาระสำคัญคือ ปิดสถานที่และสถานประกอบการที่มีคนไปรวมตัวกันจำนวนมาก เช่น สนามกีฬา ร้านนวด รวมถึง ห้างสรรพสินค้า ยกเว้นแผนกซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อ ทำให้กิจการร้านค้าบางส่วนได้หยุดดำเนินการตามคำสั่ง ส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานหรือทำงานในส่วนที่เกี่ยวข้องหยุดทำงานไปโดยปริยาย

จากการประกาศพ.ร.ก.ฉุกเฉินดังกล่าว ส่งผลต่อช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำหอมโดยตรง เนื่องจากห้างสรรพสินค้า ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายหลักนั้นต้องหยุดดำเนินการอย่างกระทันหันตามประกาศ ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมน้ำหอมจำเป็นต้องมีการปรับตัวอย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายในอนาคต เพื่อลดการสูญเสียโอกาสในการขาย อันจะส่งผลต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมด้วย

งานวิจัยหรือการศึกษาที่มุ่งเป้าไปที่ช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำหอมนั้นมีจำนวนน้อย โดยการศึกษาฉบับนี้ ผู้ศึกษามุ่งศึกษาเชิงลึกของช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำหอมในประเทศไทยที่ส่งผลถึงการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค รวมทั้งปัจจัยด้านประชากรศาสตร์อีกด้วย ซึ่งสำคัญกับสภาวะการณปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลง

อย่างรวดเร็ว เพื่อใช้เป็นแนวทางการจัดการและวางแผนการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและการตลาดที่เหมาะสม ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุดต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
2. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย การให้บริการผ่านร้าน การให้บริการถึงที่บ้าน การให้บริการผ่านตัวแทน และการให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์ ซึ่งนักการตลาดนิยมใช้ลักษณะด้านประชากรศาสตร์มาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนทางการตลาด ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น ซึ่งลักษณะบุคคลทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ย่อมมีความคิดและทัศนคติ ส่งผลให้แสดงออกถึงพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน ดังนั้นลักษณะด้านประชากรศาสตร์จึงแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้การเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยในด้านอื่น เช่น ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาด ปัจจัยด้านทัศนคติ เป็นต้น ช่วยให้สามารถเข้าใจและกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Schiffman and Kanuk, 2000, อ้างถึงใน ณัฐพล เสตรกรณกุล, 2554) เป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะแสวงหา การซื้อ การใช้ การประเมิน หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ ซึ่งคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้อย่างพึงพอใจ เป็นการตัดสินใจของผู้บริโภคอันประกอบด้วย ชื่ออะไร ทำไมจึงซื้อ ชื่อเมื่อไร ที่ไหน และบ่อยครั้งแค่ไหน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย (Philip Kotler, 2013, อ้างถึงใน ธนทร ชื่นหัว, 2561) โดยช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) อันประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดย การจัดจำหน่าย (Place or Channel of Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวของสินค้า ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) และการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution)

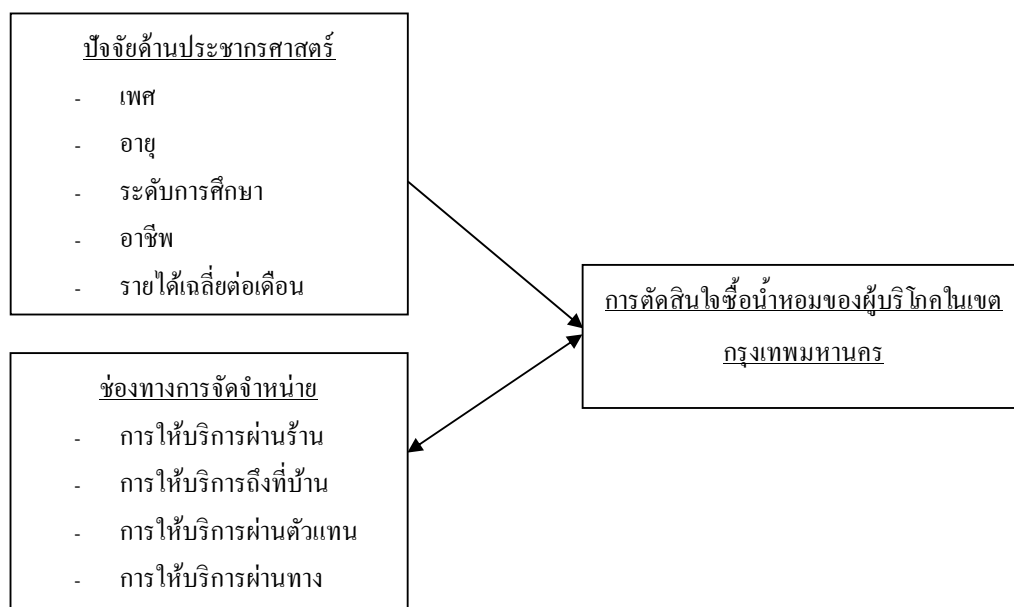
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Kotler, 2012, อ้างถึงใน กัลยารัตน์ นิตธีร วุฒิ, 2561) เป็นการศึกษาถึงแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค เปรียบเสมือน กล่องดำ (Buying's Black Box) ที่ผู้ผลิตไม่สามารถคาดคะเนล่วงหน้าได้ เนื่องจากความคิดหรือความรู้สึก ของผู้บริโภคนั้น จะได้รับอิทธิพลหรือปัจจัยในลักษณะต่างๆ ส่งผลให้เกิดการตอบสนองของผู้บริโภค (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buyer's Purchase Decision)

กรอบแนวคิดในการศึกษา

ได้ประยุกต์แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายของ Zeitaml and Bitner (1996, อ้างถึง ใน นีระนุช โชติพันธ์, 2555) เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการศึกษา โดยผู้ศึกษาได้กำหนดตัวแปรที่ใช้และ แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



วิธีการดำเนินการศึกษา

ได้แบ่งการศึกษาตามช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำหอมเป็น 4 รูปแบบ คือ การให้บริการผ่านร้าน การให้บริการถึงที่บ้าน การให้บริการผ่านตัวแทน และการให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยเป็นการ วิเคราะห์เชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลดังกล่าวมา วิเคราะห์และสังเคราะห์ โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณโดยใช้สูตรของ W.G.Cochran ได้ขนาด กลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จำนวน 400 คน

โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาในครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) และการวิเคราะห์แบบพรรณนา (Descriptive Statistics) ร่วมกัน โดยใช้สถิติ Independent Samples t-

test ในการทดสอบ กรณีการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างตัวแปรหรือคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป จากปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์อื่น ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันออกไปหรือไม่ โดยใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว F-test (One-Way ANOVA) ในการทดสอบ หากพบว่ามีนัยสำคัญจะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบ

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท เนื่องจากเพศหญิงมีความสนใจในเรื่องน้ำหอมมากกว่า และช่วงอายุส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วงวัยทำงาน มีรายได้เพียงพอที่สามารถซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศตวสุ กมลานนท์ (2548) ได้ทำการวิจัยเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการซื้อน้ำหอมแบรนด์เนมต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-40 ปี ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท นอกจากนี้ยังพบว่า เพศและอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมที่แตกต่างกัน ในขณะที่ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 4 ช่องทาง คือ การให้บริการผ่านร้าน การให้บริการถึงที่บ้าน การให้บริการผ่านตัวแทน และการให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำหอมโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสะดวกในซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรชาติพิทย์ พัวพงษ์ และคณะ (2559) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำหอมแบรนด์นำเข้าจากต่างประเทศของผู้บริโภคที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสะดวกที่สุด มีการจัดการส่งเสริมการขายน่าสนใจมากที่สุด อยู่ในระดับมีผลมากที่สุด

นอกจากนี้ยังพบว่าช่องทางทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำหอมโดยการให้บริการผ่านร้านและการให้บริการผ่านตัวแทน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อช่องทางทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำหอมโดยการให้บริการผ่านร้านและการให้บริการผ่านตัวแทน ว่ามีความสำคัญมากขึ้น จะมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมมากขึ้นด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ นีรนุช ไซตีพันธ์ (2555) เรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อช่องทางทางการจัดจำหน่ายไวน์ พบว่า ผู้บริโภคไวน์มีระดับความคิดเห็นด้านการให้บริการผ่านร้านและการให้บริการผ่านตัวแทนโดยรวม อยู่ในระดับมาก

ช่องทางทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำหอมโดยการให้บริการถึงที่บ้านและการให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อช่องทางทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำหอมโดยการให้บริการถึงที่บ้านและการให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ว่ามีความสำคัญมากขึ้น จะมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมมากขึ้นด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิตา เสถียรโชค (2560) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์บน Lazada พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย ราคา กระบวนการ และความหลากหลายของสินค้าหรือร้านค้า มีผลกับความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์บน Lazada มากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจน้ำหอม

1. ด้านพฤติกรรมของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมโดยพิจารณาจากแนวโน้ม พบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครตัดสินใจเลือกแนวโน้มเรียงลำดับจากค่าสูงสุดคือ กลิ่นดอกไม้ (Floral) กลิ่นน้ำมันหอม (Aroma) และกลิ่นสังเคราะห์ (Aldehydic) ตามลำดับ ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนา ผลิตภัณฑ์น้ำหอมที่มีกลิ่นที่ตรงตามความต้องการของตลาด เพื่อตอบสนองให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคตามยุคสมัย

2. ปัจจัยด้านช่องทางทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำหอม พบว่า ผู้บริโภคใช้การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมผ่านการให้บริการผ่านตัวแทน โดยสาเหตุที่สำคัญสำคัญคือ การได้ทดลองสินค้า การมีกิจกรรมส่งเสริมการขาย และการมีพื้นที่โชว์สินค้าแต่ละยี่ห้อชัดเจน ตามลำดับ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นการสร้างประสบการณ์ในการซื้อสินค้ากลุ่มสินค้าฟุ่มเฟือย (Luxury) ที่สำคัญอย่างมาก อันส่งผลทางด้านจิตใจของผู้บริโภค ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับผู้บริโภคโดยใช้ข้อมูลนี้เป็นตัวช่วยในการดำเนินการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

1. ขอบเขตการศึกษา ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเฉพาะ กลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งหากการวิจัยครั้งต่อไปสามารถใช้กลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ ก็อาจได้ข้อมูลและความคิดเห็นที่แตกต่างกันไป เพื่อคาดการณ์แนวโน้มและทิศทางการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคน้ำหอมในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย อันจะเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการต่อไป

2. ตัวแปรในการศึกษาในครั้งนี้ มุ่งเน้นไปที่ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอม ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไป ควรพิจารณาร่วมกับปัจจัยทางการตลาดอื่นๆ เช่น ปัจจัยด้านราคา ด้านตราสินค้า เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้ปรับปรุงเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดและการขาย เพื่อรองรับสภาวะการแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรง รวมทั้งหากเกิดการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดอย่างฉับพลัน เช่น สถานการณ์ Lock down ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กัลยารัตน์ นิตธีรวัฒน์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกริก

เกศริน ศรีเจริญ. (2554). ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงที่มีผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง : กรณีศึกษา บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ชนิดา เสถียรโชค. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์บน Lazada. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ชนิดา เสถียรโชค. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์บน Lazada. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ชมภัก นันทลีลา. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายของคนในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ณัฐกาญจน์ สุ่มทอง. (2549). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำหอมของผู้หญิงในอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี. การศึกษาค้นคว้าอิสระ. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ณัฐพล เสตกรณกุล. (2554). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้านค้าปลีก : กรณีศึกษาร้านสุขเจริญผล. สารนิพนธ์ ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์การจ้ดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ธนพร ชื่นหัว. (2561). การใช้ปัจจัยสวนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ยี่ห้อ เบทาโกร ของผู้บริโภค ในพื้นที่เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกริก

นිරะนุช โชติพันธ์. (2555). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อช่องทางการจัดจำหน่ายไวน์. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

พรรณพิมล ก้านนก, วัชรภรณ์ ชิวโคภิชฐ, สมจิตร์ ล้วนจำเจริญ, อุไรวรรณ แยมเนียม และบัญญัติ จุลนาพันธุ์. (2559). หลักการตลาด พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ศตวสุ กมลานนท์. (2548). ทศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการชื้อน้ำหอมแบรนด์เนม ต่างประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุธาทิพย์ พัวพงษ์ และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชื้อ น้ำหอมแบรนด์นำเข้าจากต่างประเทศของผู้บริโภคที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสแตมฟอร์ด

อภิวัชร จิระพานิชกุล. (2561). พฤติกรรมและการใช้ปัจจัยสวนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ OTOP. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกริก

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

แบรนด์บุฟเฟต์. (2561). “เมื่อผู้หญิงไม่หยุดสวย แบรนด์ก็รวยซิคะ” สองบริษัทใน SET คว่า ยอดขายก้อนโตตลาดเครื่องสำอาง. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 เมษายน 2563 จาก, <https://www.brandbuffet.in.th/2018/06/beauty-market-in-set-2018/>

แบรนด์บุฟเฟต์. (2560). ลักซ์เอเชีย (สยาม) ผู้นำตลาดน้ำหอมและสินค้าความงามรายใหญ่ของ ไทยเตรียมขยายปีกสู่ช่องทางออนไลน์ จับกระแสความงามยุคดิจิทัล. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 เมษายน 2563 จาก, <https://www.brandbuffet.in.th/2017/02/luxasia-lead-to-digital-market/>

ประชาชาติธุรกิจ. (2563). โควิด-19 : สรุปสถานการณ์ มีนาคม - มิถุนายน 2563. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2563 จาก, <https://www.prachachat.net/world-news/news-414664>

มติชนสุดสัปดาห์. (2552). โลกาวินิจฉัย : คำสั้น ๆ ที่ควรรู้จัก. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2563 จาก, <https://www.ryt9.com/s/prg/582683>

ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของกองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 1¹

EXPECTATION AND PERCEPTION OF SERVICE USERS
IN SERVICE QUALITY OF IMMIGRATION DIVISION 1

วัลัญชรรัตน์ โสภาสุข (Walanrat Sophasook)²

อุษณี มงคลพิทักษ์สุข (Usanee Mongkolpitaksuk)³

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของกองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 1 เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็น ครูและนักเรียนชาวต่างชาติ จำนวน 326 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบความแตกต่างด้วยค่าเฉลี่ยและแผนภูมิเรดาร์ ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.31 ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 6.15 เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า การรับรู้ของผู้รับบริการต่อคุณภาพการบริการสูงกว่าความคาดหวังทุกด้าน
คำสำคัญ: ความคาดหวัง การรับรู้ คุณภาพการบริการ

Abstract

This aim of this article was to study expectation and perception of service users in service quality of immigration division 1. The sample was 326 foreign teachers and students officers. A questionnaire has been utilized and analyzed by using percentage-value, mean-value, standard deviation and analysis of difference by using mean-value and radar charts. The results revealed that expectation of service users in service quality of immigration division 1 had the average mean at 6.31 and their perceptions had the average mean at 6.15. When considering each aspect, it was found that the perceptions of service user in service quality of immigration division 1 were higher than all expectations.

Keyword: Expectation/ Perception/ Service Quality

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์เรื่อง "ความคาดหวังการรับรู้ของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของกองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 1"

²นักศึกษา หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

³อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

บทนำ

สถานการณ์โลกในปัจจุบัน หลังจากที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ใหม่ ทำให้หลายประเทศทั่วโลกอยู่ในภาวะชะงักงัน การเดินทางเพื่อติดต่อในเรื่องต่าง ๆ ต้องประเทศไทยในฐานะที่การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้หลัก จากจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนหลายล้านคนที่เดินทางเข้ามาในแต่ละปี แต่ปัจจุบันไม่สามารถเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เหมือนเดิม จึงส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจเติบโตของเศรษฐกิจภายในประเทศในระยะยาว และถึงแม้รัฐบาลจะมีมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวหลายโครงการ เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการไทยเที่ยวไทย เป็นต้น แต่ก็ยังเป็นเพียงมาตรการระยะสั้นที่ช่วยผู้ประกอบการพยุรกิจการให้รอดพ้นจากวิกฤตที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานี้ ส่วนมาตรการสำหรับชาวต่างชาติ รัฐบาลได้อนุมัติให้นักธุรกิจและกลุ่มผู้มีใบอนุญาตทำงานได้เดินทางเข้ามาประเทศไทยได้บ้างแล้ว ทั้งยังอนุมัติให้นักท่องเที่ยวแบบ Long Stay โดยใช้ Special Tourism Visa (STV) สามารถเดินทางเข้าประเทศไทยได้ แต่ทุกคนที่เดินทางเข้ามา ต้องผ่านการคัดกรองจากสถานทูตไทย ณ ประเทศต้นทางและเข้าสู่กระบวนการ State Quarantine ในประเทศไทย ส่วนระยะยาวรัฐบาลเห็นความจำเป็นของกลุ่มนักธุรกิจที่จะเข้ามาเจรจาธุรกิจและพิจารณาตัดสินใจลงทุนสามารถเดินทางเข้ามาในประเทศไทยได้ด้วย เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงในการกระตุ้นเศรษฐกิจ และเป็นการเดินทางเข้ามาในระยะสั้น

กองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 1 โดยมุ่งเน้นปฏิบัติตามนโยบายของผู้บังคับบัญชา และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจของสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง มีการแบ่งโครงสร้างการปฏิบัติงานออกเป็นฝ่าย อำนวยการ รับผิดชอบงานด้านธุรการ กองกำกับการ 1-3 รับผิดชอบงานด้านการบริการคนต่างด้าว เช่น ขอรับหรือขอเปลี่ยนแปลงประเภทการตรวจลงตรา ขออนุญาตกลับเข้ามาในราชอาณาจักร งานขออยู่ต่อในราชอาณาจักร เป็นต้น กองกำกับการสืบสวน รับผิดชอบงานด้านสืบสวนสอบสวน ป้องกันปราบปราม ภารกิจหลักๆของกองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 1 ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการบริการในทุกๆด้าน

ในขณะนี้ จำนวนชาวต่างชาติที่ประสงค์จะเดินทางเข้ามายังประเทศไทย และจำนวนชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาอยู่ในประเทศไทยแล้ว มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้กองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 1 ต้องเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการทำงานในด้านต่าง ๆ เพื่อการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และเป็นไปอย่างถูกต้อง ซึ่งจะทำให้ชาวต่างชาติที่มาใช้บริการมีความประทับใจ ฟังพอใจ รู้สึกสะดวก และทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อคนไทยและประเทศไทย อันจะเป็นประโยชน์ต่อทางราชการ การสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อหน่วยงานและประเทศชาติ ผู้ศึกษาจึงสนใจที่ทำการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของกองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 1 เพื่อให้ทราบถึงคุณภาพการให้บริการของหน่วยงาน และจะได้นำมาปรับปรุง พัฒนาให้คุณภาพการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้มารับบริการต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของกองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 1
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของกองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 1
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของกองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 1

วิธีการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ครู อาจารย์ นักเรียน และนักศึกษา เนื่องจากเป็นกลุ่มประชากรที่มีจำนวนมากที่สุดในการเข้ารับบริการที่กองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 1 ในปัจจุบัน จากฐานข้อมูลผู้ใช้บริการวันที่ 1-15 ธันวาคม ย้อนหลัง 3 ปี แล้วนำมาหาค่าเฉลี่ย ได้ประชากรเท่ากับ 1,748 คน จากนั้นจึงทำการสุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Yamane ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 326 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามด้วยสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของ Cronbach's Alpha จากประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 35 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรคุณภาพบริการที่คาดหวัง 0.900 และค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรคุณภาพการบริการที่รับรู้ 0.796 เท่ากับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม Microsoft Excel นำเสนอข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาในรูปแบบค่าเฉลี่ย และแผนภูมิเรดาร์

แนวคิดในการศึกษา

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิดคุณภาพบริการ พบว่า แนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) เป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมรับมากที่สุด โดย Parasuraman, Zeithaml and Berry ได้ระบุถึง ปัจจัย 10 ประการ ที่กำหนดคุณภาพของการบริการและร่วมพัฒนาเป็นเกณฑ์ประเมินคุณภาพการบริการ คือ การให้ผู้รับบริการเข้าถึงบริการ (Access) การติดต่อสื่อสาร (Communication) สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) ความมีอัธยาศัย (Courtesy) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความมั่นคงปลอดภัย (Security) ความไว้วางใจ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้รับบริการทันที (Responsiveness) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Understanding/Knowing Customer) ซึ่งต่อมาในปี ค.ศ. 1988 พวกเขาได้นำกรอบแนวคิดนี้มาศึกษาวิจัยใหม่ และสร้างเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการ โดยสรุปเกณฑ์การประเมินเหลือเพียง 5 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรม (Tangibles) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจบริการ (Reliability) ด้านบริการที่ตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ด้าน

บริการที่สร้างความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) และด้านความเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (Empathy) โดยเครื่องมือนี้ ใช้ประเมินความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้รับบริการ ซึ่งเรียกว่า “SERVQUAL” อันมีส่วนประกอบ 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคาดหวัง ในคุณภาพการบริการ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ ในคุณภาพการบริการ

โดยข้อมูลทั้ง 2 ส่วน จะถูกนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความแตกต่าง ซึ่งหากผลการวิเคราะห์พบว่า คะแนนการรับรู้คุณภาพบริการ เท่ากับหรือมากกว่า คะแนนความคาดหวังในคุณภาพบริการ หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพบริการ แต่หากคะแนนการรับรู้คุณภาพบริการน้อยกว่าคะแนนความคาดหวังย่อมหมายถึง ผู้รับบริการมีความไม่พอใจในคุณภาพบริการ

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะนำแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml and Berry มาใช้เป็นแนวทางการศึกษาต่อไป

ผลการศึกษา

ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของกองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 1

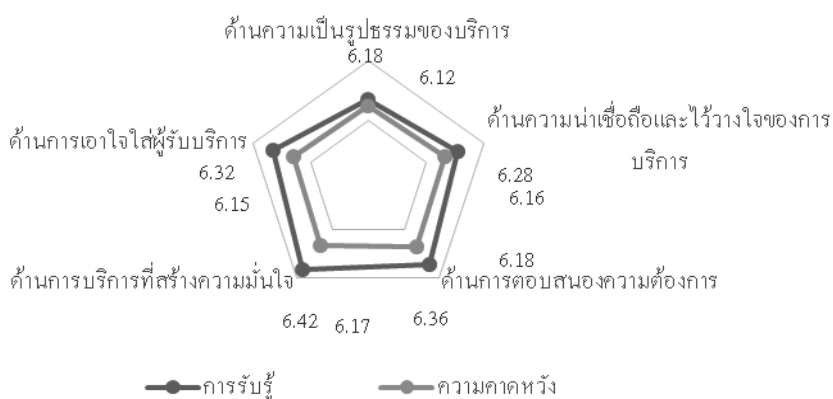
จากการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏผล ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผลต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการในภาพรวม

	การรับรู้จริง (P)	ความ คาดหวัง (E)	ผลต่าง	ลำดับ
ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ	(P)	คาดหวัง (E)		
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	6.18	6.12	0.06	5
2. ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจของการบริการ	6.28	6.16	0.12	4
3. ด้านการตอบสนองความต้องการ	6.36	6.18	0.18	2
4. ด้านการบริการที่สร้างความมั่นใจ	6.42	6.17	0.25	1
5. ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ	6.32	6.15	0.17	3
รวม	6.31	6.15	0.16	

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้รับบริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการมากกว่าความคาดหวัง ซึ่งมีผลต่างของค่าเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 0.16 และเมื่อพิจารณาคุณภาพการให้บริการโดยรวมแต่ละด้าน สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการบริการที่สร้างความมั่นใจ มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.25 รองลงมา คือ ด้านการตอบสนองความต้องการ มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.18 ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.17 ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจของการบริการ มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.12 และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.06 ตามลำดับ ดังแสดงในภาพที่ 1

ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ



ภาพที่ 1 ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการในภาพรวม

อย่างไรก็ตาม เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลตามรายด้าน สามารถแสดงผลการศึกษาได้ดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ของผู้รับบริการด้านด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ทั้งเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม สถานที่ที่มีความเหมาะสม สะดวกเข้าถึงง่าย การให้บริการด้วยอุปกรณ์ที่ทันสมัยเทียบเท่าสากล . แบบฟอร์มการยื่นคำร้องต่าง ๆ มีความชัดเจน สั้น กระชับ สูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคาดหวังของผู้รับบริการทั้งสิ้น ยกเว้นด้านความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ที่นั่งรอรับบริการ สุขา น้ำดื่ม ที่ค่าของความคาดหวังของผู้รับบริการต่อคุณภาพการให้บริการสูงกว่าการรับรู้เล็กน้อย ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ค่าเฉลี่ย		
	การรับรู้จริง	ความคาดหวัง	ผลต่าง
1. มีการให้บริการด้วยอุปกรณ์ที่ทันสมัยเทียบเท่าสากล	6.16	6.12	0.04
2. สถานที่ที่มีความเหมาะสม สะดวกเข้าถึงง่าย	6.18	6.12	0.06
3. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม	6.31	6.16	0.15
4. แบบฟอร์มการยื่นคำร้องต่าง ๆ มีความชัดเจน สั้น กระชับ	6.16	6.10	0.06
5. ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ที่นั่งรอรับบริการ สุขา น้ำดื่ม	6.10	6.11	-0.01

เมื่อนำผลคะแนนของการประเมินแต่ละมิติของคุณภาพการบริการ ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มาสร้างแผนภูมิเรดาร์ตามมิติการให้บริการ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ความคาดหวังและการรับรู้ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจของการบริการ

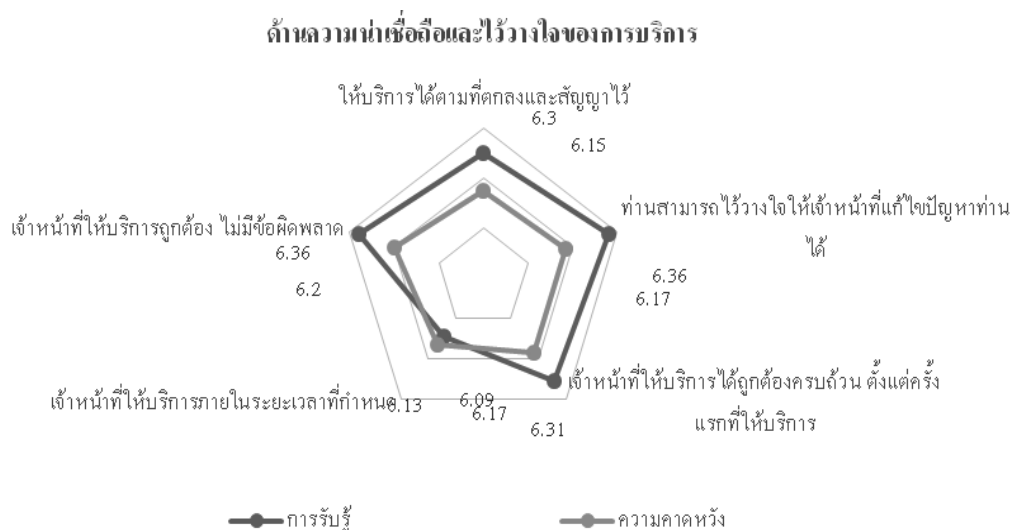
จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ของผู้รับบริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจของการบริการ ทั้งการให้บริการได้ตามที่ตกลงและสัญญาไว้ ความไว้วางใจในการแก้ไขปัญหาของ

เจ้าหน้าที่การ ให้บริการได้ถูกต้องครบถ้วน ตั้งแต่ครั้งแรกที่ให้บริการ และเจ้าหน้าที่ให้บริการถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาด สูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคาดหวังของผู้รับบริการทั้งสิ้น ยกเว้นเจ้าหน้าที่ให้บริการภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจของการบริการ

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจของการบริการ	ค่าเฉลี่ย		
	การรับรู้	ความคาดหวัง	ผลต่าง
1. ให้บริการได้ตามที่ตกลงและสัญญาไว้	6.30	6.15	0.15
2. ท่านสามารถไว้วางใจให้เจ้าหน้าที่แก้ไขปัญหาท่านได้	6.36	6.17	0.19
3. ให้บริการได้ถูกต้องครบถ้วน ตั้งแต่ครั้งแรกที่ให้บริการ	6.31	6.17	0.14
4. เจ้าหน้าที่ให้บริการภายในระยะเวลาที่กำหนด	6.09	6.13	-0.04
5. เจ้าหน้าที่ให้บริการถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาด	6.36	6.20	0.16

เมื่อนำผลคะแนนของการประเมินแต่ละมิติของคุณภาพการบริการ ในด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ มาสร้างแผนภูมิเรดาร์ตามมิติการให้บริการ ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ความคาดหวังและการรับรู้ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจของการบริการ

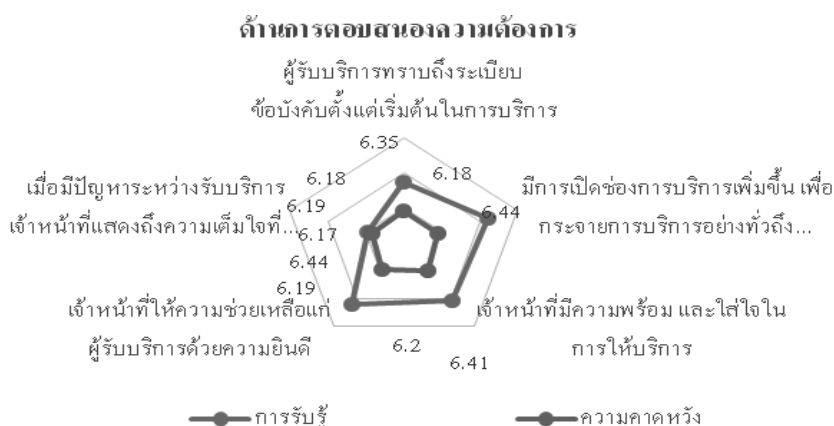
ด้านการตอบสนองของความต้องการ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ของผู้รับบริการด้านด้านการตอบสนองของความต้องการสูงกว่าการรับรู้ทุกด้าน โดยเฉพาะการเปิดช่องทางการบริการเพิ่มขึ้น เพื่อให้บริการอย่างทั่วถึงและการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการด้วยความยินดีของเจ้าหน้าที่ รองมาคือ ความพร้อมและใส่ใจในการให้บริการ การแจ้งเพื่อให้ผู้รับบริการทราบถึงระเบียบ ข้อบังคับตั้งแต่เริ่มต้นในการบริการ ส่วนด้านการแสดงความเต็มใจ การแก้ไขปัญหา มีค่าเฉลี่ยของผลต่างระหว่างการรับรู้กับความคาดหวังน้อยที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองของความต้องการ

ด้านการตอบสนองของความต้องการ	ค่าเฉลี่ย		
	การรับรู้	ความคาดหวัง	ผลต่าง
1. ทราบถึงระเบียบ ข้อบังคับตั้งแต่เริ่มต้นในการบริการ	6.35	6.18	0.17
2. มีการเปิดช่องทางการบริการเพิ่มขึ้น เพื่อให้บริการอย่างทั่วถึง	6.44	6.18	0.26
3. เจ้าหน้าที่มีความพร้อม และใส่ใจในการให้บริการ	6.41	6.20	0.21
4. เจ้าหน้าที่ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการด้วยความยินดี	6.44	6.19	0.25
5. เมื่อมีปัญหาเจ้าหน้าที่แสดงถึงความเต็มใจที่จะแก้ไข	6.19	6.17	0.02

เมื่อนำผลคะแนนของการประเมินแต่ละมิติของคุณภาพการบริการ มาสร้างแผนภูมิเรดาร์ตามมิติการให้บริการ ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ความคาดหวังและการรับรู้ ด้านการตอบสนองของความต้องการ

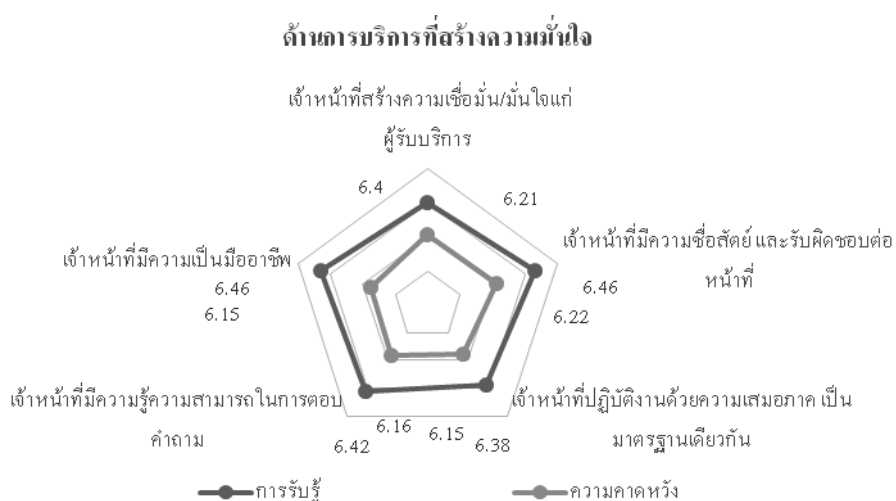
ด้านการบริการที่สร้างความมั่นใจ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ของผู้รับบริการด้านด้านการตอบสนองความต้องการสูงกว่าการรับรู้ทุกด้าน สามารถเรียงลำดับของผลต่างของค่าคะแนนเฉลี่ยดังนี้ เจ้าหน้าที่ที่มีความเป็นมืออาชีพ เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถในการตอบคำถาม เจ้าหน้าที่ที่มีความซื่อสัตย์ และรับผิดชอบต่อหน้าที่ รวมถึงปฏิบัติงานด้วยความเสมอภาค เป็นมาตรฐานเดียวกัน และเจ้าหน้าที่สร้างความเชื่อมั่น/มั่นใจแก่ผู้รับบริการ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ ด้านการบริการที่สร้างความมั่นใจ

ด้านการบริการที่สร้างความมั่นใจ	ค่าเฉลี่ย		
	การรับรู้จริง	ความคาดหวัง	ผลต่าง
1. เจ้าหน้าที่สร้างความเชื่อมั่น/มั่นใจแก่ผู้รับบริการ	6.40	6.21	0.19
2. เจ้าหน้าที่มีความซื่อสัตย์ และรับผิดชอบต่อหน้าที่	6.46	6.22	0.24
3. ปฏิบัติงานด้วยความเสมอภาค เป็นมาตรฐานเดียวกัน	6.38	6.15	0.23
4. เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการตอบคำถาม	6.42	6.16	0.26
5. เจ้าหน้าที่มีความเป็นมืออาชีพ	6.46	6.15	0.31

เมื่อนำผลคะแนนของการประเมินแต่ละมิติของคุณภาพการบริการ มาสร้างแผนภูมิเรดาร์ตามมิติการให้บริการ ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 ความคาดหวังและการรับรู้ ด้านการบริการที่สร้างความมั่นใจ

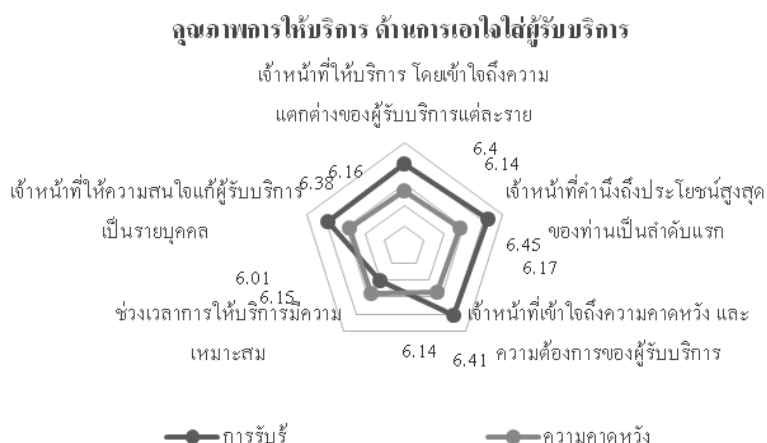
ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ของผู้รับบริการด้านด้านการตอบสนองความต้องการสูงกว่าการรับรู้เกือบทุกด้าน ยกเว้นความเหมาะสมของช่วงเวลาการให้บริการ ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ

ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ	ค่าเฉลี่ย		
	การรับรู้จริง (P)	ความคาดหวัง (E)	ผลต่าง
1. เจ้าหน้าที่ให้บริการ โดยเข้าใจถึงความแตกต่างของผู้รับบริการแต่ละราย	6.40	6.14	0.26
2. เจ้าหน้าที่คำนึงถึงประโยชน์ของท่านสูงสุดเป็นลำดับแรก	6.45	6.17	0.28
3. เจ้าหน้าที่เข้าใจถึงความคาดหวัง และความต้องการของผู้รับบริการ	6.41	6.14	0.27
4. ช่วงเวลาการให้บริการมีความเหมาะสม	6.01	6.15	-0.14
5. เจ้าหน้าที่ให้ความสนใจแก่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล	6.38	6.16	0.22

เมื่อนำผลคะแนนของการประเมินแต่ละมิติของคุณภาพการบริการ มาสร้างแผนภูมิเรดาร์ตามมิติการให้บริการ ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 ความคาดหวังและการรับรู้ ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ

อภิปรายผล

แม้ผลการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการ พบว่า การรับรู้ของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการ กองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 1 อยู่ในระดับดีมากและสูงกว่าความคาดหวัง เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการบริการที่สร้างความมั่นใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการเอาใจใส่ใจผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจของการบริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ กระทั่งสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับบริการเป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตาม มีบางประเด็นที่ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการต่ำกว่าความคาดหวังในคุณภาพบริการ ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการอยู่ในระดับดีมากในประเด็นเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม รองลงมาคือสถานที่มีความเหมาะสม สะดวกเข้าถึงง่าย แบบฟอร์มการยื่นคำร้องต่าง ๆ มีความชัดเจน สั้น กระชับและเข้าใจง่าย มีการให้บริการด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย เทียบเท่าสากล แต่ในด้านความพอเพียงของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่งรอรับบริการ สุขา น้ำดื่มยังไม่เป็นที่พอใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของเปรมใจ คำลือ (2550) พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ความสะดวกของสถานที่ที่ให้บริการ เช่น ที่นั่งคอย ที่จอดรถ ไม่เพียงพอต่อผู้รับบริการ เช่นกัน สาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งมาจากการขาดงบประมาณ เมื่อประกอบกับเดือนธันวาคม พ.ศ.2562 เกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา(COVID-19) จึงจำเป็นต้องมีมาตรการคัดกรอง โดยการวัดอุณหภูมิร่างกาย การสวมใส่หน้ากากอนามัยก่อนเข้าพื้นที่รับบริการ และการจัดที่นั่งรอโดยเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ทำให้โดยการจัดที่นั่งรอห่าง 1.5-2 เมตร เพื่อช่วยป้องกันและช่วยลดการแพร่ระบาดของเชื้อ ด้วยปริมาณของพื้นที่รอรับบริการมีเท่าเดิม เมื่อมีการจัดระยะห่างทำให้จำนวนที่นั่งรอรับบริการลดลง ซึ่งส่งผลให้ผู้รับบริการมีการรู้สึกไม่เพียงพอ ไม่สะดวกสบาย

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจของการบริการ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการการรับรู้ในคุณภาพการบริการอยู่ในระดับดีมาก โดยผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อความไว้วางใจให้เจ้าหน้าที่แก้ไขปัญหาให้ การได้รับบริการที่ถูกต้อง ไม่มีข้อผิดพลาด ได้รับบริการที่ตกลงและสัญญาไว้ และเจ้าหน้าที่ให้บริการได้ครบถ้วน ตั้งแต่ครั้งแรกที่ให้บริการ ยกเว้นการทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจในการให้บริการภายในระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้เนื่องจากผู้รับบริการส่วนใหญ่มีความคาดหวังว่า เมื่อมาติดต่อขอรับบริการจะต้องได้รับสะดวก ความรวดเร็ว ไม่ต้องรอเป็นระยะเวลานาน ผู้รับบริการบางรายจึงมีการกำหนดหรือวางแผนไว้ล่วงหน้าในการธุรกรรมในด้านอื่น ๆ อีก แต่เมื่อเจ้าหน้าที่ไม่สามารถให้บริการได้ตามกำหนด ย่อมทำให้ผู้รับบริการเกิดความไม่พึงพอใจ หรือผู้รับบริการบางรายเตรียมเอกสารมาไม่ครบ ชุดเอกสารที่จะต้องยื่นกับเจ้าหน้าที่ไม่กรอกข้อมูลในครบถ้วน ขาดสำเนา หรือไม่ใช้แบบฟอร์มตามที่กำหนด ทำให้เสียเวลาในการแก้ไข และต้องใช้เวลาในการบริการเพิ่มขึ้น สำหรับกรณีนี้ กองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 1 แก้ไขโดยจัดจุดคัด

กรองเอกสาร ก่อนที่จะถึงคิวเข้าพบเจ้าหน้าที่ เพื่อตรวจสอบรายการเอกสารที่จำเป็นที่จะต้องยื่นและทำให้เมื่อถึงคิวจะไม่เสียเวลาเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของวชิรา ผ่องใส(2557) พบว่า ด้านตรวจคนเข้าเมืองบ้านหาดเล็กมีการเตรียมเอกสารเพื่อไม่ให้เกิดปัญหา ความยุ่งยากในขั้นตอนการรับบริการ โดยจัดเตรียม เอกสาร และแบบพิมพ์ต่าง ๆ ของเจ้าหน้าที่ทำให้ไม่เกิดปัญหาในด้านการปฏิบัติ และการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ได้ปฏิบัติตามระเบียบกฎหมาย ทำให้การบริการเป็นไปอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง สม่าเสมอ

ด้านการตอบสนองของความต้องการ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการรับรู้ว่ามีเจ้าหน้าที่มีความพร้อม และใส่ใจในการให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้รับบริการทราบถึงระเบียบ ข้อบังคับตั้งแต่เริ่มต้นในการบริการ แต่ในด้านการแสดงถึงความเต็มใจที่จะแก้ไขปัญหา เมื่อตนมีปัญหาระหว่างการรับบริการ และความคาดหวังให้มีการเปิดช่องบริการเพิ่มขึ้น เพื่อกระจายการให้บริการอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว ในช่วงเวลาที่มีผู้รับบริการจำนวนมาก กลับมีผลต่างของค่าเฉลี่ยไม่แตกต่างกันมากนัก สาเหตุสำคัญสืบเนื่องมาจากเจ้าหน้าที่ในแต่ละแผนกมีจำนวนจำกัด ดังนั้นในช่วงเวลาเร่งด่วนและมีผู้รับบริการคั่งค้างจำนวนมาก กองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 1 จะเปิดช่องบริการเพิ่มและจัดเจ้าหน้าที่แผนกอื่นที่มีผู้รับบริการจำนวนน้อยมาให้บริการ ทั้งนี้ กองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 1 ได้จัดอบรมให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่เกี่ยวกับกฎหมายต่าง ๆ ที่ต้องใช้ในงานตรวจคนเข้าเมืองและนำข้อปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างปฏิบัติหน้าที่อยู่เสมอ เพื่อให้มีความสามารถทำงานรอบด้านและบูรณาการงานร่วมกันได้ทุกแผนก

ด้านการบริการที่สร้างความมั่นใจ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการมีการรับรู้ว่ามีเจ้าหน้าที่ที่มีความเป็นมืออาชีพ มีความรู้ความสามารถในการตอบคำถาม มีความซื่อสัตย์ รับผิดชอบต่อหน้าที่ ปฏิบัติงานด้วยความเสมอภาค เป็นมาตรฐานเดียวกัน ความคาดหวังนี้อาจเกิดจากผู้มารับบริการเห็นภาพที่ผู้มารับบริการบางราย มีการทักทายนินทาเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ ดูมีความคุ้นเคยสนิทสนม หรือผู้มารับบริการบางรายเดินไปหาเจ้าหน้าที่เพียงแค่นำเอกสารมาให้เพิ่มเติม เนื่องจากวันที่เคยมารับบริการเอกสารไม่เรียบร้อยจึงเข้ามาติดต่อขอรับบริการในวันต่อมา จึงเป็นเหตุให้ผู้รับบริการบางรายเกิดความวิตกกังวล หรือรู้สึกวุ่นวายตนเองจะไม่ได้รับการปฏิบัติอย่างเสมอภาค ไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ จากการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการมีรับรู้ว่ามีเจ้าหน้าที่คำนึงถึงประโยชน์ของตนสูงสุด เจ้าหน้าที่เข้าใจถึงความคาดหวังและความต้องการของผู้รับบริการ เจ้าหน้าที่ให้บริการโดยเข้าใจถึงความแตกต่างของผู้รับบริการแต่ละราย เจ้าหน้าที่ให้ความสนใจแก่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล แต่ด้านช่วงเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม ผู้รับบริการมีความคาดหวังมากกว่าการรับรู้จริงอยู่มาก อาจจะเป็นผลมาจากช่วงเวลาการให้บริการของเจ้าหน้าที่ พบว่าผู้รับบริการมีความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ ทั้งนี้ น่าจะสืบเนื่องมาจากก่อนการให้บริการในช่วงเช้า กองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 1 จะเปิดประตูให้ผู้รับบริการเข้ามาในพื้นที่ก่อนเวลา 08.00 น. เพื่อลดความการแออัดของบุคคลด้านหน้าหน่วยงาน แต่เวลา

เริ่มทำการของเจ้าหน้าที่คือระหว่างเวลา 08.15-08.30 น. ส่วนช่วงเวลา 12.00-13.00 น. เป็นเวลาพักของเจ้าหน้าที่ ซึ่งผู้รับบริการมีความคิดเห็นว่าคุณควรให้เจ้าหน้าที่สลับเวลาพัก เพื่อให้การรับบริการเป็นไปอย่างต่อเนื่อง อันจะทำให้ผู้มารับบริการใช้เวลาอยู่ภายในพื้นที่บริการน้อยลง ลดความแออัด และมีเวลาเหลือเพื่อไปทำธุรกรรมอย่างอื่นได้ ดังนั้น ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว กองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 1 จึงเปิดให้บริการจอบคิวออนไลน์ เพื่อที่จะได้ควบคุมเวลาและจำนวนผู้เข้ารับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีโครงการให้บริการนอกสถานที่ช่วงวันหยุดราชการ เพื่อลดความแออัดจำนวนผู้รับบริการในเวลาราชการด้วย

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาที่ได้รับ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อให้กองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 1 นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงการให้บริการ เพื่อสร้างคุณภาพและความพึงพอใจต่อผู้รับบริการดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ เพื่อให้การบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ควรพิจารณาว่างานใดที่สามารถลดขั้นตอนหรือเอกสารได้บ้าง เพื่อลดค่าใช้จ่ายหรือใช้ทรัพยากรงานที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และบางงานที่สามารถนำเทคโนโลยีมาเป็นตัวช่วย ให้ผู้รับบริการสามารถให้ข้อมูลหรือยื่นเอกสารผ่าน Application ควรนำมาใช้ในการบริการ เพื่อลดความแออัดในสถานการณ์ที่ต้องรักษาระยะห่างทางสังคม

2. ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจของการบริการ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาระหว่างการรับบริการ ผู้รับบริการ ต้องเสียเวลาจัดชุดเอกสาร ควรมีการจัดจุดคัดกรองเอกสารก่อนที่จะถึงคิวรับบริการแบบเป็นการถาวร เพื่อตรวจความครบถ้วนและถูกต้องของเอกสาร รวมถึงจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ทั้งแผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ หรือประกาศทางเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้รับบริการทราบถึงสิ่งที่จะต้องเตรียมก่อนมารับบริการ อันเป็นการลดปัญหาเอกสารไม่ครบถ้วน และผู้รับบริการไม่เสียเวลามาติดต่อหลายครั้ง

3. ด้านการตอบสนองความต้องการ ควรจัดให้มีการประชุมเจ้าหน้าที่เพื่อนำปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาหาวิธีแก้ไข หรือการแบ่งปันประสบการณ์ในการปฏิบัติงานร่วมกัน มีการประเมิน ติดตามผลการปฏิบัติงาน และมีการจัดเตรียมรายชื่อเจ้าหน้าที่ให้พร้อมรองรับ กรณีมีผู้รับบริการมาเป็นจำนวนมาก เพื่อให้เจ้าหน้าที่มีความพร้อมอยู่เสมอ กรณีจำเป็นต้องเปิดช่องบริการเพิ่มขึ้น

4. ด้านการบริการที่สร้างความมั่นใจ แม้เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจะมีความเป็นมืออาชีพ มีประสบการณ์ มีความรู้ มีความรับผิดชอบต่องาน แต่เพื่อเป็นการส่งเสริมการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น ควรจะจัดโครงการอบรม พัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อทบทวนความรู้เดิมและเพิ่มเติมความรู้ใหม่ๆ

5. ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่ดี รู้สึกได้รับการเอาใจใส่ สะดวกสบายในการมาติดต่อขอรับบริการ นอกจากการเปิดให้บริการจอบคิวออนไลน์เพื่อผู้รับบริการ

ทราบระยะเวลาแน่นอนในการมาติดต่อขอรับบริการ ควรมีการจัดผู้ดูแลการบริการออนไลน์เพื่อตอบปัญหาหรือข้อสงสัยแก่ผู้รับบริการเพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

เปรมใจ คำลือ. (2550). การประเมินผลงานบริการของอยู่ต่อแก่คนต่างด้าวของด่านตรวจคนเข้าเมือง
เชียงใหม่ (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วชิรา ผ่องใส.(2557). ความพึงพอใจของผู้ให้บริการต่อด่านตรวจคนเข้าเมืองบ้านหาดเล็ก อำเภอคลองใหญ่
จังหวัดตราด (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and
Its implications for future research. *Journal of Marketing*, 46(6), 41-50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for
measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of marketing*, 64(Spring), 12-40.

Yamane, T. (1970). *Statistics: An Introductory Analysis*. (2 nd ed.). Tokyo: John Weatherhill.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่
Factors Affecting Work Motivation of Personnel of
Head Office Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives

นายวัชรระ แยมชู
Mr. WatcharaYamchoo

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่ และเพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสำนักงานใหญ่กับปัจจัยทางประชากรศาสตร์

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือพนักงานที่ปฏิบัติงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสำนักงานใหญ่ จำนวน 340 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม(Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้ค่า t-test และ F-test (One-way ANOVA) ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใช้การทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัย พบว่า พนักงานมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าพนักงานมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่ อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือด้านความมั่นคง รองลงมาคือด้านสัมพันธ์ภาพต่อเพื่อนร่วมงานด้านความก้าวหน้าและด้านการยอมรับนับถือ ส่วนด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานและอันดับสุดท้ายคือด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พนักงานที่มีเพศอายุ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาปฏิบัติงานต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนพนักงานที่มีสถานภาพสมรส และระดับการศึกษาต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : แรงจูงใจการปฏิบัติงาน;ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

Abstract

The purpose of this research was to study factors that were affecting the work motivation of personnel and to compare work motivation of personnel of head office Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives with demography factors.

The population used in this research was 340 personnels of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives. The research instrument used in collecting data was a questionnaire. The quantitative data were analyzed by using descriptive statistics of frequency, percentage, mean and standard deviation. Inferential statistics were used by t-test and F-test (One-way ANOVA). LSD double test was used in case a statistically significant difference was found at 0.05 level,

The results of the research showed that personnel was the most motivated to perform overall work. When considering each side, personnel was found to have the highest level of incentive to work at Head Office Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives; because of stability, followed by relationships with colleagues, advancement, and respect. The work environment as well as the compensation and benefits are at a high level respectively.

The results of the hypothesis testing showed that personnel who are different at sexes, ages, monthly incomes, and length of service had a statistically significant difference in motivation to perform at 0.05 level. Personnel that is different at the marital status and education level had no significant difference in motivation to perform at 0.05 level.

Keywords : Work Motivation ; Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives

บทนำ

บุคลากรถือว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญล้ำค่าอันเป็นหัวใจขององค์กรทุกองค์กร เราจึงต้องมีคนที่มีความรับผิดชอบ มีความมานะพยายาม มีความรู้ความสามารถ และมีความซื่อสัตย์สุจริตอยู่ในองค์กรให้มากขึ้น จึงจะสามารถนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้ (วิจักขณ์ วรรณจิตต์, 2546 : 108) เมื่อมีบุคลากรเหล่านี้อยู่ในองค์กรแล้วจึงต้องรักษาบุคลากรนั้นไว้ให้อยู่ร่วมกับองค์กรได้ในระยะยาว โดยองค์กรต้องให้ความสำคัญกับการรับรู้ความต้องการ แรงจูงใจของบุคลากรในองค์กรให้ปฏิบัติงานอย่างมีความสุข เมื่อเกิดการปฏิบัติงานได้อย่างมีความสุขจะทำให้บุคลากรเกิดความรัก ความจงรักภักดีต่อองค์กรและรู้สึกอยากเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ที่สังกัดกระทรวงการคลัง โดยการจัดตั้งธนาคารมีวัตถุประสงค์ให้ความช่วยเหลือทางด้านการเงินแก่เกษตรกร

กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม เพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกรการลาออกของพนักงานน้อย แต่ก็ทำให้องค์กรสูญเสียผลประโยชน์จากการลงทุนในส่วนนี้ไปซึ่งบุคลากรที่ลาออกไปเหล่านี้ล้วนเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาองค์กร เพราะเป็นบุคลากรที่มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ และในปัจจุบันยังมีเทคโนโลยีที่สามารถพัฒนานำมาใช้ทำงานแทนมนุษย์เพื่อลดต้นทุนในองค์กร ซึ่งส่งผลต่อความรู้สึกในด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรอีกด้วย ถ้าในอนาคตยังมีอัตราการลาออกของพนักงานที่สูงมากขึ้นอาจจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาและการเติบโตขององค์กรได้

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่โดยศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงานค่าตอบแทนและสวัสดิการต่างๆรวมไปถึงสัมพันธภาพต่อเพื่อนร่วมงานและการยอมรับนับถือในความรู้ ผลงาน ความสามารถของพนักงานสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่เป็นสิ่งกระตุ้นและแรงผลักดันให้เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยให้องค์กรนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการทำงานและวางแผนพัฒนาองค์กรเพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่
2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่ กับปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ ต่อเดือน และระยะเวลาปฏิบัติงาน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่ผู้วิจัยศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน หมายถึง แรงกระตุ้นที่ตอบสนองแก่บุคคล ให้แสดงออกพฤติกรรมตามความต้องการนั้นๆ กระทำเพื่อให้ได้ผลงานหรือผลการกระทำบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดในการปฏิบัติงาน

ทฤษฎีลำดับความต้องการ (Hierarchy of Needs Theory)

เป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นโดย อับราฮัม มาสโลว์ (1970) นักจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยแบรอนดิส ซึ่งระบุว่าบุคคลมีความต้องการเรียงลำดับจากระดับพื้นฐานที่สุดไปยังระดับสูงสุด ความต้องการของบุคคลมี 5 กลุ่มจัดแบ่งได้เป็น 5 ระดับจากระดับต่ำไปสูง ดังนี้

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการลำดับต่ำสุดและเป็นพื้นฐานของชีวิต เป็นแรงผลักดันทางชีวภาพ เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัย หากพนักงานมีรายได้ จากการปฏิบัติงานเพียงพอ ก็จะสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้โดยมีอาหารและที่พักอาศัย เขาก็จะมีกำลังที่จะทำงานต่อไป และการมีสภาพแวดล้อม การทำงาน ที่เหมาะสม เช่น ความสะอาด ความสว่าง การระบายอากาศที่ดี การบริการสุขภาพ เป็นการสนองความต้องการได้

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่จะเกิดขึ้นหลังจากที่ความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองอย่างไม่ขาดแคลนแล้ว หมายถึง ความต้องการสภาพแวดล้อม ที่ปลอดภัยจากอันตรายทั้งทางกายและจิตใจ ความมั่นคงในงาน ในชีวิตและสุขภาพการสนองความต้องการนี้ต่อพนักงานทำได้หลายอย่าง เช่น การประกันชีวิต และสุขภาพ กฎระเบียบข้อบังคับที่ยุติธรรม การให้มีสภาพแรงงาน ความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน เป็นต้น

3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เมื่อมีความปลอดภัยในชีวิตและมั่นคงในการทำงานแล้ว คนเราจะต้องการความรัก มิตรภาพ ความใกล้ชิดผูกพัน ต้องการเพื่อน การมีโอกาสเข้าสมาคมสังสรรค์กับผู้อื่น ได้รับการยอมรับเป็นสมาชิกในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือหลายกลุ่ม

4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) เมื่อความต้องการทางสังคมได้รับการตอบสนองแล้ว คนเราจะต้องการสร้างสถานภาพของตัวเองให้สูงเด่น มีความภูมิใจและสร้างการนับถือตนเอง ขึ้นชมในความสำเร็จของงานที่ทำ ความรู้สึกมั่นใจในตัวเองแลเกียรติยศ ความต้องการเหล่านี้ได้แก่ยศ ตำแหน่ง ระดับเงินเดือนที่สูง งานที่ทำหาย ได้รับการยกย่องจากผู้อื่น เป็นต้น

5. ความต้องการเติมเต็มความสมบูรณ์ในชีวิต (Self-actualization Needs) เป็นความต้องการระดับสูงสุด คือต้องการจะเติมเต็มศักยภาพของตนเอง ต้องการความสำเร็จในสิ่งที่ปรารถนาสูงสุดของตัวเอง ความเจริญก้าวหน้า การพัฒนาทักษะความสามารถให้ถึงขีดสุดยอด มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจและการคิดสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ การก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นในอาชีพและการงาน

ทฤษฎี ERG ของแอลเดอร์เฟอร์ (ERG Theory)

เคลย์ตัน แอลเดอร์เฟอร์(1972) (ClatonElderfer) แห่งมหาวิทยาลัยเยล ได้รับปรับปรุงลำดับความต้องการตามแนวคิดของมาสโลว์ใหม่ เหลือความต้องการเพียง 3 ระดับ คือ

1. ความต้องการดำรงชีวิตอยู่ (Existence Needs) คือ ความต้องการทางร่างกายและความปลอดภัยในชีวิต

2. ความต้องการความสัมพันธ์ (Relatedness Needs) คือ ความต้องการต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ทั้งในที่ทำงานและสภาพแวดล้อมอื่นๆ

3. ความต้องการเจริญเติบโต (Growth Needs) คือ ความต้องการภายใน เพื่อการพัฒนาตัวเอง เพื่อความเจริญเติบโต พัฒนาและใช้ความสามารถของตัวเองได้เต็มที่ แสวงหาโอกาสในการเอาชนะความท้าทายใหม่ๆ

ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก (Two-Factor Theory)

เฟรดเดอริกเฮิร์ซเบิร์ก (1959) (Frederick Herzberg) ได้พัฒนาทฤษฎีการจูงใจซึ่งเป็นที่นิยมแพร่หลาย คือ ทฤษฎีสองปัจจัย โดยแบ่งเป็นปัจจัยค้ำจุน และปัจจัยจูงใจ

1. ปัจจัยค้ำจุน (hygiene factors) ได้แก่ สภาพแวดล้อมของการทำงาน และวิธีการบังคับบัญชาของหัวหน้างาน ถ้าหากไม่เหมาะสมหรือบกพร่องไป จะทำให้บุคคลรู้สึกไม่พอใจในงาน ซึ่งถ้ามีพร้อมสมบูรณ์ก็ไม่สามารถสร้างความพอใจในงานได้ แต่ยังคงปฏิบัติงานอยู่ เพราะเป็นปัจจัยที่ป้องกันความไม่พอใจในงานเท่านั้น ไม่ใช่ปัจจัยที่จะส่งเสริมให้คนทำงานโดยมีประสิทธิภาพหรือผลผลิตมากขึ้นได้ ตัวอย่างปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ นโยบายของหน่วยงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน แบบการบริหารงาน เงินเดือน สวัสดิการต่างๆ ความมั่นคง เป็นต้น

2. ปัจจัยด้านแรงจูงใจ (motivating factors) ได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงาน และทำให้ผู้ปฏิบัติมีความพอใจในงาน ใช้ความพยายาม และความสามารถทุ่มเทในการทำงานมากขึ้น เช่น ความสำเร็จ การได้รับการยกย่อง ได้รับผิชอบในงาน ลักษณะงานที่ท้าทาย เป็นต้น

ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ (Learned Needs Theory)

เดวิด ซี แมคเคิลแลนด์ (1958) เป็นผู้เสนอทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ขึ้น โดยสรุปว่าคนเราเรียนรู้ความต้องการจากสังคมที่เกี่ยวข้อง ความต้องการ จึงถูกก่อตัวและพัฒนาตลอดช่วงชีวิตของแต่ละคน และเรียนรู้ว่าในทางสังคม มีความต้องการที่สำคัญ 3 ประการ คือ

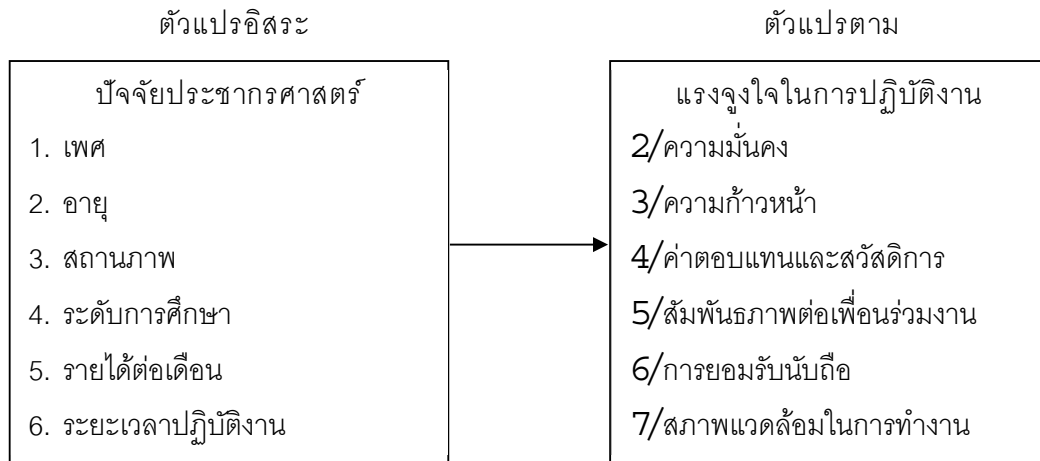
1. ความต้องการความสำเร็จ (need for achievement) เป็นความต้องการที่จะทำงานได้ดีขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีมาตรฐานสูงขึ้นในชีวิต มีผู้ต้องการความสำเร็จสูงจะมีลักษณะพฤติกรรม

2. ความต้องการอำนาจ (need for power) เป็นความต้องการที่จะมีส่วนควบคุม สร้างอิทธิพลหรือรับผิชอบในกิจกรรมของผู้อื่น ผู้มีความต้องการอำนาจจะมีลักษณะพฤติกรรม

3. ความต้องการความผูกพัน (need for affiliation) เป็นความต้องการที่จะรักษามิตรภาพและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลไว้อย่างใกล้ชิด ผู้มีความต้องการความผูกพันมีลักษณะ

กรอบแนวคิดงานวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสู่การกำหนดกรอบแนวคิดงานวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรม

วิธีการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ปลายปิดเป็นเครื่องมือในการวิจัย ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ตั้งแต่กุมภาพันธ์ 2563 ถึง กรกฎาคม 2563

2. การศึกษาครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ ประกอบด้วยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา 2 ตัวแปร คือตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาปฏิบัติงาน และตัวแปรตาม ได้แก่ ความมั่นคง ความก้าวหน้า ค่าตอบแทนและสวัสดิการ สัมพันธภาพต่อเพื่อนร่วมงาน การยอมรับนับถือ และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

3. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานที่ปฏิบัติงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่ จำนวนรวมทั้งสิ้น 2,217 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามแนวทางของ Taro Yamane ที่มีความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 340 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จำนวน 6 ข้อ ข้อมูลแรงจูงใจในการปฏิบัติงานจำนวน 19 ข้อ แบ่งระดับการวัดเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง การศึกษาครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test F-test (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD คำนวณสำคัญทางสถิติในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษานี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 340 ชุด มาตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล
2. วิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัยเมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้วจึง นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาลงรหัส ให้คะแนนตามน้ำหนักคะแนนแต่ละข้อและบันทึก ผลลงในคอมพิวเตอร์เพื่อทำการวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลโดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS)
3. ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำผลมาแปลความหมายตามความมุ่งหมายและสมมติฐาน ของการศึกษาค้นคว้าต่อไป

ผลการวิจัย

1. พนักงานที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 186 คน (ร้อยละ 45.29) อายุระหว่าง 30 - 39 ปี จำนวน 224 คน (ร้อยละ 65.88) สถานภาพโสด จำนวน 216 คน (ร้อยละ 63.53) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 223 คน (ร้อยละ 65.59) มีรายได้ต่อเดือน 20,000 - 30,000 บาท จำนวน 238 คน (ร้อยละ 70.00) และส่วนใหญ่มีระยะเวลาปฏิบัติงาน 5 - 10 ปี จำนวน 218 คน (ร้อยละ 64.12)
2. ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.34$, $SD = 0.433$) เรียงลำดับจากมากไปน้อยรายด้าน ดังนี้ ด้านความมั่นคง ($\bar{X}=4.83$, $SD = 0.267$) ด้านสัมพันธ์ภาพต่อเพื่อนร่วมงาน ($\bar{X}=4.43$, $SD = 0.560$) ด้านความก้าวหน้า ($\bar{X}=4.24$, $SD = 0.596$) ด้านการยอมรับนับถือ ($\bar{X}=4.24$, $SD = 0.564$) ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ($\bar{X}=4.19$, $SD = 0.651$) และด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ($\bar{X}=4.10$, $SD = 0.741$) ตามลำดับ แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทั้งหมด 6 ด้าน โดยภาพรวม

ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	ระดับความคิดเห็น			อันดับ
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	
1. ด้านความมั่นคง	4.83	0.267	มากที่สุด	1
2. ด้านความก้าวหน้า	4.24	0.596	มากที่สุด	3
3. ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ	4.10	0.741	มาก	5
4. ด้านสัมพันธภาพต่อเพื่อนร่วมงาน	4.43	0.560	มากที่สุด	2
5. ด้านการยอมรับนับถือ	4.24	0.564	มากที่สุด	3
6. ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน	4.19	0.651	มาก	4
รวม	4.34	0.433	มากที่สุด	

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 พบว่า พนักงานที่มีเพศแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการด้านสัมพันธภาพต่อเพื่อนร่วมงานด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน และภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเพศชายมีแรงจูงใจมากกว่าเพศหญิง

สมมติฐานที่ 2 พบว่า พนักงานที่มีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่ด้านความมั่นคง ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการด้านสัมพันธภาพต่อเพื่อนร่วมงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน และภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 พบว่า พนักงานที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่ ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนภาพรวมและด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 4 พบว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่ ด้านความก้าวหน้า และด้านการยอมรับนับถือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนภาพรวมและด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 5 พบว่า พนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่ โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 6 พบว่า พนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานต่างกันมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่โดยภาพรวม และรายด้านแตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่ พบว่าพนักงานมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่ อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือด้านความมั่นคง รองลงมาคือด้าน สัมพันธภาพต่อเพื่อนร่วมงานด้านความก้าวหน้าและด้านการยอมรับนับถือ ส่วนด้านสภาพแวดล้อมในการ ทำงานและอันดับสุดท้ายคือด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับโดยสรุปเป็นราย ด้านได้ ดังนี้

ด้านความมั่นคง พบว่า พนักงานมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร สำนักงานใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคืองานที่ปฏิบัติ อยู่เป็นงานที่มีความมั่นคงด้านอาชีพนโยบายการบริหารงานของหน่วยงานทำให้มีความรู้สึกมั่นคงในการ ทำงาน และงานที่ปฏิบัติอยู่เป็นงานที่มีความมั่นคงด้านการเงิน ตามลำดับ

ด้านสัมพันธภาพต่อเพื่อนร่วมงาน พบว่า พนักงานมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานธนาคารเพื่อ การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็น รายข้อคือสามารถทำงานเป็นทีม เพื่อให้เกิดความร่วมมือและการทำงานที่มีคุณภาพมีความสุขในการ ปฏิบัติงานร่วมกับผู้ร่วมงาน และเพื่อนร่วมงานมีความเป็นมิตรต่อกัน ให้ความสนิทสนม ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนในการปฏิบัติงาน ตามลำดับ

ด้านความก้าวหน้า พบว่า พนักงานมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคือคิด ว่าองค์กรมีการสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร เพื่อความก้าวหน้าในตำแหน่ง หน้าที่องค์กรสนับสนุนให้ศึกษาต่อเพื่อเพิ่มวุฒิการศึกษาได้รับการสนับสนุนในด้านการพัฒนา ทักษะ ฝึกอบรม เพื่อเพิ่มพูนความรู้ และได้รับการปรับเข้าสู่ตำแหน่งงานที่สูงขึ้นอย่างเหมาะสม ตามลำดับ

ด้านการยอมรับนับถือ พบว่า พนักงานมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคือรู้สึก ว่างานที่ปฏิบัติอยู่ช่วยให้มีเกียรติและได้รับการยอมรับจากสังคมได้รับการยอมรับนับถือในความรู้ ผลงาน และความสามารถในการปฏิบัติงานจากเพื่อนร่วมงานและได้รับคำชมเชยและความเชื่อถือ ไว้วางใจจาก ผู้บังคับบัญชาว่ามีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับงานที่ได้รับมอบหมาย อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน พบว่า พนักงานมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคือองค์กรมีความปลอดภัยในการปฏิบัติงานสถานที่ทำงานมีแสงสว่าง อากาศถ่ายเท อุณหภูมิที่เหมาะสมในการปฏิบัติงานและมีเครื่องมือและวัสดุอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก ที่ใช้ในองค์กรอย่างเพียงพอ เหมาะสมอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ พบว่า พนักงานมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือสวัสดิการและค่าตอบแทนพิเศษต่างๆที่ได้รับมีความเหมาะสมเงินเดือน ค่าตอบแทนที่ได้รับในปัจจุบันมีความเหมาะสมกับความรู้ ความสามารถที่ปฏิบัติงานอยู่ และพึงพอใจกับเงินเดือนเมื่อเปรียบเทียบกับบุคลากรในสายอาชีพอื่นที่มีวุฒิการศึกษาเหมือนกัน ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ควรพิจารณาเกี่ยวกับโครงสร้างเงินเดือน ค่าตอบแทนขององค์กรในปัจจุบัน ให้มีความเหมาะสมกับความรู้ ความสามารถของพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ เพื่อให้เป็นแรงผลักดันให้พนักงานภายในองค์กร มีความตั้งใจ ความกระตือรือร้นที่จะทำงานมากขึ้น รวมถึงการพิจารณาปรับปรุงด้านสวัสดิการและค่าตอบแทนพิเศษต่างๆให้มีความเหมาะสมกับค่าครองชีพในปัจจุบัน และเหมาะสมกับความรู้ ความสามารถความเชี่ยวชาญของพนักงานในองค์กรหรืออาจจะมีการพิจารณาสวัสดิการเพิ่มเติม นอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด เช่น สวัสดิการด้านคอร์สเรียนภาษาต่างประเทศ กิจกรรมสันทนาการและการผ่อนคลายการท่องเที่ยวประจำปี เป็นต้น

ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ควรมีเครื่องมือและวัสดุอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก ที่ใช้ในองค์กรอย่างเพียงพอเหมาะสมสถานที่ทำงานมีแสงสว่าง อากาศถ่ายเท อุณหภูมิที่เหมาะสมซึ่งสภาพแวดล้อมในการทำงานจะส่งผลให้การปฏิบัติงานของพนักงาน สถานที่ปฏิบัติงานที่มีความสะอาดจัดเป็นระเบียบเรียบร้อย และปลอดภัย รวมถึงมีอุปกรณ์ในการทำงานมีความทันสมัย เพื่อช่วยสนับสนุนให้พนักงานมีความสะดวกในการทำงานเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร เพื่อที่จะได้ทราบว่าปัจจัยใดที่จะช่วยผลักดันให้พนักงานมีความรัก และผูกพันต่อองค์กรเพิ่มมากขึ้น
2. ควรศึกษาเกี่ยวกับความสุขในการทำงานของพนักงานในองค์กร จะได้ข้อมูลจริงเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงองค์กร ให้พนักงานที่มีความสุขในการทำงานน้อยลง หรือเบื่อหน่าย ให้เกิดแรงบันดาลใจในการทำงาน รวมถึงควรมีการปรับปรุงเป้าหมายในการทำงานให้เหมาะสมกับสภาพความเป็นจริง

3. ควรศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติที่มีผลต่อระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเพื่อจะได้ข้อมูลจริงสามารถนำไปใช้พัฒนาองค์กรหรือเป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินการให้มีความสอดคล้องกับลักษณะองค์การและความต้องการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

กัตติกา อร่ามโชติ. (2559). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของทหารพราน กรมทหารพรานที่ 48 จังหวัดนราธิวาส**. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

จิรภัคร อเนกวิถี. (2559). **ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความจงรักภักดีต่อองค์การของพนักงาน: กรณีศึกษา โรงแรมเอเชีย แอร์พอร์ท**. การค้นคว้าอิสระวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

เจนจิราพร รอนไพบริน. (2558). **ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาอัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว**. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการเมืองการปกครองคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ณัฐพรรณ ชาญญ์ญกรรม. (2560). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรกรมชลประทาน (สามเสน)**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก.

ณัฐฐา กุสุโมทย์. (2558). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท สวีตตี้ซ้อป จำกัด**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก.

ปาริฉัตร พาลูน. (2562). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัท เอ็น แอนด์ บี พืชชำแคเรีย จำกัด**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พิจักษณ์ ไชยปาละ. (2561). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และประสิทธิผลในกาปฏิบัติงาน ของพนักงาน บริษัท โรงพยาบาลวัฒนะแพทย์ ตรัง**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการจัดการคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ยลดา สุพร. (2559). **แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท ส.เฮง เฮง จำกัด**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการจัดการคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). **พฤติกรรมองค์การ**. กรุงเทพมหานคร: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2563). **แผนภูมิโครงสร้างองค์กร**. (22 กุมภาพันธ์ 2563) สืบค้นจาก <https://www.baac.or.th>

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่
Factors affecting the decision to use mobile banking of customers of Government Savings Bank Head Office

นางสาววันดี นาคเอี่ยม¹ Wandee Narkiem

รองศาสตราจารย์ ดร.อนันต์ บุญสนอง² Associate Professor Anan Bunsanong, Ph. D.

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง และศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่า Independent Samples t-test และค่า one-way ANOVA หรือ F-test

ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1. ด้านกระบวนการ 2. ด้านผลิตภัณฑ์ 3. ด้านบุคลากรหรือพนักงาน 4. ด้านราคา 5. ด้านลักษณะทางกายภาพ 6. ด้านสถานที่ และ 7. ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1. ลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ที่มีเพศต่างกันมีการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งไม่แตกต่างกัน 2. ลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ที่มีอายุต่างกันมีการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งไม่แตกต่างกัน 3. ลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ที่มีสถานภาพต่างกัน มีการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งไม่แตกต่างกัน 4. ลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ที่ระดับการศึกษาต่างกันมีการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ในการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งแตกต่างกัน 5. ลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ที่มีอาชีพต่างกันมีการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการในการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งแตกต่างกัน 6. ลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ที่มีรายได้ต่างกันมีการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมการตลาด การตัดสินใจเลือกใช้ โมบายแบงก์กิ้ง

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ประจำ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

Abstract

The research purposes were to examine the degree of factors affecting the decision to use mobile banking of customers of Government Savings Bank Head Office and to compare the differences between personal factors about the decision to use mobile banking. The sample used in this study was 400 customers of its customers. The tool used to collect the data was questionnaires. The statistics employed in the study were frequency, percentage, Mean, Standard Deviation, Independent Samples t-test, and one-way ANOVA or F-test values.

The study found that the decision to use Mobile Banking by Government Savings Bank Office customers were overall at the highest level, in order of their importance, from the most to the least, are follows 1) Process, 2) Product, 3) Personnel or staff, 4) Cost, 5) Physical characteristics, 6) Location and 7) Marketing promotion.

According to the hypothesis testing, 1) the use of marketing mix factors in the decision to use mobile banking in different gender of customers was not different, 2) there was no difference in using marketing mix factor when choosing to use mobile banking by customers of different ages, 3) the customers with different status used marketing mix factors in making a decision whether to use the mobile banking, 4) the customers at different educational levels used the product marketing mix factor, physical characteristics, and process aspects for deciding to use mobile banking differently, 5) Use of the physical product marketing mix factor and the process of choosing to use mobile banking by customers of different occupations is different 6) customers with different average monthly income have used marketing mix factors in deciding to use mobile banking with no difference at the significance level of 0.05.

KeyWords: Marketing - Mix Factor ,When Choosing to use, Mobile Banking

บทนำ

ปัจจุบันโลกได้เข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ โครงสร้างพื้นฐานถูกพัฒนาขึ้นด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ ส่งผลให้รูปแบบการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไป รวมถึงพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าที่ปัจจุบันผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าและบริการผ่านร้านค้าออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รายงานมูลค่าธุรกิจ E-Commerce ที่มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง ทุกปี โดยในปี 61 เท่ากับ 3.15 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 14% โดยมีแรงสนับสนุนมาจาก 4 ปัจจัยหลัก คือ ผู้ประกอบการ E-Commerce จากต่างประเทศเข้ามาลงทุนมากขึ้น เช่น Alibaba Group ที่เข้ามาแข่งขันในตลาด E-Commerce ของไทยผ่าน Lazada อีกทั้ง JD (Jingdong) ที่เข้ามาร่วมทุนกับกลุ่มเซ็นทรัล และ Shopee จากกลุ่ม Garena เป็นต้น ผู้ประกอบการ E-Commerce

ในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การส่งเสริม E-Commerce ของภาครัฐ รวมไปถึงการพัฒนาด้าน E-Commerce infrastructure ไม่ว่าจะเป็นด้าน E-Logistics และการชำระเงินผ่าน E-Payment รวมไปถึงการชำระเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562)

โมบายแบงก์กิ้งเป็นการให้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตบราวเซอร์บนโทรศัพท์มือถือ ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้การทำธุรกรรมทางการเงิน ปัจจุบันธนาคารได้พัฒนา Application ให้รองรับการให้บริการโมบายแบงก์กิ้งเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเป็นการเพิ่มช่องทางในการให้บริการอีกด้วย การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง ได้แก่ การเช็คยอดและรายการเคลื่อนไหวในบัญชี การโอนเงิน การจ่ายบิลและเติมเงินต่าง ๆ การชำระค่าบัตรเครดิตและแลกคะแนนสะสม การซื้อขายหน่วยลงทุน การซื้อพันธบัตรรัฐบาล และการสั่งซื้อสมุดเช็ค อายัดเช็ค อายัดสมุดบัญชี เป็นต้น

การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้งช่วยเพิ่มความสะดวกรวดเร็วและเพิ่มช่องทางในการให้บริการแก่ลูกค้า อีกทั้งยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ของธนาคารให้มีความทันสมัยยิ่งขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่ Application ในการทำธุรกรรมทางการเงินได้มีการพัฒนาฟังก์ชันให้มีความน่าสนใจนอกเหนือไปจากการโอนเงินและรับเงิน เช่น การกดเงินไม่ใช้บัตร การจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านโมบายแบงก์กิ้ง การแนะนำการลงทุน รวมไปถึงการขอสินเชื่อผ่าน Application ได้อีกด้วย

ตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เมื่อโลกได้เข้าสู่ยุคดิจิทัลส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ธนาคารจำเป็นต้องพัฒนาช่องทางในการทำธุรกรรมผ่านโมบายแบงก์กิ้ง เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุดซึ่งหากมองด้านผู้ให้บริการหรือในด้านของธนาคารนั้น จำเป็นต้องใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P's) ให้เหมาะสมเพื่อพัฒนาการให้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ด้วยเหตุนี้จึงมีความสนใจศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ปัจจัย ประกอบด้วย ปัจจัยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เป็นตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ทั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการโมบายแบงก์กิ้งต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่

แนวคิดทฤษฎี

การศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้านาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยได้ศึกษาและค้นคว้าเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

ทฤษฎีส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) ตามแนวคิดของ Kotler, Philip โดยส่วนผสมการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งธุรกิจได้นำมาผสมผสานกันเพื่อสร้างความพึงพอใจ และตอบสนองความต้องการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนส่วนผสมการตลาด หรือ 4 P's นั้น ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์(Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ต่อมา ได้มีการเพิ่ม ตัวแปรอีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางการบริการ และเรียกได้ว่าเป็นส่วนผสมการตลาดแบบ 7P's

ทฤษฎีลักษณะประชากรศาสตร์ ตามแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ โดยลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสำคัญ ช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยา และสังคมวัฒนธรรม ช่วยอธิบายความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลด้านประชากรจะมีประสิทธิผลต่อการกำหนด ตลาดเป้าหมาย คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาที่แตกต่างกัน

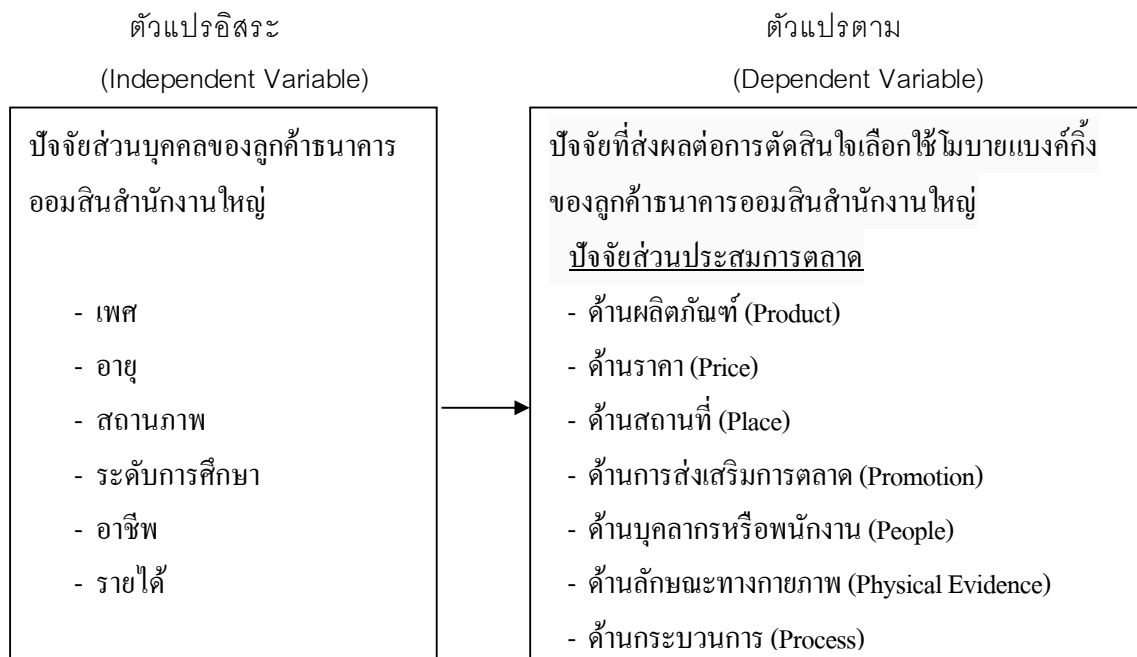
ทฤษฎีการตัดสินใจตามแนวคิดของ Kotler, Philip ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบไปด้วย การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรม ภายหลังการตัดสินใจ

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ตามแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ โดยพฤติกรรมผู้บริโภค คือ การกระทำของ บุคคล ซึ่งทำหน้าที่ค้นหา จัดหาให้ได้มาโดย การซื้อ การใช้ตัวสินค้าหรือบริการ โดยการคาดการณ์ผลที่ได้จาก การเลือกใช้ และเงินที่จ่ายไปในตัวผลิตภัณฑ์นั้น ๆ จากความหมายดังกล่าว จะเห็นได้ว่าปฏิกิริยาของบุคคลที่ เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจ ซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่าง ๆ เหล่านั้น สามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วนคือ ปฏิกิริยาของบุคคล บุคคล ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้สินค้าหรือบริการ และกระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้านาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยใช้ตัวแปรส่วนผสมการตลาดตามแนวคิดและทฤษฎีของ Philip, Kotler (2013: 92) เป็นตัวแปรตาม ทั้งนี้ ส่วนส่วนผสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยส่วนผสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price)

สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) ส่วนตัวแปรอิสระ ด้านประชากรศาสตร์ ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539 : 41-42) มาเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรที่ใช้ประกอบในการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากร คือ ลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ที่ใช้โมบายแบงก์กิ้ง กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ที่ใช้โมบายแบงก์กิ้งจำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม

สถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการอธิบายลักษณะเชิงประชากรของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม เช่น เพศ โดยใช้การทดสอบด้วย t-test และทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one-way ANOVA) โดยการวิจัยครั้งนี้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05

สรุปผลการวิจัย

การตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.40 โดยด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ย 4.56 รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.52 ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ค่าเฉลี่ย 4.50 ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 4.49 ด้านลักษณะทางกายภาพ ค่าเฉลี่ย 4.36 ด้านสถานที่ ค่าเฉลี่ย 4.22 และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 4.16 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ที่มีเพศต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง แตกต่างกัน

พบว่า ลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ที่มีเพศต่างกันมีการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ที่มีอายุต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง แตกต่างกัน

พบว่า ลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ที่มีอายุต่างกันมีการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ที่มีสถานภาพต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง แตกต่างกัน

พบว่า ลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ที่มีสถานภาพต่างกันมีการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง แตกต่างกัน

พบว่า ลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ในการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่มีระดับ 0.05 ส่วนด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรหรือพนักงาน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 5 ลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ที่มีอาชีพต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง แตกต่างกัน

พบว่า ลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ที่มีอาชีพต่างกัน มีการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ในการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรหรือพนักงาน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 6 ลูกค้ายธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ที่มีรายได้ต่างกัน ใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง แตกต่างกัน

พบว่า ลูกค้ายธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ที่มีรายได้ต่างกัน มีการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้ายธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

ลูกค้ายธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้งมีความสะดวกและรวดเร็วกว่าการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบเดิม อีกทั้งไม่มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี และมีช่องทางการโฆษณาที่มีความหลากหลาย ผู้ใช้โมบายแบงก์กิ้งสามารถรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างทั่วถึง นอกจากนี้ ธนาคารผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งยังได้ตระหนักถึงภัยคุกคามทางไซเบอร์ จึงได้มีการออกมาตรการรักษาความปลอดภัยที่เพิ่มความรัดกุมมากยิ่งขึ้น เช่น การไม่อนุญาตให้ใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ไม่ปลอดภัยในการเข้าถึงระบบปฏิบัติการ เช่น สมาร์ทโฟนที่มีระบบปฏิบัติการล้าสมัยหรือเวอร์ชันต่ำเนื่องจากสมาร์ตโฟนดังกล่าว มีโอกาสถูกภัยคุกคามทางไซเบอร์ได้มากกว่าระบบปฏิบัติการที่เป็นปัจจุบันและมีการอัปเดตเวอร์ชันอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการกำหนดให้มีการล็อกไม่ให้เข้าใช้งานระบบหากมีการเข้ารหัสผิดเกินกว่า 3 ครั้ง หรือการส่งข้อความแจ้งเตือนไปยังเจ้าของบัญชีเมื่อมีการพยายามเข้าสู่ระบบโดยบุคคลอื่น และการแจ้งเตือนเมื่อมีการถอนเงินหรือโอนเงินออกจากบัญชี ซึ่งมาตรการเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการตัดสินใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เกศวิฑู ทิพย์ศ (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษาธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ

ผลการศึกษสามารถอภิปรายผล โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้

ด้านกระบวนการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.56 ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้ายธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ จากการศึกษพบว่ากระบวนการในการรักษาความปลอดภัยในการทำธุรกรรม อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจาก โมบายแบงก์กิ้งเป็นการทำธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ ซึ่งมีโอกาสที่จะถูกภัยคุกคามทางไซเบอร์ได้มากกว่าการทำธุรกรรมทางการเงินแบบเดิม ซึ่งปัจจุบันธนาคารผู้ให้บริการ ต่างพัฒนากระบวนการให้บริการโมบายแบงก์กิ้งของตน

ให้มีความปลอดภัยในการใช้งาน เช่น กำหนดให้มีการล็อกไม่ให้เข้าระบบหากมีการเข้ารหัสผิดเกิน 3 ครั้ง หรือ มีข้อความแจ้งเตือนเมื่อมีการพยายามเข้าสู่ระบบโดยบุคคลอื่น รวมไปถึงการแจ้งเตือนเมื่อมีการถอนเงิน หรือโอนเงินออกจากบัญชี เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สิทธิพงษ์ วรธงไชย (2560) ศึกษาปัจจัยที่ผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการผ่าน Mobile Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และสอดคล้องกับแนวทฤษฎีของ

ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.52 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ จากการศึกษา พบว่า ความปลอดภัยในการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจาก ปัจจุบันปัญหาภัยคุกคามทางไซเบอร์ เกิดขึ้นบนโมบายแบงก์กิ้งอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ใช้บริการต่างให้ความสนใจกับกระบวนการรักษาความปลอดภัย จากภัยคุกคามดังกล่าว ซึ่งปัจจุบันธนาคารผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ได้ออกมาตรการรักษาความปลอดภัย ที่เพิ่มความรัดกุมมากยิ่งขึ้น เช่น การไม่อนุญาตให้ใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ที่ไม่ปลอดภัยในการเข้าถึงระบบปฏิบัติ เช่น สมาร์ทโฟนที่มีระบบปฏิบัติการที่ล้าสมัยหรือเวอร์ชันต่ำเนื่องจากมีโอกาสถูกภัยคุกคามทางไซเบอร์ได้ มากกว่าระบบปฏิบัติการที่เป็นปัจจุบัน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุรีย์พร เหมือนหลัง (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่น คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.50 ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ จากการศึกษาพบว่า ความเป็นมิตรของพนักงานอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากการใช้โมบายแบงก์กิ้ง ผู้ใช้บริการจำเป็นต้องติดต่อกับพนักงานของธนาคาร เช่น ในกรณีที่การโอนเงินมีปัญหา หรือเมื่อต้องการติดต่อสอบถามข้อมูลการให้บริการ เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งต่างมีการพัฒนาและอบรมบุคลากรหรือพนักงานที่ทำหน้าที่ต้องดูแลลูกค้าโดยตรง เพื่อปลูกฝังการมีจิตใจรักในการบริการ (Service Mind) เพื่อให้พนักงานให้บริการด้วยความเป็นมิตรและมีความเต็มใจในการให้บริการ ดังนั้น ในปัจจุบัน ผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งจะได้รับบริการที่ดี ทั้งด้านข้อมูล และการให้ความช่วยเหลือกรณีการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งมีปัญหา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จุฑาภรณ์ ไร่วอน และ ประสพชัย พสุนนท์ (2558) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาผู้ใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เขตสาทร กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านทัศนคติต่อการให้บริการโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านค่านิยม และด้านความน่าเชื่อถือ ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบริการส่วนผสมทางการตลาด

ของการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านกระบวนการ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านพนักงานที่ให้บริการมีความสำคัญในระดับมาก และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญในระดับปานกลาง นอกจากนี้ทัศนคติของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ขณะที่ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ

ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.49 ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ จากการศึกษา พบว่า ค่าธรรมเนียมแรกเข้า และค่าธรรมเนียมรายปี อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากปัจจุบันธนาคารผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งไม่มีการคิดค่าธรรมเนียมรายปี และค่าธรรมเนียมแรกเข้า ดังนั้น ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจมาใช้โมบายแบงก์กิ้งได้ไม่ยากนัก เพราะนอกจากจะมีความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงินแล้ว ผู้ใช้ยังไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับค่าธรรมเนียม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เกศวิฑู ทิพย์ศ (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.36 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ จากการศึกษาพบว่า นโยบายและระบบรักษาความปลอดภัยด้านข้อมูลส่วนตัวลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจาก การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้งแม้จะมีความสะดวกและรวดเร็วแล้ว แต่ก็มีความเสี่ยงด้านการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ด้วยเหตุนี้ธนาคารผู้ให้บริการต่างให้ความสำคัญ และได้มีมาตรการเพื่อป้องกันการเกิดการรั่วไหลของข้อมูลดังกล่าวเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นกับลูกค้าของตน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เสาวณิต อุดมเวชสกุล (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ M-Banking Application ของผู้ใช้บริการเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ M-Banking Application มีทั้งหมด 6 ปัจจัย สามารถเรียงลำดับปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นจากมากไปหาน้อยคือ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการมีผลมากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการนำเสนอและลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการและการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยที่มีผลน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา

ด้านสถานที่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.22 ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ จากการศึกษา พบว่า ความสะดวกในการใช้บริการเนื่องจากใช้โมบายแบงก์กิ้งได้ตลอดเวลาอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้ใช้สามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้งสามารถทำได้ทุกที่และตลอดเวลา ทำให้เกิดความสะดวก

และรวดเร็วว่าการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบเดิม ที่ต้องไปรอคิวที่ธนาคาร ส่งผลให้ในปัจจุบัน การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้งได้รับความนิยมมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ญัฐณี คุรุกิจวานิชย์ (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสิน ในเขตธนาคารออมสินภาค 3 ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ธนาคารทางโทรศัพท์ของธนาคารออมสิน ในเขตธนาคารออมสินภาค 3

ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.16 ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ จากการศึกษาค้นคว้า ความหลากหลายของช่องทางโฆษณา อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจาก ช่องทางการโฆษณานับเป็นช่องทางที่มีความสำคัญ ดังนั้นช่องทางโฆษณาที่มีความหลากหลาย ย่อมสามารถส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง ซึ่งปัจจุบันช่องทางโฆษณามีช่องทางใหม่ๆ เพิ่มขึ้น รวมไปถึงการโฆษณาผ่านทางสื่อโซเชียลต่างๆ เช่น เฟสบุ๊ก หรือทางช่องไลน์ทีวี ล้วนมีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ในปัจจุบันทั้งสิ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เสาวณิต อุดมเวชสกุล (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อ ความเชื่อมั่นในการใช้บริการ M-Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมาณผล การศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ M-Banking Application มีทั้งหมด 6 ปัจจัย โดยปัจจัยด้านกระบวนการมีผลมากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการนำเสนอและลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้าน ช่องทางการให้บริการและการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคา

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะผลการศึกษา ดังนี้

1. การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ทั้งนี้ ธนาคารผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งควรมีการพัฒนาการ ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งให้มีความหลากหลายนอกเหนือ จากการให้บริการด้านการโอนเงิน ด้านการชำระ ค่าสินค้าและบริการ ชำระบัตรเครดิต หรือการชำระบิลต่าง ๆ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ที่ปัจจุบันนิยมใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งอย่างแพร่หลาย

2. การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา ในตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้า ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ทั้งนี้ ธนาคารผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งควรมีการคิดค่าธรรมเนียมการ ให้บริการในอัตราที่มีความเหมาะสม เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมกับผู้ใช้บริการ

3. การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านสถานที่ ในตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ทั้งนี้ ธนาคารผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งควรมีการให้คำปรึกษาหรือให้คำแนะนำกับร้านค้าที่ยังขาดความรู้และไม่มียระบบการชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่านโมบายแบงก์กิ้งได้ เพื่อให้มีจำนวนร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการมากขึ้น

4. การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ทั้งนี้ ธนาคารผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งควรจะคัดเลือกพรีเซนเตอร์ให้เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมายของตน เพื่อให้การสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ควรมีการให้ข้อมูลหรือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการใช้โมบายแบงก์กิ้งที่ปลอดภัยจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ และควรมีขั้นตอนการใช้งานที่ถูกต้อง เพื่อให้ผู้ใช้โมบายแบงก์กิ้งสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างปลอดภัย

5. การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ในตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ทั้งนี้ ธนาคารผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งควรจะจัดให้มีการอบรมความรู้ให้กับพนักงาน เพื่อให้สามารถให้ข้อมูลกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง เนื่องจาก ปัจจัยด้านพนักงานถือเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับธุรกิจบริการ ดังนั้น ธนาคารผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ควรให้ความสำคัญกับพนักงานเพื่อให้พนักงานมีความพร้อมและสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

6. การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ในตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ทั้งนี้ ธนาคารผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ควรจะพัฒนาและออกแบบเว็บไซต์ให้มีความสวยงาม และมีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งเว็บไซต์ควรมีการใช้งานที่ง่าย และการแสดงเมนูหลักต่าง ๆ ควรมีความชัดเจน เพื่อความสะดวกในการค้นหาข้อมูลของผู้ใช้บริการ

7. การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการ ในตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ทั้งนี้ ธนาคารผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งควรจะพัฒนาการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งให้ง่ายต่อการใช้งาน เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถใช้โมบายแบงก์กิ้งได้อย่างทั่วถึง และควรมีการประชาสัมพันธ์หรือให้ความรู้กับผู้ที่ยังไม่มีบัญชีโมบายแบงก์กิ้ง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป และยังไม่เคยใช้งานโมบายแบงก์กิ้งมาก่อน นอกจากนี้ในด้านการทำการวิจัยควรมีการพัฒนาให้มีความรวดเร็วควบคู่ไปกับความปลอดภัยในการใช้งาน

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลาย เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบและเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้โมบายแบงก์กิ้ง ได้มากยิ่งขึ้น
2. ควรศึกษาความพึงพอใจในการใช้โมบายแบงก์กิ้ง รวมถึงควรมีการเก็บรวบรวมปัญหาที่เกิดจากการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการต่อไป

เอกสารอ้างอิง

เกศวิฑู ทิพย์ศ. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน).

สารนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเนชั่น

สิทธิพงษ์ วรธงไชย. (2560). ปัจจัยที่ผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร.

สารนิพนธ์หลักสูตรเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สุริย์พร เหมือนหลิ่ง. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.

สารนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เสาวณิต อุดมเวชสกุล. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ M-Banking

Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สารนิพนธ์หลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์(องค์การมหาชน). (2561). รายงานผลการสำรวจมูลค่า

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ปี 2561. กรุงเทพฯ : กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

รูปแบบการใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมหนักในประเทศไทย

Model of Strategic Cost Management Tool for Competitive Advantage and Performance of Heavy Industry Business in Thailand

วิชัย อรุณสิริตระกูล¹

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัย เรื่อง รูปแบบการใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมหนักในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์การวิจัย 1. เพื่อศึกษาผลกระทบทางตรงของการใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการในธุรกิจอุตสาหกรรมหนักในประเทศไทย 2. เพื่อศึกษาผลกระทบทางตรงของความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อผลการดำเนินงานของกิจการในธุรกิจอุตสาหกรรมหนักในประเทศไทย และ 3. เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากความเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลัก สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเลือกออกแบบการวิจัยแบบผสม (Mixed-Method Research) ได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารฝ่ายบัญชี ผู้บริหารฝ่ายการเงิน ผู้บริหารที่กำหนดกลยุทธ์ หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของกิจการอุตสาหกรรมหนักในประเทศไทย และผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) คือ ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารฝ่ายบัญชี ผู้บริหารฝ่ายการเงิน หรือผู้บริหารที่กำหนดกลยุทธ์ของกิจการอุตสาหกรรมหนักในประเทศไทย 15 คน ที่เลือกแบบเจาะจง พบว่าการใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย ต้นทุนคุณลักษณะ ต้นทุนฐาน/การบริหารฐาน โดยกิจกรรม ต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ต้นทุนคุณภาพ ต้นทุนเป้าหมาย การจัดการห่วงโซ่คุณค่า มีอิทธิพลกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการ ได้แก่ ผู้นำด้านต้นทุนต่ำ ผู้นำด้านความแตกต่าง ผู้นำเฉพาะจุด โดยส่งผลไปยังผลการดำเนินงานของกิจการ ประกอบด้วย ผลการดำเนินงานด้านการเงิน และผลการดำเนินงานด้านการเงินที่ไม่ใช่ด้านการเงิน

คำสำคัญ: เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์, อุตสาหกรรมหนัก, การแข่งขันของกิจการ การดำเนินงานของกิจการ

Abstract

Research Study on Strategic Cost Management Tool Usage Patterns for Competitive Advantage and Performance of Heavy Industry Businesses in Thailand Objectives of the research

¹ นักศึกษาหลักสูตรดุสิตบัณฑิตสาขาภาควิชาการศึกษากับการบริหาร คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

1. To study the direct impact of using a strategic cost management tool on the competitive advantage of the enterprise in the heavy industry business in Thailand 2. To study the direct impact of the competitive advantage on the Performance of the entity in the heavy industrial business in Thailand and 3. To study the qualitative data obtained from the opinion of the main informant. For this research The researcher chose the mixed research design. (Mixed-Method Research), including qualitative research and quantitative research. (Quantitative Research) Population and sample groups are account managers. Finance Executive Executives who determine strategies or other related activities of heavy industry operations in Thailand. And the key informant is the senior management Accounting Executive Finance Executive Or executives who determine the strategy of 15 heavy industrial enterprises in Thailand, selected individually, found that using strategic cost management tools consisted of cost characteristics. Base cost / base administration by activity Product life cycle cost, quality cost, target cost Value Chain Management It has an influence on an entity's competitive advantage, including low-cost leaders. The leader of differences Spot leader It results in the performance of the business, including the financial performance. And financial performance non-financial

Keywords; strategic cost management tool, Heavy industry Business, competition Operation of the entity

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงอย่างในปัจจุบัน องค์การจะมุ่งเน้นการสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน เพื่อให้สามารถอยู่รอดและประสบความสำเร็จ การสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันนั้นเกิดจากการมีกลยุทธ์การบริหารความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และการบริหาร รวมไปถึงการบริหารต้นทุนขององค์การเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ทั้งนี้ความแตกต่างที่ประสบความสำเร็จจะสร้างมูลค่าให้กับลูกค้าและช่วยให้้องค์การสามารถกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ของตนเหนือกว่าคู่แข่ง โดยเฉพะอย่างยิ่งการบริหารต้นทุนที่เป็นเครื่องมือสำคัญ ที่จะช่วยให้้องค์การประสบความสำเร็จสามารถบรรลุเป้าหมายด้านผลกำไรและบรรลุความยั่งยืนในระยะยาวและสามารถแข่งขันได้โดยเสนอราคาที่ต่ำกว่าต้นทุนระดับเป้าหมาย การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์จะเป็นประโยชน์ในการสร้างมูลค่าหรือการลดต้นทุน เช่นเดียวกับแนวคิดการวางตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า การวิเคราะห์คุณค่าสำหรับลูกค้า และการบริหารต้นทุนตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Blocher et al. 2013)

สำหรับการบริหารต้นทุนที่เป็นเครื่องมือที่สำคัญนี้มีชื่อเรียกอย่างเป็นทางการว่า “การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์” โดยการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ดังกล่าวจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 6

ประการ ได้แก่ ประการที่หนึ่ง ต้นทุนคุณลักษณะ (Attribute Costing) หมายถึง การคิดต้นทุนของคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ที่ดึงดูดลูกค้า คุณสมบัติที่สามารถคำนวณได้ ได้แก่ ตัวแปรประสิทธิภาพการดำเนินงาน ความน่าเชื่อถือ การจัดเตรียมการรับประกันระดับของการตกแต่งและการตัดประกันการจัดหา และการบริการหลังการขายที่มีหัวใจสำคัญอยู่ที่การสร้างสรรคคุณสมบัติจนลูกค้าเกิดความเต็มใจที่จะจ่ายเงินในการซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ (Ramlijak and Rogosic, 2012) ประการที่สอง ระบบต้นทุน/การบริหารฐานกิจกรรม (Activity Based Costing/Management) หมายถึง การคิดต้นทุนในการผลิตทางอ้อมของผลิตภัณฑ์โดยใช้ตัวผลักดันต้นทุน เพื่อมาแทนที่ระบบต้นทุนแบบดั้งเดิม (Traditional Costing) ที่มักไม่สามารถให้รายละเอียดของต้นทุนและข้อมูลที่มีคุณภาพสำหรับการตัดสินใจ ประการที่สาม ระบบต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing) หมายถึง การกำหนดต้นทุนเป้าหมายเป็นเทคนิคที่สำคัญในการบริหารต้นทุนผลิตภัณฑ์ระหว่างขั้นตอนการออกแบบ โดยคำนวณต้นทุนเป้าหมายที่ต้องการให้เป็นจากราคาขายในตลาดลดด้วยกำไรที่ต้องการตั้งแต่นั้นขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้ผลกำไรที่เพียงพอเมื่อนำผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เข้าสู่ตลาดโดยทั้งระบบระบบต้นทุน/การบริหารฐานกิจกรรม และระบบต้นทุนเป้าหมาย ต่างก็ถือได้ว่าเป็นแนวคิดการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์สมัยใหม่ ในขณะที่ระบบระบบต้นทุน/การบริหารฐานกิจกรรมให้แนวทางการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือมากขึ้น ระบบต้นทุนเป้าหมายก็มุ่งไปที่การบริหารให้ต้นทุนอยู่ในระดับที่สอดคล้องกับราคาเป้าหมาย แนวทางด้านบัญชีต้นทุนเหล่านี้ ช่วยให้ผู้บริหารสามารถตั้งราคาขายได้อย่างเหมาะสม (Currie.J,2012) ประการที่สี่ ต้นทุนคุณภาพ (Quality Costing) หมายถึง ต้นทุนที่เกิดจากการทำกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อก่อให้เกิดคุณภาพในทุก ๆ กระบวนการดำเนินงานขององค์กร รวมถึงต้นทุนความเสียหายที่เกิดจากการที่ไม่สามารถทำได้ตามข้อกำหนดหรือตามที่ลูกค้าต้องการได้ เป็นต้นทุนที่เกิดจากการทำกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อก่อให้เกิดคุณภาพในทุก ๆ กระบวนการดำเนินงานขององค์กร (Crandall & Julien, 2010) ประการที่ห้า ต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle Costing) หมายถึง แนวคิดในการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานในระยะยาวโดยจะนำเอาต้นทุนตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์มาคิดเป็นต้นทุนของผลิตภัณฑ์หรือบริการ เหมาะสำหรับการใช้ในการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์และการวัดประสิทธิภาพการทำการกำไรของผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะยาว เป็นแนวคิดในการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานในระยะยาวโดยจะนำเอาต้นทุนตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์มาคิดเป็นต้นทุนของผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Freiberg & Sujova, 2011) และประการที่หก การจัดการห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Management) หมายถึง แนวคิดที่เน้นถึงบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศในการแข่งขัน ซึ่งแนวคิดนี้จะแบ่งกิจกรรมขององค์กรออกเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่แตกต่างกันด้านเทคโนโลยีและเศรษฐกิจ คุณค่าที่องค์กรสร้างขึ้นจะวัดได้จากจำนวนเงินที่ผู้ซื้อยินดีจะจ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กรนั้น ๆ เป็นวิธีการประเมินความได้เปรียบในการแข่งขันโดยกำหนดข้อได้เปรียบเชิงกลยุทธ์และข้อเสียของกิจกรรมในวงจรที่ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์หรือบริการและเสนอขายให้แก่

ผู้ใช้จ่ายทาง ด้วยการศึกษาค่าขององค์การ ต้นทุนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในทุก ๆ กิจกรรมในห่วงโซ่ สามารถนำมากำหนดโครงสร้างต้นทุนขององค์การได้ (Shank & Govindarajan, 2012)

ดังนั้น จากเครื่องมือบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการดังที่กล่าวมาในข้างต้นจะนำมาซึ่งการสร้างความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการ (Firm Competitive Advantage) ซึ่งสิ่งที่จะมาช่วยในการตัดสินใจว่าผู้ประกอบการหรือองค์การนั้น ๆ สามารถสร้างความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขันได้เหนือกว่าคู่แข่งแล้วหรือยัง นั่นก็คือ การที่องค์การสามารถก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำในด้านการความแตกต่าง (Differentiation) โดยจะต้องมีสินค้าหรือบริการที่แตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่ง นอกจากนี้จะต้องเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ (Cost Leadership) เมื่อธุรกิจสามารถควบคุมต้นทุนให้ต่ำกว่าคู่แข่งได้ ย่อมสามารถที่จะตั้งราคาขายให้สูงกว่าคู่แข่ง จนเป็นที่มาของยอดขายและกำไรที่เพิ่มขึ้นได้ และรวมไปถึงการเป็นผู้นำเฉพาะจุด (Focus) คือ การเลือกที่จะแตกต่างเฉพาะจุดหรือการเลือกที่จะเป็นส่วนใดส่วนหนึ่งของตลาดก็เพียงพอแล้วในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ (Hansen & Mowen, 2013) ดังนั้น ความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้ง 3 ด้านนี้ ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน

ทั้งนี้ การที่จะพิจารณาว่าการสร้างความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขันโดยใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการเงินได้หรือไม่ นั่น จึงเป็นประเด็นปัญหาที่สำคัญ และเป็นที่มาของคำถามในงานวิจัยชิ้นนี้ โดยทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดและการแข่งขันที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้องค์การต่าง ๆ สามารถจัดการต้นทุนการผลิตได้ดีขึ้นโดยใช้ระบบต้นทุนมาตรฐาน ระบบงบประมาณ การติดตามข้อมูลต้นทุน และเน้นกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่า กำจัดกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่าออกไป โดยการประสานงานกับผู้จัดจำหน่ายให้มากขึ้น การเน้นโครงสร้างต้นทุนด้วยการวิเคราะห์ต้นทุนและหาวิธีที่จะลดต้นทุนตั้งแต่ก่อนขั้นตอนการผลิต องค์การที่มีการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์สามารถทราบได้ว่าจะต้องมีต้นทุนเท่าไรในอนาคตเพราะมีข้อมูลต้นทุนทั้งปัจจุบันและอนาคต ดังนั้น เมื่อผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้ขึ้นก็จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพทางการเงินขององค์การ (Gichuki, 2012) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีสถานการณ์ที่กล่าวว่า องค์การจะกำหนดกลยุทธ์หรือวิธีการปฏิบัติที่ใดนั้น จะต้องทำการวิเคราะห์ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกขององค์การ โดยปัจจัยภายในเป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับโครงสร้างการบริหารขององค์การ ทรัพยากรขององค์การ ส่วนปัจจัยภายนอก เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวข้องกับคู่แข่ง สถานการณ์ทางเศรษฐกิจการเมือง เป็นต้น การวิเคราะห์ทั้งสองปัจจัยจะทำให้กิจการสามารถกำหนด การบริหารเชิงกลยุทธ์ได้เหมาะสมกับองค์การมากขึ้นส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการ (Gordan & Miller, 1976) ซึ่งสามารถพิจารณาได้ 2 มุมมองได้แก่ ประสิทธิภาพการดำเนินงานที่วัดจากมุมมอง ผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Financial Performance) ได้แก่ ยอดขาย กำไรส่วนแบ่งตลาด เป็นต้น และประสิทธิภาพการดำเนินงานที่วัดจากมุมมองที่ผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ด้านการเงิน (Non-

Financial Performance) ได้แก่ คุณภาพสินค้าความพึงพอใจของลูกค้า การกลับมาใช้สินค้าและบริการซ้ำของลูกค้า เป็นต้น

ปัจจุบันอุตสาหกรรมหนักมีการเติบโตแบบต่อเนื่อง และการแข่งขันทางธุรกิจค่อนข้างสูง รวมถึงประเทศไทยได้ทำการเปิดการค้าเสรี และการส่งออกผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดโลก อย่างไรก็ตาม จากการเปิดการค้าเสรีทำให้อุตสาหกรรมมีคู่แข่งภายในประเทศและต่างประเทศ จากปัจจัยและสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรม และธุรกิจในปัจจุบันรัฐบาล ได้มีนโยบายไทยแลนด์ 4.0 โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลไทย ซึ่งเป็นโอกาสดีที่กิจการธุรกิจอุตสาหกรรมหนักไทยในการบริหารการดำเนินงานของธุรกิจในการตอบสนองต่อนโยบายของภาครัฐ และภาคอุตสาหกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและการเติบโตอย่างยั่งยืน ดังนั้นจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา “รูปแบบการใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมหนักในประเทศไทย” ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาหรือปรับปรุงการใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และเพิ่มประสิทธิภาพผลการดำเนินงานทั้งด้านการเงินและมีใช้การเงินของกิจการในธุรกิจอุตสาหกรรมหนักในประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบทางตรงของการใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการในธุรกิจอุตสาหกรรมหนักในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาผลกระทบทางตรงของความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อผลการดำเนินงานของกิจการในธุรกิจอุตสาหกรรมหนักในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากความเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลัก

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม

โดยกลุ่มผู้ประกอบการ ผู้บริหารด้านบัญชี การเงิน และผู้บริหารกำหนดกลยุทธ์ รวมไปถึงผู้บริหารระดับสูงในฝ่ายวางแผนกลยุทธ์หรือการตลาดขององค์กรที่ดำเนินงานในประเทศไทย ที่เป็นผู้คลุกคลีและมีการใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์อย่างสม่ำเสมอจึงเป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่สามารถให้คำตอบได้เป็นอย่างดีว่า การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการหรือไม่ สำหรับความสำคัญของอุตสาหกรรมหนัก มันเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่และหนักการติดตั้งและอุปกรณ์รวมทั้งความซับซ้อนที่มากขึ้นเนื่องจากกระบวนการมากมาย มันถูกจัดประเภทในอุตสาหกรรมเหล็ก, อุตสาหกรรมเคมีและอุตสาหกรรมสกัด คำว่า "หนัก" หมายถึงความจริงที่ว่ารายการที่ผลิตโดย "อุตสาหกรรมหนัก" เคยเป็นหลัก

ถ่านหินน้ำมันเรือและอื่น ๆ คุณลักษณะหนึ่งของอุตสาหกรรมหนักคือพวกเขา มักจะขายสินค้าให้กับลูกค้า อุตสาหกรรมอื่น ๆ มากกว่าผู้บริโภคขั้นสุดท้าย กล่าวอีกนัยหนึ่งพวกเขา มักจะสร้างผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำ ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ดังนั้นพวกเขาจึงต้องการเครื่องจักรและอุปกรณ์จำนวนมากในการผลิต. จากผลดังกล่าวข้างต้นเมื่อเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวอุตสาหกรรมขนาดใหญ่มักจะเป็นคนแรกที่แสดงสัญญาณของการปรับปรุง และเป็นคนแรกที่ได้รับประโยชน์จากอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้น สิ่งนี้ทำให้ภาคนี้มีตัวบ่งชี้ทางเศรษฐกิจ สำหรับลักษณะของอุตสาหกรรมหนัก ได้แก่ อุตสาหกรรมที่แสดงถึงการลงทุนขนาดใหญ่ อุตสาหกรรมที่เป็นวัฏจักรในแง่ของการลงทุนและการจ้างงาน อุตสาหกรรมที่มักจะเป็นกระบวนการที่ค่อนข้างซับซ้อน อุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่การผลิตเพราะพวกเขาเป็นผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่. อุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อุตสาหกรรมที่มุ่งเน้นไปที่การประกอบผลิตภัณฑ์เป็นหลักไม่ใช่ในการส่งเสริมการขายหรือการขายผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

สำหรับวิวัฒนาการของอุตสาหกรรมหนักนั้นเริ่มจากการขนส่งและการก่อสร้างได้ครอบคลุม อุตสาหกรรมหนักส่วนใหญ่ตลอดยุคอุตสาหกรรม ตัวอย่างทั่วไปตั้งแต่กลางศตวรรษที่ 19 ถึงต้นยุค 20 รวมถึงการผลิตเหล็กกล้าเป็นใหญ่การผลิตตู้รถไฟเครื่องจักรและเครื่องมือและการทำเหมืองชนิดที่หนักกว่า ตั้งแต่ปลายศตวรรษที่สิบเก้าถึงกลางศตวรรษที่ยี่สิบการพัฒนาอุตสาหกรรมเคมีและอุตสาหกรรมไฟฟ้ามีส่วนร่วมทั้งในอุตสาหกรรมหนักและอุตสาหกรรมเบา รวมถึงอุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรมการบิน การต่อเรือที่ทันสมัยถือเป็นอุตสาหกรรมหนักเนื่องจากเหล็กถูกแทนที่ด้วยไม้ ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองระบบขนาดใหญ่เช่นการสร้างดีกรีสฟ้าและเขื่อนขนาดใหญ่เป็นลักษณะของอุตสาหกรรมหนัก เช่นเดียวกับการผลิตและการใช้งานของจรวดขนาดใหญ่และกังหันลมขนาดใหญ่ ในศตวรรษที่ 21 มีการใช้เครื่องจักรกลหนักเพิ่มขึ้นและภาคส่วนต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมกำลังเติบโต การแนะนำเทคโนโลยีดิจิทัลที่มุ่งเน้นลูกค้าได้ช่วยให้อุตสาหกรรมเหล่านี้พัฒนาและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยกระบวนการและเทคโนโลยีที่ใช้ในอุตสาหกรรมหนักมีกระบวนการทางอุตสาหกรรมมากมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ 1. กระบวนการทั่วไป นั่นคือการแช่แข็งการล้างและการทำให้แห้งที่ยืดวอด 2. กระบวนการทางเคมี รวมถึงกระบวนการหล่อการฆ่าเชื้อและกระบวนการฮาเบอร์. 3. กระบวนการความร้อน: รวมถึง Flash Foundry 4. กระบวนการทางกายภาพ เกี่ยวข้องกับเทคนิคต่าง ๆ เช่นการปลอมบีบการฟื้นฟูพลังงานการเจาะการขัดแบบหมุนกลองและเทคนิคอื่น ๆ อีกมากมาย สินค้าบางอย่างที่ผลิตโดยอุตสาหกรรมหนัก ได้แก่ ปิโตรเลียมกลั่นซีเมนต์ชิ้นส่วนยานยนต์เรือแพลตฟอร์มทางทะเลเครื่องมือสำหรับการสกัดแร่ธาตุดาวเทียมเครื่องบินวัสดุทางรถไฟยานอวกาศยานอวกาศและอื่น ๆ อีกมากมาย โดยผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมหนักส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ของสาขาวิชาต่าง ๆ เช่นพลังงานซึ่งรวมถึงพลังงานความร้อนพลังงานนิวเคลียร์และพลังงานธรรมชาติ การผลิตน้ำมันเหมืองแร่การต่อเรือเหล็กเคมีภัณฑ์และเครื่องจักรเป็นตัวอย่างของอุตสาหกรรมหนัก

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอุตสาหกรรมหนักและอุตสาหกรรมเบา จะเห็นว่า อุตสาหกรรมหนักไม่มีความหมายคงที่เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมเบาเนื่องจากอาจหมายถึงการผลิต

ผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำหนักมากหรือหนักในกระบวนการที่นำไปสู่การผลิต และความต้องการเงินทุนของอุตสาหกรรมหนักนั้นสูงกว่าอุตสาหกรรมเบาเช่นโรงกลั่นน้ำมันจะมีต้นทุนเงินทุนสูง ซึ่งแรงงานสำหรับอุตสาหกรรมหนักมักจะต้องมีทักษะและประสบการณ์มากขึ้นในขณะที่อุตสาหกรรมเบาสามารถจ้างคนที่มีคุณสมบัติน้อยกว่าด้วยการฝึกอบรมระดับปานกลาง โดยในอุตสาหกรรมเบามีการประกอบชิ้นส่วนสำเร็จรูปที่มีน้ำหนักเบามากตัวอย่างเช่นการประกอบเฟอร์นิเจอร์ IKEA ในขณะที่อุตสาหกรรมหนักหมายถึงความซับซ้อนที่มากขึ้นในกระบวนการและกระบวนการย่อย สำหรับการผลิตเสื้อผ้าเครื่องเรือนและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์จัดอยู่ในประเภทของอุตสาหกรรมเบาในขณะที่การผลิตรถยนต์โครงสร้างขนาดใหญ่อุปกรณ์ทางทหารเช่นถังและปืนถือเป็นผู้ผลิตอุตสาหกรรมหนัก ซึ่งในขณะที่อุตสาหกรรมเบามักก่อให้เกิดมลภาวะน้อยเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมหนักอุตสาหกรรมเบาบางแห่งอาจมีความเสี่ยงที่สำคัญตัวอย่างเช่นในการผลิตผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์อาจมีการสร้างระดับตะกั่วหรือสารเคมีที่เป็นอันตรายในดิน การผลิตผลิตภัณฑ์เช่นสารทำความสะอาดและสารขจัดคราบไขมันสามารถทำให้เกิดการปนเปื้อนจำนวนมาก สำหรับระเบียบและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจะเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมหนักมีลักษณะขนาดใหญ่และเงินทุนจำนวนมากที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมหนักมีแนวโน้มที่จะส่งผลให้จำนวนของกฎระเบียบของรัฐบาลที่สำคัญ ซึ่งมีกฎข้อบังคับนี้เกี่ยวข้องกับส่วนที่อุตสาหกรรมหนักมีต่อสิ่งแวดล้อมเนื่องจากพวกเขาผลิตมลพิษจำนวนมากที่สามารถส่งผลกระทบต่ออากาศและน้ำทั่วทั้งบริเวณที่มีการดำเนินงานอยู่

นอกจากนี้อุตสาหกรรมหนักจำนวนมากจำเป็นต้องทำงานตลอดทั้งวันซึ่งมักส่งผลให้เกิดเสียงดังเป็นจำนวนมากซึ่งอาจสร้างความรำคาญให้กับผู้ที่อาศัยและทำงานในบริเวณใกล้เคียง สำหรับรัฐบาลมักจัดการกับข้อกังวลเหล่านี้ผ่านการบังคับใช้กฎหมายการแบ่งเขตพิเศษสำหรับอุตสาหกรรมหนัก อย่างไรก็ตามเชื่อว่าเทคโนโลยีด้านสิ่งแวดล้อมเป็นกุญแจสำคัญในการปรับปรุงประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมนี้และในเวลาเดียวกันก็ช่วยลดมลภาวะที่เกิดจากการที่พวกเขามุ่งเน้นไปที่การป้องกันมลพิษแทนการควบคุมหรือทำความสะอาดง่าย ๆ ตัวอย่างของ บริษัท อุตสาหกรรมหนัก ได้แก่ บริษัท ฮุนไดเฮฟวี่อินดัสตรี จำกัด เป็น บริษัท ต่อเรือที่ใหญ่ที่สุดในโลก ตั้งอยู่ในอุลซานประเทศเกาหลีใต้มีแผนกธุรกิจ 7 สาขา ได้แก่ การต่อเรือนอกชายฝั่งและวิศวกรรมโรงงานอุตสาหกรรมมอเตอร์และเครื่องจักรระบบไฟฟ้าอุปกรณ์ก่อสร้างและพลังงานสีเขียวเครือข่ายการกระจายของผลิตภัณฑ์พลังงานแสงอาทิตย์ครอบคลุมผู้จัดจำหน่ายและผู้ค้าส่งมากกว่า 72 รายในกว่า 20 ประเทศ มีผลิตภัณฑ์ของ บริษัท ได้แก่ การต่อเรือ: เรือคอนเทนเนอร์, เรือขุด, เรือ LNG, เรือ การก่อสร้าง: รถขุด, รถตักล้อยาง, รถแบ็คโฮ, รถบดถนน, รถยก นอกชายฝั่งและวิศวกรรม: FPSO, กังดำน้ำ พีชและวิศวกรรมอุตสาหกรรม: โรงไฟฟ้าโรงผลิตน้ำมันและก๊าซโรงกลั่นน้ำทะเล เครื่องยนต์และเครื่องจักร: เครื่องยนต์ทางทะเลโรงไฟฟ้าเครื่องยนต์หุ่นยนต์อุตสาหกรรม ระบบไฟฟ้า: หม้อแปลงฉนวนก๊าซสถานีย่อยและพลังงานสีเขียว: โมดูลพลังงานแสงอาทิตย์ สำหรับमितซูบิชิเฮฟวี่อินดัสตรี จำกัด เป็นวิศวกรรมข้ามชาติอุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของญี่ปุ่น ผลิตภัณฑ์ของ บริษัท ประกอบด้วยส่วนประกอบด้านการบิน, เครื่องปรับอากาศ, เครื่องบิน, ชิ้นส่วนยานยนต์, รถยก, อุปกรณ์ไฮดรอลิก,

เครื่องมือกล, ซีปนาวุธ, อุปกรณ์ผลิตกระแสไฟฟ้า, ยานยนต์และยานอวกาศ ในเดือนมิถุนายน 2014 ซีเมนส์และมิทซูบิชิเฮฟวี่อินดัสตรีได้ประกาศการก่อตั้งเป็นกิจการร่วมค้าเพื่อประกวดราคาในธุรกิจพลังงานและการขนส่งที่มีปัญหาเช่นตู้รถไฟกังหันไอน้ำและเครื่องยนต์อากาศยาน สำหรับบริษัท ไท่หยวนอุตสาหกรรมหนัก จำกัด.เป็นผู้ผลิตเครื่องจักรอุตสาหกรรมในประเทศจีนซึ่งรวมผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ตั้งแต่อุปกรณ์ก่อสร้างไปจนถึงรถไฟล้อ. เป็นหนึ่งในผู้ผลิตเครื่องจักรกลที่ใหญ่ที่สุดในประเทศจีนและแข่งขันกับ CITIC Heavy Industries และ China First Heavy Industries มันเป็นที่รู้จักสำหรับการผลิตอุปกรณ์ก่อสร้างที่มีประสิทธิภาพ บริษัท ร่วมกับคู่ค้าเทคโนโลยี Sinochem และ Synfuels ได้พัฒนาโครงสร้างที่ตั้งสิ่งของหนักสุด 6,400 ตันพร้อมลิฟท์ไฮดรอลิกซึ่งถูกสร้างขึ้นเพื่อสร้างเรือโรงกลั่นในอุตสาหกรรมปิโตรเคมี บริษัท ยังผลิตรถขุดขนาด 1800 ตันซึ่งถือว่าเป็นใหญ่ที่สุดในโลก

สำหรับงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมหนักในประเทศไทย” พัฒนาจากทฤษฎีสถานการณ์ (Contingency Theory) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้ ทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ (Situational Management Theory) หรือทฤษฎีเชิงสถานการณ์ (Contingency Theory) ซึ่งถือเป็นทฤษฎีการบริหารที่ขึ้นอยู่กับสภาพข้อเท็จจริงด้วยแนวคิดที่ว่าทางเลือกทางออกที่จะไปสู่การแก้ปัญหาทางการบริหารถือว่าไม่มีวิธีใดที่ดีที่สุด หากแต่สถานการณ์ต่างหากที่จะเป็นตัวกำหนดว่าควรจะใช้วิธีการบริหารแบบใดในสถานการณ์นั้น ๆ หลักคิดง่าย ๆ ของการบริหารเชิงสถานการณ์นั้น ถือว่าการบริหารจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ สถานการณ์จะเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจในการเลือกรูปแบบการบริหารที่เหมาะสม ผู้บริหารจะต้องพยายามวิเคราะห์สถานการณ์ให้ดีที่สุด โดยเป็นการผสมผสานแนวคิดระหว่างระบบปิดและระบบเปิด ยอมรับหลักการของทฤษฎีระบบว่าทุกส่วนของระบบจะต้องสัมพันธ์มีผลกระทบซึ่งกันและกัน คือมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างองค์การกับสภาพแวดล้อมขององค์การ สถานการณ์บางครั้งจะต้องใช้การตัดสินใจอย่างเฉียบขาด บางสถานการณ์ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ บางครั้งก็ต้องคำนึงถึงหลักมนุษยและแรงจูงใจ บางครั้งก็ต้องคำนึงถึงเป้าหมายหรือผลผลิตขององค์การเป็นหลัก การบริหารจึงต้องอาศัยสถานการณ์เป็นตัวกำหนดในการตัดสินใจ (Fiedler, 1966) ซึ่งการสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันมีหลากหลายวิธี เช่น การสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ และการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ เป็นต้น การสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ ผู้ประกอบการหรือองค์การต้องทุ่มทุนหรือมีสายป่านด้านเงินทุนที่มากพอ โดยต้องเริ่มต้นตั้งแต่การวางแผนและการทำวิจัย จึงเหมาะกับผู้ประกอบการหรือองค์การขนาดใหญ่ และการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ (Business Connection) ผู้ประกอบการหรือองค์การต้องใช้ระยะเวลาและความพยายามค่อนข้างมาก แต่การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ผู้ประกอบการหรือองค์การไม่ว่าจะขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่สามารถทำได้ง่ายที่สุด และถือเป็นปัจจัยภายในที่ผู้ประกอบการสามารถควบคุมได้ (Gopalakrishnan, Samuels, & Swenson, 2014) ดังนั้น การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์จึงเป็นเครื่องมือการ

บริการต้นทุนที่ได้ผลและเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวาง ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบสำคัญ 6 ประการ ได้แก่ 1) ต้นทุนคุณลักษณะ (Attribute Costing) เป็นลักษณะที่ถูกเรียกว่า วัตถุประสงค์ต้นทุน ที่มีหัวใจสำคัญอยู่ที่การสร้างสรรคคุณสมบัตินหรือคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ให้เกิดมูลค่าจนลูกค้าเกิดความเต็มใจที่จะจ่ายเงินในการซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ (Ramljak & Rogosic, 2012) 2) ต้นทุน/การบริหารฐานกิจกรรม (Activity Based Costing/Management) ให้แนวทางการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือมากขึ้น มุ่งที่กิจกรรม มุ่งลดต้นทุนทางอ้อม ไม่ได้ให้ความสนใจมากนักกับการลดต้นทุนทางตรง 3) ต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle Costing) เป็นแนวคิดในการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานในระยะยาวโดยจะนำเอาต้นทุนตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์มาคิดเป็นต้นทุนของผลิตภัณฑ์หรือบริการ เหมาะสำหรับการใช้ในการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์และการวัดประสิทธิภาพการทำการกำไรของผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะยาว (Freiberg & Sujova, 2011) 4) ต้นทุนคุณภาพ (Quality Costing) เป็นต้นทุนที่เกิดจากการทำกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์การเพื่อก่อให้เกิดคุณภาพในทุก ๆ กระบวนการดำเนินงานขององค์การ รวมถึงต้นทุนความเสียหายที่เกิดจากการที่ไม่สามารถทำได้ตามข้อกำหนดหรือตามที่ลูกค้าต้องการได้ ดังนั้น ต้นทุนคุณภาพจึงเป็นต้นทุนที่กระจายอยู่ในทุกส่วนงานขององค์การ ทุกส่วนงานจึงมีหน้าที่บริหารจัดการภายในหน่วยงานให้เกิดความผิดพลาดน้อยที่สุดเพื่อให้เกิดค่าใช้จ่ายต่ำที่สุด (Crandall & Julien, 2010) 5) ระบบต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing) มุ่งไปที่การบริหารให้ต้นทุนของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่สอดคล้องกับราคาเป้าหมาย หรือไม่ให้เกินเป้าหมาย มุ่งเน้นทั้งการลดต้นทุนทางตรงและทางอ้อมของผลิตภัณฑ์ (Currie, 2012) และ 6) การจัดการห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain management) เป็นวิธีการประเมินความได้เปรียบในการแข่งขันโดยกำหนดข้อได้เปรียบเชิงกลยุทธ์และข้อเสียของกิจกรรมในวงจรที่ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์หรือบริการและเสนอขายให้แก่ผู้ใช้ปลายทาง ด้วยการศึกษาล่วงโซ่คุณค่าขององค์การ ต้นทุนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในทุก ๆ กิจกรรมในห่วงโซ่สามารถนำมากำหนดโครงสร้างต้นทุนขององค์การได้ (Shank and Govindarajan, 2012) สิ่งที่จะมาช่วยในการตัดสินใจว่าผู้ประกอบการหรือองค์การนั้น ๆ สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้เหนือกว่าคู่แข่งแล้วหรือไม่ ได้แก่ 1) ผู้นำด้านความแตกต่าง (Differentiation) โดยจะต้องมีสินค้าหรือบริการที่แตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่ง 2) ผู้นำด้านต้นทุนต่ำ (Cost Leadership) เมื่อธุรกิจสามารถควบคุมต้นทุนให้ต่ำกว่าคู่แข่งได้ ย่อมสามารถที่จะตั้งราคาขายให้ถูกกว่าคู่แข่ง จนเป็นที่มาของยอดขายและกำไรที่เพิ่มขึ้นได้ และ 3) ผู้นำเฉพาะจุด (Focus) คือ การเลือกที่จะแตกต่างเฉพาะจุดหรือการเลือกที่จะเป็นส่วนใดส่วนหนึ่งของตลาดก็เพียงพอแล้วในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ (Hansen, & Mowen, 2013)

นอกจากนี้ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน สามารถก่อให้เกิดประสิทธิภาพผลการดำเนินงานของกิจการ (Firm Performance) ประกอบด้วย 1) ผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Financial Performance) ได้แก่ ยอดขาย กำไรส่วนแบ่งตลาด เป็นต้น และ 2) ผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่การเงิน (Non-

Financial Performance) ได้แก่ คุณภาพสินค้าความพึงพอใจของลูกค้า การกลับมาใช้สินค้าและบริการซ้ำของลูกค้า เป็นต้น (American Veterinary Medical Association ,2015)

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาหา “รูปแบบการใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมหนักในประเทศไทย” ด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเลือกออกแบบการวิจัยแบบผสม (Mixed-Method Research) ได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารฝ่ายบัญชี ผู้บริหารฝ่ายการเงิน ผู้บริหารที่กำหนดกลยุทธ์ หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของกิจการอุตสาหกรรมหนักในประเทศไทย จำนวน 400 ธุรกิจ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) คือ ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารฝ่ายบัญชี ผู้บริหารฝ่ายการเงิน หรือผู้บริหารที่กำหนดกลยุทธ์ของกิจการอุตสาหกรรมหนักในประเทศไทย 9-15 คน ที่เลือกแบบเจาะจง ด้านตัวแปร คือ การใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย ต้นทุนคุณลักษณะ ต้นทุนฐาน/การบริหารฐานโดยกิจกรรม ต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ต้นทุนคุณภาพ ต้นทุนเป้าหมาย การจัดการห่วงโซ่คุณค่า ตัวแปรกลาง คือ ความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการ ได้แก่ ผู้นำด้านต้นทุนต่ำ ผู้นำด้านความแตกต่าง ผู้นำเฉพาะจุด ตัวแปรตาม คือ ผลการดำเนินงานของกิจการ ประกอบด้วย ผลการดำเนินงานด้านการเงิน ผลการดำเนินงานด้านการเงินที่ไม่ใช่ด้านการเงิน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

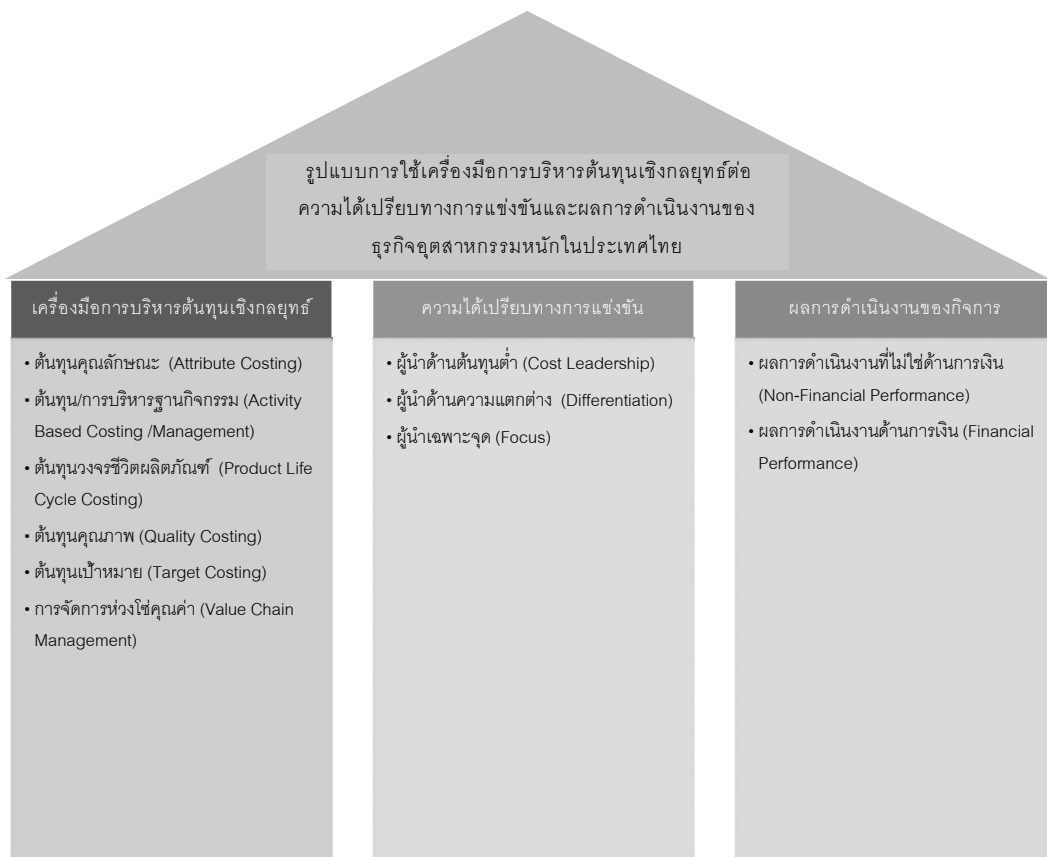
สำหรับรูปแบบการใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมหนักในประเทศไทย ประกอบด้วย การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Costing Management) เป็นปรัชญาทัศนคติและบรรดาเทคนิคที่จะช่วยในการกำหนดอนาคตขององค์กร นอกจากนี้การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ไม่ควรจำกัดขอบเขตและวัตถุประสงค์เฉพาะต่อต้นทุน แต่ควรคำนึงถึงรายได้ และความสามารถในการผลิตคุณค่าแก่ลูกค้า และกำหนดตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ขององค์กรด้วย เครื่องมือการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Costing Management Technique: SCM Techniques) เป็นการให้ความสำคัญกับการใช้ข้อมูลต้นทุนเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารเชิงกลยุทธ์ กล่าวคือ ข้อมูลต้นทุนจะเข้ามามีบทบาทสำคัญทั้งในส่วนของ การวางแผน ควบคุม และตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การใช้ข้อมูลต้นทุนในบริบทของการบริหารเชิงกลยุทธ์จะช่วยให้สามารถระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคเพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่เหนือชั้นอันจะนำมาซึ่งการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน ต้นทุนคุณลักษณะ (Attribute Costing) เป็นการคิดต้นทุนของคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ที่ดึงดูดลูกค้า คุณสมบัติที่สามารถคำนวณได้ ได้แก่ ตัวแปรประสิทธิภาพการดำเนินงาน ความน่าเชื่อถือ การ

จัดเตรียมการรับประกันระดับของการตกแต่ง และการตัดประกันการจัดหาและการบริการหลังการขาย

ต้นทุนฐาน/การบริหารโดยกิจกรรม (Activity Based Costing / Management) เป็นการคิดต้นทุนในการผลิตทางอ้อมของผลิตภัณฑ์โดยใช้ตัวผลัดต้นทุน เพื่อแทนที่ระบบต้นทุนแบบดั้งเดิมที่มักไม่สามารถให้รายละเอียดของต้นทุนและข้อมูลที่มีคุณภาพสำหรับการตัดสินใจ ต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle Costing) เป็นแนวคิดในการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานในระยะยาวโดยจะนำเอาต้นทุนตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์มาคิดเป็นต้นทุนของผลิตภัณฑ์หรือบริการ เหมาะสำหรับการใช้ในการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์และการวัดประสิทธิภาพการทำการกำไรของผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะยาว ต้นทุนคุณภาพ (Quality Costing) เป็นต้นทุนที่เกิดจากการทำกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อก่อให้เกิดคุณภาพในทุก ๆ กระบวนการดำเนินงานขององค์กร รวมถึงต้นทุนความเสียหายที่เกิดจากการที่ไม่สามารถทำได้ตามข้อกำหนดหรือตามที่ถูกค่าต้องการได้ ต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing) เป็นการกำหนดต้นทุนเป้าหมายเป็นเทคนิคที่สำคัญในการบริหารต้นทุนผลิตภัณฑ์ระหว่างขั้นตอนการออกแบบ โดยคำนวณต้นทุนเป้าหมายที่ต้องการให้เป็นจากราคาขายในตลาดลบด้วยกำไรที่ต้องการตั้งแต่ในขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้ผลกำไรที่เพียงพอเมื่อนำผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เข้าสู่ตลาด การจัดการห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Management) เป็นเป็นแนวคิดที่เน้นถึงบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศในการแข่งขัน ซึ่งแนวคิดนี้จะแบ่งกิจกรรมขององค์กรออกเป็นกิจกรรมต่างๆ ที่แตกต่างกันด้านเทคโนโลยีและเศรษฐกิจ คุณค่าที่องค์กรสร้างขึ้นจะวัดได้จากจำนวนเงินที่ผู้ซื้อยินดีจะจ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กรนั้นๆ ความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการ (Firm Competitive Advantage) เป็นความได้เปรียบในการแข่งขันที่สำคัญขององค์กรมี 2 อย่าง ซึ่งองค์กรระดับโลกจะมีอย่างใดอย่างหนึ่งระหว่าง การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน (Cost Leadership) กับการเป็นผู้นำด้านความแตกต่าง (Differentiation) องค์กรที่พยายามจะเป็นทั้ง 2 อย่างมักจะจบลงที่ความไม่ชัดเจนในกลยุทธ์ และจะไม่สามารถเข้าถึงหรือรักษาความเป็นผู้นำไว้ได้ ผู้นำด้านต้นทุนต่ำ (Cost Leadership) เป็นผู้นำด้านต้นทุนโดยรวมขององค์กรและของทุกผลิตภัณฑ์ ผลดีของต้นทุนต่ำซึ่งองค์กรจะมีกำไรสูงกว่ากำไรปกติ และขณะเดียวกันป้องกันคู่แข่งไม่ให้ลดราคาลงมา เป็นการป้องกันฐานลูกค้า และกดดันผู้ขายวัตถุดิบในด้านราคาเพราะต้องรักษาต้นทุนต่ำ ผู้นำด้านความแตกต่าง (Differentiation) เป็นผู้ที่แสวงหาข้อได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์หรือการบริการในลักษณะที่ไม่เหมือนใคร เพื่อให้เกิดคุณค่าที่สูงขึ้นกับลูกค้า และความแตกต่างนี้ต้องทำให้ผู้ซื้ออยากใช้ผลิตภัณฑ์นั้น และยินดีจะจ่ายซื้อผลิตภัณฑ์ในราคาที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง ข้อ ผู้นำเฉพาะจุด (Focus) เป็นผู้นำกลยุทธ์ที่เน้นการทำต้นทุนให้ต่ำในตลาดเฉพาะจุด องค์กรที่ใช้กลยุทธ์นี้ไม่จำเป็นต้องเสนอราคาต่ำที่สุดในตลาดโดยรวม เพียงแค่ต่ำกว่าคู่แข่งในพื้นที่การแข่งขันของตนก็เพียงพอ ผลการดำเนินงานของกิจการ (Firm Performance) เป็นผลลัพธ์ที่สามารถสร้างออกมาโดยการกำหนดขั้นตอนและการปฏิบัติงาน มีการวัดหรือการประเมินองค์กรในด้านต่างๆ ที่วางแผนไว้ ผลของการดำเนินงานไม่เพียงแต่จะวัดผลด้านการเงินซึ่ง

เป็นข้อมูลในอดีตเพียงอย่างเดียว ดังนั้น การพัฒนาธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนรวมถึงการพัฒนาการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรเพื่อให้ทราบสถานะภาพได้ตลอดเวลา ผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Financial Performance) เป็นผลการดำเนินงานทางการเงินที่มีการวัดตามเงื่อนไขทางบัญชี การประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรควรประเมินผลสำเร็จของเป้าหมายและผลการดำเนินงานทางการเงินที่แสดงถึงผลสำเร็จของรายได้สุทธิหรือยอดขาย การเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด ผลตอบแทนจากการลงทุนที่ดีขึ้น การเติบโต และความต่อเนื่องของผลการดำเนินงาน ผลการดำเนินงานด้านการเงินที่ไม่ใช่ด้านการเงิน (Non-Financial Performance) เป็นผลการดำเนินงานทางการตลาดสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้า ปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้น ความพึงพอใจของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ความภักดีของลูกค้า และการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาด เหล่านี้เป็นตัวบ่งชี้ถึงผลการดำเนินงานด้านการตลาด อุตสาหกรรมหนัก เป็นอุตสาหกรรมที่แสดงถึงการลงทุนขนาดใหญ่ อุตสาหกรรมที่เป็นวัฏจักรในแง่ของการลงทุนและการจ้างงาน อุตสาหกรรมที่มักจะเป็นกระบวนการที่ค่อนข้างซับซ้อน อุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่การผลิตเพราะพวกเขาเป็นผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ อุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อุตสาหกรรมที่มุ่งเน้นไปที่การประกอบผลิตภัณฑ์เป็นหลักไม่ใช่ในการส่งเสริมการขายหรือการขายผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย

สำหรับการวิจัยนี้ จะทำให้ทราบตัวแปรต่างๆ ที่เฉพาะเจาะจงเพิ่มเติมในการนำเครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ความสามารถในการแข่งขันและผลการดำเนินงานและเป็นแนวทางในการปรับปรุงและประยุกต์การนำเครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ไปใช้ในอุตสาหกรรมหนักโดยเฉพาะกิจการทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศที่มีบริบทใกล้เคียงกับบริบทของไทยให้เกิดความสำเร็จ โดยกิจการนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไปใช้มีนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาองค์กรและเพิ่มขีดความสามารถเปรียบเทียบการแข่งขันให้กับองค์กรนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงแก้ไขข้อผิดพลาดในการบริหารเชิงกลยุทธ์ขององค์กร และทำให้กิจการทราบต้นทุนของธุรกิจที่แม่นยำและสมเหตุสมผล โดยข้อมูลต้นทุนดังกล่าวสามารถนำไปใช้ในการควบคุมและปรับปรุงกิจกรรมต่างๆ ที่ทำให้เกิดต้นทุน และนำไปปรับปรุงพัฒนาการทำงานของหน่วยงานต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการลดกิจกรรมที่ไม่สร้างมูลค่า (Non-Value Added) แต่มีต้นทุนสูง (Cooper & Zmud, 1990; Rotch, 1990) ซึ่งกิจการยังสามารถใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์นำไปสนับสนุนความเป็นผู้นำทางด้านธุรกิจและแข่งขันได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน



ภาพที่ 1 รูปแบบการใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมหนักในประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วรธนะสวัสดิ์, อิศราภรณ์ หนูผล และ เนตรดาว ชัยเขต. (2559) . ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนคุณภาพกับผลการดำเนินงานขององค์กร. **วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา**, 5(1), 37-62.
- กุลชญา แว่นแก้ว. (2559). ผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการต้นทุนที่เหมาะสมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและการได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตการค้าชายแดนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. **วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่**, 9(1), 46-64.
- จิรประภา ประจวบสุข, จุลสุชาดา ศิริสม และ นภาพรณี พลนิกรกิจ. (2556) . ผลกระทบของการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์พลาสติกในประเทศไทย. **วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**, 33(1), 26-35.

ฉัญญธร ศรีวิเชียร. (2560) . ผลกระทบของการบริหารต้นทุนเป้าหมายที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**, 36(6), 204-217.

Abdelraheem Abubkr, Serajeldin Badreldin & Jedo Aldouma. (2017). Strategic Cost and Activating Competitive Advantage. **International Journal of Trend in Scientific Research and Development**, 1(4), 337-342.

Al-Naser Khalis. (2017). The Integration between Strategic Cost Management Techniques to Improve the Performance of Iraqi Manufacturing Companies. **Asian Journal of Finance & Accounting**, 9(1), 210-223.

Alsoboa Sliman, Al-Ghazzawi Ali & Joudeh Abdulhakim. (2015). The impact of strategic costing techniques on the performance of Jordanian listed manufacturing companies. **Research Journal of Finance and Accounting**. 6(10), 116-127.

Anna Afonina. (2015) . Strategic Management Tools and Techniques and Organizational Performance: Findings from the Czech Republic. **Journal of Competitiveness**, 7(3). 19-36.

Alamri Mohammed Ahmad. (2018) . Strategic Management Accounting and the Dimensions of Competitive Advantage: Testing the Associations in Saudi Industrial Sector. 4 8 **International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences**, 8(2), 48-64.

Elyazid Sahri. (2016) . Performance Measurement: Quality, Cost, and Time Is New System: So Called Strategic Cost Management. **Research Journal of Finance and Accounting**. 7(17),1-11.

Maurilio Alves de Melo & Rodrigo José Guerra Leone. (2015) . **Alignment between Competitive Strategies and Cost Management: a Study of Small Manufacturing Companies**. This article has a Creative Commons License - Attribution 3.0 Not Adapted, 12(5), 78-96.

Moslem Sedaghati, Hamid Ravanpak Noodezh, Ali Amiri. (2015) . **Investigate the Relationship Between Cost Management Strategy, Organization Size, Growth Options and The Performance of Companies In Tehran Stock Exchange**. *Natura, Santa Maria*, 37(1), 104-115.

โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความสำเร็จของระบบยาในโรงพยาบาลเอกชนในเขต กรุงเทพมหานคร

The causal factor model for the success of the drug system in private hospitals in Bangkok.

วิชา ประยูรหงษ์¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เรื่อง โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความสำเร็จของระบบยาในโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อให้ทราบระดับการนำมาตรฐานการจัดการด้านยาไปสู่การปฏิบัติของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อระบุปัจจัยที่มีผลต่อการนำมาตรฐานการจัดการด้านยาไปสู่การปฏิบัติในโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร 3. เพื่อพัฒนาโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความสำเร็จของระบบยาในโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed method research) ซึ่งประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณโดยการสำรวจ (Survey research) โดยตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการนำมาตรฐานการจัดการด้านยาไปสู่การปฏิบัติและปัญหาอุปสรรค หลังจากนั้นทำการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยที่แท้จริงมาพัฒนารูปแบบการนำมาตรฐานการจัดการด้านยาไปสู่การปฏิบัติโดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Action research) พบว่าองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่ 1. การวางแผน (Planning) เป็นการศึกษาบริบทระบบยาของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร และประเมินสถานการณ์ วิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค และความคาดหวังในการพัฒนาระบบยาโดย 1) ประชุมปรึกษาหารือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพปัญหาปัจจุบันและความต้องการในการดำเนินงาน 2) ประชุมเชิงปฏิบัติการ วางแผนการพัฒนาระบบยาโดยใช้กลยุทธ์การป้องกันและเฝ้าระวังความคลาดเคลื่อนทางยา 2. การปฏิบัติการ (Action) เป็นการปฏิบัติตามแนวทาง/ กิจกรรม ที่ได้จากวางแผนแบบมีส่วนร่วมในข้อ 1. เพื่อพัฒนารูปแบบการนำมาตรฐานการจัดการด้านยาไปสู่การปฏิบัติ โรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครโดยการสื่อสารแนวทางและ ทดลองปฏิบัติในสถานการณ์จริงว่าแนวทางที่กำหนดสามารถนำมาสู่การปฏิบัติได้จริงหรือไม่ 3. ขั้นสังเกตการณ์และประเมินผลการปฏิบัติ (Observation) เป็นการขั้นตอนนี้เป็นการสังเกตหรือการเก็บรวบรวมข้อมูลประเมินผลการดำเนินงานตามกิจกรรม 1) กระบวนการวางแผนแบบมีส่วนร่วม 2) ประเมินการดำเนิน กิจกรรม/แนวทางปฏิบัติ 3) ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการพัฒนา 4. การสะท้อนผล (Reflection) เป็นการสรุปข้อค้นพบและการสะท้อนผล ที่ได้จากการปฏิบัติตามแผนและ

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

ปรับปรุงแนวทางปฏิบัติ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเหมาะสมกับสถานการณ์ของ
โรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: ระบบยา โรงพยาบาลเอกชน โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุ

Abstract

This research on the model of causal factors for drug systems' success in private hospitals in Bangkok aims to 1. To know the degree of drug management standards being implemented into the practice of private hospitals in Bangkok, Mahanakorn 2. To identify factors affecting the implementation of drug management standards into practice in private hospitals in Bangkok. 3. To develop a causal factor model for the success of drug systems in private hospitals in Bangkok. A mixed-method research consists of Quantitative research by survey (Survey Research) that answers questionnaires about the level of implementation of drug management standards and problems. After that, the qualitative study was conducted by an in-depth interview to analyze the real factors to develop a model for implementing drug management standards into action by action research. It was found that the important components are: 1. Planning (Planning) is the study of the private hospitals' drug system in Bangkok. And assess the Situation Analysis of obstacles and expectations for drug system development by 1) meeting with stakeholders to study and analyze current problems and operational needs; 2) workshops Plan the development of the drug system by using strategies for prevention and surveillance of drug discrepancies. 2. Action (Action) is implementing the guidelines/activities obtained from the participatory planning in item 1. To develop a model for the performance of management standards. Drug side into action Private hospitals in Bangkok by communicating the guidelines and Experiment in real-world situations to see if the given guidelines can be put into practice or not. 3. Observation and evaluation steps (Observation) This is the process of observing or collecting data and evaluating the performance of the activities 1) participatory planning process 2) evaluating the implementation Activities / Guidelines 3) Problems, obstacles and suggestions for development 4. Reflection is a summary of findings and reflection of results. It was obtained from the implementation of the plan and improved the guidelines to be more efficient, continuous, and suitable for private hospitals in Bangkok.

Keywords; private hospital, drug system, Causal factor model

ที่มาปัญหาและความสำคัญ

ปี พ.ศ.2540 Institute of Medicine (IOM) ของสหรัฐอเมริกาได้รายงานว่าความคลาดเคลื่อนทางการแพทย์เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ป่วยเสียชีวิตถึง 44,000 - 98,000 คนต่อปี โดยยาเป็นสาเหตุที่ทำให้มีผู้เสียชีวิตประมาณ 7,000 คนต่อปี ซึ่งสร้างความวิตกกังวลให้กับชาวอเมริกันจำนวนมาก และทำให้เกิดความไม่เชื่อมั่นในระบบบริการสุขภาพด้วย ปัญหาจากความคลาดเคลื่อนที่เกี่ยวข้องกับการใช้ยาถูกรายงานอย่างเป็นระบบมากขึ้นตามลำดับ โดยในปี พ.ศ.2541 Joint Commission on Accreditation of Healthcare Organizations (JCAHO) ได้รายงานเหตุการณ์อันตรายที่เกิดขึ้นทางการแพทย์ 200 เหตุการณ์ โดยพบว่าส่วนใหญ่เกิดจากความคลาดเคลื่อนทางยา และมีหลายเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับยา potassium chloride injection (KCI) โดยพบ ผู้ป่วย 10 ราย เสียชีวิตจากการให้ยา KCI ผิดพลาด โดย 8 คนเสียชีวิตจากการฉีดยา KCI เข้าเส้นเลือดโดยตรง ซึ่ง 6 คน ใน 8 คนนี้ เกิดจากการฉีดยาผิดชนิด โดยฉีดยา KCI แทน sodium chloride (NaCl), heparin และ furosemide จากการตระหนักถึงปัญหาเนื่องจากความคลาดเคลื่อนทางยา ในปี พ.ศ.2545 องค์การอนามัยโลก (World Health Organization; WHO) จึงได้ประกาศให้ความสำคัญของผู้ป่วย (Patient safety) เป็นหลักการพื้นฐานที่สำคัญในระบบบริการสุขภาพ ซึ่งความปลอดภัยในการใช้ยาเป็นประเด็นสำคัญซึ่งต้องได้มาตรฐาน เพื่อให้ผู้รับบริการปลอดภัย ประเทศสมาชิกขององค์การอนามัยโลกได้กำหนดมาตรฐาน ของแต่ละประเทศเพื่อความปลอดภัยของผู้ป่วยในประเทศตน

สำหรับประเทศไทย กระทรวงสาธารณสุขร่วมกับองค์การ อนามัยโลก ผลักดันความคิดริเริ่มด้านความปลอดภัย ภายใต้ โครงการ Fist Global Patient Safety Challenge และได้ ประกาศนโยบายด้านความปลอดภัยของผู้ป่วยระดับชาติ 2550-2551 โดยมีประเด็นหลัก 2 ประเด็น คือ หนึ่ง การ ป้องกันการติดเชื้อจากการรักษาพยาบาล (Health care associated infections) ในหัวข้อ “บริการปลอดภัย ใส่ใจความ สะอาด (Clean care is safer care)” และประเด็นที่สอง คือ มาตรการความปลอดภัยด้านยา (Medication safety) ใน หัวข้อ “ยาปลอดภัย ผู้ป่วยปลอดภัย (Medication safety for patient safety)” ทั้งนี้ นโยบายด้านความปลอดภัยของผู้ป่วย ระดับชาติ 2550-2551 ได้กำหนดจุดเน้นเพื่อดำเนินการในกลุ่มยาสำคัญไว้ 3 ประการ คือ 1) ยาที่มีรูปคล้าย เสียงพ้อง (Look-alike, Sound-alike medication; LASA) 2) ยาในกลุ่มที่ต้องระมัดระวังสูง (High-alert drugs) และ 3) กลุ่มยาที่มีอาการไม่พึงประสงค์ที่รุนแรงและการแพ้ยา ซึ่งการกำหนด นโยบายดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อรณรงค์และจัดการระบบ บริหารจัดการด้านยาใน 4 ประเด็นสำคัญ คือ 1) มาตรการลด ความคลาดเคลื่อนทางยา 2) มาตรการป้องกัน ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการใช้ยา 3) มาตรการลดอาการไม่พึงประสงค์ที่ รุนแรง/การแพ้ยา และ 4) การ พัฒนาระบบการรวบรวมและ จัดการความรู้ สำหรับกรณีเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ทางยาและ เหตุการณ์พึง สังวร (Potential adverse event & sentinel events) และการพัฒนาเครือข่ายโรงพยาบาล “ยาปลอดภัย ผู้ป่วยปลอดภัย”

การจัดการระบบยา (Medication Management System; MMS) คือ การใช้หลักการบริหาร ตั้งแต่การวางแผน การจัดองค์กร การสั่งการ และการควบคุม เพื่อให้เกิดระบบยาที่มี ประสิทธิภาพ เป็นไปตามเป้าประสงค์ขององค์กร และตอบสนองความต้องการของผู้ป่วย และผู้รับผลงานในระบบ ซึ่งจะครอบคลุมกระบวนการหลักทั้ง 6 กระบวนการ คือ 1) การคัดเลือกและจัดหา (Medication selection and procurement) 2) การเก็บรักษา (Storage) 3) การสั่งใช้ยา (Ordering and prescribing) รวมถึงการคัดลอกคำสั่งการใช้ยา (Transcribing medication orders) 4) การเตรียมยาและการจ่ายยา (Preparing and dispensing) 5) การให้ยา (Administration) และ 6) การติดตามการใช้ยา (Monitoring)

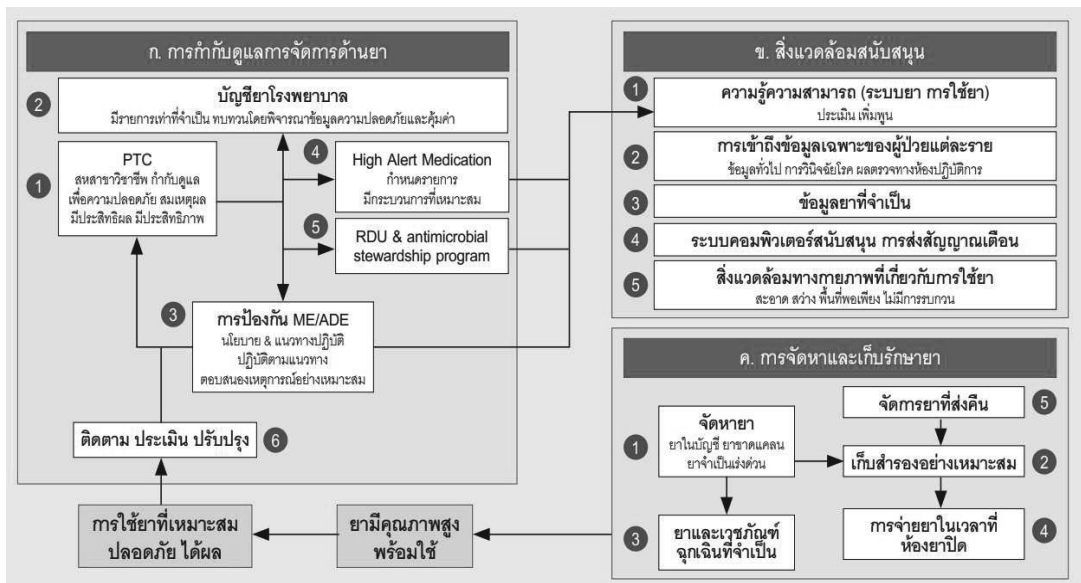
ในประเทศสหรัฐอเมริกา The Joint Commission on Accreditation of Healthcare Organizations (JCAHO) ได้ กำหนดมาตรฐาน Medication Management Standards ขึ้น ใน พ.ศ. 2547 ซึ่งมาตรฐานนี้ได้เปลี่ยนชื่อจาก medication use เป็น medication management ซึ่งเดิม medication use มีมาตรฐานในกระบวนการทำงาน 4 ขั้นตอน โดยปรับปรุง เพิ่มเติมกระบวนการอีก 2 ขั้นตอน ในที่สุดได้กระบวนการ 6 ขั้นตอน ดังกล่าวข้างต้น ปัจจุบันการกำหนดเป้าหมายความปลอดภัยของผู้ป่วย (Patient safety goals) เป็นประเด็นที่ โรงพยาบาลทั่วโลกให้ความสำคัญ ซึ่งหนึ่งในแนวทางดังกล่าวได้แก่ ความปลอดภัยด้านยา (Medication safety) (อนุวัฒน์ศุภชุตินกุล, 2561) จากข้อมูลของสถาบัน Institute of Medicine (IOM) ใน ประเทศสหรัฐอเมริกาได้รายงานไว้ว่ายาเป็นสาเหตุที่พบบ่อยที่สุดของความคลาดเคลื่อนทางการแพทย์ (Brennan et al., 1991) จึงจำเป็นที่โรงพยาบาล จะต้องดำเนินการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานเพื่อการค้นหาความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อ ผู้ป่วย ด้วยระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ (นิตยา จันดาร์ักษ์, 2553)

โรงพยาบาลในกระทรวงสาธารณสุขได้นำมาตรฐานการรับรองคุณภาพโรงพยาบาล (Hospital Accreditation: HA) มาเป็นแนวคิดหลักในการพัฒนาโรงพยาบาลทั้งนี้ ระบบการจัดการด้านยาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาคุณภาพโรงพยาบาล โดยมีเป้าประสงค์หลักที่สำคัญคือความปลอดภัยของผู้ป่วย (สถาบันพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล, 2561) อย่างไรก็ตามการสนับสนุนปัจจัยดังกล่าวจากองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการปฏิบัติงาน รวมถึงการพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงพยาบาล ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ คน (Man) เงิน (Money) วัสดุสิ่งของ (Material) และวิธีการจัดการ (Manage) อันเป็นองค์ประกอบของปัจจัยพื้นฐานซึ่งจะนำไปสู่ การบรรลุเป้าหมายขององค์กร (ทองหล่อ เดชไทย, 2560) ในปัจจุบันระบบงานสำคัญของโรงพยาบาล ในส่วนระบบการจัดการด้านยามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

II – 6 ระบบการจัดการด้านยา (MMS)

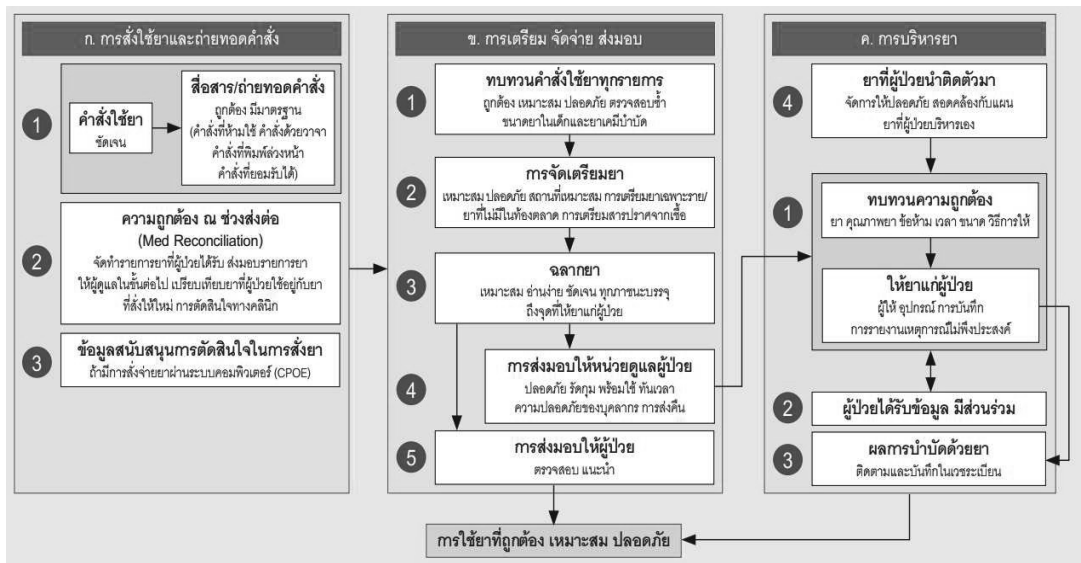
II -6.1 การกำกับดูแลและสิ่งแวดล้อมสนับสนุน (Oversight and Supportive Environment)

องค์กรสร้างความมั่นใจในระบบการจัดการด้านยาที่ปลอดภัย เหมาะสม และได้ผล รวมทั้งการมี ยาที่มีคุณภาพสูง พร้อมใช้ สำหรับผู้ป่วย ผ่านกลไกกำกับดูแลและสิ่งแวดล้อมสนับสนุน



II - 6.2 การปฏิบัติในการใช้ยา (Medication Use Practices)

องค์กรทำให้มั่นใจในความปลอดภัย ความถูกต้อง ความเหมาะสม และประสิทธิผลของกระบวนการทั้งหมดตั้งแต่การสั่งใช้ยาจนถึงการบริหารยา



II - 6.1 การกำกับดูแลและสิ่งแวดล้อมสนับสนุน (MIMS.1)

องค์กรสร้างความมั่นใจในระบบการจัดการด้านยาที่ปลอดภัย เหมาะสม และได้ผล รวมทั้งการมียาที่มีคุณภาพสูงพร้อมใช้สำหรับผู้ป่วย ผ่านกลไกกำกับดูแลและสิ่งแวดล้อมสนับสนุน ได้แก่ ก. การกำกับดูแลการจัดการด้านยา ข. สิ่งแวดล้อมสนับสนุน ค. การจัดหาและเก็บรักษา

II-6.2 การปฏิบัติในการใช้ยา (MIMS.2)

องค์กรทำให้มั่นใจในความปลอดภัย ความถูกต้อง ความเหมาะสม และประสิทธิผลของกระบวนการทั้งหมด ตั้งแต่การสั่งใช้ยาจนถึงการบริหารยา ได้แก่ ก. การสั่งใช้และถ่ายถอดคำสั่ง ข. การเตรียม เขียนฉลาก จัดจ่าย และส่งมอบยา ค. การบริหารยา

สำหรับการศึกษาเรื่องโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความสำเร็จของระบบยาในโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร นั้นได้มีแนวทางของความสำเร็จผลการดำเนินงานขององค์กรเกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นเป็นประจำในการกำหนดเป้าหมายขององค์กร การติดตามความคืบหน้าในการก้าวสู่เป้าหมาย และการปรับเปลี่ยนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายเหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การวางแผนเชิงกลยุทธ์เป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินงานขององค์กร เป็นกระบวนการที่กว้างเพื่อระบุทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ ได้แก่ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และเป้าหมายโดยรวม การนำทางกระทำโดยผ่านเป้าหมายสิ่งที่ต้องทำ แผนงานหลายระดับ วัตถุประสงค์ เส้นเวลา และความรับผิดชอบ ทั้งนี้การวัดผลการดำเนินงานขององค์กรมีสามมิติ คือ (1) ประสิทธิภาพ (2) ประสิทธิภาพและ (3) ความสามารถในการปรับตัว โดยตัวชี้วัดในสามมิติ ได้แก่ ผลตอบแทนจากการลงทุน การเติบโตของยอดขาย และความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ใหม่ ตามลำดับอีกทั้ง การวัดประสิทธิผลเชิงเปรียบเทียบจะเป็นตัวบ่งชี้ที่เหมาะสมสำหรับการวัดในองค์กร (Salter, 2015) ซึ่งผลการดำเนินงานประกอบด้วย 2 ด้าน คือ ผลการดำเนินงานทางการตลาด และผลการดำเนินงานทางการเงิน ผลการดำเนินงานทางการตลาดสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้า ปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้น ความพึงพอใจของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ความภักดีของลูกค้า และการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาด เหล่านี้เป็นตัวบ่งชี้ถึงผลการดำเนินงานด้านการตลาด ในขณะที่ผลการดำเนินงานทางการเงินมีการวัดตามเงื่อนไขทางบัญชี การประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรควรประเมินผลสำเร็จของเป้าหมายและผลการดำเนินงานทางการเงินที่แสดงถึงผลสำเร็จของรายได้สุทธิหรือยอดขาย การเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด ผลตอบแทนจากการลงทุนที่ดีขึ้น การเติบโต และความต่อเนื่องของผลการดำเนินงาน (Chai-Amonphaisal & Ussahwanitchakit, 2017; Tantiset & Ussahwanitchakit, 2018)

การดำเนินธุรกิจมุ่งเน้นไปที่ผลกำไรสูงสุดและแนวทางทั่วไป คือ การควบคุมต้นทุนโดยคาดว่าวิธีนี้จะสร้างผลการดำเนินงานด้านการเงินโดยรวมที่ดีที่สุด ความสำเร็จในการดำเนินการตามกลยุทธ์การบริหารต้นทุนอาจสร้างมูลค่าให้กับองค์กร เช่น กิจกรรมการควบคุมการผลิตมากขึ้นส่งผลให้กระบวนการผลิตมีคุณภาพดีขึ้น ลดต้นทุนต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์ และความแปรปรวนของต้นทุน นอกจากนี้ผลของความสำเร็จในการบริหารต้นทุน คือ การเพิ่มมูลค่าและการปรับปรุงผลกำไรซึ่งส่งผลดีต่อมูลค่าองค์กรมากกว่าการกำหนดราคา ดังนั้น การบริหารต้นทุนจึงสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิผลขององค์กร (Healthcare Financial Management Association, 2012)

การเพิ่มประสิทธิผลการปฏิบัติงานขององค์กรทำได้โดยการปรับปรุงความสามารถในการทำงานของหมู่คณะหรือทีมงานและพัฒนาความสามารถในการทำงานให้เกิดคุณประโยชน์จากแต่ละคน การ

บริหารจัดการผลการปฏิบัติงานของพนักงานและการบริหารเป้าหมายช่วยให้บรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ และการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ผลประโยชน์ทางการเงิน ผลการดำเนินงานขององค์กร อาทิ การเจริญเติบโตของยอดขาย การลดต้นทุนในองค์กร และลดการใช้จ่ายโครงการ เพื่อให้บรรลุสิ่งเหล่านี้ องค์กรใช้ตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators : KPIs) ซึ่งเป็นวิธีที่องค์กรใช้ตัดสินว่าการดำเนินงานมีประสิทธิภาพเพียงใด ตัววัดเหล่านี้ยังช่วยให้ธุรกิจสามารถกำหนดตัวชี้วัดที่สำคัญที่สุดได้ ตัววัดเหล่านี้มักเป็นตัวเลข แต่จะแตกต่างกันในแต่ละธุรกิจตัววัดที่ใช้กันมาก คือ ยอดขายเฉลี่ย หากเพิ่มขึ้นตลอดทั้งปีก็ดูเหมือนองค์กรทำอะไรถูกต้องแล้ว (Armstrong & Baron,2018)

ประสิทธิผลการปฏิบัติงานในระดับองค์กรนั้นมีการวัดด้วยวิธีต่าง ๆ รวมถึงตัววัดความสามารถในการทำกำไรในทางบัญชี ยอดขายต่อครั้ง และผลผลิตทั้งหมด ถึงแม้จะสัมพันธ์กันแต่ตัววัดในแง่มุมต่างๆ ของประสิทธิผลการดำเนินงานขององค์กรก็ไม่จำเป็นจะต้องไปในทิศทางเดียวกันทั้งหมด ตัวแปรอื่นๆ อาทิ ส่วนแบ่งตลาด เป็นตัวแปรที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในยุทธศาสตร์ (Buzzell & Gale, 2017)

การวัดผลการดำเนินงานขององค์กรนั้น มีวิธีการวัดที่แตกต่างกันออกไป โดย Porter (1990) กล่าวว่า การใช้อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสามารถใช้เป็นตัวชี้วัดทั่วไปด้านความสำเร็จของกิจการ Hamilton & Shergill (2015) ได้อธิบายว่าผลการดำเนินงานของกิจการสามารถวัดได้จากประสิทธิผลทางการเงิน 3 ด้าน คือ 1)อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (Return On Equity :ROE) 2)อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return On Assets : ROA) และ 3)อัตราการเติบโตของยอดขาย (Sales Growth) ซึ่ง Tomlinson (1970) ได้อธิบายว่ามุมมองประสิทธิผลทางการเงินนั้น มีการนำไปใช้ในการวัดประสิทธิผลของกิจการเป็นอย่างมาก นอกจากนั้น Dess & Robinson (2014) ได้อธิบายว่า การวัดประสิทธิผลนั้นสามารถวัดได้จากตัวชี้วัดอื่นที่ไม่ใช่ตัวชี้วัดทางการเงินได้ เช่น ตัวชี้วัดทางด้านนามธรรม หรือการวัดทางด้านรับรู้ เช่นเดียวกับ Slater & Narver (2014) & Greenley (2015) อธิบายว่า การวัดประสิทธิผลของกิจการนั้นสามารถวัดได้โดยใช้วิธีทางนามธรรม ซึ่ง วิธีการนี้จะเป็นการถามผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อให้ประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรของตนในตัวชี้วัดที่หลากหลาย สำหรับ Dess & Robinson (2014) สรุปว่าจะเป็นการเหมาะสมถ้ามีการใช้ตัวชี้วัดทางนามธรรม หากตัวชี้วัดทางรูปธรรมนั้นไม่สามารถวัดได้ หรือทำได้ยาก Anderson (2015) อธิบายว่าการวัดทางการเงินนั้นเป็นเพียงมิติหนึ่งของการวัดผลการดำเนินงานของกิจการเท่านั้น Niven (2012) ได้อธิบายว่าการวัดผลด้านการเงินเพียงอย่างเดียว นั้นไม่เพียงพอ เนื่องจากการวัดผลทางการเงินนั้นจะค่อนข้างเป็นการสรุปผล เช่นเดียวกับ การวัดผลการดำเนินงานขององค์กรนั้นควรมีการมองจากมุมมองทั้ง 4 ด้านคือ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา

การวัดความสำเร็จผลการดำเนินงานของกิจการนั้นผู้วิจัยจะใช้ตัวชี้วัดใน 2 รูปแบบ คือ 1. ตัวชี้วัดทางการเงินหรือผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Financial Performance) ซึ่งจะวัดด้วย อัตราผลตอบแทน

จากสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) และอัตราการเติบโตของยอดขาย (Hamilton & Shergill, 2015)2. ตัวชี้วัดทางนามธรรมหรือผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ด้านการเงิน (Non-Financial Performance) จะวัดผลการดำเนินงานโดยใช้วิธีวัดทางนามธรรมโดยให้ผู้บริหาร หรือเจ้าของกิจการประเมินผลประกอบการของบริษัทตนเอง ซึ่งจะใช้ตัวชี้วัดทางนามธรรมทั้งสิ้น 16 ตัวชี้วัดซึ่งได้ปรับมาจากผลงานของ Hudson, Smart & Bourne (2016) โดยในการวัดผลการดำเนินงานทางนามธรรมของกิจการนั้น ได้แบ่งออกเป็น 4 มุมมอง คือ 1. ตัวชี้วัดทางนามธรรมด้านการเงิน จะมีการวัดจาก ยอดขาย อัตรากำไร การควบคุมต้นทุน 2. ตัวชี้วัดทางนามธรรมด้านลูกค้า จะมีการวัดจาก ปริมาณการคืนสินค้า ชื่อเสียงของบริษัท คุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า ความภักดีของลูกค้า 3. ตัวชี้วัดทางนามธรรมด้านกระบวนการภายใน วัดจาก ประสิทธิภาพการดำเนินงาน ระยะเวลาการดำเนินงาน คุณภาพของการดำเนินงาน การปฏิบัติงานได้ตามระยะเวลา ประสิทธิภาพของบุคลากร 4. ตัวชี้วัดทางนามธรรมด้านการเรียนรู้และพัฒนา วัดจาก อัตราการลาออกของพนักงาน ปริมาณกระบวนการดำเนินงานใหม่ การพัฒนาทางเทคโนโลยี ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า การเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรด้วยวิธีการปรับปรุงความสามารถในการทำงานของหมู่คณะหรือทีมงานและพัฒนาความสามารถในการทำงานให้เกิดคุณประโยชน์จากแต่ละคน การบริหารจัดการผลการปฏิบัติงานของพนักงานและการบริหารเป้าหมายช่วยให้บรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์และการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ทราบระดับการนำมาตรฐานการจัดการด้านยาไปสู่การปฏิบัติของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อระบุปัจจัยที่มีผลต่อการนำมาตรฐานการจัดการด้านยาไปสู่การปฏิบัติในโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อพัฒนาโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความสำเร็จของระบบยาในโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม

สำหรับความสำเร็จขององค์กรในการดำเนินการสิ่งสำคัญที่สุดคือ การบรรลุเป้าหมายหรือ พันธกิจขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเป็นตัวบ่งชี้ถึงองค์กรที่จะตัดสินใจว่าจะดำเนินการต่อไป หรือจะหยุดดำเนินการหากองค์กรไม่สามารถบรรลุเป้าหมายหรือพันธกิจอย่างมีประสิทธิภาพได้ หรือจะหาวิธีการปรับปรุงแก้ไขอย่างไรในกรณีที่ไม่มีประสิทธิภาพนั้น จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยพบว่าความหมายของคำว่าประสิทธิภาพองค์กรมีการนิยามไว้แตกต่างกันแล้วแต่มุมมองของ นักวิชาการ กล่าวคือ นักเศรษฐศาสตร์ได้มองประสิทธิภาพในมิติของผลกำไร หรือประโยชน์ที่ได้จากการลงทุน ในขณะที่ผู้จัดการ

ฝ่ายผลิตมีมุมมองด้านประสิทธิผลขององค์กรว่าเป็นเรื่องของคุณภาพ หรือปริมาณของผลผลิตที่เป็นสินค้า หรือบริการ หากเป็นนักสังคมสงเคราะห์จะมีมุมมองไกลไปถึง คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานด้วย (Steers, 1977) นอกจากความหมายตามมุมมองที่ กล่าวมาแล้ว นักวิชาการ และนักวิจัยอื่นๆ ได้ให้ความหมายของประสิทธิผลองค์กร เป็นการ พิจารณาผลงานที่ทำลงไปว่าสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายพันธกิจหรือวัตถุประสงค์ขององค์กรที่วางไว้ หรือไม่ โดยไม่คำนึงถึงต้นทุนใดๆ ทั้งสิ้น ดังนั้นประสิทธิผลจึงหมายถึงผลสำเร็จหรือผลที่เกิดขึ้นของ งานนั้นจะต้องตอบสนอง หรือบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือพันธกิจขององค์กร (สมหมาย ตามประวัติ. 2557) เช่นเดียวกับ Gibson et al. (1988) ให้นิยามประสิทธิผลองค์กรว่าหมายถึง การกระทำใดๆ หรือความพยายามใดๆ ที่มีความมุ่งหมายจะได้รับผลสำเร็จที่เกิดขึ้น การกระทำหรือความพยายามจะมีประสิทธิผลสูงหรือต่ำ ขึ้นอยู่กับว่าผลที่ได้รับนั้น ตรงครบถ้วน ทั้งเชิงปริมาณ และคุณภาพ และใช้พลังงานน้อยเพียงใด สอดคล้อง กับการให้ความหมายของ Gordon et al. (1990) ที่ว่า ประสิทธิผลของ องค์กรนั้นเป็นระดับความสามารถของกระบวนการในการผลิตที่ก่อให้เกิดผลผลิตตามที่กำหนดไว้ เช่นเดียวกับประสิทธิผลองค์กร หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการแสวงหาผลประโยชน์จากสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ได้ทรัพยากร ที่หายากและมีคุณค่า ซึ่งจะนำไปใช้ในการสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร นอกจากนี้ บุญลือ จันทศร (2562) ได้สรุปว่าประสิทธิผลขององค์กร หมายถึง ความสามารถของบุคคลหรือ องค์กรที่ได้รับ เมื่อแผนงานหรือโครงการสิ้นสุดลง ซึ่งอาจได้รับมากหรือน้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนด หรือได้ ทำนองเดียวกับ พัชรินทร์ เชาวภิกขิตวุฒิ (2554) ให้ความหมายประสิทธิผล องค์กรว่า หมายถึง ผลผลิต หรือสภาพการดำเนินงานที่ได้รับผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยวัดค่าใน ผลงานที่ได้ดำเนินการจนแล้วเสร็จ เช่นเดียวกับ สมหวัง พิริยานุวัฒน์ (2554) ให้ความหมายของ ประสิทธิผลองค์กรว่า หมายถึง สภาพการดำเนินงานหรือกิจกรรมที่สนับสนุนให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ และสำนักงบประมาณ (2555) กล่าวว่า ประสิทธิผลขององค์กร (Effectiveness) หมายถึง การบรรลุ เป้าหมายหรือพันธกิจของการใช้ทรัพยากรการบริหาร กิจกรรม ผลผลิตที่เกิดขึ้นจาก กระบวนการบริหาร ขององค์กร ซึ่งได้กำหนดไว้ในแผนการดำเนินงาน

สำหรับนักวิชาการที่ทำการประเมินประสิทธิผลขององค์กร โดยใช้มิติที่วิเคราะห์ถึงประสิทธิผลของ องค์กรอยู่ 3 องค์ประกอบด้วยกันได้แก่ การวิเคราะห์ถึง 1) ผลิตภาพ (Productivity) อันได้แก่ การวัดถึง ปริมาณ คุณภาพและประสิทธิผลของผลผลิต2) ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) และ 3) ความ ยืดหยุ่น (Flexibility) สำหรับประสิทธิผลขององค์กรนั้นประสิทธิผลขององค์กรนั้นนอกจากจะพิจารณาได้ จากความสำเร็จขององค์กรแล้วยังมีองค์ประกอบอื่นๆ ที่สำคัญดังเช่นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรใน อันที่จะใช้ยกระดับความสำเร็จของบุคลากรในองค์กรอีกด้วยดังนั้นการวิเคราะห์ประสิทธิผลขององค์กร สามารถวิเคราะห์ได้ ด้วยหลายมิติ (Multi - dimensional model of effectiveness) แนวความคิดดังกล่าว พัฒนามาจาก (Mott, 1972) มองว่าประสิทธิผลขององค์กรเกิดจากสภาพแวดล้อมทั้งภายใน และภายนอก ขององค์กรที่มีต่อโครงสร้างขององค์กรในอันที่จะนำไปสู่ความมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังมองถึงความเป็น

ทางการและความเป็นทางการของลักษณะงานต่างๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กร ซึ่งกิจกรรมหรืองานต่างๆ ที่เกิดจากโครงสร้างหน้าที่ขององค์กรหรืองานที่เกิดจากความ เป็นทางการของสมาชิกในองค์กรและกิจกรรมหรืองานต่างๆ ที่สมาชิกในองค์กรทำที่อยู่นอกเหนือ ความเป็นทางการ ย่อมส่งผลให้องค์กรเกิดประสิทธิผล

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการอีกหลายท่านที่ศึกษาประสิทธิผลขององค์กรในแง่ของการทำให้้องค์กรบรรลุเป้าหมายหรือบรรลุซึ่งพันธกิจขององค์กร หรือความสามารถขององค์กรในการทำงาน เพื่อบรรลุเป้าหมาย (การบรรลุจุดมุ่งหมาย) ที่วางไว้ (Denison, 1995) โดยที่ เป้าหมายขององค์กรอาจมีเพียงเป้าหมายเดียวหรือหลายเป้าหมายก็ได้ การพิจารณาว่าองค์กรได้ ดำเนินการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในระดับใดจะพิจารณาจากประสิทธิผลซึ่งเป็นจุดหมายปลายทาง (Ends) มากกว่าเป็นวิธีการ (Means) นักวิชาการที่ศึกษาการประเมินประสิทธิผลตามแนวทางนี้ได้ให้ คำจำกัดความและความหมายของประสิทธิผลขององค์กรเพิ่มเติมในประเด็นที่ว่า ประสิทธิผลขององค์กรรวม ความไปถึงระดับของความเหมาะสมระหว่างเป้าหมายขององค์กรกับระดับผลผลิต ซึ่งเป็นการ วิเคราะห์ระดับผลผลิตขององค์กร การประเมินว่าองค์กรสามารถดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ในระดับใด (Daft ; & steers. 1986) จากงานวิจัยของ Shetty (1979) เกี่ยวกับ การประเมินประสิทธิผลขององค์กร โดยใช้แนวทางการบรรลุเป้าหมายกับบริษัทขนาดใหญ่ในประเทศ สหรัฐอเมริกาจำนวนทั้งสิ้น 82 บริษัท พบว่าบริษัทส่วนใหญ่ได้กำหนดเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจไว้ หลาย เป้าหมายในเวลาเดียวกัน และเป้าหมายที่ถูกนำมาใช้ในการประเมินประสิทธิผลขององค์กรมากที่สุด ประกอบด้วย ความสามารถในการทำกำไร อัตราการเจริญเติบโต และส่วนแบ่งทางการตลาด ตามลำดับ ส่วนเป้าหมายที่ถูกนำมาใช้ในการประเมินประสิทธิผลขององค์กรในระดับรองลงมา ได้แก่ ความรับผิดชอบ ต่อสังคม สวัสดิการของพนักงาน และคุณภาพของสินค้าหรือบริการ นอกจากนี้ สำหรับประสิทธิผล ขององค์กรจะเกิดขึ้นได้ตามแนวทางบรรลุเป้าหมายนี้จะเกิดขึ้นได้ภายในองค์กรต่างๆ จะต้องมีเงื่อนไขหรือข้อจำกัดที่เหมือนกันภายใต้ข้อสมมุติฐานต่างๆ ขององค์กร ได้แก่ 1) องค์กรจะต้อง มีเป้าหมายสุดท้ายที่กำหนดไว้และต้องการทำให้สำเร็จ 2) เป้าหมายจะต้องสามารถระบุออกมาได้ อย่างชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย 3) เป้าหมายจะต้องมีจำนวนไม่มากเกินไปที่จะจัดการได้ 4) เป้าหมาย จะต้องเป็นที่ยอมรับและเห็นชอบของฝ่ายต่างๆ และ 5) เป้าหมายจะต้องได้รับการประเมินผล ความก้าวหน้าอยู่เสมอ

นอกจากนี้สำหรับการกำหนดเป้าหมายขององค์กรนั้นๆ จะต้องดำเนินการเป็น กระบวนการไป โดยเริ่มแรกต้องพิจารณาคุณภาพพจน์ขององค์กรเพื่อทราบว่าองค์กรกำลังประกอบ กิจกรรมประเภทไหน หลังจากนั้นแล้วจึงตรวจสอบและประเมินให้ทราบถึงความสามารถ หรือข้อดี (Strengths) ข้อเสีย (Weaknesses) ขององค์กรโดยผู้บริหารต้องมีการตรวจสอบและประเมิน ทรัพยากรที่เป็นตัวบุคคลและทรัพยากรอื่น ๆ ฐานะทางการเงิน ค่านิยมของนักบริหารฝ่ายต่างๆ แผนพัฒนาเท่าที่มีอยู่ ต่อไปจึงตรวจสอบและประเมิน สภาพแวดล้อมภายนอก (External environment) ในส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างกว้างๆ ทั่วไป และที่เกี่ยวข้องโดยตรงเพื่อทราบว่า ปัจจัยแวดล้อมภายนอกต่างๆ มีลักษณะเป็นอย่างไร และมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไป

ทางใตบ้าง และสภาพการแข่งขัน (Competition) ที่องค์กรเกี่ยวข้องอยู่โดยตรง เพื่อทราบต่อไปว่าใครเป็น คู่แข่งทางกิจกรรมประเภทเดียวกันบ้าง และ คู่แข่งมีความสามารถและจุดอ่อนอย่างไร หลังจากนั้นจึงมา กำหนดลักษณะตลาดในอนาคตว่าตลาด ที่สำคัญมีอะไรบ้าง มีขนาดแตกต่างกันอย่างไร กำหนดลักษณะ สภาพเศรษฐกิจว่าจะดี เลวอย่างไร กำหนดสภาพแวดล้อมทางการเมือง นโยบายของรัฐว่าจะไปในทิศทาง ไหน มีผลกระทบต่อองค์กรอย่างไรกำหนดความก้าวหน้าทางวิทยาการความรู้ว่าจะมีอะไรเปลี่ยนแปลง และส่งกระทบอย่างไร และกำหนดลักษณะของกลยุทธ์ที่คู่แข่งจะนำมาใช้ หลังจากนั้นจึงกำหนด วัตถุประสงค์หรือ เป้าหมาย (ธงชัย สันติวงษ์, 2559) นอกจากนี้นักวิชาการดังเช่น วิจิตร วรุตบางกูร (2555) กล่าวถึงการกำหนดเป้าหมายและการบรรลุเป้าหมายขององค์กรเพื่อให้ได้เป้าหมายที่สมบูรณ์ และเป็นไป ได้อย่างดีที่สุด ทางเลือกที่ใช้กำหนด เป้าหมาย คือ เริ่มต้นที่ส่งเอกสารข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายขององค์กร และแนวปฏิบัติซึ่งเคยกำหนดไว้เดิมให้บุคลากรได้ศึกษาเพื่อเตรียมอภิปรายและเสนอแนะ หลังจากนั้นอาจ ให้ผู้บริหารองค์กร พิจารณาและให้ข้อเสนอแนะเป้าหมายและ จุดมุ่งหมายก่อนที่จะส่งให้พิจารณาอย่าง เป็นทางการ ขั้นตอนต่อไปจึงผนวกเป้าหมายของ บุคลากรเข้าด้วยกัน ผสมผสานเป้าหมายและ วัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งในขั้นตอนนี้ควรมี การสำรวจเป้าหมายขององค์กร ประกอบด้วย สุดท้ายอาจมี การจ้างที่ปรึกษา หรือผู้แทนจากหน่วยงานที่สามารถประเมินคุณภาพมาพิจารณาความเข้มแข็งขององค์กร ช่วยเสนอเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ เหมาะสม นอกจากนี้ วิทยา ด้านดำรงกุล (2556) เห็นว่าลักษณะ เป้าหมายที่ดีจะทำให้องค์กรบรรลุจุดมุ่งหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นจะมีลักษณะที่เจาะจงและวัดได้ (Specific and measurable) โดยกำหนดว่าต้องการบรรลุความสำเร็จในเรื่องใด หากเป็นไปได้ถ้ากำหนด เป้าหมาย เป็นเชิงปริมาณและมีระยะเวลา จะยิ่งทำให้บุคลากรและผู้บริหารทราบว่าในขณะนั้นเป้าหมายที่ ดี จะต้องครอบคลุมเรื่องหลักๆ (Cover key result areas) ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลและผลงาน ของ องค์กร หรือเป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กร เป้าหมายที่ดีจะต้องท้าทาย แต่เป็นไปได้ (Challenging but realistic) คือ เป้าหมายจะต้องไม่ยากจนปฏิบัติไม่ได้ หรือยากแก่การ ปฏิบัติ หรือง่ายเกินไปจนขาดแรงจูงใจ ดังนั้น ผู้บริหารจึงต้องระมัดระวังในการ กำหนดเป้าหมาย สุดท้าย เป้าหมายที่ดีจะต้องนำไปสู่รางวัลหรือผลตอบแทน (Linked to rewards) เป้าหมายจะมีความหมายและ สร้างความผูกพันกับบุคลากรได้ต่อเมื่อการบรรลุเป้าหมายนั้นนำไปสู่ รางวัล หรือผลตอบแทนในรูปแบบใด รูปแบบหนึ่ง เช่น การขึ้นเงินเดือน การเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น

อย่างไรก็ดี เป้าหมายที่กำหนดไว้ อาจจะไม่เป็นจริง หรือมีความบกพร่องได้ ซึ่งมี หลายสาเหตุ วิจิตร วรุตบางกูร (2555) ได้กล่าวถึงความไม่บรรลุเป้าหมายขององค์กรไว้ว่ามีหลายสาเหตุ เช่น 1) เป้าหมายอาจชี้เฉพาะเกินไป จนทำให้ไม่สามารถยืดหยุ่นได้ 2) เป้าหมายระบุไว้กว้างๆ มีลักษณะเป็น นามธรรมมากเกินไป รวมถึงความ ไม่เห็นด้วยของบุคลากรในองค์กร 3) เป้าหมายอาจง่ายเกินไป จนมอง ว่าไร้สาระ และไม่มีความสำคัญ ทางวิชาชีพ 4) เป้าหมายดูยิ่งใหญ่เกินการปฏิบัติให้บรรลุความสำเร็จได้ เมื่อเทียบกับทรัพยากรที่มีอยู่ 5) เป้าหมายเล็ดหลวม มองในแง่ดีเกินไป เมื่อเปรียบเทียบกับแรงสนับสนุนของ

ผู้บริหาร 6) เป้าหมาย อาจจะไม่ชัดเจนในแง่ร้าย ขาดความทะเยอทะยาน ไม่ได้สะท้อนให้เห็นความสามารถของบุคลากรในองค์กร 7) เป้าหมายอาจขัดแย้งกันองค์กรตั้งไว้โดยไม่ได้ตรวจสอบ และ 8) เป้าหมายขาดการสนับสนุนอย่างเพียงพอ และยังคงถูกต่อต้านจากบุคลากรอีกด้วยนอกจากนี้จากการวิจัยของกุหลาบ รัตนสังกรณ์ (2556) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์กรระดับองค์กร พบว่าความสามารถขององค์กรในการบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กรตามความคิดเห็น ของผู้บริหารอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 56.1 ปานกลางร้อยละ 38.6 และร้อยละ 0.8 อยู่ในเกณฑ์ที่ไม่ดี ส่วนประสิทธิผลในรายชื่อนั้นความสามารถในการบรรลุถึงจุดมุ่งหมายขององค์กรอยู่ในเกณฑ์ปานกลางถึงดีมาก การทำงานเป็นที่มออยู่ในเกณฑ์ปานกลางถึงดี ความยืดหยุ่นในการทำงานอยู่ในเกณฑ์ดี และการปรับตัวขององค์กรอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่ดีถึงดี ภารกิจในด้านสมรรถนะของบุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง โดยสมรรถนะ ซึ่งเป็นหน้าที่หลักประการหนึ่งขององค์กรมีค่าเฉลี่ยความสามารถในการบรรลุถึงจุดมุ่งหมายขององค์กรอยู่ใน เกณฑ์ 3.7 ซึ่งต่ำกว่าค่าปานกลางเล็กน้อย ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการขาดเป้าหมาย และ วัตถุประสงค์ของหน่วยงานที่ชัดเจนในการดำเนินกิจกรรมขององค์กร

การบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กรหรือเป้าหมายขององค์กรเป็นสิ่งที่องค์กรต้องการ บรรลุความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพจากการดำเนินการตามภารกิจเป็นสำคัญ หากไม่สามารถบรรลุ จุดมุ่งหมายหรือบรรลุเป้าหมายขององค์กรแล้วก็จะเท่ากับการบริหารกิจการล้มเหลว ดังนั้น องค์กรจึง ต้องกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน สามารถปฏิบัติได้ มีแรงจูงใจให้บุคลากรได้มีความอุตสาหะในการ ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายตามภารกิจจนบรรลุความสำเร็จตามที่ต้องการ

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เรื่อง โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความสำเร็จของระบบยาในโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed method research) ซึ่งประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณโดยการสำรวจ (Survey research) โดยตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการนำมาตรฐานการจัดการด้านยาไปสู่การปฏิบัติและปัญหาอุปสรรค หลังจากนั้นทำการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยที่แท้จริงมาพัฒนารูปแบบการนำมาตรฐานการจัดการด้านยาไปสู่การปฏิบัติโดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Action research)

ระยะที่ 1 เป็นการสำรวจสถานการณ์การนำมาตรฐานการจัดการด้านยาไปสู่การปฏิบัติของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยประชากรที่ศึกษาคือบุคลากรในหน่วยบริการของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและคณะทำงานเภสัชกรรมและการบำบัด

ระยะที่ 2 นำปัจจัยที่มีผลต่อการนำมาตรฐานการจัดการด้านยาไปสู่การปฏิบัติ และปัญหาอุปสรรคมาวิเคราะห์เพื่อวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนารูปแบบการนำมาตรฐานการจัดการ ด้านยาไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งมุ่งเน้นที่แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับความคลาดเคลื่อนทางยาเป็นลำดับ

ระยะที่ 3 วิเคราะห์องค์ประกอบที่เป็นการพัฒนาโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความสำเร็จของระบบยาในโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สำหรับประชากรและกลุ่มตัวอย่างการศึกษาในเชิงปริมาณต้องการตอบคำถามการวิจัยหลักเกี่ยวกับ การนำมาตราฐานการจัดการระบบยาไปสู่ การปฏิบัติ ซึ่งเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) และติดต่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Information) จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในระบบยาและทุกรายปฏิบัติงานที่โรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม สะท้อนภาพรวมของโรงพยาบาล ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลในบุคลากรของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งเกี่ยวข้องกับระบบยาโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบ กึ่งโครงสร้าง ทำการ ศึกษาใน คณะทำงานเภสัชกรรมและการบำบัด รวมทั้งบุคลากรผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับระบบยาทุกแผนก ซึ่ง เป็น Key Informant ที่ยินยอมให้ข้อมูลได้ทั้งปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไข เพื่อพัฒนาระบบยาใน โรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) และติดต่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Information) จำนวน 9-15 คน สำหรับการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมดำเนินการเก็บข้อมูลจากคณะทำงานเภสัชกรรม และการบำบัด ซึ่งเป็นตัวแทนจากแต่ละแผนกในโรงพยาบาลด้วยการสนทนากลุ่มจำนวน 9-15 ราย

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview) โดยทำการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานและการนำมาตราฐานการจัดการด้านยาไปสู่การปฏิบัติ มาเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยและสร้าง แนวคำถาม (Interview guideline) ที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่อง ซึ่งข้อคำถามเป็นลักษณะปลายเปิดให้ผู้ตอบคำถามสามารถตอบได้อย่างอิสระ โดยจะมีข้อ คำตอบที่สอดคล้องกับคำถาม ปลายปิดในแบบสอบถามรวมทั้งการสนทนาในส่วนของปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการนำนโยบายด้านยาไปสู่การปฏิบัติที่ส่งผลต่อความปลอดภัยด้านยาของผู้รับบริการ คำตอบที่ได้จากการสนทนาจะนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา สรุปเป็นประเด็นแล้ว พรรณนาอย่างเชื่อมโยงเป็นเหตุเป็นผลเมื่อได้ปัจจัยที่มีผลต่อการนำมาตราฐานด้านยาไปสู่การปฏิบัติแล้ว นำข้อมูลดังกล่าวมาสนทนา กลุ่มซึ่งเป็นตัวแทนจากแต่ละแผนกในโรงพยาบาล ตามแนวทางการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนารูปแบบในการนำมาตราฐานการจัดการด้านยาไปสู่การปฏิบัติ โดยเริ่มที่การพัฒนาแนวทาง ปฏิบัติเพื่อลดความคลาดเคลื่อนทางยา ตามประเด็นข้อคำถามในการสนทนากลุ่ม

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การพัฒนาโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความสำเร็จของระบบยาในโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นความปลอดภัยของผู้ป่วย (Patient safety) ดังนั้น เพื่อให้บุคลากรซึ่งเป็นตัวแทนของแต่ละ แผนก รับผิดชอบ และกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม เข้าใจในบทบาทของตนในระบบยา รวมทั้งชี้แจงในคณะทำงานเภสัชกรรมและการบำบัด ให้คณะทำงานทุกท่านนำวาระเกี่ยวกับระบบยา เข้าร่วมบทวนในการประชุมประจำเดือนของแต่ละแผนก เพื่อทำการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง (CQI) และรวบรวม เป็นฐานข้อมูลความรู้ เพื่อนำเสนอในงานการจัดการความรู้ (Knowledge management: KM) ของโรงพยาบาลต่อไป มีการสื่อสารให้ทั่วถึงทั้ง องค์การนำมาซึ่งการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) เพื่อความปลอดภัยในการใช้ยาของผู้มารับบริการ โดยพบว่า องค์ประกอบของโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความสำเร็จของระบบยาในโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครมีรายละเอียดดังนี้

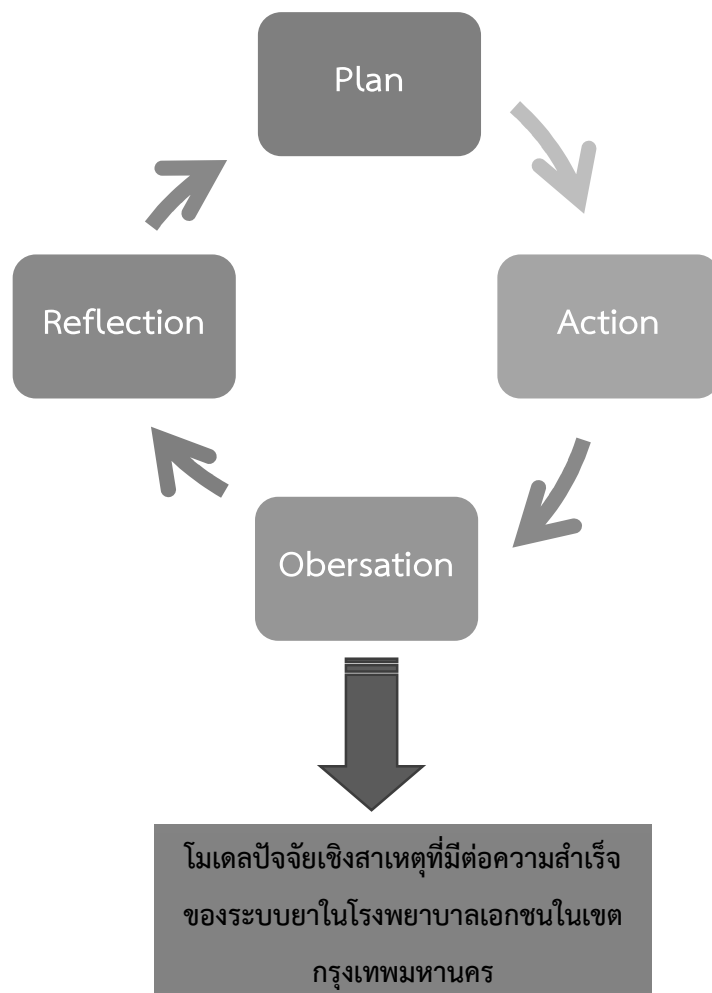
1. การวางแผน (Planning) เป็นการศึกษาบริบทระบบยาของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร และประเมินสถานการณ์ วิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค และความคาดหวังในการพัฒนาระบบยา โดย 1) ประชุมปรึกษาหารือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพปัญหาปัจจุบันและความต้องการในการดำเนินงานโดยอาศัยข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการนำมาตราฐานไปสู่การปฏิบัติและปัญหาอุปสรรคที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาร่วมกันดำเนินการวิเคราะห์ 2) ประชุมเชิงปฏิบัติการ วางแผนการพัฒนาระบบยาโดยใช้กลยุทธ์การป้องกันและเฝ้าระวังความคลาดเคลื่อนทางยา (Medication Errors) การเฝ้าระวังอาการไม่พึงประสงค์จากการใช้ยา (Adverse Drug Events) การใช้ยาความเสี่ยงสูง (High Alert Drugs) การทบทวนข้อมูลการใช้ยาต่อเนื่อง (Medical reconciliation) และการประเมินการใช้ยา (Drug Use Evaluation) มาเป็นกลยุทธ์ หลักในการทบทวนและแลกเปลี่ยนเรียนรู้หลังจากนั้นคืนข้อมูลให้คณะทำงานเพื่อร่วมวางแผนแบบมี ส่วนร่วมแบบสร้างสรรค์ (Appreciation Influence Control ; AIC) และกำหนดแนวทางการพัฒนาและ แผนปฏิบัติการร่วมกัน โดยจัดลำดับความสำคัญกำหนดกลยุทธ์ที่จะปฏิบัติเป็นอันดับแรก

2. การปฏิบัติการ (Action) เป็นการปฏิบัติตามแนวทาง/ กิจกรรม ที่ได้จากวางแผนแบบมีส่วนร่วมในข้อ 1. เพื่อพัฒนา รูปแบบการนำมาตราฐานการจัดการด้านยาไปสู่การปฏิบัติ โรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครโดยการสื่อสารแนวทางและ ทดลองปฏิบัติในสถานการณ์จริงว่าแนวทางที่กำหนดสามารถนำมาสู่การปฏิบัติได้จริงหรือไม่ ทั้งนี้ ดำเนินการเป็นเวลา 3 เดือนโดยมีการประสานงานระหว่างทีมในช่วงการดำเนินการตามระบบด้วย

3. ขั้นสังเกตการณ์และประเมินผลการปฏิบัติ (Observation) เป็นการขั้นตอนนี้เป็นการสังเกตหรือการเก็บรวบรวมข้อมูลประเมินผลการดำเนินงานตามกิจกรรม 1) กระบวนการวางแผนแบบมีส่วนร่วม 2) ประเมินการดำเนิน กิจกรรม/แนวทางปฏิบัติ 3) ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการพัฒนา โดยผู้วิจัย

จะใช้ข้อมูลจากรายงานความคลาดเคลื่อนทางยาการสัมภาษณ์และสังเกตแบบมีส่วนร่วมเพื่อเก็บรวบรวมหลักฐานมาประกอบการทำวิจัย

4. การสะท้อนผล (Reflection) เป็นการสรุปข้อค้นพบและการสะท้อนผล ที่ได้จากการปฏิบัติตามแผนและปรับปรุงแนวทางปฏิบัติ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเหมาะสมกับสถานการณ์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร โดยจัด Focus Group เชื่อมโยงข้อมูลจากทุกฝ่ายเพื่อรับฟังความคิดเห็นและทบทวนหลังทำกิจกรรมว่ากิจกรรมที่ ทำไปนั้นบรรลุเป้าหมายหรือไม่ เพื่อปรับปรุงรูปแบบใหม่ภายหลังการทดลองใช้ 3 เดือน ทั้งนี้ควรนำผล การทดลองปฏิบัติมาเรียนรู้จากความเสี่ยงและเสี่ยงสะท้อนต่างๆ เพื่อนำไปขยายผลสู่กลยุทธ์อื่นๆ ของ ระบบยาในกรณีที่พบจุดอ่อนให้นำปัญหาดังกล่าวมาทบทวนอีกครั้งเพื่อปรับปรุงอยู่เสมอ



ภาพที่ 1 โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความสำเร็จของระบบยาในโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

เอกสารอ้างอิง

- ทองหล่อ เดชไชย (2560). *หลักการบริหารสาธารณสุข*. กรุงเทพฯ ฯ : สถาบันพัฒนาสาธารณสุขอาเซียน.
- นิตยา จันดาร์ักษ์ (2553). *ปัจจัยทำนายการเกิดความคลาดเคลื่อนทางยาที่เกิดขึ้นในฝ่าย -เภสัชกรรม ชุมชนโรงพยาบาลทรายมูล*. วิทยานิพนธ์ปริญญาเภสัชศาสตรมหาบัณฑิตสาขาการ จัดการเภสัชกรรมมหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สถาบันพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล. (256). *มาตรฐานโรงพยาบาลและบริการสุขภาพฉบับเฉลิมพระเกียรติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี (ภาษาไทย)*. นนทบุรี: หนังสือดีวัน.
- อนุวัฒน์ ศุภชาติกุล. (256).(บรรณาธิการ). *Patient Safety Goals: SIMPLE*. นนทบุรี: ปรมัตถ์การพิมพ์
- Buzzell & Gale. (2017). *The human organization: Is management and value*. New York: McGraw-Hill.
- Hamilton & Shergill. (2015). *The Action Research Reader*. Third edition. Deakin University Press: Victoria.
- Hudson, Smart & Bourne. (2016). *Applied Financial Management*. 4th ed. New York: Wiley.

การสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชาชน

: ศึกษาในช่วงเวลา ปี พ.ศ.2562-2563

The Political Communication of the Palang Pracharath Party:

A Study during the Year 2019-2020

นายวิโรจน์ อัสวเสมาชัย¹

Mr.Viroj Assavasemachai

รศ.ดร.ทรงพร ทาเจริญศักดิ์²

Assoc.Prof.Dr.Songporn Tacharoensak

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ คือ เพื่อการศึกษาบริบทที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชาชน และเพื่อการศึกษากระบวนการการสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชาชนในช่วงเวลา ปี พ.ศ.2562-2563 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผลการวิจัยพบว่า บริบทในช่วงการก่อตั้งพรรค ได้แก่ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา เป็นนายกรัฐมนตรีอยู่แล้ว กับทั้งได้มีการลงมติเรื่องรัฐธรรมนูญและกำหนดให้มีการเลือกตั้งทั่วไป ทางพรรคได้เล็งเห็นถึงความรู้ความสามารถทางการเมืองของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ผู้ซึ่งมีภาวะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ สามารถนำพาพรรคไปในทิศทางที่พรรคได้กำหนดในวัตถุประสงค์ก่อนการก่อตั้งพรรคขึ้น สมาชิกพรรคทั้งหมดจึงได้พร้อมใจกันเลือกพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ให้ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีต่อ เพื่อเป็นการสานต่องานที่รัฐบาลชั่วคราวได้ดำเนินการอยู่แล้วที่ยังไม่สัมฤทธิ์ผลให้สัมฤทธิ์ผล เพื่อความเจริญรุ่งเรืองของประชาชน สังคม และประเทศชาติสืบต่อไป กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชาชน ได้แก่ 1. Sender : ผู้ส่งสาร คือ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา 2. Message: สาร ได้แก่ การแก้ปัญหาการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด 3. Channel : สื่อ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อออนไลน์ต่างๆ และ 4. Receiver : ผู้รับสาร คือกลุ่มประชาชนรากหญ้าทั่วไป

คำสำคัญ: การสื่อสารทางการเมือง; พรรคพลังประชาชน

Abstract

¹ นักศึกษาปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการเมือง วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการเมือง วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก

This study consisted of 2 main objectives, namely: to study the context affecting political communication of the Palang Pracharat Party; and to study the process political communication of the Palang Pracharat Party in the period 2019-2020. It is the Qualitative Research in which data collection was employed by in-depth interview with 5 key informants: Party leader, party secretary, party spokesman, and party executive committee. The findings revealed that: The context during the founding of party was General Prayut Chan-o-cha, who was already prime minister, with both constitutional votes and general elections were held. The party recognizes the political competence of General Prayut Chan-o-cha, who has visionary leadership, be able to lead the party in the direction determined in its pre-establishment objectives. All party members therefore decided to elect General Prayut Chan-o-cha to continue as Prime Minister in order to continue the work that the provisional government has already done that has not yet been achieved for the prosperity of people, society and nation. Meanwhile, political communication processes of the Palang Pracharat Party are as follows: 1. Sender: Gen. Prayut Chan-o-cha 2. Message: the most effective solution to the epidemic of COVID 19 3. Channel: television, radio, as well as online media, and 4. Receiver: group of general people countrywide.

Keywords: Political Communication; the Palang Pracharat Party

บทนำ

พรรคพลังประชารัฐถือว่าเป็นพรรคการเมืองใหม่ที่ประสบความสำเร็จที่สุดพรรคหนึ่งในประวัติศาสตร์การเมืองไทย เนื่องจากภายหลังชัยชนะในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรไทยเป็นการทั่วไป พ.ศ.2562 พรรคพลังประชารัฐ ซึ่งประกอบด้วยอดีตรัฐมนตรีในรัฐบาลประยุทธ์ 1 รวมทั้งได้มีการรวบรวมนักการเมืองหลายกลุ่มเข้าสังกัด ทั้งอดีตสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร อดีตนักการเมืองท้องถิ่น อดีตแกนนำแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ อดีต ส.ส.พรรคไทยรักไทย พรรคเพื่อไทย และอดีต ส.ส. พรรคประชาธิปัตย์ รวมไปถึงอดีตแกนนำ กปปส. ได้เป็นแกนนำจัดตั้งรัฐบาลและได้เสนอชื่อพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา หัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติและนายกรัฐมนตรีก่อนการเลือกตั้ง ให้ดำรงตำแหน่งเป็นนายกรัฐมนตรีอีกครั้งหนึ่ง

พรรคพลังประชาชน เพื่อก่อตั้งในปี 2561 โดยชวน ชูจันทร์ ประธานประชาคมตลาดน้ำ คลองลัดมะยม และพันเอกสุชาติ จันทร์โชติกุล อดีต ส.ส. สงขลา พรรคความหวังใหม่ และอดีต สมาชิกสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ เป็นผู้จัดตั้งชื่อพรรคพลังประชาชนต่อคณะกรรมการการเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 2 มีนาคม พ.ศ.2561 ในชื่อพรรค "พลังประชาชน" ซึ่งเป็นชื่อนโยบาย ช่วยเหลือคนยากจนที่สำคัญของรัฐบาลประยุทธ์ พรรคได้รับการสนับสนุนจากกลุ่ม "สามมิตร" ซึ่งมีแกนนำเป็นอดีตรัฐมนตรีในรัฐบาลทักษิณ ได้แก่ สมศักดิ์ เทพสุทิน สุริยะ จิ้งรุ่งเรืองกิจ และ สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ ซึ่งยังดำรงตำแหน่งรองนายกรัฐมนตรีอยู่ กลุ่มดังกล่าวพยายามดึงตัวสมาชิก รัฐสภาทั้งจากพรรคเพื่อไทย พรรคไทยรักไทย พรรคพลังประชาชน และพรรคประชาธิปัตย์ กลุ่ม ดังกล่าวสามารถเคลื่อนไหวทางการเมืองได้ขณะที่ยังมีคำสั่งคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ห้าม ดำเนินกิจกรรมทางการเมืองอยู่ในขณะนั้น

พรรคจัดประชุมสามัญใหญ่ของพรรคเป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 29 กันยายน พ.ศ.2561 เพื่อ เลือกหัวหน้าพรรค เลขาธิการพรรค และคณะกรรมการบริหารพรรคชุดแรก จำนวน 25 คน ปรากฏ ว่า นายอุตตม สาวนายน อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมในรัฐบาลประยุทธ์ เป็น หัวหน้าพรรคคนแรก และนายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์ อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ใน รัฐบาลประยุทธ์ 1 เป็นเลขาธิการพรรคคนแรก ทั้งนี้ วันพฤหัสบดี ที่ 4 ตุลาคม พ.ศ.2561 นาย อุตตม สาวนายน พร้อมคณะได้เดินทางมายังสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง เพื่อจด ทะเบียนจัดตั้งพรรคอย่างเป็นทางการ และในวันอาทิตย์ที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ.2561 มีบุคคลกว่า 150 คน เข้าร่วมพรรคพลังประชาชน โดยมีทั้งอดีตสมาชิกรัฐสภา อดีตรัฐมนตรีและบุคคลที่มี ชื่อเสียง ซึ่งในจำนวนนี้มีสมาชิกพรรคเพื่อไทย อดีตสมาชิกพรรคไทยรักไทยและพลังประชาชน สมาชิกพรรคประชาธิปัตย์ สมาชิกพรรคภูมิใจไทย และสมาชิกพรรคชาติไทยพัฒนา นักการเมือง ท้องถิ่น รวมถึงอดีตแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ ในเดือนมกราคม พ.ศ.2562 สมาชิกพรรคพลังประชาชน 4 คนที่เป็นรัฐมนตรีในรัฐบาลประยุทธ์ลาออกจากตำแหน่งเพื่อมาหา เสี่ยงเต็มเวลา หลังถูกวิจารณ์มาหลายเดือน (हत्यกาญจน์ ตรีสุวรรณ, 2019)

ผลการเลือกตั้งปี 2562 กกต. ประกาศรับรองผลการเลือกตั้ง 349 เขต ยกเว้นเขตเลือกตั้ง ที่ 8 จังหวัดเชียงใหม่ที่ผู้สมัครจากพรรคเพื่อไทยชนะ โดย กกต. สั่งตัดสิทธิผู้สมัครจากพรรคเพื่อ ไทย และให้จัดการเลือกตั้งใหม่ ทว่า กกต. ยังไม่ประกาศคะแนนมหาชนของแต่ละพรรคการเมืองที่ มีการเปลี่ยนแปลงตามผู้สมัครเขตต่างๆ ที่ถูกตัดสิทธิ วันต่อมา ศาลรัฐธรรมนูญมีคำวินิจฉัยด้วย มติเอกฉันท์ว่าพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

มาตรา 128 ไม่ขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญ มาตรา 91 และ กกต. ประกาศรับรอง ส.ส. แบบบัญชีรายชื่อ 149 คน ซึ่งรวมพรรคการเมืองที่ได้ที่นั่งมากกว่า ส.ส. พึ่งมีรวม 11 พรรคด้วย

อย่างไรก็ตาม พรรคเพื่อไทยเชื่อมั่นว่าตนได้สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบแบ่งเขตมากที่สุด จึงขอตั้งรัฐบาล ด้านพรรคพลังประชารัฐซึ่งแถลงว่าพรรคได้รับเสียงสนับสนุนจากประชาชนมากที่สุดระบุว่าพร้อมจัดตั้งรัฐบาลเช่นกัน วันที่ 25 เมษายน 2562 พรรคพลังประชารัฐสามารถรวบรวมเสียง ส.ส. ได้ถึง 270 ที่นั่ง ประกอบด้วยพรรคภูมิใจไทย ประชาธิปัตย์ชาติไทยพัฒนา รวมพลังประชาชาติไทย เศรษฐกิจใหม่ พลังท้องถิ่นไท และ ส.ส. พรรคอื่นที่จะขัดมติพรรคอีก 40 คน และต่อมา วันที่ 27 พฤษภาคม 2562 พรรคภูมิใจไทยประกาศจะตั้งรัฐบาลร่วมกับพรรคพลังประชารัฐ โดยพรรคจะได้รับจัดสรรตำแหน่งรัฐมนตรีกระทรวงคมนาคม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และในที่สุด วันที่ 5 มิถุนายน 2562 สภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภาลงมติเลือกพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชาเป็นนายกรัฐมนตรีอีกสมัย โดยได้รับคะแนนเสียงจาก ส.ส. ทั้งหมด 19 พรรค นับเป็นรัฐบาลผสมที่มีพรรคการเมืองจำนวนมากที่สุดในประวัติศาสตร์ อย่างไรก็ตาม จนถึงเดือนกรกฎาคมยังไม่สามารถตั้งรัฐบาล เนื่องจากนักการเมืองฝ่ายรัฐบาลชิงตำแหน่งรัฐมนตรีกันอยู่เนือง ๆ มีข่าวว่าพรรคพลังประชารัฐจะยึดกระทรวงที่เคยตกลงไว้กับพรรคภูมิใจไทยและประชาธิปัตย์ สมาชิกพรรคประชาธิปัตย์บางส่วนประกาศลาออกจากพรรคหลังพรรคเข้าร่วมรัฐบาลและสนับสนุนประยุทธ์เป็นนายกรัฐมนตรี และในวันที่ 10 กรกฎาคม 2562 มีประกาศพระบรมราชโองการแต่งตั้งคณะรัฐมนตรี

การสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชารัฐนำโดยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา รวมทั้งหัวหน้าพรรคและสมาชิกพรรค ยังได้ถูกใช้เป็นเครื่องมือที่เป็นอุปกรณ์และวิธีการใช้อุปกรณ์ในการสื่อสารทางการเมือง เพื่อเชื่อมโยงระหว่างรัฐบาลและประชาชน โดยกระบวนการของการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านช่องสื่อ ซึ่งเป็นตัวกลางและช่องทางที่นำสารไปสู่เป้าหมายหรือผู้รับโมเดลของการสื่อสารในการสื่อสารโดยทั่วไป มีโมเดลที่ใช้อธิบายความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันขององค์ประกอบ ได้แก่ 1. Sender : ผู้ส่งสาร ผู้เริ่มกระบวนการการสื่อสาร ด้วย ความมุ่งหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง 2. Message : สาร เนื้อหาสาระ และความหมายที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อไปถึงผู้รับสาร ซึ่งอาจอยู่ในรูปของภาษาทั้งพูดและเขียน และการทำทางที่แฝงไว้ด้วย ความหมายที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารแปลความหมายนั้นออกมา 3. Channel : ช่องสื่อ ช่องทางที่สารถูกส่งผ่านเพื่อให้ไปถึงผู้รับ ซึ่งเกี่ยวข้องกับสื่อดิจิทัลการรับรู้ทั้ง 5 ลักษณะ คือ การมองเห็น การได้ยิน การรับรู้กลิ่น การรับรู้รส และการสัมผัส และ 4. Receiver : ผู้รับสาร คือ บุคคลปลายทางที่สารจะเดินทางไปถึงและทำความเข้าใจในความหมายของสารที่ถูกส่งมาจากผู้

สื่อสาร ทั้งนี้ ปัจจัยหลักที่มีความสำคัญต่อขีดความสามารถของผู้ส่งและผู้รับที่จะทำให้การสื่อสารความหมายนั้นได้ผลสำเร็จหรือไม่เพียงใด ได้แก่ ส่งให้บุคคลเป้าหมาย (โดยการถ่ายทอด) อันเป็นผู้รับที่อยู่ปลายทางโดยผ่านกระบวนการทางการศึกษา (Educational Process) ที่จัดขึ้นให้สอดคล้องกับสภาพปัญหา ความต้องการและความจำเป็นของผู้เรียนหรือบุคคลเป้าหมาย ดังนั้น การเรียนรู้ของบุคคลเป้าหมาย จึงต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์หรือความมุ่งหมายของการพัฒนาบุคคลเป้าหมายไว้ล่วงหน้าว่าต้องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ด้านใด เช่น อาจเป็นด้านความรู้ (Knowledge) ทศนคติ (Attitude) หรือทักษะ (Skill) หรือการปฏิบัติ (Practice) พฤติกรรมทุก ๆ ด้านของบุคคลเป้าหมาย

จากที่กล่าวมา พรรคพลังประชารัฐได้ใช้ประโยชน์จากการสื่อสารทางการเมือง โดยเฉพาะในรูปแบบของการสื่อสารมวลชน จึงเป็นเหตุผลที่ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชารัฐ: ศึกษาในช่วงเวลา ปี พ.ศ. 2562-2563 โดยใช้ทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองของ Brian McNair และ David K. Berlo เพื่อเป็นการศึกษาบริบทที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชารัฐ และกระบวนการการสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชารัฐในช่วงเวลา ปี พ.ศ. 2562-2563 เพื่อเป็นประโยชน์แก่การสื่อสารทางการเมืองของประเทศสืบต่อไป

ปัญหานำการวิจัย

1. บริบททางการเมืองประการใดที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชารัฐ
2. กระบวนการการสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชารัฐในช่วงเวลา ปี พ.ศ. 2562-2563 เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อการศึกษาบริบททางการเมืองที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชารัฐ
2. เพื่อการศึกษากระบวนการการสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชารัฐในช่วงเวลา ปี พ.ศ. 2562-2563

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้ ได้ดำเนินการศึกษาเกี่ยวกับ

1. บริบทที่ส่งผลกระทบต่อการสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชาชน
2. กระบวนการการสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชาชนในช่วงเวลา ปี พ.ศ. 2562-2563

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงบริบททางการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อการสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชาชน
2. ได้ทราบถึงกระบวนการการสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชาชนในช่วงเวลา ปี พ.ศ.2562-2563

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

1. ทฤษฎีการสื่อสาร (Communication Theory)

การสื่อสารหรือการติดต่อนั้นตรงกับภาษาอังกฤษว่า Communicate มาจากภาษาละตินว่า Communis ซึ่งแปลว่าร่วมหรือขยายความเป็นข้อมูล Communicare ซึ่งหมายถึงการสร้าง ความร่วมกันหรือความคล้ายคลึงกัน ดังนั้น ตามรากศัพท์แล้ว การสื่อสาร มีความหมายว่า เป็นกิจกรรมที่มุ่งสร้างความร่วมมือกันหรือความคล้ายคลึงกันให้เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้อง หรือเป็นความพยายามที่มนุษย์ต้องการจะแลกเปลี่ยนข่าวสารหรือแนวความคิดระหว่างกัน การให้ค่านิยามตามรากศัพท์ดั้งเดิมนี้ เน้นที่เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร คือ การสร้างลักษณะความคล้ายคลึงกัน หรือการร่วมกัน หรือเกิดความเป็นหนึ่งเดียวกันกล่าวอีกนัยหนึ่งการสื่อสารก็คือการที่มนุษย์พยายามที่จะแลกเปลี่ยน (Share) ข้อมูลข่าวสาร (Information) ความคิด (Idea) และทัศนคติ (Attitude) ซึ่งกันและกัน

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของคำว่า “การสื่อสาร” ไว้ต่างๆ กันดังนี้

คาร์ล ไฮ โฮฟแลนด์ (Carl I. Hoveland) และคณะ ให้ความเห็นว่า “การสื่อสาร คือ กระบวนการที่บุคคลหนึ่ง (ผู้ส่งสาร) ส่งสิ่งเร้า (ภาษาพูดหรือภาษาเขียน) เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลอื่นๆ (ผู้รับสาร)”

วอร์เรน ดับเบิลยู วีเวอร์ (Warren W. Weaver) ให้คำอธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่า “การสื่อสารมีความหมายกว้าง ครอบคลุมถึงกระบวนการทุกอย่างที่จิตใจของคนๆ หนึ่งอาจมีผลต่อจิตใจของคนอีกคนหนึ่ง การสื่อสารจึงไม่ได้หมายความว่าเพียงการเขียนและการพูดเท่านั้น หากแต่ยังรวมไปถึงดนตรี ภาพ การแสดง และพฤติกรรมทุกพฤติกรรมของมนุษย์อีกด้วย”

เจอร์เกน รอยซ์ และเกรกอรี เบท สัน (Jurgen Ruesch and Gregory Bateson) ให้ความเห็นว่า “การสื่อสารไม่ได้หมายถึงการถ่ายทอดสารด้วยภาษาพูด ภาษาเขียนที่ชัดเจนและ

แสดงเจตนาarmiเท่านั้น แต่การสื่อสารยังรวมไปถึงกระบวนการทั้งหลายที่คนมีอิทธิพลต่อกันด้วย”

จะเห็นได้ว่า โดยทั่วไป การสื่อสารของมนุษย์มักถูกมองว่าเป็นศาสตร์และศิลป์ที่ว่าด้วยการเป็นเครื่องมือในการติดต่อระหว่างคนและกลุ่มคน ที่ตั้งอยู่บนหลักของความสัมพันธ์ (Relationship) เป็นการติดต่อหรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ซึ่งอาจใช้อุปกรณ์เป็นตัว ช่วยในการติดต่อหรือแลกเปลี่ยนสารดังกล่าว ทั้งนี้ เพื่อสนองต่อการรับรู้และความเข้าใจ รวมไปถึงการยอมรับในสารที่ส่งหรือรับนั้น

2. แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication Theory)

การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) เป็นศาสตร์ที่มีจุดเริ่มต้นมาตั้งแต่ยุคกรีกโบราณ ซึ่งเน้นในเรื่องวาทวิทยา (Rhetoric) การเมือง และจริยธรรม เป็นการนำการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) มาผสมผสานกับเนื้อหาทางการเมืองและการสื่อสารเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในทางการเมือง การสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นแนวทางการศึกษาที่ตระหนักถึงการสื่อสารในฐานะเครื่องมือของการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อนำไปสู่เป้าหมายทางการเมือง โดยอาศัยการสื่อสารสร้างแนวทางการยอมรับขึ้นในกลุ่มประชาชน ผู้รับสาร ซึ่งในการดำเนินการทางการเมืองการปกครองของทุกสังคมจะมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการสื่อสารทางการเมือง ไม่ลักษณะใดก็ลักษณะหนึ่ง ทำให้เกิดการทำหน้าที่ของระบบการเมือง สุภาภรณ์ ตังอินทร์³

David K. Berlo⁴ ได้อธิบายถึงพฤติกรรมการสื่อสารไว้ว่าเป็นความสัมพันธ์กันระหว่างองค์ประกอบทางการสื่อสารเรียกว่า SMCR มาจากคำว่าแหล่งสาร (Source) สาร (Message) ช่องทาง (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งไม่สามารถแยกเป็นอิสระออกจากกันได้ Berlo กล่าวว่ากระบวนการสื่อสารจะประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 5 ประการ ได้แก่ การมองเห็น (Seeing) รส (Tasting) กลิ่น (Smelling) เสียง (Hearing) สัมผัส (Touching) ซึ่งมีอิทธิพลต่อรูปแบบของสาร ว่าสารนั้นจะบรรจุเนื้อหา (Content) อาจจะถูกส่งไปในลักษณะเป็นรหัสเฉพาะ (Code) มีรูปแบบ (Structure) และอาจจะได้รับการปฏิบัติแตกต่างกันไปและอาจถูกส่งไปได้หลายช่องทาง เช่น ส่งผ่านบุคคลผ่านวิทยุ ผ่านโทรทัศน์ หรือผ่านอินเทอร์เน็ต สามารถอธิบายองค์ประกอบการสื่อสาร SMCR ได้ดังนี้

³ สุภาภรณ์ ตังอินทร์. กลยุทธ์การสื่อสารของสมาชิกวุฒิสภา (ส.ว.) ที่เคยดำรงตำแหน่งก้านัน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2553.

⁴ Berlo, David K. The Process of Communication. New York : Holt Rinehart and Winstion. Inc.

S คือ Sender ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลที่ส่งหรือถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ ความรู้สึกต่างๆ โดยการเข้ารหัสไปเป็นสัญญาณ สัญลักษณ์ กิริยาท่าทาง การสื่อสารจะสำเร็จได้นั้น ผู้ส่งสารจำเป็นต้องมีคุณลักษณะที่อำนวยความสะดวกความสำเร็จและประสิทธิภาพของการสื่อสาร ประกอบไปด้วยทักษะในการส่งสาร (Communication Skill) หมายถึง ความสามารถหรือ ความชำนาญในการเข้ารหัสสาร เช่น ความสามารถ ความชำนาญในการพูดและการเขียน รวมทั้ง ทัศนคติที่ส่งสารนั้น ความรู้ (Knowledge) หมายถึง ความรู้ในเรื่องข่าวสารที่ผู้ส่งสารได้ส่งไปยังผู้รับสาร ซึ่งความรู้จะส่งผลกระทบต่อความเชื่อถือ ความเลื่อมใสของผู้ส่งสารในสายตาของผู้รับสาร ทรรศนะ (Attitude) หมายถึง ความรู้ความคิดเห็นและความรู้ต่อบุคคลหรือเหตุการณ์ อันจะมีผล ต่อพฤติกรรมหรือการแสดงออกของบุคคล ซึ่งในกระบวนการสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารจำเป็นต้องมี ทัศนคติที่ดีต่อ 3 สิ่งด้วยกัน การสื่อสารจึงจะสำเร็จ คือ ทัศนคติที่ดีต่อตนเอง ทัศนคติที่ดีต่อเนื้อหา ข่าวสาร และทัศนคติที่ดีต่อผู้รับสาร ระบบสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural System) หมายถึง ผู้ส่งสารอยู่ในสังคมที่มีกรอบ กฎ ระเบียบ ตลอดจนวิถีชีวิต ความเชื่อ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบวิธีการสื่อสาร รวมทั้งพฤติกรรมต่างๆ ของ ผู้ส่งสารด้วย สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวหล่อหลอมบุคลิกลักษณะและพฤติกรรมในการแสดงออกต่อ บุคคลอื่น

M คือ Message สาร หมายถึง เนื้อหาข่าวสารที่จะส่งออกไปเป็นผลผลิตของการแปล ความคิดเห็น ความรู้และประสบการณ์ของผู้ส่งสาร โดยสารนั้นจะเป็นเรื่องราวที่มีความหมายที่ผู้ ส่งต้องการส่งหรือถ่ายทอดออกไปยังผู้รับสาร มีจุดมุ่งหมายให้ผู้รับสารได้มีความรู้ หรือเพื่อให้ผู้รับ สารตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่ง อาจจะปรากฏในรูปของภาษาพูด ภาษาเขียน หรือสัญลักษณ์ อากัปกิริยาท่าทางต่างๆ แล้วส่งผ่านช่องทางสื่อสารไปยังผู้รับสาร ส่วนประกอบย่อยของสารคือ รหัสสาร (Message Code) หมายถึง ส่วนที่เล็กที่สุดของสาร เช่น พยัญชนะ สระ หรือวรรณยุกต์ ที่มาประกอบเป็นคำที่มีความหมาย เนื้อหาข่าวสาร (Message Content) หมายถึง เนื้อหาสาระที่ ผู้ส่งสารต้องการส่งออกไปยังผู้รับสาร การจัดการเรียงลำดับสาร (Message Treatment) หมายถึง การเรียงลำดับเนื้อหาตามรูปแบบของแต่ละบุคคล มักขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของผู้ส่งสาร องค์ประกอบย่อยของสาร (Element) หมายถึง องค์ประกอบย่อยของสารในแง่โครงสร้างที่ ประกอบเป็นคำ โครงสร้างของสาร (Structure) หมายถึง ในแต่ละภาษาจะมีโครงสร้างของภาษาที่ แตกต่างกัน

C คือ Channel ช่องทางการสื่อสาร หมายถึง ช่องทางกลางที่ใช้ในการถ่ายทอดข่าวสาร มนุษย์ใช้สัมผัสทั้ง 5 คือ การมองเห็น การได้ยิน การดมกลิ่น การชิมรส และการสัมผัสในการส่ง

และถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร เช่น เรามองเห็นคนที่มีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส เราก็มีความสุขหรือเรา
ได้กลิ่นของดอกมะลิ ก็ารู้สึกสดชื่น เป็นต้น

R คือ Receiver ผู้รับสาร หมายถึง บุคคลผู้ได้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสาร ซึ่งการสื่อสาร
จะได้รับผลสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะต่อไปนี้ คือ ความสามารถหรือความชำนาญใน
การสื่อสาร (Communication Skill) หมายถึง ความสามารถความชำนาญในการถอดรหัส ได้แก่
ความสามารถในการอ่าน การพูด การเขียน การอ่านจับใจความของผู้รับสาร ซึ่งผู้รับสารจะเข้าใจ
ตามที่ผู้ส่งสารต้องการหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับระดับสติปัญญาของผู้รับสารด้วย ความรู้ (Knowledge)
หมายถึง สิ่งที่ผู้รับสารสั่งสมมาจากประสบการณ์หรือการเรียนรู้ทั้งในเชิงวิชาการ ความรู้พื้นฐาน
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะรับและความรู้ในเรื่องกระบวนการสื่อสาร ซึ่งจะทำให้
ผู้รับสารรับรู้ในบทบาทของตนเองและไม่ทำเป็นอุปสรรคในการสื่อสาร เช่น ในขณะที่รอฟังอยู่ ก็ไม่
ควรพูดแข่งกับผู้ส่งสาร เป็นต้น ทศนคติ (Attitude) หมายถึง การรับรู้ ความรู้สึกนึกคิด ความ
คิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง ซึ่งอาจเป็น
ความคิดเห็นที่ยังลึก ยากที่จะเปลี่ยนแปลงได้ เช่น ความรู้สึก ความคิดเห็นทางการเมือง รูปแบบ
การดำเนินชีวิต เป็นต้น

W.K. Agree⁵ มองการสื่อสารทางการเมืองว่าเป็นกระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับ
การแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ทศนะและความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ทางการเมืองระหว่าง
บุคคล การสื่อสารทางการเมืองนับเป็นกระบวนการพิเศษ ที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่าง
สมาชิกของสังคมการเมืองและทำให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคมการเมือง และการ
สื่อสารทางการเมืองยังเป็นกิจกรรมที่แพร่หลายทั่วไป ตามความหมายของ Almond & Coleman
(1960, p. 15.) ระบุว่า การสื่อสารทางการเมืองคือกิจกรรมที่เผยแพร่ทั่วไป อันเป็นการทำหน้าที่
ทั้งหลายดำเนินอยู่ในระบบการเมือง กระบวนการ สังคมประกิต การสร้างโครงข่ายผลประโยชน์
การประสานผลประโยชน์ การสร้างกฎ การประยุกต์ใช้กฎและการปรับเปลี่ยนกฎ ล้วนดำเนินไป
โดยอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือ

ส่วน Pool (1973, p. 5) นักวิชาการด้านการสื่อสารชาวอเมริกัน ได้อธิบายความหมาย
ของคำว่า การสื่อสารทางการเมือง ทั้งในความหมายเชิงกว้างและเชิงแคบ ในความหมายเชิงกว้าง
การสื่อสารทางการเมือง หมายถึง กิจกรรมการสื่อสารที่มนุษย์กระทำขึ้นหรือเกิดขึ้นนอกบ้านเรือน
ของตน การยื่นข้อเรียกร้องระหว่างประเทศ หรือการกล่าวคำปราศรัยของนักการเมืองยอม

⁵ Agree, W.K., Ault, P.H. and Emery, E. Introduction to Mass Communication. New York : Harper &
Row.

หมายถึงการสื่อสารทางการเมือง ส่วนในความหมายเชิงแคบ Pool กล่าวว่า การสื่อสารทางการเมือง หมายถึง กิจกรรมใดๆ ของสถาบันเฉพาะ ซึ่งถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่ในการกระจายข้อมูลข่าวสาร ความคิด และทัศนคติ อันเกี่ยวกับเรื่องการเมืองการปกครอง ซึ่งส่วนใหญ่แล้ว การศึกษาเรื่องการเมืองการสื่อสารทางการเมือง มักจะมองการเมืองการสื่อสารทางการเมือง โดยเน้นถึงความหมายแคบนี้ เช่น การศึกษาเรื่องการรณรงค์หาเสียงในการเลือกตั้ง อาจเน้นในเรื่องการใช้โทรทัศน์ โปสเตอร์ และการกล่าวคำปราศรัยของพรรคและนักการเมือง เป็นต้น

อาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารการเมืองเป็นกระบวนการถ่ายทอด และการแพร่ของข่าวสารทางการเมือง อันเกี่ยวกับการเมืองระหว่างผู้มีตำแหน่งทางการเมืองกับประชาชน หรือระหว่างนักการเมืองกับสถาบันทางการเมืองที่ครอบคลุมการสื่อสารในทุกกิจกรรมของมนุษย์ ทางสังคมและการเมือง รวมทั้งเป็นการจัดระเบียบทางสังคม เพื่อให้คนในสังคมเกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันและอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขในสังคมการเมือง เช่น การเข้าร่วมทางการเมืองการเลือกสรรทางการเมือง (สุภาภรณ์ ตังอินทร์. (2553). อ้างแล้ว. น. 14)

ส่วน David K. Berlo⁶ ได้ระบุเกี่ยวกับ การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) ว่าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นและอยู่ควบคู่กับการเมืองมาตลอด ตั้งแต่ในอดีตย้อนกลับไปถึงยุคกรีกโบราณโดยเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพัฒนาการเมือง เนื่องจากมีความสำคัญต่อการดำรงอยู่ของระบบการเมืองการปกครองของแต่ละสังคม เป็นตัวกลางในการสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ปกครองกับผู้ใต้ปกครอง และระหว่างผู้ปกครอง หรือผู้ใต้ปกครองด้วยตนเอง ซึ่งอริสโตเติล ได้กล่าวไว้ว่า “การสื่อสารคือการแสวงหาวิธีการจูงใจทุกรูปแบบ

ขณะที่ McNair⁷ ได้กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) โดยยกคำกล่าวของ Denton and Woodward ที่ได้ให้นิยามของการสื่อสารทางการเมืองไว้ว่า “เป็นการอภิปรายเกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรสาธารณะ (รายได้จากภาษี) อำนาจรัฐ (ใครเป็นผู้มอบอำนาจในการตรากฎหมาย การตัดสินใจในการใช้อำนาจนิติบัญญัติและอำนาจบริหาร) การอนุญาตที่เป็นทางการ (รัฐจะให้ประโยชน์หรือลงโทษอย่างไร)”

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการส่งสารจากผู้ส่งสาร (Sender) ไปยังผู้รับสาร (Receiver) ให้ผู้รับสารเข้าใจสาระของสารได้ตามจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสาร ซึ่งมีลักษณะ เช่น การชักนำ การประสานงาน การสร้าง ความบันเทิง การให้สารสนเทศ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งล้วนแต่มีประโยชน์เชิงสร้างสรรค์แก่ผู้รับสาร กระบวนการสื่อสารที่ใช้กันมาก

⁶ Berlo, David K. (1960). The Process of Communication. New York : Holt Rinehart and Winston. Inc.

⁷ McNair, B... (2003). An Introduction to Political Communication. (2nd ed.), New York : Routledge.

ที่สุด คือ การชักนำ (Persuasion) ซึ่ง Dainton and Zellely (M. Dainton and E.D. Zellely)⁸ ได้ให้นิยามว่า เป็นการสื่อสารของมนุษย์ที่ผู้ส่งสารพยายามใช้อิทธิพลต่อผู้รับสารทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนความเชื่อ ค่านิยม และเจตคติ นอกจากนี้ มีทฤษฎีการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อชักนำให้บุคคลเปลี่ยนความเชื่อ ค่านิยมและเจตคติที่สำคัญ ได้แก่ ทฤษฎีการตัดสินในทางสังคม (Social Judgment Theory) ทฤษฎี (Elaborative Likelihood Theory) ทฤษฎี (Theory of Cognitive Dissonance) ทฤษฎีกระบวนทัศน์เชิงพรรณนา (Narrative Paradigm Theory) ซึ่งต่างก็มีเป้าหมายให้ผู้รับสารทำตามที่ผู้ส่งสารเปลี่ยนความเชื่อ ค่านิยม ทศนคติตามจุดมุ่งหมายของผู้

□ ส่งสาร ทั้งนี้ แนวคิดด้านการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) มีลักษณะเป็นการสื่อสารเพื่อสาธารณชนที่เปิดเผยไม่จำกัดผู้รับสาร เพื่อเสนอเรื่องราวทางการเมืองหรือสนับสนุนกระบวนการทางการเมืองด้วย การพัฒนาเนื้อหาสาระของข้อมูลข่าวสารหรือประเด็นต่าง ๆ และนำเสนอผ่านช่องทางสื่อสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่พึงประสงค์ ซึ่งบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารทางการเมืองในฐานะเครื่องมือทางการเมืองที่สำคัญ คือการถ่ายทอดข่าวสารและความรู้ทางการเมืองโดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อบุคคล สื่อมวลชนเพื่อการเผยแพร่ปลูกฝังอุดมการณ์ □ และทัศนคติทางการเมือง และการพัฒนาทางการเมืองไปสู่ทิศทางที่ประเทศได้ตั้งเป้าหมายและอุดมการณ์ □ นั้นไว้ □ ตลอดจนเป็นการดึงดูดให้ประชาชนสนใจด้วย เพราะหากสื่อมวลชนให้น้ำหนักความสำคัญแก่เรื่องใด ประชาชนก็มักให้ความสำคัญกับเรื่องนั้นมากขึ้นตามไปด้วย และที่สำคัญยิ่งคือ บทบาทความสำคัญของการสื่อสารทางการเมืองเพื่อเป็นการกล่อมเกลากองการเมือง (Political Socialization) และการเรียนรู้ทางการเมือง (Political Learning)

อย่างไรก็ตาม Brain McNair⁹ ได้ดำเนินรอยตามแนวทางของ Dainton โดยเน้นการอธิบายที่เจตนาของการสื่อสารการเมือง โดยได้นิยามการสื่อสารการเมืองว่าเป็นการสื่อสารที่มีเป้าหมายประสงค์ทางการเมือง (purposeful communication about politic) ซึ่งรวมถึง

1. การสื่อสารทุกรูปของนักการเมืองและผู้ที่เกี่ยวข้องทางการเมืองในการบรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง
2. การสื่อสารที่ส่งถึงนักการเมืองและผู้ที่เกี่ยวข้องทางการเมืองโดยผู้ที่ไม่ใช่ นักการเมือง เช่น ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง และคอลัมนิสต์หนังสือพิมพ์ เป็นต้น
3. การสื่อสารและกิจกรรมของบุคคลที่กล่าวมาข้างต้น ที่ปรากฏในการรายงานข่าว บทบรรณาธิการและรูปแบบอื่นๆ ของสื่อในการกล่าวถึงการเมือง

⁸ Dainton, M. and Zellely, E.D. (2005). Applying Communication Theory for Professional Life. California : Sage.

⁹ MaNair, B...(1995). An Introduction to Political Communication. London and New York : Routledge.

นอกจากนี้ Brain McNair (1995, p. 11) ได้อธิบายเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อในด้าน การเมือง 5 ประการ ดังนี้

1. การแจ้งข่าวสารแก่ประชาชน (Inform) คือสื่อต้องทำหน้าที่อธิบายถึงสภาพแวดล้อม รอบตัวในเชิงสังเกตการณ์ □ แบบสำรวจและการเป็นผู้เฝ้าดู (Monitor) เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้กับ ประชาชน

2. การให้การศึกษาแก่ประชาชน (Education) คือ สื่อมีหน้าที่ต้องให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็น ประโยชน์ หรือข้อเท็จจริง (Fact) แก่ประชาชน

3. การเป็นเวที (Platform) เพื่อหน้าที่สื่อกลางสาธารณะในการเปิดกว้างให้มีการสำรวจ ประชามติและความคิดเห็นของสาธารณะชนต่อเรื่องสำคัญหรือเรื่องที่เป็นวาทกรรมทางการเมือง

4. การรายงานข่าวและการตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลและสถาบันทางการเมืองแก่ ประชาชนในลักษณะของการเฝ้ายาม

5. การสนับสนุนให้มีการแสดงทัศนะทางการเมือง โดยสื่อมวลชนต้องสามารถทำหน้าที่ เป็นช่องทางดังกล่าวในวิถีประชาธิปไตย

จะเห็นได้ว่า ในปัจจุบัน การสื่อสารได้เข้ามามีความสัมพันธ์กับการเมืองอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะพรรคพลังประชารัฐได้ใช้ประโยชน์จากการสื่อสารทางการเมืองได้อย่างเต็มที่ โดยใช้ทั้ง สื่อสารที่เป็นคำพูดและการสื่อสารที่ไม่เป็นคำพูด (Paralinguistic) ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ของแมคเนียร์ (Brian McNair, 2003) ที่ว่าการสื่อสารทางการเมืองนั้นรวมถึงภาษาทางการเมือง (Political Language) ซึ่งไม่ได้มีเพียงการสื่อสารที่เป็นคำพูด หากรวมถึงการสื่อสารที่ไม่เป็นคำพูด (Paralinguistic) ด้วย ทั้งนี้ การสื่อสารทางการเมืองภายใต้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ได้มี อิทธิพลสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง โดยข้อมูลข่าวสารทางการเมืองอันเป็นผลมาจาก กระบวนการสื่อสารทางการเมืองที่เป็นเนื้อหาสาระหรือบริบท (Essence) ที่สำคัญยิ่งในการ กำหนดและเปลี่ยนแปลงโลกทัศน์ทางการเมืองของประชาชน ทั้งนี้ เพราะการสื่อสารสามารถ เปลี่ยนแปลงความคิดเห็นหรือทัศนคติ (Attitude) ของบุคคล ตลอดจนอาจทำให้เกิดความ เปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิต (Way of Life) และแบบแผนแห่งความเป็นอยู่ในสังคมได้ การสื่อสารทาง การเมืองจะทำประชาชนได้รับรู้และเรียนรู้ประสบการณ์ต่างๆ ทางการเมือง เมื่อประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจทางการเมือง ก็อาจจะก่อให้เกิดการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ซึ่ง นับได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นของการปกครองในระบอบประชาธิปไตย (กรมล ทองธรรมชาติ, 2540)

จากที่ได้กล่าวมาจะเห็นได้ว่า เทคโนโลยีการสื่อสารที่มีความก้าวหน้าไปไม่หยุดยั้งนี้ มีความสัมพันธ์กับอำนาจด้านการเมืองและการปกครองอย่างใกล้ชิด เมื่อมีการปฏิวัติด้านเทคโนโลยีการสื่อสารแบบใหม่ๆ ขึ้น จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในลักษณะใหม่ๆ ซึ่งเป็นการสื่อสารในแนวตั้ง ทำให้ภาพลักษณะในการสื่อสารของการเมืองไทยในสายตาของประชาชนทั่วไปมีลักษณะเป็นการสื่อสารที่มีเป้าหมายเพื่อการครอบงำ (พัสนัย นุตาลัย, 2540) ทำให้ประชาชนมีปฏิริยาตอบโต้การสื่อสารทางการเมืองเป็น 2 ลักษณะ คือ กลัวและหลีกเลี่ยงที่จะสื่อสารกับเบื้อและเกิดการเมินเฉยที่จะติดตามข่าวสารทางการเมือง ซึ่งปฏิริยาทั้ง 2 แบบนี้ ล้วนส่งผลเสียกับระบบการปกครองแบบประชาธิปไตยที่ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในทางการเมืองทั้งสิ้น (สุรพงษ์ ใสธนะเสถียร, 2544) ทั้งนี้ การสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชาชนนำโดยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา รวมทั้งหัวหน้าพรรคและสมาชิกพรรค ยังได้ถูกใช้เป็นเครื่องมือที่เป็นอุปสรรคและวิธีการใช้อุปสรรคในการสื่อสารทางการเมือง เพื่อเชื่อมโยงระหว่างรัฐบาลและประชาชน ทั้งรูปแบบของการสื่อสารทางการเมืองทั้งแนวระนาบและแนวตั้ง

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อทำความเข้าใจต่อการสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชาชนในช่วงเวลาปี พ.ศ.2562-2563 โดยใช้ทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองของ David K.Berlo เป็นการศึกษาบริบทที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชาชน และกระบวนการการสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชาชนในช่วงเวลา ปี พ.ศ.2562-2563 และใช้เทคนิคการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ซึ่งได้แก่ หัวหน้าพรรค เลขาธิการพรรค โฆษกพรรค และกรรมการบริหารพรรค จำนวน 5 ท่าน และยังมีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมตลอดจนการเก็บรวบรวมเอกสารจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ด้วย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยมุ่งจะได้คำตอบจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เป็นรายบุคคลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองและบริบททางการเมืองที่มีผลต่อพรรคพลังประชาชน

3. การวิเคราะห์เนื้อหาสาระ (Content Analysis) และการวิเคราะห์เชิงตีความ (Interpretative Textual Analysis) ซึ่งใช้ในการพิจารณาความเรียงเชิงพรรณนาเพื่อเป็นการตอบวัตถุประสงค์

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า

1. บริบทที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชาชน

บริบทในช่วงการก่อตั้งพรรค ได้แก่ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา เป็นนายกรัฐมนตรีอยู่แล้วกับทั้งได้มีการลงมติเรื่องรัฐธรรมนูญและกำหนดให้มีการเลือกตั้งทั่วไป ทางพรรคได้เล็งเห็นถึงความรู้ความสามารถทางการเมืองของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ผู้ซึ่งมีภาวะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์สามารถนำพาพรรคไปในทิศทางที่พรรคได้กำหนดในวัตถุประสงค์ก่อนการก่อตั้งพรรคขึ้น สมาชิกพรรคทั้งหมดจึงได้พร้อมใจกันเลือกพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ให้ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีเพื่อเป็นการสานต่องานที่รัฐบาลชั่วคราวได้ดำเนินการอยู่แล้วที่ยังไม่สัมฤทธิ์ผลให้สัมฤทธิ์ผล

นอกจากนี้ ยังพบว่า บริบททางการเมืองในช่วงปี พ.ศ.2563 เป็นช่วงเวลาที่รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ ต้องเผชิญกับการท้าทายจากเยาวชนที่ออกมาเรียกร้องให้พลเอกประยุทธ์ ลาออกอันมีสาเหตุมาจากความตกต่ำทางเศรษฐกิจ และการเมืองที่ไม่เป็นประชาธิปไตยอีกทั้งยังมีการเรียกร้องให้มีการปฏิรูปสถาบันกษัตริย์ ทำให้พรรคพลังประชาชน มีคะแนนนิยมที่ลดลง

2. กระบวนการการสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชาชนในช่วงเวลา ปี พ.ศ.2562-2563

กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของพรรคพลังประชาชน เป็นวิธีการหรือลำดับขั้นตอนการสื่อสารที่มีองค์ประกอบพื้นฐาน คือ ผู้ส่งสาร เนื้อหาสาระ ช่องทางการสื่อสารหรือวิธีการสื่อสาร และผู้รับสาร ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ David K. Berlo ที่ได้แสดงทัศนะไว้ว่า การสื่อสารทางการเมือง องค์ประกอบ ได้แก่ 1. Sender : ผู้ส่งสาร คือ พรรค นำโดยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้สื่อสารเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันที่ได้มีการแก้ปัญหาการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด จนเป็นที่ประจักษ์และยอมรับกันทั่วโลก 2. Message : สาร เนื้อหาสาระ การแก้ปัญหาการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด จนเป็นที่ประจักษ์และยอมรับกันทั่วโลก นอกจากนี้ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ยังได้ส่งสารไปยังกลุ่มผู้ประท้วงซึ่งพยายามกดดันให้ลาออกจากความเป็นนายกรัฐมนตรีว่า ตนเองได้เข้ารับตำแหน่งนายกรัฐมนตรีตามกระบวนการที่ถูกต้องแห่งระบอบประชาธิปไตย จึงจะไม่ลาออกตาม

คำเรียกร่องของกลุ่มผู้ชุมนุม ซึ่งสร้างความไม่พอใจแก่ประชาชนจำนวนมาก 3. Channel : ช่องสื่อ
ช่องทางที่สารถูกส่งผ่าน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อออนไลน์ต่างๆ และ 4. Receiver : ผู้รับสาร คือ
กลุ่มประชาชนทั่วประเทศ

เอกสารอ้างอิง

กรมล ทงธรรมชชาติ. (2540). รัฐธรรมนูญใหม่กับการปฏิรูปการเมือง 15 ปี รัฐศาสตร์ มสธ.

กรุงเทพมหานคร : พิมพ์อักษร.

สุภาพรณ์ ติงอินทร์. (2553). กลยุทธ์การสื่อสารของสมาชิกวุฒิสภา (ส.ว.) ที่เคยดำรงตำแหน่ง
กำนัน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2544). การสื่อสารกับการเมือง. กรุงเทพมหานคร : ประสิทธิ์ภักดิ์ แอน
พรีนติ้ง.

หทัยกาญจน์ ตรีสุวรรณ. (2019). "ผลเลือกตั้ง 2562 : เปิดพจนานุกรมเลือกตั้งฉบับ กกด."

พัสนัย นุตาลัย. (2540). "การสื่อสารทางการเมืองของชนชั้นกลาง." วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Agree, W.K., Ault, P.H. and Emery, E. (1976). Introduction to Mass Communication. New
York: Harper & Row.

Almond, G.A. & Coleman, J.S. (1960). The Politics of Developing Area. Princeton:
Princeton University Press.

Berlo, David K. (1960). The Process of Communication. New York: Holt Rinehart and
Winston, Inc.

Dainton, M. and Zelle, E.D. (2005). Applying Communication Theory for Professional
Life. California: Sage.

Helen Regan & Kocha Olarn. (2019). "Confusion mounts as Thailand's election results
delayed."

McNair, B.. (1995). An Introduction to Political Communication. London and New York:
Routledge.

_____.(2003). An Introduction to Political Communication. (2nd ed.), New York:
Routledge.

Pravit Rojanaphruk. (2019). "Doubts over Election Commission's Party List Allocations Grow."

Rush, M. & Althoff, P. (1971). An Introduction to Political Sociology. London: Thomas Nelson and Sons.

โลกาภิวัตน์กับการใช้บริการสุขภาพข้ามพรมแดน
GLOBALIZATION AND CROSS-BORDER UTILIZATION OF HEALTH CARE

วิลาสินี คีตวัฒนานนท์

Wilasinee Keetawattananon¹

บทคัดย่อ

บทความนี้กล่าวถึงความสัมพันธ์ของโลกาภิวัตน์กับการใช้บริการสุขภาพข้ามพรมแดน และผลกระทบของโลกาภิวัตน์ทั้งในเชิงบวกและลบ ในมุมมองด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อมต่อการใช้บริการสุขภาพข้ามพรมแดน ในบริบทพื้นที่อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ประเทศไทย กับเมืองต้นผึ้ง ประเทศลาว ซึ่งโลกาภิวัตน์เป็นความสัมพันธ์ทางสังคมทั่วโลกที่ใกล้ชิดกัน ส่งผลให้ผู้คนและสถานที่ที่ห่างไกลจากกันมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันมากขึ้นและไม่ได้ถูกจำกัดอยู่ภายในดินแดนของรัฐชาติใดรัฐชาติหนึ่ง ทำให้ประชากรที่ต่างชาติพันธุ์ สังคม วัฒนธรรม สถานภาพทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี ข่าวสารข้อมูล เงินทุน แนวคิดและอุดมการณ์ ได้มีโอกาสติดต่อเชื่อมโยงถึงกันและกันมากขึ้น เช่นเดียวกับเรื่องการใช้บริการสุขภาพข้ามพรมแดนที่เป็นปรากฏการณ์ที่พบเห็นได้โดยทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉพาะในยุคโลกาภิวัตน์ ที่ปัจจุบันสังคมทั่วโลกมีการติดต่อสื่อสารกันได้อย่างทั่วถึงไม่ว่าจะเป็นการติดต่อระหว่างคนในภูมิภาคต่างๆ ในการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม การเมืองการปกครอง หรือแม้กระทั่งในเรื่องระบบสุขภาพ จนสามารถเรียกได้ว่าโลกไร้พรมแดน ที่ข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ไม่สามารถเป็นอุปสรรคของการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนในด้านต่างๆ ระหว่างกันอีกต่อไป โดยการมองผ่านมุมมองด้านโลกาภิวัตน์ ทำให้เข้าใจถึงประสบการณ์และปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของผู้คนในการใช้บริการสุขภาพข้ามพรมแดนที่ไม่ได้จำกัดเฉพาะขอบเขตของพื้นที่ชุมชนเฉพาะหรือในประเทศใดประเทศหนึ่งเท่านั้น แต่มี

¹ คณะวิทยาศาสตร์สุขภาพ วิทยาลัยทองสุข (Faculty of Health Sciences Thongsook College)

ลักษณะที่เป็นกระบวนการเชื่อมโยงกันทั้งในระดับโลก ภูมิภาค ชาติ ท้องถิ่น และปัจเจกบุคคล และมีผลกระทบซึ่งกันและกันทั้งด้านบวกและด้านลบในประเด็นต่างๆ มากมาย

คำสำคัญ: โลกาภิวัตน์; การใช้บริการสุขภาพ; ข้ามพรมแดน

Abstract

This academic article discusses the relationship between globalization and the use of cross-border health services. It reveals the effects of globalization on cross-border health services both positively and negatively in terms of economic, social and environmental perspectives. The case study found that in context Chiang Saen district of Chiang Rai province of Thailand and Laos have accepted globalization as a global social relationship. People and remote places are more connected, and they are not limited to the territory of any nation states. The use of cross-border health services has been a common phenomenon in the modern world, particularly in the era of globalization that exists in today's society. Worldwide communication whether for economic, social, culture exchange, and deposit on the health system, can be now called a borderless world. Geographical barriers cannot block people' ways to communicate and exchange. By looking through a globalization perspective give scholars insight into experiences and social interactionism of those who use cross-border health services at the global, regional, nation, local and individual have a network and each level can have an impact on one another both positively and negatively.

Keyword: Globalization; Utilization of Health Care; Cross-border

บทนำ

การใช้บริการสุขภาพข้ามพรมแดนเป็นปรากฏการณ์ที่พบเห็นได้โดยทั่วไป ในยุคปัจจุบัน (De Neve, 2010; Helble, 2011) ปรากฏการณ์ที่น่าสนใจอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะในแง่ของการไหลเวียนของผู้คนในพื้นที่ชายแดน นอกเหนือจาก ผู้ใช้บริการที่เป็นแรงงานข้ามชาติและการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical tourism) แล้ว ยังมีปรากฏการณ์ที่ชาวต่างชาติโดยเฉพาะผู้ป่วยจากประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ เมียนมาร์ ลาว และกัมพูชา ที่ไม่ใช่แรงงานข้ามชาติได้ข้ามพรมแดนมา ใช้บริการสุขภาพในประเทศไทยมาตั้งแต่อดีตและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน (Charoenmukayananta, Sriratanaban, Hengpraprom, & Trarathep, 2014) ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศปลายทางที่รองรับผู้ป่วยข้ามพรมแดนจาก ประเทศเพื่อนบ้านมาตั้งแต่อดีต ซึ่งลักษณะการใช้บริการสุขภาพของประชากรที่อยู่ อาศัยหรือทำงานในอาณาบริเวณชายแดนนั้นแตกต่างไปตามบริบทของแต่ละพื้นที่ (Charoenmukayananta, Sakulpanich, Thamwanna, & Sawangchaeng, 2013) ทั้งนี้ได้ส่งผลกระทบต่อทั้งในเชิงบวกและเชิงลบต่อระบบบริการสุขภาพชายแดน ด้านหนึ่งการใช้บริการสุขภาพข้ามพรมแดนเป็นโอกาสในการสร้างรายได้แก่ สถานพยาบาลที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่ในขณะเดียวกันก็ เป็นภาระแก่สถานพยาบาลที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ห่างไกลอันเนื่องมาจากค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้รับการ ชำระด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะในสถานพยาบาลระดับทุติยภูมิของรัฐ (Bochaton, 2013; Meemon et al., 2016) โดย พื้นที่อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย เป็นพื้นที่ ที่มีประวัติศาสตร์การเคลื่อนย้ายข้ามพรมแดนระหว่างประเทศมาเป็นเวลานาน มีการแลกเปลี่ยนและผสมผสานทางสังคมและวัฒนธรรม มีสถานที่ท่องเที่ยว ท่าเรือ มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ และถูกพัฒนาให้เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยม ทองคำ (The Golden Triangle Special Economic Zone: GTSEZ) ส่งผลทำให้ พื้นที่อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายและเมืองต้นผึ้ง ประเทศลาว นั้นมีนักพนัน ชาวต่างชาติ นักลงทุน นักท่องเที่ยว และแรงงานหลากหลายสัญชาติเดินทางข้าม

พรมแดนไปมาอย่างต่อเนื่อง (Bochaton, 2015) ทำให้ในปัจจุบันประเทศลาวกำลังมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างรวดเร็วจากการลงทุนข้ามชาติ จากการพัฒนาพื้นที่ที่ถูกพัฒนาให้เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษและผลพวงจากโลกาภิวัตน์ อีกทั้งยังมีการเติบโตของธุรกิจข้ามชาติ อาทิ บอนคาสิโน ศูนย์การค้า การเติบโตด้านการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ซึ่งการศึกษาบริบททางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม และระบบสุขภาพของประเทศลาว (Santasombat, 2015) ที่จะส่งผลกระทบต่อการข้ามพรมแดนมาใช้บริการสุขภาพ และผลกระทบของโลกาภิวัตน์จึงเป็นเรื่องที่น่าติดตามเป็นอย่างยิ่ง

ความสัมพันธ์ของโลกาภิวัตน์กับการใช้บริการสุขภาพข้ามพรมแดน

โลกาภิวัตน์ (Globalization) เป็นความสัมพันธ์ทางสังคมทั่วโลกที่ใกล้ชิดกัน ซึ่งส่งผลให้ผู้คนและสถานที่ที่ห่างจากกันมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันมากขึ้น จนกระทั่งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแห่งใดแห่งหนึ่งในโลกสามารถก่อให้เกิดผลหรือมีอิทธิพลต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในอีกที่หนึ่งห่างไกลออกไป (Anthony, 1990) ในขณะเดียวกันโลกาภิวัตน์ยังเป็นกระบวนการการยุบย่อ (shrinking) พื้นที่และเวลาให้สั้นลง ซึ่งหมายถึง การที่ผู้คนมีชีวิตที่จังหวะเวลาดำเนินไปเร็วขึ้น เวลาที่ใช้ในการทำสิ่งต่างๆ ลดลงและระยะทางระหว่างสถานที่ต่างๆ สั้นลง (Coleman & Sajed, 2013)

โลกาภิวัตน์เป็นกระแสที่เชื่อมโยงผู้คนต่างวัฒนธรรม ต่างชาติ ต่างภาษา เข้าด้วยกัน และได้พัดพาให้คนต่างชาติพันธุ์ วัฒนธรรม สถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคม เทคโนโลยี ข่าวสารข้อมูล เงินทุน แนวคิดและอุดมการณ์ (Appadurai, 1990) ข้ามรัฐชาติด้วยอัตราความเร็ว ปริมาณและทิศทางที่อำนาจรัฐไม่อาจควบคุมได้เหมือนที่เคยเป็นมาในยุคก่อน ซึ่งในแง่หนึ่งโลกาภิวัตน์ เป็นการสลายเขตแดนและทำให้ผู้คนได้มีโอกาสติดต่อเชื่อมโยงถึงกันและกันมากขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยเปิดโลกทัศน์ของผู้คนในโลกสมัยใหม่ให้รับรู้และมีปฏิสัมพันธ์กับความแตกต่างหลากหลายและการอยู่ร่วมกันในโลกเดียวกัน โดยที่โลกของคนส่วนใหญ่ไม่ได้ถูก

จำกัดอยู่ในพรมแดนของรัฐชาติเท่านั้น ดังนั้นโลกาภิวัตน์จึงก่อให้เกิดคนกลุ่มหนึ่งอพยพเคลื่อนย้ายไปตั้งถิ่นฐานหรือทำมาหากินในต่างประเทศ ต่างวัฒนธรรมมากขึ้น อย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน ได้แก่ แรงงานข้ามชาติ ผู้ลี้ภัย ผู้อพยพ นักวิชาชีพชั้นสูง หรือคนข้ามพรมแดนเพื่อหางานทำ เพื่อแสวงหาชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น หรือแม้กระทั่งผู้ป่วยที่ต้องการใช้บริการสุขภาพข้ามพรมแดน ฯลฯ

การวิเคราะห์สถานการณ์การใช้บริการสุขภาพข้ามพรมแดนในยุคโลกาภิวัตน์ ที่ปัจจุบันสังคมทั่วโลกมีการติดต่อสื่อสารกันได้อย่างทั่วถึงไม่ว่าจะเป็นการติดต่อระหว่างคน ในภูมิภาคต่างๆ ในการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม หรือแม้กระทั่งในทางการเมืองการปกครอง จนสามารถเรียกได้ว่าโลกไร้พรมแดน ที่ข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ไม่สามารถเป็นอุปสรรคของการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนระหว่างกันอีกต่อไป โดยการมองผ่านมุมมองด้านโลกาภิวัตน์ ทำให้เข้าใจประสบการณ์และปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของผู้คนที่ไม่ได้จำกัดเฉพาะขอบเขตของพื้นที่ชุมชนเฉพาะหรือในประเทศใดประเทศหนึ่งเท่านั้น แต่มีลักษณะที่เป็นกระบวนการเชื่อมโยงกันทั้งในระดับโลก ภูมิภาค ชาติ ท้องถิ่น และปัจเจกบุคคล ที่ทำให้ประสบการณ์ การรับรู้ การตีความให้ความหมายของการใช้บริการสุขภาพข้ามพรมแดนนั้นมีลักษณะที่เลื่อนไหล ไม่หยุดนิ่งตายตัว และยืดหยุ่น ประกอบกับการเดินทางข้ามพรมแดนหรือข้ามประเทศ ในยุคโลกาภิวัตน์ในปัจจุบันนั้นสามารถทำได้ง่ายและสะดวกสบาย การคมนาคมด้วยรถยนต์ เครื่องบิน เรือ หรือรถสาธารณะข้ามประเทศค่อนข้างสะดวกสบาย โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ได้รับการพัฒนาและเชื่อมต่อกันอย่างไร้พรมแดน เอกสารที่ใช้ข้ามแดน หรือจุดตรวจคนเข้าเมือง มีบริการทุกอย่างอยู่ที่จุดเดียว เพิ่มความสะดวกสบายและรวดเร็วยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีเรื่องความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์ ความคุ้นเคยในประเทศเพื่อนบ้าน ระหว่างประเทศไทยและลาวที่มีสังคมและวัฒนธรรมคล้ายคลึงกัน มีประวัติศาสตร์การเป็นบ้านพี่เมืองน้องกันมาอย่างยาวนาน ทำให้การข้ามพรมแดนไม่ได้ให้ความรู้สึกเหมือนกับการเดินทางไปต่างประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นเรื่องของข้อมูล

ข่าวสารเรื่องคุณภาพของระบบการรักษาพยาบาล เทคโนโลยีทางการแพทย์ โดยเฉพาะจากคำบอกเล่าจากผู้ป่วยที่เคยข้ามพรมแดนมาใช้บริการสุขภาพ กลับไปบอกต่อหรือแนะนำครอบครัว ญาติ เพื่อน และคนรู้จัก โดยทำการเปรียบเทียบคุณภาพระหว่างสถานพยาบาลที่ตั้งอยู่ในเขตชายแดนของประเทศปลายทางกับสถานพยาบาลในประเทศตนเอง ทำให้ผู้ใช้บริการข้ามพรมแดนมีความเชื่อมั่นในคุณภาพการรักษาพยาบาล หรือบริการสุขภาพบางอย่างในประเทศของตนเองไม่มีให้บริการหรือราคาค่าบริการแพงกว่า (Charoenmukkayanan et al., 2013; Niphattra Haritavorn & Chaninan Sukkasem, 2018) สิ่งเหล่านี้ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้ป่วยเดินทางมาใช้บริการสุขภาพข้ามพรมแดน ซึ่งโลกาภิวัตน์เองเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การใช้บริการสุขภาพข้ามพรมแดนนั้นเพิ่มสูงขึ้น (Cornia, 2001; Kawachi & Wamala, 2006; Lee, 2003) เนื่องจากโลกาภิวัตน์ทำให้ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างประเทศ หรือทั่วโลกที่ใกล้ชิดกัน ส่งผลให้ผู้คนและสถานที่ที่ห่างจากกันมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน เข้าถึงกันได้มากขึ้น ผู้คนจึงสามารถเดินทางข้ามพรมแดน หรือติดต่อหาข้อมูลประสานงานการรักษาพยาบาลข้ามพรมแดนได้อย่างสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น (Woodward, Drager, Beaglehole, & Lipson, 2001)

ในขณะเดียวกันหากวิเคราะห์จากระบบสุขภาพของประเทศต้นทาง ก็พิจารณาได้ว่าเป็นกระบวนการพัฒนากระแสหลักภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมใหม่ ระบบทุนนิยมโลกและบริบทสังคมยุคโลกาภิวัตน์ทำให้เกิดการลงทุนในพื้นที่เศรษฐกิจต่างๆ ดึงดูดให้ประเทศใหญ่ๆ มาลงทุน พัฒนาและแสวงหาผลกำไร เช่น ประเทศจีน เข้ามาเช่าพื้นที่ประเทศลาว เพื่อลงทุนทำเขตเศรษฐกิจพิเศษเป็นเวลา 99 ปี ซึ่งดึงดูดให้บริษัทข้ามชาติและนักลงทุนจากประเทศต่างๆ เข้ามาร่วมด้วย เกิดการพัฒนาและขยายโครงสร้างทางพื้นฐานในประเทศลาวอย่างรวดเร็ว อาทิเช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า น้ำประปา รถไฟฟ้าความเร็วสูง และอนาคตอันใกล้นี้ที่มีการวางแผนจะสร้างสนามบิน มีการสร้างบ่อนคาสิโน ศูนย์การค้า แหล่งท่องเที่ยว โรงงานอุตสาหกรรม และธุรกิจต่างๆ มากมาย ทำให้คนลาวบางส่วนต้องอพยพย้าย

ที่อยู่อาศัย บางส่วนไม่มีงานทำ บางส่วนเปลี่ยนจากทำเกษตรกรรมไปเป็นแรงงาน ก่อสร้าง หรือลูกจ้างในธุรกิจต่างๆ โดยระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมใหม่และระบบทุนนิยมได้เข้ามาปรับเปลี่ยนชีวิตทางสังคมของคนที่อยู่ในบริบทชายแดน อีกทั้งทั้งนายทุน (ประเทศจีน) และรัฐบาลลาว ได้ผลิตซ้ำอุดมการณ์ครอบงำต่างๆ ที่แฝงฝังอยู่ในอุดมการณ์ความเจริญรุ่งเรือง การพัฒนาในด้านต่างๆ นโยบาย โครงสร้างสังคม และวัฒนธรรม อันเป็นผลทำให้เกิดกลุ่มคนชายขอบและชุมชนชายขอบที่บริเวณชายแดนขึ้นในสังคม ซึ่งผลกระทบจากการเปิดเสรีด้านการค้าการลงทุนและนโยบายเศรษฐกิจของรัฐ ทำให้คนกลุ่มนี้ไม่ได้รับความเป็นธรรมในการกระจายทรัพยากรด้านสุขภาพและการเข้าถึงบริการสุขภาพของรัฐบาลลาว (HIRSO, 2012) และพวกเขาเป็นกลุ่มคนที่ได้รับผลเชิงลบจากกระบวนการพัฒนาประเทศและเป็นแรงผลักดันสำคัญที่นำไปสู่ความเจ็บป่วยและการแสวงหาบริการสุขภาพข้ามพรมแดน นอกจากนี้ยังมีการลงทุนทางด้านสุขภาพ โดยการสร้างโรงพยาบาลเอกชนในประเทศลาว แต่คนลาวนั้นก็ไม่สามารถเข้าถึงบริการได้เนื่องจากราคาค่าบริการแพง ซึ่งคนที่ใช้บริการนั้นส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวและนายทุนเท่านั้น และนี่ก็คือระบบสุขภาพของประเทศต้นทางภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมใหม่และระบบทุนนิยมที่ได้ผลิตซ้ำโครงสร้างความสัมพันธ์แบบชนชั้น ที่ทำให้คนเจ็บป่วยจากการความยากจน จากการประกอบอาชีพหรืองานที่เปลี่ยนแปลงไป และอำนาจทางเศรษฐกิจแบบชนชั้นทำให้คนลาวไม่สามารถเข้าถึงบริการสุขภาพได้ จึงต้องเดินทางข้ามพรมแดนไปแสวงหาบริการสุขภาพที่ประเทศไทย หรืออาจกล่าวได้ว่า การเลื่อนไหลข้ามพรมแดนของผู้ป่วยก็เกิดขึ้นได้จากระบบบริการสุขภาพของประเทศต้นทางที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการด้านสุขภาพของผู้ป่วยได้เช่นกัน (Meemon et al., 2017)

ผลกระทบเชิงบวกและลบของโลกาภิวัตน์ ในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อมต่อการให้บริการสุขภาพข้ามพรมแดน

ผลกระทบเชิงบวกด้านเศรษฐกิจ มุมมองทางเศรษฐกิจในโลกาภิวัตน์ไม่ จะเป็นการเป็นเสรีนิยม การเป็นเอกชน การลงทุนทางการต่างประเทศ การพัฒนา โครงสร้างพื้นฐาน การขยายตัวของเทคโนโลยีทางการติดต่อสื่อสาร การคมนาคม และกลไกของการค้าระหว่างประเทศ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ ช่วยพัฒนาและสร้างโอกาส ทางเศรษฐกิจในการดึงดูดกลุ่มผู้ป่วยที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ มีกำลังจ่าย หรือมี รายได้ที่สามารถจ่ายค่ารักษาพยาบาลได้ ให้เดินทางข้ามพรมแดนมาใช้บริการ สุขภาพทั้งสถานพยาบาลของรัฐและเอกชนในประเทศไทย เป็นการสร้างรายได้ ให้กับประเทศ สร้างชื่อเสียงในด้านการรักษาพยาบาลและทำให้ไทยเป็น medical hub ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทยได้รับความนิยม ค่อนข้างสูงจากชาวต่างชาติ ด้วยเหตุนี้บริษัทฯ คลินิกเอกชน และธุรกิจ โรงพยาบาลเอกชน จึงใช้โอกาสนี้ในการเข้าไปลงทุนสร้างโรงพยาบาลเอกชน เปิด คลินิกเอกชน และซื้อยารวมทั้งเวชภัณฑ์ทางการแพทย์จากฝั่งไทยไปจำหน่ายใน ประเทศลาว นอกจากนี้ธุรกิจประกันสุขภาพก็เป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมจากกลุ่ม ผู้ป่วยที่ข้ามพรมแดนที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะในกลุ่มผู้ป่วยที่เป็นโรค เรื้อรัง หรือมีปัญหาสุขภาพรุนแรง เช่น โรคมะเร็ง โรคหัวใจและหลอดเลือด หรือต้อง ใช้เทคโนโลยีทางการแพทย์ขั้นสูงในการรักษา จึงนิยมซื้อประกันสุขภาพเนื่องจาก ผู้ป่วยเห็นว่าคุ้มค่าในการใช้บริการสุขภาพ เพราะต้องเดินทางข้ามพรมแดนมารับ บริการสุขภาพเป็นประจำอย่างต่อเนื่องอยู่แล้ว ส่วนสถานพยาบาลของรัฐ โดยเฉพาะระดับปฐมภูมิที่อยู่บริเวณชายแดนของประเทศไทยที่มีผู้ป่วยต่างชาติ เดินทางข้ามพรมแดนมาใช้บริการสุขภาพนั้นก็ได้รับผลกระทบเชิงบวกในด้านรายได้ ด้วยด้วยกัน เนื่องจากค่ารักษาพยาบาลในสถานพยาบาลปฐมภูมินั้นค่อนข้างถูก ผู้ป่วยจึงสามารถชำระค่ารักษาพยาบาลได้เต็มจำนวน จึงเป็นการสร้างรายได้ให้กับ สถานพยาบาลของไทยด้วยเช่นกัน (Bochaton, 2015; Kanittinsuttitong, 2015;

Meemon et al., 2016) สำหรับผลกระทบเชิงลบด้านเศรษฐกิจ โลกาภิวัตน์ทำให้หน่วยงานหลายๆ ด้านถูกแปรรูปให้เป็นเอกชน เช่นเดียวกับด้านสุขภาพ สุขภาพถูกทำให้เป็นสินค้า หากไม่มีเงินก็ไม่สามารถเข้าถึงหรือไปใช้บริการสุขภาพได้ ทำให้คนจนหรือคนยากไร้เมื่อเจ็บป่วยจึงประสบกับความยากลำบากในด้านค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล คนกลุ่มนี้จึงเลือกเดินทางข้ามพรมแดนมาใช้บริการสุขภาพที่ฝั่งไทย เพราะทราบดีว่าถึงไม่สามารถจ่ายค่ารักษาพยาบาลได้ บุคลากรทางด้านสาธารณสุขฝั่งไทยก็จะทำการรักษาพยาบาลให้ก่อนด้วยมนุษยธรรม หรือให้ผ่อนชำระได้ หรือรักษาให้ฟรี ทำให้สถานพยาบาลของรัฐขนาดใหญ่หรือระดับทุติยภูมิที่อยู่บริเวณชายแดนที่มีผู้ป่วยต่างชาติจำนวนมากเดินทางข้ามพรมแดนมาใช้บริการสุขภาพนั้นมีปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้รับการชำระจากกลุ่มผู้ป่วยต่างชาติที่ไม่สามารถชำระค่ารักษาพยาบาลได้จำนวนมากหรือกลุ่มผู้ป่วยยากไร้ เนื่องจากผู้ป่วยส่วนใหญ่มักจะได้รับการส่งต่อมาจากสถานพยาบาลปฐมภูมิหรือป่วยด้วยโรคที่รุนแรง ทำให้มีค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลสูง ซึ่งโรงพยาบาลต้องแบกรับค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้รับการชำระจากผู้ป่วยต่างชาติเหล่านี้ปีละหลายล้านบาท ทำให้เป็นภาระทางการเงินของโรงพยาบาล และเป็นภาระทางเศรษฐกิจของประเทศชาติ นอกจากนี้ทำให้บุคลากรด้านการแพทย์และสาธารณสุขที่ทำงานในโรงพยาบาลของรัฐบริเวณชายแดนมีภาระงานเพิ่มขึ้นหลายเท่าในการให้บริการสุขภาพทั้งคนไทยและต่างชาติ ในอัตราเงินเดือนเท่าเดิม ทำให้บุคลากรเหล่านี้เกิดภาวะสมองไหลลาออกและย้ายไปทำงานในสถานพยาบาลเอกชนที่ได้ค่าตอบแทนมากกว่าหลายเท่าตัว ทำให้ประเทศไทยต้องสูญเสียทรัพยากรบุคคลและงบประมาณในการพัฒนามูลนิธิของประเทศไทย (Niphattra Haritavorn & Chaninan Sukkasem, 2018)

ผลกระทบเชิงบวกด้านสังคม โลกาภิวัตน์ทำให้ผู้คนในสังคมมีการเชื่อมโยงกัน โดยปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของผู้คนที่ไม่ได้จำกัดเฉพาะขอบเขตของพื้นที่ชุมชนเฉพาะหรือในประเทศไทยหรือประเทศลาวเท่านั้น ทั้งคนไทยคนลาว หรือคนต่างชาติอื่นๆ ต่างมีความสัมพันธ์ทางสังคมในลักษณะบ้านพี่เมืองน้อง เป็นเครือข่าย

ทางสังคม ที่คอยช่วยเหลือและสนับสนุนซึ่งกันและกัน โดยเมื่อเวลาคนลาวเจ็บป่วย และต้องการเดินทางข้ามพรมแดนมาใช้บริการสุขภาพในสถานพยาบาลฝั่งไทย ก็จะมีการติดต่อคนที่รู้จัก ญาติพี่น้อง หรือเพื่อนฝูง เพื่อขอคำแนะนำและการช่วยเหลือ ในการเดินทาง การแปลภาษา หรือไปหาหมอเป็นเพื่อน ซึ่งจะเห็นได้ว่าลักษณะทาง สังคมบริเวณชายแดนนั้นค่อนข้างเป็นเหมือนลักษณะเครือข่าย และให้การ ช่วยเหลือในฐานะเพื่อนมนุษย์คนหนึ่ง นอกจากนี้โลกาภิวัตน์ยังทำให้สังคมบริเวณ ชายแดนนั้นมีความหลากหลาย ในแง่ของผู้คน ชาติพันธุ์ ภาษา ลักษณะทาง เศรษฐกิจและสังคมของคน การประกอบอาชีพ วิถีชีวิต ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีการผสมผสาน แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ซึ่งกันและกันได้ นอกจากนี้ในด้านระบบสุขภาพ ด้วยความ หลากหลายของชาติพันธุ์ทำให้สังคมในพื้นที่บริเวณชายแดนนั้นมีความหลากหลาย ในด้านระบบสุขภาพด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นการให้ความหมายความเจ็บในโรค หนึ่งๆ ความคิด ความเชื่อที่แตกต่างกันไป ทั้งวิธีการรักษา ยา หรือผู้ทำการรักษา เป็นต้น ทำให้บุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุขที่ทำงานในพื้นที่ชายแดน ต้อง เรียนรู้และทำความเข้าใจผู้ป่วยที่อยู่ในสังคมที่มีการแพทย์แบบพหุลักษณะ นอกจากนี้โลกาภิวัตน์ด้านการสื่อสารและอินเทอร์เน็ตยังทำให้การทำงานร่วมกัน ระหว่างบุคลากรทางด้านสาธารณสุขในสองฝั่งชายแดนนั้นเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ สามารถทำได้อย่างรวดเร็วและทันทีทันใด ช่วยให้เกิดการทำงานที่ช่วยเหลือเกื้อกูล กัน เป็นเครือข่ายในการทำงานในระบบสาธารณสุข สำหรับผลกระทบเชิงลบด้าน สังคม อย่างที่กล่าวไปแล้วว่าโลกาภิวัตน์ทำให้สังคมบริเวณชายแดนนั้นมีความ หลากหลาย ทำให้มีการเคลื่อนไหวของสินค้า ผู้คน ข้อมูลข่าวสาร และเทคโนโลยี ต่างๆ ข้ามพรมแดนไปมาระหว่างกันอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่ง ความเป็นชายแดนและการเคลื่อนไหวนี้เองจึงเป็นช่องทางของการขนถ่ายหรือขนส่ง สินค้าผิดกฎหมายและยาเสพติดต่างๆ (Lyttleton & Amarapibal, 2002) โดยเฉพาะ อย่างยิ่งในพื้นที่สามเหลี่ยมทองคำ เป็นพื้นที่ที่ติดอันดับในเรื่องของการค้ายาเสพติด และการปลูกฝิ่น ทำให้ในพื้นที่นี้มีปัญหาเรื่องการใช้ยาเสพติดจำนวนมาก เนื่องจาก

ในอดีตผู้คนบริเวณนี้มีการใช้ฝิ่นอยู่ในวิถีชีวิตและชีวิตประจำวันอยู่แล้ว ซึ่งเมื่อใช้เป็นเวลานานก็จะนำไปสู่ปัญหาในเรื่องของการติดและส่งผลต่อสุขภาพ ทำให้เกิดอาการทางประสาท นำไปสู่ปัญหาการทะเลาะวิวาท ปัญหาอุบัติเหตุ หรือปัญหาอาชญากรรม (Watcharejyothin & Shrestha, 2009)

ผลกระทบเชิงบวกด้านการเมือง โลกาภิวัตน์ทำให้การติดต่อประสานงาน การสื่อสาร การเดินทางขนส่ง หรือคมนาคมเป็นไปอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น ทำให้การติดต่อกันข้ามประเทศหรือระหว่างประเทศสามารถเกิดขึ้นได้ง่าย ดังนั้นเรื่องความร่วมมือระหว่างประเทศต่างๆ จึงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ง่ายในยุคปัจจุบัน ผู้นำของแต่ละประเทศมีจัดประชุมเพื่อหารือในเรื่องต่างๆ หาแนวทางแก้ไขปัญหาในเรื่องต่างๆ ร่วมกัน หรือทำข้อตกลง การพัฒนาแผนงานร่วมกันในการพัฒนาประเทศ โดยถ้าหากประเทศนั้นๆ มีความสัมพันธ์ในด้านการเมืองที่ดีต่อการประสานงานและดำเนินการเรื่องความร่วมมือระหว่างประเทศก็เป็นเรื่องไม่ยาก เช่นเดียวกันกับเรื่องสาธารณสุข มีการทำข้อตกลง (MOU) ความร่วมมือร่วมกันระหว่างประเทศไทยกับลาวทั้งในระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น ในการป้องกันโรคติดต่อที่สำคัญ เช่น วัณโรคและโรคเอดส์ พัฒนาระบบการส่งต่อผู้ป่วย การส่งข้อมูลหรือประวัติการรักษาของผู้ป่วยข้ามพรมแดน การประสานและติดตามการรักษาโรคร่วมกันระหว่าง 2 สถานพยาบาลในสองฝั่งชายแดน ซึ่งจะเห็นได้ว่าโลกาภิวัตน์นั้นเป็นตัวช่วยประสาน การติดต่อกันระหว่างประเทศเป็นไปอย่างรวดเร็วและทันท่วงที สำหรับ

ผลกระทบเชิงลบด้านการเมือง ในพื้นที่ชายแดนที่มีความหลากหลายและเคลื่อนไหลของผู้คนต่างชาติพันธุ์ ธุรกิจการค้า สิ่งของ เงินตราต่างๆ ทำให้มีเรื่องผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง แรงงานข้ามชาติหรือคนต่างชาติ ต้องมีเอกสารประจำตัวเพื่อแสดงสถานะทางกฎหมายของตนเองและแสดงถึงสิทธิต่างๆ หากไม่มีเอกสารใดๆ ในการยืนยันตนเองก็จะไม่ได้รับสิทธิใดๆ และเข้าไม่ถึงบริการใดๆ ทั้งสิ้น ในพื้นที่ชายแดนจึงเกิดการเรียกร้องผลประโยชน์กับคนกลุ่มนี้เพื่อที่จะรับรองการอยู่ในพื้นที่ให้ ซึ่งต้องใช้เอกสารที่เซ็นรับรองจากผู้ใหญ่บ้านหรือผู้นำในชุมชน

เพื่อแสดงว่าอยู่อาศัยในพื้นที่จริง นอกจากนี้ยังมีการสวมสิทธิ์คนที่เสียชีวิตไปแล้ว เพื่อต้องการสถานะทางกฎหมายหรือสัญชาติในการดำเนินชีวิต หรือการซื้อที่ดินเพื่อปลูกที่อาศัย คนเหล่านี้ก็ไม่สามารถทำธุรกรรมใดๆ ได้ จึงต้องให้นายหน้าหรือคนรับจ้างซื้อให้แทน หรือการรับจ้างแต่งงานเพื่อให้ได้มาซึ่งสัญชาติ เช่นเดียวกับการซื้อประกันสุขภาพในกลุ่มของชาวต่างชาติที่ไม่ได้เป็นแรงงานแบบถูกกฎหมายหรือคนที่ไม่มีสัญชาติไทยต้องมีเอกสารรับรองว่าอาศัยอยู่ในประเทศไทยเป็นเวลานานจึงจะสามารถซื้อประกันสุขภาพได้หรือต้องมีนายจ้าง จึงเกิดการรับจ้างเป็นนายจ้างเพื่อให้ได้มาซึ่งประกันสุขภาพ (Molland, 2010) ซึ่งจากที่กล่าวมาทั้งหมดเป็นความพยายามให้มาซึ่งสัญชาติเพื่อให้มีสิทธิต่างๆ ในการดำเนินชีวิตในประเทศไทย แต่เป็นวิธีการที่ผิดกฎหมายซึ่งเป็นสิ่งกระทบในเรื่องของความมั่นคงของประเทศทั้งสิ้น นอกจากนี้ผู้ป่วยบางรายยังใช้ช่องทางการส่งผู้ป่วยการข้ามพรมแดนเป็นช่องทางพิเศษในการลักลอบเข้าเมือง ซึ่งนอกจากสร้างความเดือดร้อนวุ่นวายให้กับเจ้าหน้าที่ทางด้านสาธารณสุขทั้งจากฝั่งไทยและฝั่งลาวที่เป็นผู้รับรองผู้ป่วยแล้ว ยังสร้างข้อพิพาททางด้านความมั่นคงให้กับทหารและตำรวจฝั่งไทยด้วย

ผลกระทบเชิงบวกด้านสิ่งแวดล้อม ผลจากการสร้างและพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษในระยะแรกนี้ทำให้นักธุรกิจและนักลงทุนนำเข้าผลิตภัณฑ์และพืชผลทางการเกษตรจากฝั่งไทย เช่น ข้าว ผัก และผลไม้ แม้ในระยะถัดมาจีนเริ่มลดการเข้าและเริ่มขยายพื้นที่ทางการเกษตร ปลูก และผลิตด้วยตนเอง โดยเริ่มมีการทำฟาร์มผักไฮโดรπονิกขนาดใหญ่ ทำฟาร์มสวนกล้วยไม้ ทำไร่สับปะรด และนำพืชพันธุ์ต่างๆ จากประเทศจีนมาปลูกในประเทศลาว ซึ่งเป็นการเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพและเพิ่มการขยายตัวทางด้านอาหาร สำหรับผลกระทบเชิงลบด้านสิ่งแวดล้อม ผลกระทบที่มาพร้อมกับการโลกาภิวัตน์ คือ การเปิดเสรีทางการค้า ให้บริษัทข้ามชาติและธุรกิจต่างๆ เข้ามาลงทุน เพื่อการพัฒนาประเทศ ดังเช่นนักธุรกิจจีนในนามของกลุ่มธุรกิจดอกจิวคำได้เช่าพื้นที่ประมาณ 6 หมื่นไร่จากรัฐบาลลาวเป็นระยะเวลา 99 ปี เพื่อทำเขตเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งการสร้างและ

พัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษนี้เอง ได้ก่อสร้างคาสีโน โรงแรม โรงพยาบาล สถานที่ท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ มากมาย มีการระเบิดภูเขาเพื่อใช้ในการก่อสร้าง ย้ายพื้นที่อยู่อาศัยของประชาชน ทำลายที่ดินทำกิน เพื่อสร้างสิ่งก่อสร้างต่างๆ ขึ้นมาอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยนอกจากสิ่งก่อสร้างแล้ว นักลงทุนจีนยังบุกเข้าที่ชาวบ้านในถิ่นทุรกันดารของประเทศลาว เพื่อทำสวนกล้วย โดยไม่สนใจวิธีการ แม้ว่าจะต้องใช้สารพัดสารเคมี และสารกำจัดศัตรูพืช มากมายแค่ไหน ขอเพียงแต่ให้เก็บผลผลิตให้ได้มากที่สุด และไม่เหี่ยวเฉา ส่งผลให้พื้นดินบริเวณนั้นเต็มไปด้วยสารเคมี สภาพพื้นดินเสียหายหนักจนไม่สามารถปลูกพืชชนิดอื่นต่อได้ สารเคมีปนเปื้อนลงในแหล่งน้ำธรรมชาติ และที่สำคัญคนงานชาวลาวป่วยหนักและเสียชีวิตจากสารพิษในสวนกล้วย ซึ่งสารเคมีที่ตรวจพบในสวนกล้วยจีนในประเทศลาวนั้นมีการใช้สารเคมีมากกว่าร้อยละ ๖๐ โดยหลังจากเกิดเหตุการณ์นี้รัฐบาลลาวจึงขอความร่วมมือจากนักธุรกิจจีนให้งดการใช้สารเคมีหรือยาฆ่าแมลง เพื่อลดการทำลายสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศ ระบบน้ำ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนอย่างมาก (Liang & Sharp, 2016)

ข้อค้นพบ

การใช้บริการสุขภาพของประชากรข้ามพรมแดนชี้ให้เห็นถึงความต้องการทางสุขภาพของคนกลุ่มดังกล่าว ซึ่งเป็นสิ่งที่ทั้งประเทศภูมิลำเนาและประเทศปลายทางต้องคำนึงถึง โดยเฉพาะในด้านการจัดการระบบสุขภาพชายแดนที่ทั้งสองประเทศมีความใกล้ชิดทั้งทางภูมิศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรม จนทำให้พื้นที่ชายแดนระหว่างสองประเทศ (Border regions) นั้นเหมือนหลอมรวมเป็นพื้นที่เดียวกัน เพราะคนกลุ่มนี้เป็นบุคคลของทั้งสองฝั่งดินแดน ข้อค้นพบจากการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าการคุ้มครองทางสุขภาพของประเทศไทยนั้นยังมีสำหรับผู้ที่อยู่อาศัยหรือทำงานอยู่ในขอบเขตแผ่นดินไทยเท่านั้น ฉะนั้น การสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อขยายการคุ้มครองทางสุขภาพไปยังประชาชนทั้งสองฝั่งชายแดนน่าจะ

เป็นทางเลือกหนึ่งในการพัฒนาสุขภาพของประชาชน ลดภาระค่าใช้จ่ายของ
สถานพยาบาลในประเทศปลายทาง และลดผลกระทบด้านลบต่างๆ ลงไปได้

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

โลกาภิวัตน์ส่งผลกระทบต่อทั้งในเชิงบวกและลบในด้านเศรษฐกิจ สังคม
การเมือง และสิ่งแวดล้อมต่อการให้บริการสุขภาพข้ามพรมแดน ซึ่งข้อมูลดังกล่าว
สามารถนำไปพิจารณาร่วมกับชุมชน สถานพยาบาล และหน่วยงานด้านสาธารณสุข
ในการจัดการสุขภาพให้แก่ประชากรกลุ่มเคลื่อนย้ายในระดับชุมชน การวางแผน
เพื่อจัดสรรทรัพยากรด้านสุขภาพที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนทุก
กลุ่ม โดยไม่เกิดเป็นภาระค่าใช้จ่ายแก่ประเทศปลายทาง การสร้างความร่วมมือ
ระหว่างรัฐบาลจากสองฝั่งประเทศในการออกแบบการให้บริการสุขภาพ และใช้
ประกอบการออกแบบการจัดระบบสุขภาพในระดับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
เพื่อให้ประชาชนในกลุ่มประเทศสมาชิกสามารถเข้าถึงบริการสุขภาพที่ตอบสนอง
ความต้องการอย่างมีคุณภาพและเท่าเทียมโดยไม่มีข้อจำกัดด้านพรมแดน

เอกสารอ้างอิง

Anthony, G. (1990). *The consequences of modernity*. Cambridge, UK: Polity,
40.

Appadurai, A. (1990). Disjuncture and difference in the global cultural
economy. *Theory, culture & society*, 7(2-3), 295-310.

Bochaton, A. (2013). The rise of a transnational healthcare paradigm: Thai
hospitals at the crossroads of new patient flows.

Bochaton, A. (2015). Cross-border mobility and social networks: Laotians
seeking medical treatment along the Thai border. *Social Science &
Medicine*, 124, 364-373.

- Charoenmukayananta, S., Sriratanaban, J., Hengpraprom, S., & Trarathep, C. (2014). Factors influencing decisions of Laotian patients to use health care services in Thailand. **Asian Biomedicine**, 8(5), 665-672.
- Charoenmukkayanan, S., Sakulpanich, T., Thamwanna, P., & Sawangchaeng, A. (2013). Situation of health services for Cambodian patients along the Thai-Cambodian border: Case studies of Sakaew, Chantaburi, and Trad Nonthaburi. **Health Insurance System Research Office (HISRO)**.
- Coleman, W., & Sajed, A. (2013). **Fifty key thinkers on globalization**: Routledge.
- Cornia, G. A. (2001). Globalization and health: results and options. **Bulletin of the World Health Organization**, 79, 834-841.
- De Neve, J.-W. (2010). Intra-European medical travel remains minor: a commentary in response to 'Hermesse J, Lewalle H, Palm W. Patient mobility within the European Union. Eur J of Public Health. 1997'. **European journal of public health**, 20(3), 249-250.
- Helble, M. (2011). The movement of patients across borders: challenges and opportunities for public health. **Bulletin of the World Health Organization**, 89, 68-72.
- HIRSO. (2012). Health Care Services Used by Lao Patients in Thailand: The Impact on Thai Public Hospitals. **Health Insurance System Research Office, Health System Research Institute, Thailand**.
- Kanittinsuttitong, N. (2015). Motivation and Decision Making in Choosing Medical Tourism Service in Thailand. **ASEAN Journal of Management & Innovation**, July-December, 24-36.

- Kawachi, I., & Wamala, S. (2006). **Globalization and health**: Oxford University Press.
- Lee, K. (2003). **Globalization and health: an introduction**: Springer.
- Liang, L., & Sharp, A. (2016). Determination of the knowledge of e-waste disposal impacts on the environment among different gender and age groups in China, Laos, and Thailand. **Waste Management & Research**, 34(4), 388-395.
- Lyttleton, C., & Amarapibal, A. (2002). Sister cities and easy passage: HIV, mobility and economies of desire in a Thai/Lao border zone. **Social Science & Medicine**, 54(4), 505-518.
- Meemon, N., Paek, S. C., Keetawattananon, W., Khaing, P., Htet, S. S., & Srimanee, C. (2016). **Cross-border Utilization of Health Care Services by Myanmar Residents Living around Mae Sai - Tachileik Economic Zone**.
- Molland, S. (2010). 'The Perfect Business': Human Trafficking and Lao–Thai Cross-Border Migration. **Development and change**, 41(5), 831-855.
- Niphattra Haritavorn, & Chaninan Sukkasem. (2018). **Borderless Health: Crossing the Borders for Health Care in Thailand among Burmese, Laotian, and Cambodian**. Retrieved from Health Systems Research Institute (HSRI)
- Santasombat, Y. (2015). **Impact of China's rise on the Mekong Region**: Springer.
- Watcharejyothin, M., & Shrestha, R. M. (2009). Effects of cross-border power trade between Laos and Thailand: Energy security and environmental implications. **Energy Policy**, 37(5), 1782-1792.

Woodward, D., Drager, N., Beaglehole, R., & Lipson, D. (2001). Globalization and health: a framework for analysis and action. **Bulletin of the World Health Organization**, 79, 875-881.

รูปแบบการบริหารจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยโรงเรียนเอกชนใน เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

Model of nutrition management for preschool children in private schools in Bangkok

วิลาสินี วงศ์สัมพันธ์¹

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยโรงเรียนเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษากระบวนการบริหารจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยในโรงเรียนเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการบริหารจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยโรงเรียนเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และ 3. เพื่อเสนอรูปแบบการบริหารจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยโรงเรียนเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ใช้เป็นการประยุกต์ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า รูปแบบการบริหารจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยโรงเรียนเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย การใช้ทฤษฎีระบบ 1) สิ่งป้อนเข้า (Input) 2) กระบวนการ (Process) 3) ผลผลิต (Output) การใช้ทฤษฎี POSDCORD ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การจัดบุคคลากรปฏิบัติหน้าที่ (Staffing) การอำนวยการ (Directing) การประสานงาน (Coordinating) การรายงาน (Reporting) และการงบประมาณ (Budgeting) การใช้แนวคิดการมีส่วนร่วม ได้แก่ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมประเมินผล ทั้งนี้ยังใช้แนวคิดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ การอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นทางปัญญา การคำนึงถึงปัจเจกบุคคล รวมทั้งภาวะโภชนาการเด็กปฐมวัย ได้แก่ ประวัติการตั้งครรภ์ และการคลอด พฤติกรรมการรับประทานอาหารและการดูแลฟัน การเตรียมโภชนาการอาหาร ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ ทัศนคติและความรู้ของผู้ปกครอง

คำสำคัญ: รูปแบบการบริหาร, โภชนาการ, เด็กปฐมวัย

¹ นักศึกษาลำดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

Abstract

Research study "Nutrition management model for preschool children in the Bangkok area" with objectives: 1. To study the nutrition management process for preschool children in private schools in the Bangkok area. To administer nutrition management for preschool children in private schools in the Bangkok area and 3. To propose a nutrition management model for preschool children in private schools in the Bangkok area. This time it is used as an application of quantitative research. (Quantitative Research) a sample of 400 people, qualitative research (Qualitative Research) to gain insights. From the interviews with a selection of 15 people using in-depth interviews, found was that the nutrition management model for preschool children in the Bangkok area consisted of system theory 1) input 2) process (Process) 3) Output: Using POSDCORD theory such as Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting (Reporting and budgeting, the use of participatory concepts, including co-think, make decisions, co-operate Join the benefits And participate in the evaluation It also uses the concept of transformational leadership, namely, ideological influence. Inspirational Wit Consideration of personal intentions Including early childhood nutrition, including history of pregnancy and delivery. Eating habits and dental care Food nutrition preparation Social and economic factors Parental attitude and knowledge.

Keywords; Administrative Style, Nutrition, Early Childhood

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัญหาด้านสุขภาพเป็นปัญหาที่หลาย ๆ ประเทศต้องเผชิญมาโดยตลอด รวมถึง ประเทศไทยที่ประสบปัญหาด้านอาหารและโภชนาการ ทั้งในด้านการขาดสารอาหาร และการได้รับ สารอาหารและพลังงานมากเกินไป รวมถึงปัญหาด้านความปลอดภัยด้านอาหาร ทำให้เกิดการเจ็บป่วยด้วยโรคที่ป้องกันได้ อันได้แก่โรคอ้วนและโรคเรื้อรังที่ไม่ติดต่อ (Non- Communicable Chronic Disease: NCD) ทั้งในเด็กและในผู้ใหญ่ อาทิ เช่น โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคมะเร็งบางชนิด เป็นต้น

รายงานข้อมูลจาก World Health Organization (WHO) ปี ค.ศ. 2004 ระบุว่าโรค NCD ทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศที่กำลังพัฒนามีสูงถึงร้อยละ 58.8 ของจำนวนการเจ็บป่วยและการบาดเจ็บที่มีสาเหตุจากอื่น ๆ สำหรับในประเทศไทยก็เช่นเดียวกัน ข้อมูลจากสำนักนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข ปี พ.ศ. 2562 ได้ระบุสาเหตุสำคัญของการตาย ก่อนวัยอันควรและทุพพลภาพของประชากรไทยว่า โรคหลอดเลือดสมองเป็นสาเหตุการตายของประชากรไทยในลำดับต้น ๆ ได้แก่ อันดับ 3 ในเพศชาย รองจากโรคเอดส์และอุบัติเหตุจากรถ ในขณะที่ถูกจัดเป็นอันดับ 2 ในเพศหญิง รองจากโรคเอดส์ นับเป็นภัยคุกคามที่จะนำไปสู่ความสูญเสียทางเศรษฐกิจและมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน หากไม่รีบเร่งหาแนวทางป้องกัน ตั้งแต่วัยเด็กก่อนเรียน หลายหน่วยงานในประเทศไทยตระหนักถึงความสำคัญของภาวะสุขภาพของ ประชากรเด็กจึงทำการสำรวจและศึกษาถึงสถานการณ์สุขภาพเด็กปฐมวัย (แรกเกิดถึง 5 ปี) พบว่ามี ประเด็นปัญหาที่สำคัญ ดังนี้

1. ทารกแรกเกิดน้ำหนักน้อย คือมีน้ำหนักแรกเกิดน้อยกว่า 2,500 กรัม แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ทารกแรกเกิดน้ำหนักน้อยจากการคลอดก่อนกำหนด และจากปัจจัยของการตั้งครรภ์ โดย สาเหตุสำคัญ ได้แก่ ภาวะโภชนาการมารดา การไม่ฝากครรภ์หรือฝากครรภ์น้อยกว่า 4 ครั้ง มารดาใช้สารเสพติด มีภาวะแทรกซ้อนระหว่างตั้งครรภ์ เช่น เลือดออกทางช่องคลอด ความดันโลหิตสูงขณะตั้งครรภ์ หรือน้ำหนักแม่ เพิ่มขึ้นน้อยกว่า 10 กิโลกรัม ข้อมูลจากกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขพบว่า พ.ศ. 2543 - 2552 พบว่า มีทารกน้ำหนักแรกเกิดน้อยกว่า 2,500 กรัม ค่อนข้างคงที่เป็นร้อยละ 8.5 - 8.9 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายของแผนพัฒนาสาธารณสุขฉบับที่ 10 ที่กำหนด เป็นร้อยละ 7

2. การขาดสารอาหารโปรตีนและพลังงานในเด็กแรกเกิดถึง 5 ปี ปัญหาโภชนาการ ในศตวรรษที่ 21 ของประเทศที่กำลังพัฒนารวมทั้งประเทศไทย มีความสอดคล้องกัน คือ การมีภาวะ โภชนาการขาดในพื้นที่ยากจนหรือท้องที่ห่างไกล และปัญหาภาวะโภชนาการเกินเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะในสังคมเมือง ซึ่งส่งผลให้เกิดโรคเรื้อรังหรือมีปัญหาทั้งสองภาวะในพื้นที่เดียวกัน 1 หรือที่เรียกว่า Double burden of malnutrition ตอนนีการขาดสารอาหารลดลงอย่างมีนัยสำคัญ แต่ ในขณะเดียวกัน ภาวะโภชนาการเกินกลับมีแนวโน้มสูงขึ้น และมีปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลให้ปัญหา เหล่านี้มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นด้วย การที่เด็กมีภาวะโภชนาการเกินและเป็นโรคอ้วนส่งผลให้พบ ปัญหาโรคไม่ติดต่อเรื้อรังเพิ่มขึ้นทั้งในเด็กและผู้ใหญ่ ซึ่งเป็นการบั่นทอนคุณภาพของทรัพยากร มนุษย์ของประเทศในอนาคต ในการสำรวจสุขภาพประชาชนไทย โดยการสัมภาษณ์และตรวจร่างกาย พ.ศ. 2561-2 ในเด็กอายุ 1-5 ปี พบว่า ภาวะน้ำหนักเกินร้อยละ 4.8 ซึ่งสูงขึ้นจากการสำรวจเมื่อปี 2540 ถึง 1.5 เท่า และมีเด็กที่เตี้ยแคระแกร็นร้อยละ 6.3 และเด็กอายุต่ำกว่า

2 ปีมีภาวะเตี้ยแคระรุนแรงร้อยละ 2.4 ซึ่งมีการศึกษาติดตามในระยะยาวพบว่าเด็กที่เตี้ยแคระแกร็นรุนแรง ในช่วง 2 ขวบปีแรกมีคะแนน เซาวันปัญญาที่อายุ 9 ปี ต่ำกว่าเด็กที่ไม่เตี้ยแคระแกร็นถึง 10 จุด เมื่อเปรียบเทียบระหว่างวัย เด็กทุก กลุ่มอายุมีความซุกซนของภาวะน้ำหนักมากกว่าเกณฑ์สูงกว่าภาวะน้ำหนัก น้อยกว่าเกณฑ์

3. สุขภาพช่องปากเด็กแรกเกิดถึง 5 ปี จากการสำรวจทันตสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2559-60 ในเด็ก อายุ 3 ปีและ 5 ปี พบว่า เด็กอายุ 3 ปี ร้อยละ 38.6 และเด็กอายุ 5 ปี ร้อยละ 19.36 ปรากฏฟันผุ ดังนั้น อัตราฟันผุในเด็กอายุ 3 ปี ในช่วง 10-20 นี้ค่อนข้างคงที่เป็นร้อยละ 66- 80 สาเหตุหลักของฟันน้ำนมผุเกิด จากการดื่มนมไม่เหมาะสม การกินอาหารแข็งและน้ำตาลบ่อย การไม่ทำความสะอาดช่องปาก และเข้าไม่ถึงบริการทันตกรรม ซึ่งเป็นผลจากความเชื่อ วัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจ

4. ปัญหาการขาดแร่ธาตุที่สำคัญ ความซุกซนโลหิตจางจากการขาดธาตุเหล็กในเด็กแรก เกิดถึง 5 ปี ในปี 2538 เป็นร้อยละ 25.2 ซึ่งส่งผลต่อการเรียนรู้ การที่เด็กอายุ 0- 5 ปี มีภาวะขาดธาตุ เหล็ก เป็นผล สืบเนื่องจากตั้งแต่วัยในครรภ์มารดา โดยพบว่าหญิงวัยเจริญพันธุ์มีภาวะโลหิตจางจาก การขาดธาตุเหล็ก ในปี 2544 ร้อยละ 40.7 และหญิงตั้งครรภ์มีภาวะโลหิตจางจากการขาดธาตุเหล็ก ค่อนข้างคงที่ตั้งแต่ปี 2540- 2547 คือร้อยละ 11- 13 นอกจากนี้ยังพบหญิงมีครรภ์เป็นโรคขาดสาร ไอโอดีนในปี 2547 สูงถึงร้อย ละ 59 ลดลงเพียงเล็กน้อยจากปี 2540 ที่สำรวจพบร้อยละ 73 ใน ระดับประเทศ กรมอนามัย กระทรวง สาธารณสุข ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการส่งเสริม พฤติกรรมการบริโภคอาหารสำหรับประชาชน จึง ได้พัฒนาเครื่องมือ เพื่อใช้เป็นแนวทางการบริโภค อาหารที่ดีสำหรับคนไทย (Food Based Dietary Guidelines; FB DG) หรือโภชนบัญญัติ จำนวน 9 ข้อ สำหรับประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปี ขึ้น ใน พ.ศ. 2540 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการป้องกันและแก้ไข

ปัญหาทุโภชนาการ พิษภัยในอาหาร และเพื่อเป็นการส่งเสริมสุขภาพที่ดี โดย 1 ใน 9 ของข้อ ปฏิบัติ คือ “กินพืชผักให้มากและกินผลไม้เป็นประจำ” ต่อมาใน พ.ศ. 2542 ได้พัฒนาเครื่องมือในรูปของ “ธงโภชนาการ” เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการสื่อสารให้ความรู้แก่ประชาชนได้ทราบถึงปริมาณ อาหารแต่ละหมวดหมู่ที่ควรบริโภคในแต่ละวัน อย่างไรก็ตาม ปัญหาพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ ไม่เหมาะสมในคน ไทยยังคงมีอยู่ โดยเฉพาะการบริโภคผักและผลไม้ ดังจะเห็นได้จากรายงาน การศึกษาบริโภคอาหารที่ผ่าน มาชี้ให้เห็นว่า คนไทยบริโภคผักและผลไม้ในปริมาณที่น้อยกว่า ปริมาณเสนอแนะอย่างมาก โดยเฉพาะ กลุ่มเด็กวัยเรียนในเขตเมือง ผลการสำรวจพฤติกรรม การ บริโภคอาหารของนักเรียนในกรุงเทพมหานคร ตามโครงการสำรวจภาวะอาหารและโภชนาการของ ประชาชนในกรุงเทพมหานคร เมื่อ พ.ศ. 2557 พบว่า

เด็กนักเรียนบริโภคผักเพียงเฉลี่ยวันละ 14.3 กรัม หรือเท่ากับ 1.5 ช้อนกินข้าวเท่านั้น ซึ่งปริมาณตามธงโภชนาการเสนอแนะให้เด็กอายุ 6-13 ปี บริโภคผักวันละ 4 ทัพพีหรือเท่ากับ 12 ช้อนกินข้าว

การบริหารจัดการสถานศึกษานอกจากจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายในสถานศึกษาเองแล้วยัง มีปัจจัยจากภายนอกที่ยากต่อการควบคุมไม่ว่าจะเป็นปัญหาทางเศรษฐกิจของแต่ละครอบครัวของ นักเรียน และปัญหาสังคมอีกหลากหลายประกอบกับนักเรียนที่ยังเป็นเยาวชนที่มีธรรมชาติที่ แตกต่างกับผู้ใหญ่ เช่น ชอบทดลอง ชอบตามเพื่อน เป็นต้น ซึ่งการจะพัฒนานักเรียนให้เป็นบุคคลที่มี คุณภาพทั้งด้านร่างกายจิตใจ สติปัญญา มีคุณธรรมจริยธรรม และมีชีวิตที่สมบูรณ์ตามที่สังคม มุ่งหวังโดยผ่านกระบวนการศึกษานั้น นอกจากผู้บริหาร ครู แล้วผู้ที่มีบทบาทที่เกี่ยวข้องโดยตรง กับผู้เรียน คงจะเป็นผู้ปกครองที่เลี้ยงดูนักเรียน และยังมีชุมชน สิ่งแวดล้อมที่อยู่อาศัย ดังนั้น ทุกฝ่าย จะต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินการด้วยการส่งเสริม สนับสนุนนักเรียนตลอดจนมีการป้องกันและ ช่วยเหลือแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับนักเรียนก็เป็นสิ่งสำคัญ เช่นกันนักเรียนก็คือเยาวชนที่เป็นที่รักของผู้ปกครอง เป็นความหวังของสังคมในการที่จะเจริญเป็นพลเมือง ที่มีคุณภาพของประเทศ ทุกฝ่ายจึงต้องช่วยกันดูแลป้องกัน แก้ไขให้ห่างไกลจากปัญหาต่างๆ โดยเฉพาะในปัจจุบันปัญหาหนึ่งที่สังคมเป็นห่วงจนทุกรัฐบาลต้องให้ความสำคัญคือ ปัญหาภาวะโภชนาการสำหรับการ เจริญเติบโตของเด็กปฐมวัยซึ่งอยู่ทั้งในสถานศึกษา และนอกสถานศึกษา เป็นการบั่นทอนทรัพยากรมนุษย์ ที่กำลังเจริญเติบโตและจะเป็นกำลังสำคัญของชาติในอนาคต (กระทรวงศึกษาธิการ,2562) โรงเรียน มีหน้าที่ในการพัฒนาเด็กปฐมวัยในฐานะผู้เรียนให้เป็นเยาวชนที่มีคุณภาพเก่ง ดี มีสุข เป็นทรัพยากรที่ดี ของชาติต่อไป ซึ่งกระบวนการการบริหารจัดการโรงเรียนนั้นนับเป็น ส่วนสำคัญที่จะเป็นกลไกในการ ขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จ อีกทั้งผู้บริหารโรงเรียน คณะกรรมการสถานศึกษา ครูและบุคลากร จะ ร่วมกันในการบริหารอย่างไรที่จะนำพาองค์กรไปสู่การสร้างความสำเร็จด้านการเจริญเติบโตที่มีคุณภาพ ของนักเรียนในโรงเรียน จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษารูปแบบการบริหารจัดการโภชนาการ สำหรับเด็กปฐมวัยโรงเรียนเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปเป็นต้นแบบในการสร้างรูปแบบ การบริหารจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยโรงเรียนเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครให้กับ โรงเรียนอื่นๆ นำไปปรับใช้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการบริหารจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยในโรงเรียนเอกชนในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการบริหารการจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัย
โรงเรียนเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

3. เพื่อเสนอรูปแบบการบริหารการจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยโรงเรียนเอกชนในเขตพื้นที่
กรุงเทพมหานคร

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและ การเชิงปริมาณ โดย
ผ่านการถอดบทเรียนใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกด้านการจัดการโภชนาการเด็กปฐมวัยในโรงเรียนจากโรงเรียน
เอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 9-15 คน มีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ใน
การศึกษา โดยการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การวิจัยเชิง
คุณภาพในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม โดยสัมภาษณ์ ประชากร ได้แก่ ผู้บริหาร
โรงเรียนและครูผู้สอนในสถานศึกษาจากโรงเรียนเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 3,777 จำแนก
เป็นผู้บริหารและครูผู้สอน จำนวน 144,688 คน (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน, 2562)
โดยกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 9-15
คน จากผู้ทรงคุณวุฒิ 4 กลุ่ม ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิประเภทครูสังกัดโรงเรียนเอกชนในกรุงเทพมหานคร
จำนวน 3 คน กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นนักวิชาการด้านการจัดการโภชนาการเด็กปฐมวัยในโรงเรียน กลุ่ม
ผู้ทรงคุณวุฒิประเภทนักวิชาการที่มีความรู้ความเข้าใจหรือผลงานเกี่ยวกับการจัดการโภชนาการสำหรับ
เด็กปฐมวัยของกลุ่มโรงเรียนเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 คน และผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 3
คน ที่ครูผู้ดูแลโภชนาการสำหรับเด็กระดับปฐมวัย จำนวน 3 คน และได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง
(Purposive Sampling) และสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหารและครูผู้สอน จำนวน
400 คน โดยทำการคัดเลือกแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) ตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้เพื่อใช้ในการ
ตรวจสอบความความเป็นประโยชน์ ความเป็นไปได้ ความเหมาะสมและความถูกต้องของการจัดการ
โภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยของกลุ่มโรงเรียนเอกชนในกรุงเทพมหานคร

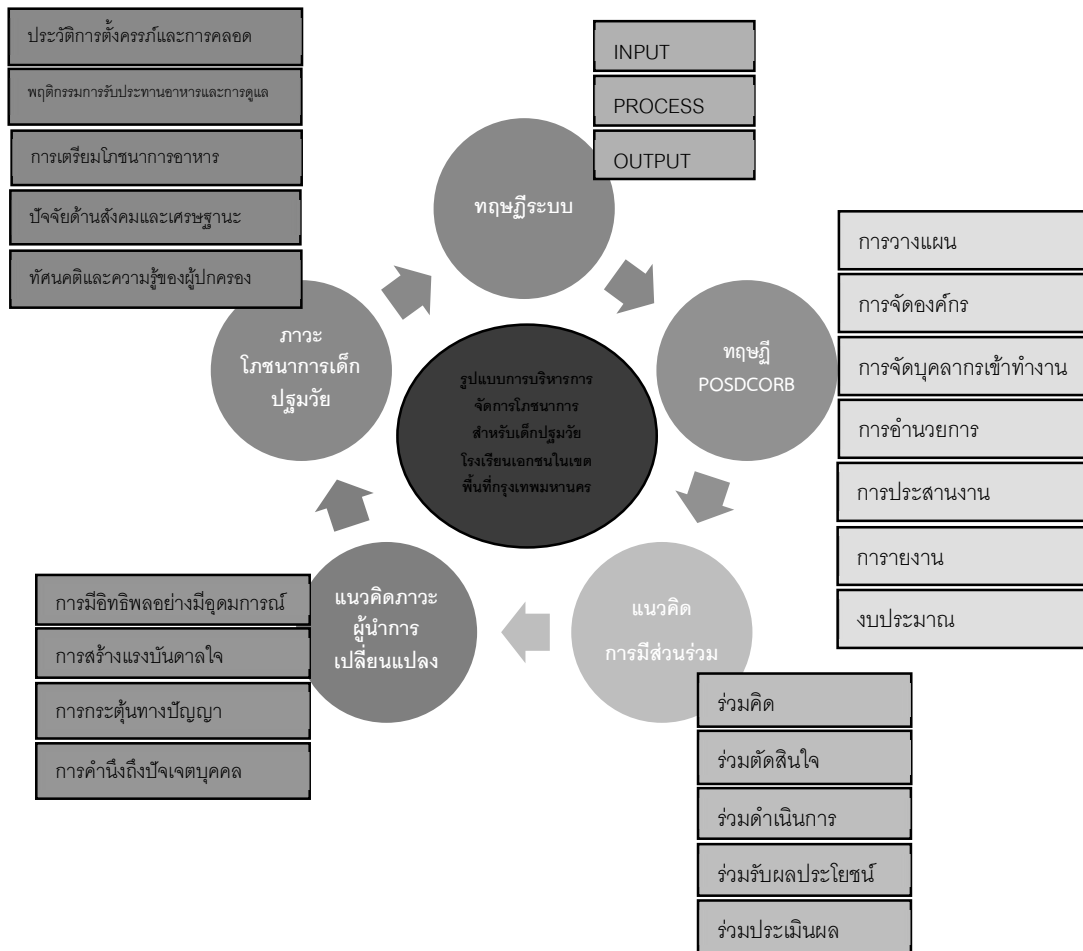
ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารการจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยโรงเรียนเอกชนใน
เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร” ครั้งนี้ใช้เป็นการประยุกต์การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้

ได้ข้อมูลเชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงกว้างโดยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษากระบวนการบริหารจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยในโรงเรียนเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการบริหารจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยโรงเรียนเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และ 3. เพื่อเสนอรูปแบบการบริหารจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยโรงเรียนเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร วิธีการวิจัยในรูปแบบการศึกษา เฉพาะกรณี (Case study method) โดยได้ผลการวิจัยประกอบด้วย 1) สิ่งป้อนเข้า (Input) หมายถึง ปัจจัย และองค์ประกอบแรกที่จะนำไปสู่การดำเนินงานของระบบ ประกอบด้วย คน งาน 2) กระบวนการ (Process) หมายถึง วิธีการต่างๆ ที่จะนำไปสู่ผลงานหรือผลผลิตของ ระบบ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การประสานงาน การอำนวยการ การจัดบุคลากร เข้าปฏิบัติหน้าที่ การรายงาน และการงบประมาณ 3) ผลผลิต (Output) หมายถึง ความสำเร็จในลักษณะต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพ หรือ ประสิทธิภาพในการป้องกันปัญหาภาวะโภชนาการในสถานศึกษา ภาวะโภชนาการเด็กปฐมวัย ได้แก่ ประวัติการตั้งครรภ์และการคลอด พฤติกรรมการรับประทานอาหารและการดูแลฟัน การเตรียมโภชนาการอาหาร ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ ทักษะและความรู้ของผู้ปกครอง โดยรวมถึงการมีส่วนร่วม ผู้นำตลอดจนภาวะผู้นำ และได้กำหนดตัวแปร เพื่อใช้ในการวิจัย โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีระบบ ที่ประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และปัจจัยนำออก โดยองค์ประกอบของกระบวนการจัดการใช้แนวคิดกระบวนการ จัดการของ Gulick and Urwick (1937) ที่รวมเรียกว่า POSDCORB ซึ่งรายละเอียดต่างๆ ของรูปแบบการบริหารจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยโรงเรียนเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย การบริหารจัดการ เป็นกิจกรรมที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมมือกันดำเนินการให้ บรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างร่วมกันโดยการใช้กระบวนการ และทรัพยากร ที่เหมาะสมประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การบริหารงาน บุคคล (Staffing) การอำนวยการ (Directing) การประสานงาน (Coordinating) การรายงาน (Reporting) งบประมาณ (Budgeting) ซึ่งจะมีความสัมพันธ์ โดยตรงกับทรัพยากรขององค์การ เพื่อ นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์บรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพและเกิด ประสิทธิภาพ การวางแผน เป็นการวางแผนก่อนการดำเนินงานซึ่งเค้าโครงดังกล่าว ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจหรือภารกิจ (Mission) นโยบาย (Policy) ยุทธศาสตร์ (Strategic) กลยุทธ์ (Strategy) เพื่อให้งานนั้นสำเร็จตามเป้าหมาย (Goal) ที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ ในด้านการจัดการโภชนาการเด็กปฐมวัยในโรงเรียน การจัดองค์การ เป็นการกำหนดรูปแบบโครงสร้างขององค์การ โดยพิจารณาให้ เหมาะสมกับงานด้านการจัดการโภชนาการเด็กปฐมวัยในโรงเรียน เพื่อให้เกิดการ

ประสานงานที่ดีในการ ปฏิบัติงานและบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ การจัดบุคลากรปฏิบัติหน้าที่ เป็นการ บริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร ทั้งนี้เพื่อให้ บุคลากรปฏิบัติงานด้านการจัดการโภชนาการเด็กปฐมวัย ในโรงเรียนของผู้เรียนอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับ การจัดแบ่งหน่วยงานที่กำหนดไว้ในด้านการ จัดการโภชนาการเด็กปฐมวัยในโรงเรียน การอำนวยความสะดวก เป็นการสั่งการหรือการบังคับบัญชา หรือ ใช้ภาวะ ผู้นำเพื่อที่จะ ดำเนินการด้านการจัดการโภชนาการเด็กปฐมวัยในโรงเรียนขององค์กรทั้งนี้จุดมุ่งหมายคือ การบรรลุผลสำเร็จ ตามวัตถุประสงค์ขององค์กร การประสานงาน เป็นการประสานงานให้ส่วนต่างๆ ด้าน การจัดการโภชนาการเด็กปฐมวัยในโรงเรียนให้ดำเนินการผ่านไปได้ด้วยดี การรายงาน เป็น กระบวนการ การแจ้งให้ผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้นทราบในเรื่อง ของการปฏิบัติการต่างๆ ด้านการจัดการโภชนาการ เด็กปฐมวัยในโรงเรียน การงบประมาณ เป็นภารกิจเกี่ยวกับการวางแผนการทำบัญชี หรือ เกี่ยวกับการเงิน และการคลังที่แสดงถึง รายรับรายจ่ายและแผนการได้มาและใช้จ่ายเงินขององค์กร ในการ ดำเนินงานตาม วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในด้านการจัดการโภชนาการเด็กปฐมวัยในโรงเรียน สิ่งที่ป้อนเข้า (Input) เป็น ปัจจัยต่าง ๆ และองค์ประกอบแรกที่จะนำไปสู่การ ดำเนินงานด้านการจัดการโภชนาการเด็กปฐมวัยใน โรงเรียนของระบบ โดยรวมไปถึงสภาพแวดล้อมต่างๆ อันเป็นที่ต้องการของระบบนั้นด้วย กระบวนการ (Process) เป็นวิธีการต่างๆ ด้านการจัดการโภชนาการเด็กปฐมวัยในโรงเรียนที่จะ นำไปสู่ผลงานหรือ ผลผลิตของระบบ ผลผลิต (Output) เป็นความสำเร็จด้านการจัดการโภชนาการเด็กปฐมวัยในโรงเรียนใน ลักษณะ ต่าง ๆ ที่มีประสิทธิภาพ หรือประสิทธิผล รูปแบบ เป็นสิ่งที่สร้างหรือพัฒนาขึ้นจากแนวคิดทฤษฎีที่ ได้ศึกษามาของผู้สร้างเอง เพื่อถ่ายทอดความสัมพันธ์ขององค์ประกอบเป็นแบบจำลองอย่างง่ายหรือ ย่อส่วนของปรากฏการณ์ต่างๆ ให้เข้าใจได้ง่ายขึ้นเพื่ออาจจะใช้ประโยชน์ในการทำนายปรากฏการณ์ที่จะ เกิดขึ้นตลอดจนอาจ ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไป โดยมีกลุ่มผู้บริหาร เป็น ผู้อำนวยการโรงเรียน รองผู้อำนวยการทุกฝ่าย คณะกรรมการ สถานศึกษา และกลุ่มผู้ปฏิบัติงาน เป็นรอง ผู้อำนวยการฝ่ายที่รับผิดชอบงานด้านการจัดการโภชนาการเด็กปฐมวัยในโรงเรียน ครูที่ปรึกษาด้านการ จัดการโภชนาการเด็กปฐมวัยในโรงเรียน และครูในโรงเรียนทุกคน โดยกลุ่มผู้รับประโยชน์ เป็นตัวแทน ผู้ปกครองทุกห้อง และนักเรียนที่เป็นหัวหน้าห้อง ทุกห้อง ซึ่งงานวิจัยนี้ ทำให้ทราบถึงกระบวนการบริหาร จัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยในโรงเรียนเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และสามารถนำ กระบวนการบริหารจัดการของต้นแบบการดำเนินงานของโรงเรียนกวด้านจัดการโภชนาการสำหรับเด็ก ปฐมวัยในโรงเรียนเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ไปสร้างรูปแบบการบริหารจัดการที่เหมาะสม เพื่อให้

โรงเรียนอื่นๆ ได้นำไปใช้ ซึ่งจะนำไปสู่คุณภาพของนักเรียนให้มีคุณภาพเป็น ทรัพยากรที่มีคุณค่าของ ประเทศชาติต่อไป



ภาพที่ 1 รูปแบบการบริหารจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยโรงเรียนเอกชนในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยโรงเรียนเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษากระบวนการบริหารจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยในโรงเรียนเอกชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการบริหารจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยโรงเรียนเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และ 3. เพื่อเสนอรูปแบบการบริหารจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัยโรงเรียนเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ครั้งนี้ใช้เป็นกรณีศึกษาในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า รูปแบบการบริหารจัดการโภชนาการสำหรับเด็กปฐมวัย โรงเรียนเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย การใช้ทฤษฎีระบบ 1) สิ่งป้อนเข้า (Input) 2) กระบวนการ (Process) 3) ผลผลิต (Output) การใช้ทฤษฎี POSDCORB ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การจัดบุคคลากรปฏิบัติหน้าที่ (Staffing) การอำนวยการ (Directing) การประสานงาน (Coordinating) การรายงาน (Reporting) และการงบประมาณ (Budgeting) การใช้แนวคิดการมีส่วนร่วม ได้แก่ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมประเมินผล ทั้งนี้ยังใช้แนวคิดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ การอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ การสร้างแรงบันดาลใจ การกระต้นทางปัญญา การคำนึงถึงปัจเจกบุคคล รวมทั้งภาวะโภชนาการเด็กปฐมวัย ได้แก่ ประวัติการตั้งครรภ์ และการคลอด พฤติกรรมการรับประทานอาหารและการดูแลฟัน การเตรียมโภชนาการอาหาร ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ ทัศนคติและความรู้ของผู้ปกครอง จากปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมาล้วนมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับภาวะโภชนาการของเด็กทั้งสิ้นไม่ว่าจะเป็นปัจจัยจาก พ่อ แม่ ผู้ดูแล ปัจจัยแวดล้อมต่างๆ รวมถึงพฤติกรรมการเลี้ยงดู และตัวเด็กเอง จึงทำให้ ผู้วิจัยสนใจศึกษาสถานการณ์ภาวะโภชนาการเด็กปฐมวัยในปัจจุบัน สถานศึกษาก็เช่นกัน ผู้บริหารโรงเรียนต้องพบกับความท้าทายในการบริหารจัดการในทุกมิติ จะต้องบริหารจัดการสถานศึกษาให้สามารถผ่านเกณฑ์การประเมิน ตลอดจนเกณฑ์ตัวชี้วัด ของกระทรวงศึกษาธิการ แล้วยังต้องสามารถตอบคำถามของชุมชนและสังคมได้ว่ามีประสิทธิผล ในการพัฒนาผู้เรียนได้แค่ไหนผู้บริหารโรงเรียนมีหน้าที่ในการบริหารจัดการโรงเรียนที่จะต้องพัฒนาเยาวชนให้มีคุณภาพ แต่การพัฒนาเยาวชนมีคุณภาพย่อมต้องเกิดจากปัจจัยต่างๆ ประกอบกัน โดยเฉพาะในโรงเรียนที่จะต้องมีบุคคลากร งบประมาณ การจัดการ ซึ่ง Jones & George (2013) กล่าวว่า การบริหารจัดการประกอบไปด้วย การวางแผนการจัดโครงสร้างองค์การ การนำและการควบคุมในด้านบุคคลากรและทรัพยากรอื่นๆ ในการบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ Dessler (201) ที่กล่าวว่า การบริหาร คือ การที่ผู้บริหารวางแผน จัดองค์การ การนำ และควบคุมการทำงาน ให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การเช่นเดียวกับ Galick and Urwick (2017) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับการบริหารงานไว้ 7 ด้าน เรียกว่า POSDCORB ประกอบไปด้วย การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การจัดบุคคลากรปฏิบัติหน้าที่ (Staffing) การอำนวยการ (Directing) การประสานงาน (Coordinating) การรายงาน (Reporting) และการงบประมาณ (Budgeting) โดยแนวคิดกระบวนการบริหารที่ใช้ POSDCORB

เป็นกรอบ ในการบริหารจัดการได้รับความนิยมน้อยกว่าหลายเนื่องจากครอบคลุมในหลายมิติ ทั้งเรื่อง ของระบบงาน บุคลากร นอกจากนี้ยังมีคำกล่าวว่า การบริหารเป็นทั้ง ศาสตร์ และศิลป์ การที่ผู้บริหาร วางแผน จัดองค์กร การนำ และควบคุมการทำงาน ให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรคือศาสตร์ใน การ บริหาร ส่วนผู้บริหารจะบริหารทุกอย่างได้เกิดผลแค่ไหนก็คงต้องอาศัยภาวะผู้นำของตนเอง ดังที่ (Dat, 2019) กล่าวว่า ภาวะผู้นำหมายถึงความสามารถของคนที่ เป็นผู้นำในการใช้อิทธิพล ที่สามารถโน้มน้าว บุคคลอื่นเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กร ดังนั้น เมื่อก้าวถึงภาวะ ผู้นำต้องประกอบไปด้วย องค์ประกอบ 3 ประการ คือ ผู้นำกับผู้ตาม การโน้มน้าวหรืออิทธิพล และ เป้าหมายขององค์กร

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สังคมไทยมุ่งหวังให้เด็กและเยาวชนเก่ง ดี และมีความสุข เด็กวัยก่อนเรียนเป็น ทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่า เนื่องจากเป็นอนาคตที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศ เด็กที่มีคุณภาพ คือ ที่มี การเจริญเติบโตและ พัฒนาการสมวัยทั้งด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์ จิตใจ สังคมและจริยธรรม นั้น การเลี้ยงดูและ สิ่งแวดล้อมที่เด็กได้รับ มีผลอย่างยิ่งต่อการเจริญเติบโตและพัฒนาการของเด็กและ เยาวชนส่งผลต่อ คุณภาพของประชากรในประเทศ สำหรับการเลี้ยงดูเด็กที่เหมาะสม ผู้ดูแลควรมีเวลาที่จะให้ความรัก สร้าง เสริมความคิด ความรู้ ส่งเสริมให้เด็กมีพัฒนาการทั้งทางกาย ใจ สังคม และจิตวิญญาณ ที่เหมาะสม มี คุณภาพชีวิตที่ดี และ มีความสุขโดยต้องอาศัยความร่วมมือของหลายหน่วยงานทั้งระดับครัวเรือน หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด และประเทศ โดยมีนโยบายทั้งด้านสาธารณสุข การศึกษา และการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เด็ก และผู้เลี้ยงดูมีความรู้ และสามารถเข้าถึงระบบบริการได้อย่างทั่วถึง และต้องอาศัยความร่วมมือ จาก ระดับหมู่บ้าน และชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- กรมอนามัย. (2560). รายงานสถานการณ์ภาวะโภชนาการของประเทศไทย พ.ศ. 2550. กรุงเทพฯ: กลุ่ม สนับสนุนวิชาการภาวะโภชนาการกระทรวงสาธารณสุข.
- กองโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2560). เกณฑ์อ้างอิง น้ำหนักส่วนสูง และเครื่องชี้วัด ภาวะโภชนาการของประชาชนไทยอายุ 1 วัน-19 ปี. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์องค์การทหารผ่านศึกใน พระบรมราชูปถัมภ์

- กองโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (2562). *คู่มือแนวทางการใช้เกณฑ์อ้างอิง น้ำหนัก ส่วนสูงเพื่อประเมินภาวะการเจริญเติบโตของเด็กไทย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การทหารผ่านศึก ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- นิติธร ปิลวาสน์. (2557). *สอนลูกเรื่องการบริโภคอาหาร*. สืบค้นเมื่อ 14 พ.ค. 60 จาก <http://taamkru.com/t>
- นิธิยา รัตนานนท์. (2557). *เคมีอาหาร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ลัดดา เหมาะสุวรรณ. (2557). *พัฒนาการเด็กและโภชนาการในเด็กที่คาดหวัง: ข้อเสนอแนะบทบาทศูนย์อนามัยเพื่อการพัฒนาการเด็กไทย*. สืบค้นเมื่อ 14 พ.ค. 63 จาก www.hpc4.go.th/director/data/mch/LaddaChildev 25082014.pdf.
- Dat, G. (2019). Nutrition Education Aimed at Toddlers (NEAT) Curriculum. *Journal of Nutrition Education and Behavior*. 37: 96-97.
- Dessler, J. (2014). *Early Childhood 1-4 Years*. Washington, D.C.: Public Health Service.
- Jones & George, S. (2013). *Principles of Nutritional Assessment*. 2nd ed. New York: Oxford University.
- World Health Organization. (2017). *WHO Child Growth Standards: Methods and Development: Head Circumference-for-Age, arm Circumference-for-Age, Tricep Skinfold-for-Age and Subscapular Skinfold-for-Age*. WHO, 57-106.

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสารการตลาด
เชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์¹

Tourism behavior and satisfaction of Thai tourists towards integrated marketing
communication. Si Thep Historical Park Phetchabun Province

โดย วิไลวรรณ หาญกลิ้ง²

Wilaiwan Hankling

ปรีชา พันธุ์แน่น³

Preecha Phannan

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 1) เพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ 2) เพื่อศึกษาความ
พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ
จังหวัดเพชรบูรณ์ และ 3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ
สื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ที่แตกต่างกันตาม
ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว เครื่องมือในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างได้แก่
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 400
คน และใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ประกอบไปด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ
สถิติเชิงอนุมาน ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เพื่อทดสอบ
เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร โดยใช้สถิติ One way ANOVA (F-test)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 - 40 ปี
มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000 – 25,000 บาท มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี
และมีอาชีพเป็น ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมมาท่องเที่ยว โดยมากกับ
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางประมาณ
1,001-2,000 บาท เลือกรวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) มาท่องเที่ยว และมีการเปิดรับข้อมูลแหล่ง
ท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์

ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึง
พอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่องพฤติกรรมมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์

² นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารท่องเที่ยวและบันเทิง

³ อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์

จังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกันตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวทางด้านลักษณะการเดินทาง ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และด้านช่วงเวลาในการเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่าง

คำสำคัญ : พฤติกรรมการท่องเที่ยว, ความพึงพอใจ, การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

Abstract

Education subject Tourism behavior and satisfaction of Thai tourists towards integrated marketing communication at Si thep Historical Park, Phetchabun. The objectives of the study were 1) to study the tourism behavior of Thai tourists visiting Si Thep Historical Park. 2) to study the satisfaction of Thai tourists towards integrated marketing communication at Si Thep Historical Park. And 3) to study the comparative satisfaction of Thai tourists towards integrated marketing communication at Si Thep Historical Park, Phetchabun. Different according to the tourism behavior. The research instruments were questionnaires. The sample consisted of Thai tourists visiting Si Thep Historical Park, Phetchabun, consisting of 400 people and using descriptive analysis statistics consisting of percentage, mean, standard deviation and inferential statistics to test the research hypothesis at the statistical significance level 0.05 to compare the differences between variables by using the One-way ANOVA (F-test) statistics.

The results show that most Thai tourists are female, aged between 21-40 years, with an average monthly income of 15,000 - 25,000 Baht, single status, bachelor's degree and have a career Civil servant / state enterprise Most tourists have tourism behaviors. By coming with friends / colleagues Use private cars as transportation vehicles. Travel expenses are around 1,001-2,000 baht. Choose a weekend. (Saturday - Sunday) come to travel and are open to receiving tourist information from social media.

The results of the hypothesis testing compare differences in tourism behavior and satisfaction of Thai tourists on integrated marketing communication at Si Thep Historical Park, Phetchabun. The hypothesis testing found that Thai tourists are satisfied with the integrated marketing communication of Si thep Historical Park, Phetchabun different according to

tourism behavior in traveling characteristics Travel expenses and the travel time period With statistical significance at the level of 0.05. Other than that there was no difference.

Keywords: tourism behavior, satisfaction, integrated marketing communication, Si Thep Historical Park

บทนำ

กิจกรรมส่งเสริมการตลาดในอุตสาหกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่รองเพื่อยกระดับการส่งเสริมการเดินทางสู่เมืองรองภายใต้โครงการ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด ด้วยการเจาะกลุ่มเป้าหมายให้ตรงกับตำแหน่งทางการตลาด (Market Positioning) ของแต่ละพื้นที่อย่างเข้มข้น เพื่อคัดกรองเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นอย่างแท้จริง โดยดำเนินการจัดทำสื่อที่สะท้อน Market Positioning และสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ไปยัง กลุ่มเป้าหมายของพื้นที่นั้นๆ พัฒนารูปแบบเว็บไซต์และ Facebook จัดกิจกรรม Travel Blogger Challenge เผยแพร่ประสบการณ์สัมผัสเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่อย่างลึกซึ้ง ผลิต Handbook ฉบับที่ 5 เน้นเรื่องต้องห้ามพลาด ทั้งอาหารถิ่น กิจกรรม DIY เก้าอี้ และมุมถ่ายภาพห้ามพลาด จัดทำโปรโมชั่นพิเศษ/Joint Promotion/แพ็คเกจท่องเที่ยวร่วมกับ สายการบิน ธนาคาร บริษัทบัตรเครดิต บริษัทรถยนต์ บริษัทรถเช่า ที่พัก ร้านอาหาร และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงการจัดกิจกรรมพิเศษที่สอดแทรกแนวคิด Green Tourism ในขั้นตอนการดำเนินงาน ไม่ว่าจะเป็นการคัดแยกขยะ ไม่ใช้พลาสติก การใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ กิจกรรมปั่น Slow Life เมืองต้องห้ามพลาด วิ่งชมย้อนยุค เล่าเรื่องเมืองประวัติศาสตร์ และการแสดงดนตรีในสวนริมชายหาด นอกจากนี้ จะสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยจัดแสดงผลภัณฑ์ชุมชนที่มีการออกแบบ อย่างสร้างสรรค์และต่อยอดให้เป็นนวัตกรรมใน Event ของโครงการ (การส่งเสริมตลาดในประเทศปี 2561, ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว 2561)

การท่องเที่ยว จึงได้นำมาสร้างความต้องการหรืออุปสงค์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งการส่งเสริมการตลาดจะครอบคลุมถึง การโฆษณา การขายแนะนำโดยบุคคล การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย ในระบบของการตลาดจะมีผู้ที่เกี่ยวข้องมากมาย ได้แก่ ผู้ซื้อและผู้ขาย ตัวแทนจำหน่าย และสาธารณชนทั้งภายในและภายนอก องค์กรหน่วยงานทางการท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าการซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า ลูกค้าจะพยายามแสวงหารสารสนเทศเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อก่อนที่จะทำการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการสื่อสารทางการตลาดจึงมีความสำคัญและมีความซับซ้อนมากขึ้น เพื่อที่จะสามารถสื่อสารสิ่งที่ธุรกิจต้องการนำเสนอให้มีประสิทธิภาพสูงสุด นักการตลาดจำเป็นต้องทำความเข้าใจหลักการทางจิตวิทยาบางประการที่สำคัญ เช่น ก่อนที่ผู้ซื้อจะลงมือทำการซื้อนั้น ผู้ซื้อจะต้องผ่านความใส่ใจ (attention) ความสนใจ (Interest) ความปรารถนา (desire) มา

ก่อน จึงกระทำ (action) การซื้อในที่สุด ระหว่างที่ผ่านการใส่ใจนั้นผู้ซื้อจะมีความรู้เกี่ยวกับส่วนผสมทาง การตลาดของธุรกิจ ขณะที่มีความสนใจและมีความต้องการ ผู้ซื้อจะเกิดทัศนคติต่อส่วนผสมทาง การตลาดนั้น ถ้าผู้ซื้อมีทัศนคติต่อส่วนผสมทางการตลาดก็จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมด้วยการลงมือซื้อ ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การที่จะขายผลิตภัณฑ์ นักการตลาดจำเป็นต้องดึงดูดความ สนใจ (attract attention) สร้างความสนใจ (create interest) สร้างความปรารถนา (create desire) และทำให้เกิดการกระทำ (get action) ซึ่งก็คือพฤติกรรม การซื้อหรือใช้บริการผลิตภัณฑ์ทางการ ท่องเที่ยวของบริษัทนั่นเอง (ประภาศรี สวัสดิ์อำไพรักษ์, 2546: 263)

ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบสำคัญหนึ่งที่ช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวใน ด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว และผู้คนในท้องถิ่นที่เป็นประชาชนและผู้ให้บริการทา การท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลข่าวสารและสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่เป็นรายละเอียดเกี่ยวกับ การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อชักจูงนักท่องเที่ยว ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สิ่งพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต บ้ายโฆษณา เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการได้รับข้อมูลข่าวสารและ ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวต่างก็จะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไปตาม สภาพแวดล้อมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและพื้นฐานทางลักษณะประชากร (จริญญา เจริญสุกใส, 2548:)

ประเทศไทยนั้นอาจกล่าวได้ว่ามีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยว ที่หลากหลายน่าสนใจและมีชื่อเสียง ทรัพยากรดังกล่าวมีทั้งที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีเป็นแหล่ง ธรรมชาติ แหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนสถาน รวมถึงทรัพยากร การท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ที่เป็นเอกลักษณ์ตามท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เป็น ทั้งชาวไทยเองก็นิยมมาท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ จำนวนมาก (สิริลักษณ์ แยมพยุง, 2550) การพัฒนาการ ท่องเที่ยวที่ผ่านมาในอดีตนั้นก่อให้เกิดลักษณะของการท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวแบบกระแสหลัก (Conventional Tourism) ที่ประเทศไทยได้นำมาเป็นแบบอย่างในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ โดยรายได้จากการท่องเที่ยวจะเพิ่มตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น โดยมีได้คำนึงต่อผลกระทบที่จะ เกิดตามมาในระยะยาวจากการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์นั้นเป็นการไปเยี่ยมชมสถานที่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ประเพณี สังคมและวัฒนธรรม รวมถึงสถานที่ที่รวบรวมความทรงจำและความผูกพันของคนในสมัยก่อน และถ่ายทอดมาถึงคนในยุคปัจจุบัน เพื่อให้ตระหนักถึงคุณค่าและประวัติศาสตร์ของโบราณสถานต่างๆ และมีจิตสำนึกที่ดีต่อการรักษามรดกทางประวัติศาสตร์ และตระหนักถึงคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยว โดยที่คนในชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวซึ่งมี รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิง

ประวัติศาสตร์ เช่น เข้าชมแหล่งอุทยานประวัติศาสตร์การจัดกลุ่มท่องเที่ยวเพื่อชมโบราณสถานต่างๆ ที่มีคุณค่าและความสำคัญทางประวัติศาสตร์เป็นต้น

การจัดการโบราณสถานและโบราณวัตถุให้เป็นธุรกิจที่เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ นั้น สร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นที่มีความเป็นมาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ โดยมีมรดกทางวัฒนธรรมที่แสดงเอกลักษณ์ของแต่ละจังหวัดจึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดคนให้เข้าไปเยี่ยมชม ตัวอย่างเช่น ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว 1 คน ต่อ 1 วัน ที่เดินทางมาเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ของจังหวัด พระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่ากับ 1,370.17 บาท และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 2,540.51 บาท (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) ซึ่งค่าใช้จ่ายดังกล่าวรวมเข้าชม ค่าอาหาร ค่าพาหนะเดินทาง ค่าที่พัก ค่าซื้อของที่ระลึกและค่าบริการต่าง ๆ ดังนั้นแต่ละจังหวัดจึงให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยการบูรณะโบราณสถานให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบอุทยานประวัติศาสตร์หรือเป็นโบราณสถานที่โดดเด่น การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์นั้นจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ และอย่างมีคุณภาพหากขาดการบริหารจัดการที่ดี อาจเกิดผลกระทบต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ได้เช่นกัน ซึ่งองค์ประกอบสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ได้แก่ การดำเนินการโดยคำนึงถึง ศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและการรองรับนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ ต้องมีการจัดการด้านอนุรักษ์ การสร้างและปลูกฝังจิตสำนึก รวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและการกระจายรายได้สู่ชุมชน

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ทางรัฐบาลได้มีการดำเนินการส่งเสริมอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด จนถึงปัจจุบัน รัฐบาลได้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างมากมาย โดยเฉพาะสื่อสารมวลชนนอกจากจะมีบทบาทหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารการศึกษา และ ความบันเทิงแล้วหน้าที่สำคัญอีกด้านหนึ่งของสื่อมวลชน คือหน้าที่ในด้านการพัฒนา สื่อมวลชนสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารให้มีโลกทัศน์ใหม่ๆ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ของแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท ฉะนั้นสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่ามีบทบาทในการพัฒนาประเทศและสังคมโดยเฉพาะบทบาทในการให้ความรู้ ความเข้าใจ และส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากหากหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว นำการสื่อสารมาใช้ให้ถูกต้องและเพียงพอต่อการให้ข้อมูลข่าวสารด้านสถานที่ท่องเที่ยว การให้บริการด้านต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว ฯลฯ ต่อ นักท่องเที่ยวก็จะสามารถช่วยส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อันเป็นส่วนหนึ่งของ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เป็นที่ยอมรับว่าเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและการพัฒนาสังคมเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและชุมชนท้องถิ่น

อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพเป็นหนึ่งในอุทยานประวัติศาสตร์จำนวน สิบแห่งของประเทศไทย ปัจจุบันที่จัดตั้งขึ้นโดยกรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม โดยจัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2527 สำหรับชื่อเรียก“ศรีเทพ” นั้นเป็นการอนุโลมตามพระวินิจฉัยสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ พระบิดาแห่งวิชาประวัติศาสตร์และโบราณคดีไทย ที่ได้ทรงสันนิษฐานไว้ในคราวเสด็จตรวจราชการมณฑลเพชรบูรณ์เมื่อครั้งดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงมหาดไทยในปี พ.ศ.2447

พื้นที่ที่มีการตั้งเป็นอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพนั้น นับเป็นแหล่งอารยธรรมที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทยปัจจุบัน เนื่องจากยังเป็นพื้นที่ที่ปรากฏร่องรอยหลักฐานซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการตั้งถิ่นฐานอยู่อาศัยของมนุษย์ที่มีมาอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมทวารวดีและเขมรตามลำดับ ซึ่งรวมระยะเวลาที่มีความเจริญรุ่งเรืองถึงกว่า 800 ปี ก่อนที่จะถูกทิ้งร้างไปด้วยสาเหตุโรคระบาดร้ายแรงหรือปัญหาภัยแล้งประการใดประการหนึ่งหรือทั้งสองประการ ในราวปลายพุทธศตวรรษที่ 18 - ต้นพุทธศตวรรษที่ 19 อันเป็นช่วงก่อนที่วัฒนธรรมสุโขทัยและอยุธยาจะเจริญรุ่งเรืองขึ้นมาแทนที่ในบริเวณลุ่มแม่น้ำป่าสัก และมีการพัฒนาการตั้งถิ่นฐานอยู่อาศัยอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือสำคัญมีศักยภาพที่จะเผยแพร่ข่าวสารไปยังประชาชนจำนวนมาก ซึ่งในปัจจุบันสื่อมวลชนมีหลายแขนงด้วยกันที่เป็นสื่อหลักและมีการใช้อย่างกว้างขวางพบเห็นอยู่ทั่วไปเช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อรูปแบบต่างๆ ที่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ดังนั้นการเปิดรับสื่อในสังคมปัจจุบัน ที่อยู่ในยุคแห่งสังคมการเปิดรับอย่างกว้างขวางนั้น จะทำให้บุคคลมีความรู้ความเข้าใจต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนนำความรู้ ความเข้าใจจากสารที่รับในชีวิตประจำวัน มาใช้ให้เกิดประโยชน์ หรือ นำมาใช้ประกอบการตัดสินใจที่จะกระทำหรือไม่กระทำใดๆ ก็ตามในการดำเนินชีวิตของบุคคลนั้นๆ ได้หากบุคคลใดมีโอกาสพบปะพูดคุยหรือรับฟังข่าวสารจากสื่อต่างๆ อยู่สม่ำเสมอแล้วก็จะสามารถเลือกเปิดรับข่าวสารหรือเนื้อหาข่าวสารตามที่ตนเองสนใจได้เป็นอย่างดี (โกวิท วงศ์สุรวัฒน์, 2546)

ธุรกิจอุตสาหกรรมการบริการหรือการท่องเที่ยว มีความแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป เพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) เป็นสินค้าและบริการที่นำเสนอต่อลูกค้าหรือตลาด กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจการบริการหรือการท่องเที่ยวจำเป็นต้องจัดให้มีส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) ธุรกิจการบริการจะต้องสร้างส่วนผสมทางการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด (กัลยา จยุติรัตน์,2550)

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้มีการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวได้มีการเปิดรับสื่อเหล่านั้น ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์อย่างไร มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ระดับใดและความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีความแตกต่างกันตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างไรหรือไม่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ให้ผู้สนใจหรือผู้ที่เกี่ยวข้องมาพัฒนาปรับปรุงด้านการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในบทความนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ที่แตกต่างกันตามลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว ภายใต้ขอบเขตการวิจัยเฉพาะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้แก่ ลักษณะการเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง และ ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการมุ่งศึกษา การโฆษณา การขายโดยบุคคล การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรง ของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษาเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์เท่านั้น ภายใต้สมมติฐานที่ว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวจำแนกด้านลักษณะการเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่ ช่วงเวลาในการเดินทาง และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ต่างกันมีความพึงพอใจการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกัน

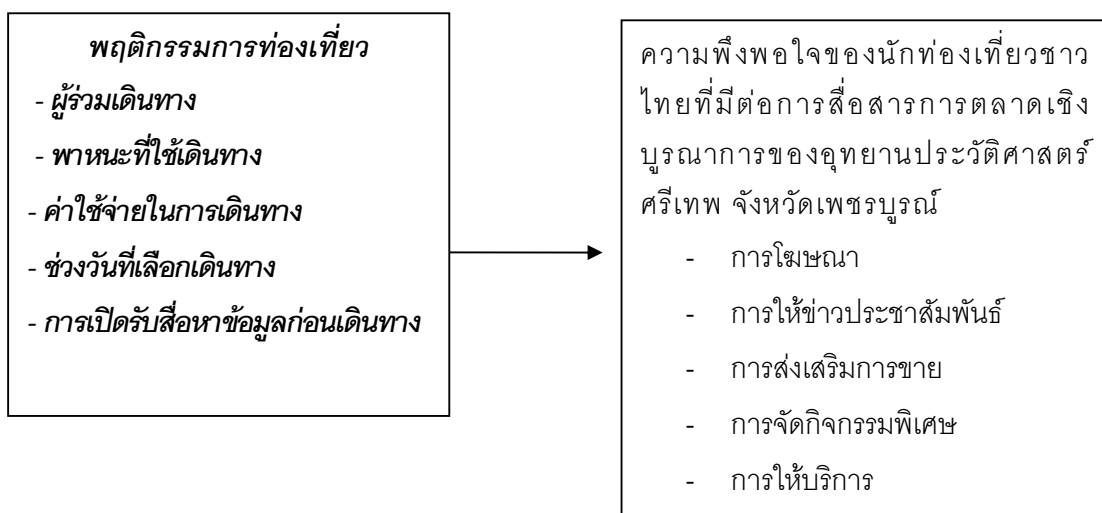
วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กรอบแนวคิดในการวิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากเอกสาร

สารวิชาการ ในแง่มุมของความหมาย ลักษณะความสำคัญ ประเภท ประโยชน์และหลักการ เพื่อนำแนวคิดที่ได้มาสังเคราะห์และสรุปเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยกำหนดเป็นตัวแปรอิสระ ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยวทางด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงวันที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว การเปิดรับสื่อหาข้อมูลก่อนเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนตัวแปรตามได้แก่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้แก่ การโฆษณา การให้ข่าวประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการจัดกิจกรรมพิเศษ การให้บริการ ดังภาพที่ 1

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยพฤติกรรมมาท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยการครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบูรณ์ ปี พ.ศ. 2561 จำนวน 2,335,204 คน (ที่มา : สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบูรณ์ ปี 2562) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยกำหนดขนาดและเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane (1967) ที่ร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อน 0.05 ขนาดประชากร และสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ทำการเก็บแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์

เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างตามที่กำหนดไว้ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ที่มีลักษณะเป็นโครงสร้างสอดคล้องกับหัวข้อและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องพร้อมทั้งแนะนำและแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม โดยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องของภาษา (Wording) การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ โดยการหาความตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยอาจารย์ที่ปรึกษา นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบก่อน (Pre-test) กับนักท่องเที่ยวนิเวศวิทยาประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบาค (Cronbach, 1990: 202-204) จากการคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability) จากแบบสอบถาม ค่า Alpha Coefficient ของคำถามเกี่ยวกับ **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์** ได้เท่ากับ 0.852 ซึ่งอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการศึกษาลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์มีการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว, แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ, แนวคิดด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC), ประวัติอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยอาศัยการค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาวิจัยได้ดำเนินการออกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่ **อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์** ด้วยตนเอง ในช่วงเดือนกันยายน-พฤศจิกายน 2562 จากนั้นนำแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางด้านสังคมศาสตร์ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากร **และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ใช้ในการสรุปหรือบรรยายคุณลักษณะ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับหาค่าการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม โดยใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ One way ANOVA (F- test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ Scheffe**

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมากับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน (ร้อยละ 47.8) ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง (ร้อยละ 88.5) มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางประมาณ 1,001-2,000 บาท (ร้อยละ 51.0) เลือกรวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) มาท่องเที่ยว (ร้อยละ 81.0) และมีการเปิดรับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 62.0) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์

(n=400)		
พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์		
มากกว่าสามคน	191	47.8
สามคน	131	32.8
มาร่วมกันแค่สองคน	72	18.0
มาคนเดียว	6	1.5
การใช้พาหนะเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ		
รถยนต์ส่วนตัว	354	88.5
รถโดยสารประจำทาง	36	9.0
รถเช่า เช่น รถตู้/รถบัส	10	2.5
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ		
น้อยกว่า 1,000 บาท	128	32.0
1,001-2,000 บาท	204	51.0
2,001-4,000 บาท	25	6.3
มากกว่า 4,000 บาท	43	10.8
ช่วงวันที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ		
วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	52	13.0
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)	324	81.0
ช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์	24	6.0

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	จำนวน	ร้อยละ
การเปิดรับสื่อค้นหาข้อมูลอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ สื่อวิทยุ และโทรทัศน์	60	15.0
สื่อบุคคล	24	6.0
สื่อสิ่งพิมพ์	68	17.0
สื่อสังคมออนไลน์	248	62.0
รวม	400	100.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 3.82$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการให้บริการ ($\bar{X} = 3.63$) ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ ($\bar{X} = 3.58$) ด้านการโฆษณา ($\bar{X} = 3.50$) และด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.45$) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวม

ความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านการโฆษณา	3.50	0.488	มาก
ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์	3.45	0.516	มาก
ด้านการส่งเสริมการขาย	3.82	0.797	มาก
ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ	3.58	0.640	มาก
ด้านการให้บริการ	3.63	0.764	มาก
รวมเฉลี่ย	3.60	0.409	มาก

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกด้านช่วงวันที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ช่วงวันที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่

ตารางที่ 3 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามช่วงวันที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ช่วงวันที่เลือกเดินทางมา	ระหว่างกลุ่ม	2	40.736	20.368	59.784*	0.000
	ภายในกลุ่ม	397	135.254	.341		
รวม		399	153.777			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ พบว่า มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อค้นหาข้อมูลอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ จากสื่ออินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 62.0) ค้นหาพบนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ จิรวิญญา สุขสำราญ (2555) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิตที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ดก่อนเดินทางจากสื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ท่องเที่ยวต่างๆ และยังสอดคล้องกับทิพวัลย์ ชันธมะ (2554:64) ได้กล่าวว่า รูปแบบของสื่ออินเทอร์เน็ตได้ถูกพัฒนาไปอย่างหลากหลาย และมีแนวคิดสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถเข้าไปร่วมในสารนั้นได้เช่น Social Networking เป็นรูปแบบของสังคมประเภทหนึ่งที่ใช้หรือการนำสื่อสารของมนุษย์ให้มาออนไลน์อยู่บนอินเทอร์เน็ต (Social Community) เพื่อร่วมกันแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลระหว่างกัน ดังนั้นจากการที่ค้นพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ พบว่ามีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อค้นหาข้อมูลอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ จากสื่ออินเทอร์เน็ตจึงเป็นเพราะนักท่องเที่ยวได้มีการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลระหว่างกันหลังจากที่ได้ไปเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมาแล้ว จึงเป็นแหล่งข้อมูลในการสืบค้นได้ดี

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่าด้านการส่งเสริมการขายมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การเข้าชมอุทยานฯ ศรีเทพ ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปได้รับการยกเว้น ค่าธรรมเนียมการเข้าชม ($\bar{X} = 3.96$) ค้นหาพบนี้สอดคล้องกับการศึกษาของธนพัฒน์ เหลืองวัฒนะวสุ (2557) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการส่งเสริมการตลาดของสวนสัตว์นครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่าความคิดเห็นการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของสวนสัตว์นครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา พบว่าด้านการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับเห็น

ด้วยอย่างยิ่งได้แก่ เป็นสิ่งที่น่าชมของสวนสัตว์นครราชสีมาให้เข้าฟรีสำหรับผู้สูงอายุเกิน 60 ปี คนพิการ พระภิกษุ สามเณร และยังคงคล้องกับ เสรี วังษ์มณฑา, 2547) ซึ่งได้อธิบายถึงลักษณะการสื่อสาร การตลาดเชิงบูรณาการ ในด้านการส่งเสริมการขายว่าเป็นเครื่องมือระยะสั้นเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อ หรือขายผลิตภัณฑ์ เช่นการลดราคา ดังนั้นจากการที่ค้นพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจ ต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านการส่งเสริม การขาย เกี่ยวกับ ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปได้รับการยกเว้น ค่าธรรมเนียมการเข้าชม จึงเป็นเพราะ อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพต้องการกระตุ้นให้มีผู้คนมาเข้าชมมากขึ้น

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสาร การตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ด้านการการจัดกิจกรรม พิเศษ ความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การจัดงานประเพณีบวงสรวงเจ้าพ่อศรีเทพ ที่สะท้อนถึง วัฒนธรรมประเพณี ศรัทธาความเชื่อของผู้คนในท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$ ข้อค้นพบนี้ สอดคล้องกับการศึกษาของ ไพรัตน์ สัมฤทธิ์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดแหล่งท่องเที่ยวตลิ่งน้ำ บางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดแหล่งท่องเที่ยวตลิ่งน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัด สมุทรปราการ พบว่า ด้านการการจัดงานประเพณีบวงสรวงเจ้าพ่อศรีเทพ ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรม ประเพณี ศรัทธาความเชื่อของผู้คนในท้องถิ่นได้แก่การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับขี้อักรยานเดินวิ่งการกุศลที่นี้ และยังคงคล้องกับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่เป็นกิจกรรมพิเศษของ เสรี วังษ์ มณฑา (2547) ที่อธิบายว่า การจัดกิจกรรมพิเศษเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นตามโอกาสเพื่อสร้างภาพลักษณ์ องค์กรได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจากการค้นพบนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาด เชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ การจัดกิจกรรมพิเศษด้านการจัดงาน ประเพณีบวงสรวงเจ้าพ่อศรีเทพ ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมประเพณี ศรัทธาความเชื่อของผู้คนในท้องถิ่น จึง เป็นเพราะอุทยานต้องการสร้างภาพลักษณ์ให้น่าเชื่อถือและศรัทธาจากประชาชนทั่วไป

4. ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมท่องเที่ยวกับความพึง พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ด้านช่วงวันที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว กลุ่มต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมี ความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ นภัสวรรณ สกุนทร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ อุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมท่องเที่ยว ด้านการเลือกวันที่สะดวกมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่ออุทยานแห่งชาติ ภูผาเทิบ จังหวัด

มุกดาหารแตกต่างกันและยังสอดคล้องกับ Oliver (1997) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ คือ การตอบสนองที่แสดงถึงความประสงค์ของลูกค้า เป็นนิยามของของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ ความพึงพอใจมีมุมมองที่แตกต่างกันแล้วแต่มุมมองของแต่ละคน ดังนั้นจากการที่พบว่าด้านช่วงวันที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว กลุ่มต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกันจึงเป็นเพราะนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีมุมมองต่อการท่องเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1) ควรให้มีการปรับปรุงเส้นทางมายังแหล่งท่องเที่ยวให้มีความปลอดภัยและมีป้ายบอกสัญญาณจราจรให้ชัดเจน ขณะที่วันหยุดสุดสัปดาห์และวันเสาร์-อาทิตย์จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นจำนวนมากก็ควรจัดผู้ดูแลสถานที่จอดรถสำหรับรถตู้และรถบัสให้เพียงพอเป็นระเบียบ และเพื่อเป็นการส่งเสริมและการสร้างรายได้ให้กับชุมชนควรมีรถโดยสารประจำทางรับส่งนักท่องเที่ยวที่ไม่มีรถยนต์ส่วนตัวเดินทางมาอีกทั้งการเปิดรับสื่อที่ควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของอุทยานฯ ให้กับเยาวชนโดยรอบอุทยาน เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนเป็นมัคคุเทศก์นำเที่ยวภายในอุทยานเพื่อเพิ่มช่องทางการเป็นสื่อบุคคล

2) ควรสนับสนุนให้มีการรณรงค์อนุรักษ์การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่อย่างครบถ้วนเพื่อปลูกกระแสการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ ขณะเดียวกันก็ให้ความสนใจกับสื่อเก่าที่สามารถสอดแทรกได้ตามจุดต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนมองเห็น

3) ควรรณรงค์ให้ชุมชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการจัดงานกิจกรรมประจำปีของอุทยานฯ และสนับสนุนให้สื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทในการสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวอุทยานฯ ให้มากขึ้น

4) ควรมีกิจกรรมการส่งเสริมการขายทุกรูปแบบเพื่อให้นักท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกได้เข้ามาท่องเที่ยวเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ของอุทยานฯ ให้มากขึ้นจากการยกเว้นค่าธรรมเนียมและให้ส่วนลดแก่นักเรียน พระภิกษุ สามเณร ผู้พิการและผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป

5) ควรให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ ของอุทยานฯ ให้สอดคล้องกับเทศกาลวัฒนธรรมประเพณีของชุมชน ด้วยการจัดกิจกรรมพิเศษที่น่าสนใจ และให้สื่อมวลชนช่วยเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์กิจกรรมพิเศษดังกล่าว

6) ควรจัดรถรางนำเที่ยวให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ไม่มีรถส่วนตัวเข้ามา และมีจุดลงศึกษาตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ พร้อมป้ายอธิบายให้สอดคล้องกับไกด์ที่นำเที่ยวได้แนะนำ

7) ควรส่งเสริมให้เด็กนักเรียนได้รับการอบรมเป็นมัคคุเทศก์น้อย มาหารายได้ในกาให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ ควรมีไกด์ชาวบ้านที่ผ่านการอบรมพาท่องเที่ยวที่เขตรมอรัตน์ที่อยู่ในเขตอุทยานฯ ภายนอก ขณะเดียวกันแต่ละที่ควรมีจุดนั่งพักผ่อน และเส้นทางภายในควรจัดการ

จรรยาและอนุญาตให้นำรถส่วนตัวเข้าชมได้ตามเส้นทางที่กำหนด อีกทั้งกิจกรรมในการส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ควรมีต่อเนื่องตลอดเวลา

สรุป

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์เป็นการค้นพบพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เขียนข้อเสนอแนะเพิ่มเติมให้ระดับความสำคัญ ได้แก่ ควรมี รถบริการของอุทยานไว้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่มีรถส่วนตัวเข้าชมสถานที่สำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์และ ควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของอุทยานฯ ให้กับเยาวชนโดยรอบอุทยานฯ เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนเป็นภาคีที่นำเที่ยวภายในอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์

บรรณานุกรม

- กัลยา จยุติรัตน์.(2550) **หลักการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ : ออลบุ๊กส์พับลิชชิง.
- โกวิท วงศ์สุรวัฒน์. (2546) **ไซเคเรติสกับวัฒนธรรมไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: มติชน.
- จริญญา เจริญสุกใส. (2548) **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จิรภิญญา สุขสำราญ. (2555) **พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิตที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี**. (สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยเกริก. กรุงเทพฯ.
- ธนพัฒน์ เหลืองวัฒนะวุธ. (2557) **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวสวนสัตว์นครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา**. (สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยเกริก. กรุงเทพฯ.
- ทิพวัลย์ ชันธมะ. (2554) **วิเคราะห์การออกแบบเว็บไซต์ของสถาบันเทคนิควิชาการอาชีวศึกษาภาคกลาง**. (วิทยานิพนธ์) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. กรุงเทพฯ.
- นภัสวรรณ สกุนคชู. (2559) **พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร**. (การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์). มหาวิทยาลัยเกริก. กรุงเทพฯ.
- ประภาศรีสวัสดิ์อำไพรักษ์. (2545). **การจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว**. หน่วยที่ 8-15. สาขาวิชาวิทยาการจัดการ. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ไพรัตน์ สัมฤทธิ์. (2561) การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ. (การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์). มหาวิทยาลัยเกริก. กรุงเทพฯ.

สิริลักษณ์ แยมพยุง. (2550) การเปิดรับสื่อและความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ของประชาชนเขตบางขุนเทียน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์: กรุงเทพฯ.

เสรี วงษ์มณฑา, (2547) ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: บริษัทธรรมสารจำกัด.

Books

Cronbach, L.J. (1990) Essentials of psychological testing. (5th ed.). New York: Harper & Row. pp. 202-204.

Oliver, R. L. (1997) Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer. Boston MA: Irwin/ Mc Graw-Hill.

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

Website

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. <https://plus.google.com> เข้าสืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2562.

การประกอบสร้างความจริงทางสังคมเรื่อง คณะราษฎร 2563 : ศึกษาเปรียบเทียบ
สำนักข่าวเนชั่นกับสำนักข่าวมติชน

The Social Construction of Reality of "Kana Rojsadon 2563
: The Comparative Study of The Nation and Mditichon New Network

วิสูตร วิสุทธิไกรสีห์¹

Visutr Visuthikraisee

ดร.รหัท แสงผ่อง²

Dr.Rahat Saengpong

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบททางการเมืองที่ส่งผลต่อการประกอบสร้างความจริงกรณีคณะราษฎร ของสำนักข่าวเนชั่นกับสำนักข่าวมติชนและศึกษาถึงการประกอบสร้างความจริงกรณีคณะราษฎร 2563 ผ่านสำนักข่าวเนชั่นกับสำนักข่าวมติชนโดยใช้กรอบแนวคิดเรื่องการประกอบสร้างความจริงผลการศึกษาพบว่า การประท้วงต่อต้านรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา โดยกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และประชาชนแรกเริ่มเกิดจากคำวินิจฉัยของศาลรัฐธรรมนูญให้ยุบพรรคคนาคติใหม่ และเริ่มประท้วงเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันโดยการชุมนุมมีลักษณะเป็นแฟลตมือเริ่มต้นในช่วงบ่ายแล้วยุติลงในคืนวันนั้น สำหรับการประกอบสร้างความจริงของสำนักข่าวเนชั่นกรณีคณะราษฎร 2563 ต่อต้านรัฐบาลพบว่าสำนักข่าวเนชั่น มีการประกอบสร้างความจริงในการนำเสนอข่าวของคณะราษฎร 2563 ในทางลบ โดยมีการนำนักวิชาการ ผู้ที่สนับสนุนรัฐบาลหรือฝ่ายอนุรักษ์นิยมมาให้ความคิดเห็นในเนื้อหาข่าวในประเด็นของการชุมนุม โดยไม่มีลักษณะเปรียบเทียบให้เห็นแต่มุ่งโจมตีคณะราษฎร 2563 ว่ามีการหนุนหลังจากนักการเมืองบางกลุ่ม หรือได้รับการสนับสนุนจากต่างประเทศ ส่วนการประกอบสร้างความจริงของสำนักข่าวมติชนกรณีคณะราษฎร 2563 พบว่าสำนักข่าวมติชนมีการประกอบสร้างความจริงในการนำเสนอข่าวในลักษณะของการวิเคราะห์ข่าวนำเสนอแง่มุมทั้งสองด้าน ทั้งของคณะราษฎร 2563 และฝ่ายรัฐบาล โดยพยายามให้มีความคิดเห็นส่วนตัวน้อยที่สุด

¹ นักศึกษาปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการเมือง วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการเมือง วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก

คำสำคัญ : การประกอบสร้างความจริงทางสังคม, คณะราษฎร 2563, สำนักข่าวเนชั่น, สำนักข่าวมติชน

Abstract

The purpose of this article is to study the political contexts that impact construction of reality concerning the of the Nation and Matchon News Network and to study the construction of reality concerning through the Nation and Matchon News Network by Social construction of reality framework. The study found that the protests against Prayut Chan-o-cha's government by the Student Union of Thailand began after the decision of the Constitutional Court to dissolve the Future Forward Party. Various protests followed until the present day via a flash mob resembling that usually started in the afternoon and ended that night. On the Nation News Network's construction of reality concerning the Kana Rajsadon 2563, the study showed that the Nation presented news regarding the protesters negatively by the use of one-sided opinions from technocrats, pro-government groups, or the conservatives without comparison. It only criticized the protesters that there must be some political parties behind them or accused the protesters of receiving support from foreign governments. Meanwhile, the study on Matchon News Network's construction of reality concerning the Kana Rajsadon 2563 showed that news related to the protesters were presented with two-sided analysis from the Kana Rojsadon 2563 and the government with the least personal opinion.

Keyword : Social construction of reality, the Kana Rajsadon 2563, the Nation News Network, Matchon News Network

บทนำ

ที่ผ่านมารัฐบาลไทยภายใต้การนำของพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ถือว่ามีสองช่วงเวลา
ช่วงเวลาแรกคือการ "ยึดอำนาจ" ด้วยการประกาศกฎอัยการศึก เมื่อวันที่ 22 พ.ค.2557
ช่วงเวลาที่สองคือพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว
มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า โดยที่ที่ประชุมร่วมกันของรัฐสภาได้ลงมติเมื่อ
วันที่ 5 มิถุนายน 2562 เห็นชอบด้วยในการแต่งตั้ง พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา เป็นนายกรัฐมนตรี ด้วย
คะแนนเสียงมากกว่ากึ่งหนึ่งของสมาชิกที่ทั้งหมดมีอยู่ทั้งสองสภา จึงแต่งตั้งให้ พล.อ.ประยุทธ์

จันทร์โอชา เป็นนายกรัฐมนตรี ตามความในมาตรา 158 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย³ จากการบริหารงานของรัฐบาลพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่ผ่านมามีได้เกิดกระแสความไม่พอใจของกลุ่มต่างๆ อยู่บ้างแต่มาปรากฏชัดในช่วงที่เกิดการระบาดใหญ่ของไวรัสโควิด-19 แต่เดิมก็มีแรงกดดันอยู่แล้วที่จะให้พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ปรับคณะรัฐมนตรี เนื่องจากความไร้ประสิทธิภาพของรัฐบาล การก่อตัวขึ้นของการประท้วงเริ่มจากการยุบพรรคอนาคตใหม่ ซึ่งเพียงหนึ่งวันหลังจากพรรคอนาคตใหม่ถูกยุบ การชุมนุมก็เริ่มต้นขึ้นครั้งแรก ประเด็นหลักของการชุมนุม คือ การแสดงออกถึงการไม่เห็นด้วยกับการยุบพรรคอนาคตใหม่ ซึ่งนักศึกษาและผู้เข้าร่วมการชุมนุมเชื่อว่า เป็นการใช้อำนาจอย่างไม่เป็นธรรมและละเมิดสิทธิและเสรีภาพจากนั้นในวันถัดมาก็มีการชุมนุมในลักษณะเดียวกันเกิดขึ้นที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ต่อมาขยายตัวไปยังมหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยขอนแก่น และอีกหลายมหาวิทยาลัยทั่วทั้งประเทศ จำนวนผู้เข้าชุมนุมในแต่ละมหาวิทยาลัยมีนับพันคนที่สำคัญคือ กระแสของการชุมนุมยังขยายไปสู่โรงเรียนมัธยมระดับชั้นนำของประเทศหลายแห่งอีกด้วยประเด็นหลักของการชุมนุมก็มีการขยายตัวจากเรื่อง การแสดงออกถึงการไม่เห็นด้วยกับการยุบพรรคอนาคตใหม่ ไปสู่การต่อต้านเผด็จการ การเรียกร้องให้มีประชาธิปไตย และในเชิงรูปธรรมคือ การขับไล่รัฐบาลประยุทธ์ ทำไมนิสิตและนักศึกษาจึงมีปฏิกิริยาตอบโต้อย่างเข้มข้นต่อการยุบพรรคอนาคตใหม่ทั้งที่เรื่องเช่นนี้ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนต่อกรณียุบพรรคการเมืองในอดีต⁴

ต่อมามีการยกระดับการประท้วงในที่สาธารณะเกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2563 เวลา 17.00 น. กลุ่มเยาวชนปลดแอก และกลุ่มสหภาพนักเรียน นิสิต นักศึกษาแห่งประเทศไทย (สนท.) บริเวณอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย และมวลชนจำนวนหนึ่งเดินทางมายังบริเวณอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย ถนนราชดำเนิน เพื่อรวมตัวกันประท้วงขับไล่รัฐบาล พร้อมเสนอข้อเรียกร้อง 3 ข้อ ได้แก่ ให้รัฐบาลยุบสภา หยุดคุกคามประชาชน และร่างรัฐธรรมนูญใหม่⁵ หลังจากนั้นมีการประกาศจัดการชุมนุมของกลุ่มที่เรียกตัวเองว่า "คณะราษฎร" ในวันที่ 14 ต.ค. ที่ถนนราชดำเนิน การนัดหมายชุมนุมในวันดังกล่าวยังเป็นครั้งแรกที่นักศึกษา เยาวชน และประชาชนจาก

³โปรดเกล้าฯ แต่งตั้ง พล.อ. ประยุทธ์ เป็นนายกฯ สมัยที่ 2 ลั่นเป็น "รัฐบาลของคนไทยทั้งประเทศ", BBC NEWS ไทย, (25 กันยายน 2563), สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-48592231>.

⁴"ปัญญาพลวัตร" "พิชาย รัตนดิถ ก ภูเก็ต", ผู้จัดการออนไลน์, (26 กันยายน 2563), สืบค้นจาก <https://mgronline.com/daily/detail/9630000020003>.

⁵นักศึกษาและประชาชนชุมนุมประท้วงรัฐบาล เรียกร้องให้หยุดคุกคามประชาชน ยุบสภา และร่าง รธน. ใหม่, THE MOMENTUM ONLINE, (26 กันยายน 2563), สืบค้นจาก <https://themomentum.co/thai-protest-demanding-government-resignation/>.

หลากหลายกลุ่มรวมกันเป็นแนวร่วมจัดชุมนุม อาทิ แนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุม, เยาวชนปลดแอก, กลุ่มดาวดิน, กลุ่มฟื้นฟูประชาธิปไตย ฯลฯ ซึ่งนับเป็นการผสมผสานเครือข่ายครั้งสำคัญ นับตั้งแต่เริ่มมีการชุมนุมของกลุ่ม "เยาวชนปลดแอก" ที่อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย เยาวชนปลดแอก: ตอกย้ำ 3 ข้อเรียกร้องคือ หยุดคุกคามประชาชน จัดทำรัฐธรรมนูญใหม่ และยุบสภา 2 จุดยืนไม่เอารัฐประหาร และรัฐบาลแห่งชาติ และ 1 ความฝัน ในการมีระบอบประชาธิปไตยที่พระมหากษัตริย์อยู่ภายใต้รัฐธรรมนูญ⁶ ต่อมาวันที่ 15 คณะราษฎรยืนยันชุมนุมที่แยกราชประสงค์หลังนายกรัฐมนตรีประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินร้ายแรง วันที่ 16 เป็นการชุมนุมวันที่ 3 ของกลุ่มที่เรียกตัวเองว่า "คณะราษฎร 2563" ต่อยุติลงกลางคืนหลังกำลังตำรวจนับร้อยพร้อม รถฉีดน้ำแรงสูงเข้าสลายผู้ชุมนุมที่มีเด็กและเยาวชนจำนวนมากตั้งแต่วันที่ 16 ต.ค. เป็นเหตุให้มีผู้ถูกจับกุม "นับร้อย" สำหรับในวันนี้ 17 ต.ค. การชุมนุมมีขึ้นแบบดาวกระจายหลายจุดทั่ว กทม. และในต่างจังหวัด โดยไร้แกนนำและการชุมนุมส่วนใหญ่ดำเนินไปอย่างสันติ

ในการนำเสนอข่าวของสำนักข่าวต่างๆ การประกอบสร้างความจริงของสื่ออาจมีความแตกต่างกันไปตามมุมมองโดยเฉพาะสำนักข่าวมติชนกับสำนักข่าวเนชั่น สำหรับสำนักข่าวมติชนจดทะเบียนก่อตั้งเป็นบริษัทจำกัดเมื่อวันที่ 18 มกราคม พ.ศ.2521 เป็นบริษัทที่ประกอบกิจการหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์อื่นๆ มีผลิตภัณฑ์หลัก คือ หนังสือพิมพ์ 3 ฉบับ คือ มติชน ข่าวสด และ ประชาชาติธุรกิจ เป็นต้น สำหรับด้านการเมืองมติชนทำหน้าที่เป็นปากเป็นเสียงของคนเล็กคนน้อย คนนอกระบบ คนที่ห่างไกล ฉะนั้นจึงมักถูกมองเป็นฝ่ายค้านที่อยู่ตรงข้ามกับรัฐบาล⁷ สำหรับสำนักข่าวเนชั่นถูกมองว่าเป็นสื่ออนุรักษ์นิยม ซึ่งเคยสร้างความไม่พอใจให้กับผู้คนเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นการแฝงตัวเข้าไปในกลุ่มผู้ชุมนุมประท้วงรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา โดยทีมงานเนชั่นอ้างว่าเป็นสำนักข่าวอื่นเพื่อสัมภาษณ์กลุ่มผู้ชุมนุมและนำไปเผยแพร่ในช่องข่าวเนชั่น นอกจากนี้ยังมีการพยายามนำเสนอเนื้อหาที่สะท้อนความหมายผิดเพี้ยนไปจากความเป็นจริงหลายอย่าง⁸

จากที่กล่าวมาทั้งหมดสรุปได้ว่าการประกอบสร้างความจริงเกี่ยวกับ “คณะราษฎร 2563” มีความน่าสนใจเนื่องจากการก่อตัวขึ้นอย่างมีพัฒนาการ เริ่มจากการประท้วงการยุบพรรค

⁶คณะราษฎร: ชุมนุมใหญ่ 14 ตุลา ไล่ "ศักดิ์นา-เผด็จการ", BBC NEWS ไทย, (19 ตุลาคม 2563), สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-54445239>.

⁷กว่า “40 ปี” กับ “มติชน” สมหมาย ปาริจฉัตต์, MATICHON ONLINE, (20 ตุลาคม 2563), สืบค้นจาก https://www.matichon.co.th/prachachuen/news_413238.

⁸แบนสปอนเซอร์เนชั่น : สื่ออนุรักษ์นิยมขาดง ถ้าไม่เร่งปรับตัว ก็มีแต่ความเสื่อมถอย, Brandinsideธุรกิจ คติใหม่, (20 ตุลาคม 2563), สืบค้นจาก <https://brandinside.asia/ban-right-wing-extremism-tv-channel-ban-nation-tv-22/>.

อนาคตใหม่ ซึ่งจัดโดย สหภาพนักเรียน นิสิตและนักศึกษาแห่งประเทศไทย กลายมาเป็นการชุมนุมที่มีลักษณะเป็น Flash mob มีการกำหนดระยะเวลาเริ่มและสิ้นสุดการชุมนุมอย่างชัดเจน จากนั้นก็มีการชุมนุมในลักษณะเดียวกันเกิดขึ้นอีกหลายมหาวิทยาลัยทั่วทั้งประเทศ และมีการยกระดับการประท้วงในที่สาธารณะเกิดขึ้นของกลุ่มที่เรียกตัวเองว่า กลุ่มเยาวชนปลดแอก และกลุ่มสหภาพนักเรียน นิสิต นักศึกษาแห่งประเทศไทยบริเวณอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย พร้อมเสนอข้อเรียกร้อง 3 ข้อ ได้แก่ ให้รัฐบาลยุบสภา หยุดคุกคามประชาชน และร่างรัฐธรรมนูญใหม่ และยุติการชุมนุมภายในวันเดียว หลังจากนั้นมีการนัดหมายเพื่อชุมนุมใหญ่ทางการเมืองอีกครั้งในวันที่ 19 กันยายน 2563 ในนาม "แนวร่วมกลุ่มธรรมศาสตร์และการชุมนุม" ต่อมามีการประกาศจัดการชุมนุมของกลุ่มที่เรียกตัวเองว่า "คณะราษฎร" ในวันที่ 14 ต.ค. ที่ถนนราชดำเนิน การนัดหมายชุมนุมในวันดังกล่าวยังเป็นครั้งแรกที่นักศึกษา เยาวชน และประชาชนจากหลากหลายกลุ่มรวมกันเป็นแนวร่วมจัดชุมนุม และก็มีกิจกรรมที่แยกราชประสงค์ และการชุมนุมแบบดาวกระจายอีกหลายจุดทั่วกรุงเทพมหานครและในต่างจังหวัด โดยไร้แกนนำและการชุมนุมส่วนใหญ่ดำเนินไปอย่างสันติตั้งนั้น จากปรากฏการณ์เดียวกัน สื่อมวลชนคือสำนักข่าวเนชั่นและสำนักข่าวมติชน ได้รายงานข่าวแตกต่างกันตามจุดยืน ทศนคติทางการเมือง ความคิดเห็นและเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้อ่าน ผู้วิจัยเลือกใช้ทฤษฎีการประกอบสร้างความจริงทางสังคมมาใช้เป็นแนวทางในการทำ ความเข้าใจสื่อตามความเชื่อที่ว่า การประกอบสร้างปรากฏการณ์ต่างๆ โดยสื่อมวลชนนั้น ซึ่งสื่อแต่ละแขนงอาจมีมุมมองที่ต่างกัน ประกอบสร้างความจริงเพื่อนำเสนอจึงไม่เหมือนกัน และจากสมมติฐานของทฤษฎีนี้เมื่อนำมาใช้กับการรายงานข่าวของสื่อมวลชนจะพบว่า เป็นการประกอบสร้างความจริงจากเหตุการณ์นั้นๆ ขึ้นมาในมุมมองของสื่อเหล่านั้นๆ ในขณะเดียวกันผู้อ่านก็ต้องรู้ทันด้วยว่าสิ่งที่สื่อมวลชนสร้างนั้นเป็น "เรื่องจริง"หรือเป็นเพียงแค่ "เรื่องสร้าง" ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่ามีการประกอบสร้างความจริงเกี่ยวกับคณะราษฎร 2563 ต่อต้านรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ผ่านสำนักข่าวเนชั่นและสำนักข่าวมติชนตามทฤษฎีการประกอบสร้างความจริงของสื่อมวลชนอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบททางการเมืองที่ส่งผลต่อการประกอบสร้างความจริงกรณีคณะราษฎร 2563 ของสำนักข่าวเนชั่นและสำนักข่าวมติชน
2. เพื่อศึกษาถึงการประกอบสร้างความจริงกรณีคณะราษฎร 2563 ผ่านสำนักข่าวเนชั่น

3. เพื่อศึกษาถึงประกอบสร้างความจริงกรณีคณะราษฎร 2563 ต่อต้านรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ผ่านสำนักข่าวมติชน

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การประกอบสร้างความจริงเรื่อง “คณะราษฎร 2563 ต่อต้านรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาเปรียบเทียบสำนักข่าวสำนักข่าวเนชั่นและสำนักข่าวมติชน มีขอบเขตในการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา โดยมีขอบเขตของเนื้อหามุ่งศึกษาในประเด็นดังต่อไปนี้

1.1 ศึกษาบริบททางการเมืองที่ส่งผลต่อการประกอบสร้างความจริงกรณีคณะราษฎร 2563 ในห้วงปี พ.ศ.2562–2563

1.2 ศึกษาถึงกระบวนการประกอบสร้างความจริงกรณีคณะราษฎร 2563 ผ่านการรายงานข่าวของสำนักข่าวเนชั่นและสำนักข่าวมติชน ในห้วงปี พ.ศ.2562–2563 โดยแบ่งเป็น สำนักข่าวเนชั่นและสำนักข่าวมติชน

2. ขอบเขตด้านระยะเวลา ศึกษาในระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2562 ถึงเดือนธันวาคม 2563

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงบริบททางการเมืองที่ส่งผลต่อการประกอบสร้างความจริงกรณีคณะราษฎร 2563 ของสำนักข่าวเนชั่นและสำนักข่าวมติชน ในห้วงปี พ.ศ.2562–2563

2. ทำให้ทราบถึงกระบวนการประกอบสร้างความจริงกรณีคณะราษฎร 2563 ผ่านการรายงานข่าวของสำนักข่าวเนชั่นและสำนักข่าวมติชน

3. สามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่ในการประกอบสร้างความจริงของสำนักข่าว

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “การประกอบสร้างความจริงเรื่อง “คณะราษฎร 2563: ศึกษาเปรียบเทียบสำนักข่าวเนชั่นกับสำนักข่าวมติชน” ผู้ศึกษาได้ใช้ทฤษฎีการประกอบสร้างความจริงทางสังคม (Social construction of reality) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แนวคิดของการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม (Social Construction of Reality) เชื่อว่ามนุษย์ไม่สามารถรับรู้ความเป็นจริงภายนอกได้โดยตรง แต่ต้องกระทำผ่านตัวกลางคือ ประสาทสัมผัสและกระบวนการรับรู้ทางจิตของมนุษย์ ซึ่งถูกหล่อหลอมโดยกระบวนการทางสังคม

มาก่อนแล้ว ดังนั้น สิ่งที่มนุษย์เชื่อว่าความจริงทางสังคมจึงล้วนแต่เป็นโลกที่ถูกสร้างและถูกตีความมาแล้วในระดับหนึ่งทั้งสิ้น

บรรดาทฤษฎีทั้งหลายที่ถือว่าใช้แนวทางวัฒนธรรมศึกษานั้น ไม่ว่าจะมีความอธิบายรายละเอียดอย่างไร แตกต่างกันอย่างใดก็ตาม แต่ที่พ้องกันและเป็นประจักษ์ของทฤษฎีวัฒนธรรมก็คือ แนวคิดที่ว่าสิ่งที่เรียกว่า “ความเป็นจริง” (reality) นั้น มิใช่เป็นสิ่งที่มียู่แล้ว (given/out here) แล้วรอให้นักวิชาการไปค้นพบแบบที่สำนักประจักษ์นิยมเชื่อถือ (empiricism) ในทางตรงกันข้าม นักวัฒนธรรมศึกษาเชื่อว่า “ความเป็นจริงนั้นเป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมา (construct)” และเมื่อเชื่อมโยงแนวคิดนี้มาที่เรื่องสื่อมวลชนโดยอาศัยแนวทางของทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ที่ได้กล่าวมาแล้ว เราอาจจะอธิบายได้ว่า ในด้านสื่อมวลชน สิ่งที่เราเรียกว่า “ข่าว” นั้นมิใช่การรายงานความเป็นจริงที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์ หากแต่เป็นการ “ประกอบสร้าง” ความเป็นจริงจากเหตุการณ์นั้นขึ้นมา ในขณะที่ตัวเหตุการณ์เองมีหลายมิติมาก ก็แล้วแต่ว่า นักข่าวแต่ละคนจะหยิบเอาเหตุการณ์นั้นมาประกอบสร้างเป็นข่าวอย่างไร ในส่วนผู้รับสารนั้น แนวคิดการสร้างความเป็นจริงทางสังคมก็ได้อาศัยทัศนะของ G. M. Mead⁹ ที่เห็นว่าผู้รับสารนั้น มิได้ถูกกระทำ (passive) และนั่งรอตั้งรับให้สื่อมวลชนเป็นฝ่ายสร้างความเป็นจริงมารอบล้อมตัวเองอยู่ฝ่ายเดียว ในอีกด้านหนึ่ง ผู้รับสารจะมีลักษณะ active และได้ใช้เนื้อหาจากสื่อมวลชนมาสร้างสิ่งแวดล้อมของตัวเองเช่นกัน แนวคิดนี้เริ่มจากคำอธิบายที่ว่ามนุษย์เรามีโลกแวดล้อมรอบตัวอยู่ 2 ระดับ ระดับแรกคือ โลกทางกายภาพ (Physical world) ซึ่งเกิดขึ้นตามธรรมชาติ เช่น พื้นดิน ห่อฟ้า แม่ น้ำ ต้นไม้ ฯลฯ และระดับที่สองคือ โลกทางสังคม (Social world) ซึ่งเกิดจากการประกอบสร้าง (construct) ของสังคม โลกทางสังคมนี้ย่อมมีความหมายที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น แต่ละยุคสมัย ดังนั้นจึงมีบางกรณีที่แม้โลกทางกายภาพจะเป็นแบบเดิม¹⁰

นอกจากนี้ ในส่วนของแนวคิดการสร้างความหมายทางสังคมให้กับความเป็นจริงสามารถแบ่งออกเป็น 3 แนวคิด ดังนี้¹¹

การอธิบายของภาษาศาสตร์ (Linguistic) นักภาษาศาสตร์ที่สนใจความสัมพันธ์ระหว่าง ภาษา ความคิด และโลกทางสังคม จะมองว่า ภาษาเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความคิด (concept) เกี่ยวกับความเป็นจริง เช่นในสังคมหนึ่งเห็นวัตถุสูงๆ เติบโตได้มีสีเขียวและน้ำตาล มีส่วนที่กินได้ เราก็จะใช้ภาษาเรียกความเป็นจริงนั้นว่า ต้นไม้ ในครั้งต่อไป เมื่อเราจะคิดถึงความ

⁹George Herbert Mead, *Mind, Self, and Society*, C.W. Morris, (University of Chicago, 1934).

¹⁰กาญจนา แก้วเทพ, *สื่อมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*, (กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2552), น. 241-243.

¹¹เพ็งอ้าง, น. 244-249.

เป็นจริงนี้ เราก็จะคิดออกมาเป็นภาษาว่า ต้นไม้ เมื่อมีการศึกษาเปรียบเทียบอินเดียแดงหลายเผ่า เราพบว่า ไม่เพียงแต่ภาษาของแต่ละเผ่าจะแตกต่างกัน แต่การเข้าใจโลกวัตถุและโลกสังคมของแต่ละเผ่าก็จะแตกต่างกันไปตามแต่ภาษาที่ใช้ ดังนั้น ภาษาจึงทำหน้าที่เป็นกุญแจไขประตูไปสู่ความจริง ภาษาต่างๆ ที่เราใช้ในชีวิตประจำวันล้วนเกิดมาจากสื่อมวลชน ดังนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นตัวสร้างความหมายของโลกทางสังคมโดยผ่านกลไกทางภาษา

การอธิบายของทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology) นักทฤษฎีสำนักปรากฏการณ์นิยมได้ตั้งคำถามง่ายๆ ว่าคนเราสร้างความหมายให้กับโลกรอบตัวเราได้อย่างไร เราก่อสร้างดัดแปลง สร้างใหม่และรื้อซ่อมชีวิตประจำวันของตนเองอย่างไร และคนเราสามารถทำอะไรต่างๆ ได้โดยปริยายโดยไม่ต้องหยุดคิดหรือหยุดตั้งคำถามได้อย่างไร สำนักปรากฏการณ์นิยมตอบว่า ที่เราทำได้ทั้งหมดนั้นก็เพราะเราแต่ละคนมี “คลังแห่งความรู้ทางสังคม” (Stock of Social Knowledge) เอาไว้เป็นคู่มือ เมื่อเราเผชิญโลก เราจึงเปิดคลังแห่งความรู้ออกมาใช้ภายในปริบทาจนคุณคล้ายทำโดยอัตโนมัติ คลังความรู้นี้จะช่วยจัดระบบทุกอย่างในโลกนี้และช่วยตีความรูปธรรมใหม่ๆ ให้กับประสบการณ์ใหม่ๆ จัดเก็บประสบการณ์ต่างๆ ให้เป็นระบบ จัดหมวดหมู่อยู่ในรูปภาษา และเรียนรู้ระหว่างภาษากับความเป็นจริงจะเกิดในลักษณะเชื่อมโยงกัน ซึ่งทุกวันนี้เราจะพบการประยุกต์ใช้ภาษาและคลังความรู้ในวงการสื่อสารมวลชนตลอดเวลา

การอธิบายแบบทฤษฎีสื่อมวลชน จากแนวคิดการประกอบสร้างความจริงทางสังคมสามารถนำมาอธิบายด้านสื่อสารมวลชนได้ว่า การสร้างความหมายของสื่อเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ในระยะยาวอย่างหนึ่ง ทุกครั้งที่สื่อมวลชนเผยแพร่ผลงานของตนเองออกไปย่อมสร้างผลกระทบได้หลายๆ ระลอก หลายๆ ระยะ เปรียบเหมือนคลื่นที่จะมีทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวโดยผลของคลื่นที่กระทบนั้นจะค่อยๆ สัมผัสและตกลึกเป็นข้อมูลข่าวสารให้ผู้อ่านที่ละนิดทีละน้อยจนตกลึกกลายเป็นก้อนใหญ่ กลายเป็นวัฒนธรรมของผู้คนในสังคม จนกลายเป็นโลกแห่งความเป็นจริงในที่สุด

ดังนั้นผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีเรื่องการประกอบสร้างความจริงมาศึกษาเพื่อให้เกิดความเข้าใจว่า สำนักข่าวหรือกองบรรณาธิการข่าวมีการประกอบสร้างความจริงเกี่ยวกับข่าวของคณะราษฎร 2563 ผ่านสื่อของสำนักข่าวอย่างไร กองบรรณาธิการได้เลือกเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งเพียงบางส่วนมานำเสนอหรือไม่ หรือนำเสนอเหตุการณ์ทั้งหมดแต่เป็นการนำเสนอผ่านมุมมองด้านใดด้านหนึ่งของสื่อมวลชนนั้นๆ อีกทั้งเหตุการณ์ดังกล่าวได้ถูกรื้อถอนประกอบสร้างซ้ำใหม่และนำมาขยายเผยแพร่จนเหตุการณ์ด้านหนึ่งเล็กๆ ได้กลายเป็นข้อเท็จจริงรอบด้านในสายตาของประชาชนได้อย่างไร ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาเรื่องการประกอบสร้างความจริงของ

คณะราษฎร 2563 ต่อต้านรัฐบาลผ่านเนื้อข่าว พาดหัวข่าว และข้อมูลการสัมภาษณ์ประกอบข่าวของสำนักข่าวเนชั่นและสำนักข่าวมติชนว่ามีทัศนคติ มุมมอง และประกอบสร้างความจริงในข่าวของคณะราษฎร 2563 ต่อต้านรัฐบาลอย่างไร

แนวทางการศึกษาวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษากระบวนการประกอบสร้างความจริงทางสังคมของสำนักข่าวเนชั่นกับสำนักข่าวมติชน กรณีคณะราษฎร 2563 ต่อต้านรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ซึ่งสำนักข่าวที่เลือกมาศึกษาทั้งสองแห่งนั้นมีหน้าที่สองส่วน ส่วนแรกคือ เป็นสื่อมวลชน ทำหน้าที่สื่อกลางรับข่าวสารจากแหล่งข่าวและส่งให้แก่ผู้รับสาร และส่วนที่สองคือ เป็นแหล่งข่าวผู้ส่งสารทางการเมืองเองได้ เช่น ในรูปแบบการวิเคราะห์การเมือง ประชาชนผู้รับสารจึงเป็นเป้าหมายของการสื่อสารของสำนักข่าวซึ่งมีอิทธิพลสูงที่จะโน้มน้าวให้ประชาชน "เชื่อ" หรือ "คิดตาม" ที่สำนักข่าวได้เผยแพร่เสมอ

ผู้ศึกษาจึงเลือกใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยผู้ศึกษาเลือกใช้กรอบการศึกษาเรื่องการสื่อสารทางการเมืองของ Gurevitch & Blumler¹² โดยเลือกศึกษาเฉพาะช่วงการไหลเวียนของข่าวจาก "สื่อมวลชน" ไปยัง "ผู้รับสาร" หรือประชาชน โดยมุ่งศึกษา "สื่อมวลชน" ทั้งในฐานะ "สื่อ" และในฐานะ "ผู้ส่งสาร" ซึ่งส่ง "สาร" ไปยังผู้รับสารหรือประชาชน โดยใช้ทฤษฎีผู้รักษาประตูข่าวสารมาวิเคราะห์ว่าข่าวสารต่างๆ ที่สื่อมวลชนได้รับจากแหล่งข่าวนั้น ถูกคัดเลือกและถูกคัดทิ้งด้วยเกณฑ์อะไร และสื่อสองฉบับต่างใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกข่าวเหมือนหรือต่างกันอย่างไร สุดท้ายผู้วิจัยใช้ทฤษฎีการประกอบสร้างความจริงทางสังคมเพื่อวิเคราะห์เนื้อหา (content) ของข่าวสารว่ามีเป้าหมายเพื่อการโน้มน้าวผู้รับสารให้รู้สึกอย่างไรกับบุคคลหรือเหตุการณ์ในข่าวนั้น และที่สุดสำนักข่าวได้ประกอบสร้างให้คณะราษฎร 2563 ต่อต้านรัฐบาลออกมาให้แตกต่างกันอย่างไร

เครื่องมือการศึกษาวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research method) เป็นหลักในการดำเนินการ จึงจำเป็นต้องอาศัยความสัมพันธ์อันดีของผู้ทำวิจัยกับแหล่งข้อมูลที่ทำการศึกษา ดังนั้นตัวผู้วิจัยเองจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการศึกษา เพื่อให้เข้าถึงสาระในเรื่องที่วิจัย โดยใช้

¹²Gurevitch & J.A. Blumler, "Linkage between the mass media and politics" in J. Curran et al (ed) Mass Communication and Society, (London: Arnold, 1977).

เทคนิคในการเก็บข้อมูล อันได้แก่ การวิจัยเอกสารจากสำนักข่าวเนชั่นและสำนักข่าวมติชน ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับคณะราษฎร 2563 และการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ที่เขียนเกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1)การลดทอนข้อมูล (Data Reduction)2)การแสดงผลข้อมูล (Data Display)3)การสร้างข้อสรุป และยืนยันผลสรุป (Conclusion & Verification)เมื่อผู้ศึกษาได้ข้อมูลมาแล้ว ก็จะคัดเลือกหาจุดที่น่าสนใจเพื่อทำให้เป็นข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย และสรุปจัดข้อมูลเป็นกลุ่ม เพื่อปรับลดหรือหาข้อมูลเพิ่มเติมจนได้ข้อสรุปที่ชัดเจน และสามารถพิสูจน์ทราบได้เป็นที่แน่ชัด และเป็นที่น่าพอใจเพียงพอ จึงจะนำข้อมูลดังกล่าวมานำมาแสดงโดยอาศัยการพรรณนาและสังเคราะห์ข้อสรุปย่อยๆ ในช่วงต้น และก็ค่อยๆ สรุปรวมในบทสรุป และตรวจสอบยืนยันผลสรุปการวิจัยในช่วงสุดท้าย

ผลการศึกษา

บริบททางการเมืองที่มีผลต่อการสื่อสารเรื่องกลุ่มคณะราษฎร 2563
หลังจากที่ศาลรัฐธรรมนูญมีคำวินิจฉัยยุบพรรคอนาคตใหม่ และเพิกถอนสิทธิสมัครรับเลือกตั้งของคณะกรรมการบริหารพรรคอนาคตใหม่ในวันศุกร์ที่ 21 ก.พ. 2563 ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวทางการเมืองของนักศึกษาเกือบทั่วประเทศได้แสดงผลไม่เห็นด้วยกับการบริหารรัฐบาล พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา รวมทั้งเริ่มเคลื่อนไหวต่อต้านเผด็จการและต้องการเปลี่ยนแปลงสังคม ซึ่งได้รวมตัวกันจัดกิจกรรมทางการเมืองในลักษณะแฟลชม็อบ แปรพลังจากโซเชียลมีเดียและพลังแฮชแท็กให้ออกมาสู่โลกแห่งความเป็นจริงจุดเริ่มต้นของแฟลชม็อบมาจากนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทำพระจันทร์ที่จัดขึ้นเป็นที่แรก เมื่อวันที่ 22 ก.พ. 2563 ภายใต้อำนาจประเทศไทยนี้ไม่มีความยุติธรรม ที่นำโดยกลุ่มแกนนำสหภาพนักเรียน นิสิต นักศึกษาแห่งประเทศไทย (สนท.) ต่อมาหลายสถาบันรวมตัวกันจัดกิจกรรมในลักษณะนี้เช่นเดียวกันเพื่อแสดงจุดยืนเสรีภาพทางความคิดและร้องเรียกสิทธิของตนเองเป็นเวลาติดต่อกันอย่างต่อเนื่อง การเคลื่อนไหวของกลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา ที่ออกมาแสดงความไม่พอใจกับการบริหารประเทศของรัฐบาลเริ่มเคลื่อนไหวนอกสภาตามสถาบันการศึกษา คุุณานการอภิปรายไม่ไว้วางใจรัฐบาลในสภา¹³

¹³นี่คือจุดเริ่มต้น? ยกกระดับ-จุดพลังแฟลชม็อบสู่ชุมนุมใหญ่, VOICE online, (21 ตุลาคม 2563), สืบค้นจาก

<http://35.244.232.126/read/PA4BAOTU4>.

การประท้วงเกิดขึ้นในพื้นที่สถานศึกษาหลายแห่งและหยุดไปช่วงหนึ่งจากการระบาดทั่วของโควิด-19 ในประเทศไทย และการออกคำสั่งปิดสถานศึกษาเพื่อควบคุมโรคการประท้วงกลับมาอีกครั้งในวันที่ 18 กรกฎาคม ในรูปแบบการเดินขบวนซึ่งจัดระเบียบภายใต้กลุ่ม "เยาวชนปลดแอก" ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร นับเป็นการชุมนุมใหญ่สุดในรอบ 6 ปี มีการยื่นข้อเรียกร้อง 3 ประการต่อรัฐบาล ได้แก่ ให้ยุบสภาผู้แทนราษฎร ยุคคุกคามประชาชน และร่างรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ การประท้วงในเดือนกรกฎาคมนี้เกิดจากผลกระทบทางเศรษฐกิจของโควิด-19 และการบังคับใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 นับแต่นั้นทำให้การประท้วงได้ลามไปอย่างน้อย 44 จังหวัดทั่วประเทศ จนวันที่ 3 สิงหาคม กลุ่มผู้ประท้วงจัดปราศรัยเกี่ยวกับประเด็นพระราชอำนาจและเพิ่มข้อเรียกร้องในการปฏิรูปสถาบันพระมหากษัตริย์ นำไปสู่การจับกุมตัวผู้ประท้วง 2 คน เหตุการณ์นี้ทำให้สื่อเรียกว่า "ขยายเพดาน" หลังเหตุการณ์ดังกล่าวประเด็นพระราชอำนาจดูเหมือนเข้ามารวมอยู่ในเป้าหมายการประท้วงด้วย กลุ่มประชาชนที่สนับสนุนรัฐบาลจัดการชุมนุมตอบโต้ โดยกล่าวหาผู้ประท้วงว่าถูกยุยงปลุกปั่นมีเจตนาแฝงล้มสถาบันพระมหากษัตริย์ ส่วนนักวิชาการจำนวนหนึ่งและพรรคก้าวไกลออกแถลงการณ์สนับสนุนสิทธิในการเรียกร้องของผู้ประท้วง ราวกลางเดือนกันยายน 2563 มีการเสนอเตรียมจัดเสวนาสาธารณะในสภาผู้แทนราษฎร รวมทั้งข้อเรียกร้องปฏิรูปสถาบันพระมหากษัตริย์ นับเป็นการอภิปรายเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ครั้งแรกในประวัติศาสตร์สมัยใหม่ ภายหลังรัฐสภาลงมติเลื่อนการแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญในปลายเดือนกันยายนทำให้เกิดการแสดงออกนิยมสาธารณรัฐอย่างเปิดเผยครั้งแรกในประเทศไทย วันที่ 15 ตุลาคม นายกรัฐมนตรีประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินที่มีความร้ายแรงในกรุงเทพมหานคร โดยอ้างเหตุขบวนขบวนเสด็จ แต่ก็ถูกกล่าวหาว่าทางจงใจจัดขบวนเสด็จ ฝ่าผู้ชุมนุมการตอบสนองของภาครัฐมียุทธวิธีประวิงเวลา การแจ้งข้อหาอาญาโดยใช้ พ.ร.ก.ฉุกเฉิน มีการใช้หน่วยสงครามข่าวสาร การตรวจพิจารณาสื่อ และมีความเคลื่อนไหวของกลุ่มมวลชนที่สนับสนุนรัฐบาล และมีการป้ายสีมีรัฐบาลและเมืองค้การนอกภาครัฐต่างประเทศให้การสนับสนุน บ้างกล่าวหาว่าผู้ประท้วงกำลังต้องการล้มล้างสถาบันพระมหากษัตริย์หรือตกเป็นเหยื่อของนักการเมือง เป็นต้น¹⁴

¹⁴โควิด-19: แคนนำนักศึกษาเดินหน้าจัดชุมนุมต่อ แม้ บข.น. เตือนผิด พ.ร.ก.ฉุกเฉิน, BBC NEWS ไทย, (21 ตุลาคม 2563), สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-53445906>.

การประกอบสร้างความจริงของสำนักข่าวเนชั่น กรณีคณะราษฎร 2563 ต่อต้าน
รัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา

จากการศึกษาพบว่าสำนักข่าวเนชั่น มีการประกอบสร้างความจริงในการนำเสนอข่าวของ
คณะราษฎร 2563 ต่อต้านรัฐบาลในทางลบ โดยมีการนำนักวิชาการ ผู้ที่สนับสนุนรัฐบาลหรือฝ่าย
อนุรักษ์นิยมมาให้ความคิดเห็นในเนื้อหาข่าวในประเด็นของการชุมนุม โดยไม่มีลักษณะเปรียบเทียบ
ให้เห็นแต่มุ่งโจมตีคณะราษฎร 2563 ต่อต้านรัฐบาลว่ามีการหนุนหลังจากนักการเมืองบางกลุ่ม
หรือได้รับการสนับสนุนจากต่างประเทศเช่น บทสัมภาษณ์ของ ดร.เวทิน ชาติกุลในรายการ "เรื่อง
ลับมาก (NO CENSOR)" ที่มี ดร.เสรี วงษ์มณฑา เป็นผู้ดำเนินรายการ โดยมีเนื้อหาบางส่วนดังนี้
“ผมว่าตอนนี้ต้องแยกออกเป็น 2 เรื่อง มีอบนี้ประกอบขึ้นจาก 2 ส่วน ส่วนหนึ่งนำด้วยคนที่เขา
เรียกว่าดีเนรคุณสองแผ่นดิน ร่วมกับนักวิชาการ กลุ่มนี้ต้องการสืบสานภารกิจคณะราษฎร คิดว่า
2475 สิ่งที่คณะราษฎรไม่ได้ทำ คือเรื่องสถาบัน ไม่ได้ยึดอำนาจสถาบันเบ็ดเสร็จ เขาคิดว่าต้องทำ
ตรงนี้ต่อ อีกกลุ่มหนึ่งสมประโยชน์ สวมรอยเข้ามา มีการติดต่อเชื่อมโยงสื่อสารคือกลุ่มองค์กร
ประชาธิปไตยข้ามชาติ ซึ่งมาในรูปแบบเอ็นอีดี แอมเนสตี้ ฮิวแมนไรตส์วอตช์ กลุ่มนี้เคลื่อนไหว
หลายจุดไม่ใช่เฉพาะที่ไทย ปรากฏว่ากลุ่มนี้ประโยชน์คือไม่ได้ต้องการเรื่องล้มไม่ล้ม เพราะไม่ได้
สนใจ แต่คิดว่าฝ่ายแพ้มาจากเวทีฮ่องกงจะเสียไทยไปอีกไม่ได้ เพราะประเทศไทยเป็นจุดยุทธศาสตร์
ค่อนข้างสำคัญในการดูแลอำนาจ มี 3 ที่ที่เขาเรียกสมพันธมิตรขานม ฮ่องกง ไต้หวัน ไทย คิดว่าจีนเขา
จะปล่อยฮ่องกงเป็นเอกราชหรือ แต่ทำไมพวกนั้นต้องไปชุมนุม เพราะต้องการให้เกิดความวุ่นวาย
สิ้นคลอน เขาต้องการใช้โมเดลให้จีนปราบฮ่องกงเพื่อทำลายความชอบธรรมจีน แต่ฮ่องกงโมเดล
ไม่มีแกนนำ มีอบกระจายทั่วไป ล่าสุดเริ่มมีการโพสต์ว่าให้ไปทำลายที่อื่นรูปแบบก็ปรากฏชัดขึ้น
เรื่อยๆ สองกลุ่มนี้สมประโยชน์อยู่ด้วยกัน ณ ขณะนี้ ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล”¹⁵

นอกจากนั้นก็มีการให้พื้นที่ข่าวเกี่ยวกับรัฐบาลเป็นส่วนใหญ่ เช่น "พลังประชารัฐ" ให้ส.ส.
จัดกิจกรรมปกป้องสถาบันฯทุกพื้นที่เพื่อแสดงให้อีกฝ่ายเห็นว่ายังมีคนจำนวนมากไม่เอาด้วย
มันใจไร้การปะทะแน่นอน วอนทุกพรรคช่วยกันทำความเข้าใจประชาชน ถึงการแสดงความคิดเห็นของ
กลุ่มนักศึกษา ย้ำถอยคนละก้าวจะแก้ปัญหาคารมืองได้, อนุชาปกป้องบิ๊กตูไม่ต้องออกเพราะไร้
การกระทำผิดพลังประชารัฐ" ยืนยัน "ประยุทธ์ จันทร์โอชา" ไม่ต้องลาออกจากตำแหน่งนายกฯ
เพราะไร้การกระทำผิด ชี้ครบ 4 ปี ค่อยว่ากันใหม่ ย้ำการบังคับเป็นประชาธิปไตยหรือ ล้มพรรค

¹⁵ดร.เวทิน" เสยแผนไถ่โม่ง และเรื่องสถาบัน หัวมีอบชนมีอบ, Nationtv.tv, (21 ตุลาคม 2563), สืบค้นจาก

https://www.nationtv.tv/main/content/378802006?utm_source=category&utm_medium=internal_referral&utm_campaign=scoop.

หนุนแก้รัฐธรรมนูญแต่ห้ามแตะหมวด 1-2, วุฒิสภาจัดกิจกรรมขอพิทักษ์ปกป้องสถาบันฯด้วยความจงรักภักดี"วุฒิสภา" นำคณะ "ส.ว.-ข้าราชการ-พนักงานราชการ" ร่วมใส่เสื้อเหลือง แสดงจุดยืนในการปกป้อง พิทักษ์ เทิดทูน สถาบันพระมหากษัตริย์ ลั่นจะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต เป็นที่พึ่งของประชาชน และจะสนองเบื้องพระยุคลบาทด้วยความจงรักภักดี¹⁶ เป็นต้น

การประกอบสร้างความจริงของสำนักข่าวมติชนกรณีคณะราษฎร 2563 ต่อต้านรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา

จากการศึกษาพบว่าสำนักข่าวมติชนมีการประกอบสร้างความจริงในการนำเสนอข่าวของคณะราษฎร 2563 ต่อต้านรัฐบาลในลักษณะของการวิเคราะห์ข่าวนำเสนอแง่มุมทั้งสองด้าน ทั้งของกลุ่มเยาวชนและฝ่ายรัฐบาลโดยพยายามให้มีความคิดเห็นส่วนตัวน้อยที่สุดเช่น บทวิเคราะห์ การเผชิญ มวลชน ยุคดิจิทัล ของทหาร ยุค "สงครามเย็น" มีเนื้อหาคือการปรากฏขึ้นของ "เยาวชนปลดแอก" ในเดือนกรกฎาคม ณ อนุสาวรีย์ประชาธิปไตยตามมาด้วยการปรากฏขึ้นของ "นักเรียนเลว" ในเดือนสิงหาคม ณ กระทรวงศึกษาธิการแทนที่จะสัมผัสได้ใน "ความแปลกใหม่" แทนที่จะรับรู้กับ "นวัตกรรม" ของการประชุมในยุคแห่ง "ดิจิทัล" ฝ่ายรัฐบาลกับดำรงอยู่ในห้วงแห่งการเมือง "เก่า" การเมืองแห่งเสื้อสี การแย่งชิงอำนาจจากยุคก่อนรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 อันเต็มด้วยการฉกฉวยโอกาสและความได้เปรียบทางการเมืองสายตาที่มองต่อ "เยาวชนปลดแอก" จึงไม่เปลี่ยน มองไม่เห็นรูปโฉมใหม่แห่งการปรากฏขึ้นของ "นักเรียนเลว" กระบวนการในการบริหารจัดการกับปัญหานับแต่การปรากฏขึ้นของการเคลื่อนไหวเมื่อเดือนกรกฎาคม จึงเป็นกระบวนการบริหารจัดการต่อม็อบในยุคแห่งสงครามเย็น พยายามมองไปยังคนที่อยู่เบื้องหลัง พยายามที่จะเสาะหาสิ่งที่เรียกว่า "ท่อน้ำเลี้ยง" ความเคยชินเก่าจึงมองเห็นแต่เส้นสายของนายทักษิณ ชินวัตร ของ น.ส.ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ประสานเข้ากับเส้นสายของนายธนาธร จึงรุ่งเรืองกิจ ของนายปิยนุตร แสงกนกกุลมองไม่เห็นสภาพความเป็นจริงที่ดำรงอยู่ในทาง "ความคิด" ของคนรุ่นใหม่ การตอบโต้ต่อการเคลื่อนไหวดำเนินไปในลักษณะเตะถ่วง ชื่อเวลาโดยเฉพาะอย่างยิ่งปรากฏการณ์วันที่ 24 กันยายนโดยเฉพาะอย่างยิ่งปรากฏการณ์ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน และลงมือสลายม็อบอย่างรุนแรงในวันที่ 16 ตุลาคมแม้เผชิญกับกระแสต้านด้วยความเกรี้ยวกราดจาก "ผู้ชุมนุม" ไม่ว่าจะเป็นที่ห้าแยกลาดพร้าว หรือวงเวียนใหญ่ ก็ยังไม่รู้ตัว ต่อเมื่อเผชิญกับสถานการณ์แยกอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ การขับเคลื่อนที่บางนา-ตราดนั้นแหละจึงเริ่มตระหนก เป็นความตื่นตระหนกใน

¹⁶ข่าวการเมืองวันนี้, Nationtv.tv, (22ตุลาคม 2563), สืบค้นจาก

https://www.nationtv.tv/main/content/politics?utm_source=menu_header&utm_medium=internal_referral.

ท่วงทำนอง “เซื่องช้า” อย่างยิ่ง¹⁷นอกจากนั้นการนำเสนอข่าวของมติชนจะให้พื้นที่ข่าวกับทุกกลุ่ม เช่น แกนนำอาชีพวะป่องสถาบันโพสต์แจง ไม่ได้ขัดขวางการชุมนุม บอคนักเรียนอย่าตกเป็น เครื่องมือ, ‘จาตุรนต์’ ย้ำเลิกประกาศ กม.ฉุกเฉิน ไม่ใช่ รม.ถอย แต่รู้อยู่แล้ว สู้ในศาลโอกาสแพ้สูง, ‘ณัฐพล’ ชูฝีมือดีแชร์ภาพถ่ายโยงมือบเสื้อเหลือง ชี้ ‘ทยา’ จุดยืนชัดเจน เป็น ‘รวม.ศธ.’ ก็ห้าม ไม่ได้, หมอเวรด์นั้ ชี้ยกเลิกประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน ไม่ใช่การถอย จี้บิ๊กตุลาออก, ‘ชินวัตร’ แกน นำรุ่นใหม่บนทปรี ถูกหมายเรียกอีก เหตุชุมนุมกับคนระชากร, คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนหนุน เดินหน้าเจรจาลดความขัดแย้ง ขอรัฐ-นิติบัญญัติ ใช้เวทีสภา ยุติปัญหา¹⁸ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. ประชาชนผู้รับข้อมูลข่าวสารควรใช้วิจารณญาณ เชื่อโดยมีพื้นฐานอยู่บนเหตุผล ข้อเท็จจริง ความเป็นไปได้ของเหตุการณ์ มองสถานการณ์ให้รอบด้าน อย่าตื่นตระหนก โดยต้อง วิเคราะห์ให้ดี เพราะข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏนั้น ย่อมมีทั้งข่าวจริง ข่าวลือ ข่าวปล่อย จึงต้องค่อยๆ กลับกรอง อย่ารีบร้อน เพราะจะยิ่งทำให้เกิดความเครียด และวิตกกังวลมากขึ้น ควรรับข้อมูลจาก คนที่เชื่อถือได้ หรืออาจตรวจสอบข้อมูลกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องเพื่อคลายความกังวล ตลอดจนรวมกลุ่มกันเพื่อเฝ้าระวังและกลับกรองข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้และเข้าใจ ข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้องตรงตามความเป็นจริง

2. สื่อมวลชนทุกสำนักควรมีจริยธรรมและจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าว นอกจากนั้น หน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับดูแลสื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กสทช. ควรเข้ามาสร้างความ ตระหนักในเรื่องจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อแก่ผู้ที่ทำหน้าที่สื่อมวลชนอย่าง สื่อมวลชนเองควร สร้างความเชื่อมั่นให้กับสังคมด้วยการเปิดโอกาสให้องค์กรหรือบุคคลภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมใน การตรวจสอบจริยธรรมวิชาชีพของสื่อได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมด้วยและควรช่วยกันตรวจสอบ การกรองข่าวสารก่อนออกสู่สาธารณะเพื่อลดความเสี่ยง ความผิดพลาด

¹⁷การเผชิญ มวลชน ยุคดิจิทัล ของทวาร ยุค “สงครามเย็น”, MATICHON ONLINE, (21 ตุลาคม 2563), สืบค้นจาก https://www.matichon.co.th/politics/politics-in-depth/news_2403795.

¹⁸การเมือง”, MATICHON ONLINE, (22 ตุลาคม 2563), สืบค้นจาก <https://www.matichon.co.th/politics>.

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. (2552). สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา, (กรุงเทพมหานคร:โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2552).

การเผชิญ มวลชน ยุคดิจิทัล ของทหาร ยุค “สงครามเย็น”, MATICHON ONLINE, (21 ตุลาคม 2563).
สืบค้นจาก https://www.matichon.co.th/politics/politics-in-depth/news_2403795.

การเมือง”, MATICHON ONLINE, (22 ตุลาคม 2563), สืบค้นจาก
<https://www.matichon.co.th/politics>.

กว่า “40 ปี” กับ “มติชน” สมหมาย ปาวิจจัตต์, MATICHON ONLINE, (20 ตุลาคม 2563), สืบค้นจาก
https://www.matichon.co.th/prachachuen/news_413238.

ข่าวการเมืองวันนี้, Nationtv.tv, (22 ตุลาคม 2563), สืบค้นจาก https://www.nationtv.tv/main/content/politics?utm_source=menu_header&utm_medium=internal_referral.

คณะราษฎร: ชุมนุมใหญ่ 14 ตุลา ได้ "ศักดิ์นา-เผด็จการ", BBC NEWS ไทย, (19 ตุลาคม 2563),
สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-54445239>.

โควิด-19: แขนงนักศึกษาเดินหน้าจัดชุมนุมต่อ แม่ บชน. เตือนผิด พ.ร.ก.ฉุกเฉิน, BBC NEWS ไทย,
(21 ตุลาคม 2563), สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-53445906>.

"ดร.เวทิน" เสียแผนไถ่โม่ง ตะเรื่องสถาบัน หวังมือบชนมือบ, Nationtv.tv, (21 ตุลาคม 2563)
สืบค้นจาก

https://www.nationtv.tv/main/content/378802006?utm_source=category&utm_medium=internal_referral&utm_campaign=scoop.

นักศึกษาและประชาชนชุมนุมประท้วงรัฐบาล เรียกร้องให้หยุดคุกคามประชาชน ยุบสภา และร่าง
รธน. ใหม่, THE MOMENTUM ONLINE, (26 กันยายน 2563), สืบค้นจาก
<https://themomentum.co/thai-protest-demanding-government-resignation/>.

นี่คือจุดเริ่มต้น? ยกกระดับ-จุดพลังแฟลชม็อบสู่ชุมนุมใหญ่, VOICE online, (21 ตุลาคม 2563)
สืบค้นจาก <http://35.244.232.126/read/PA4BAOTU4>.

แบนสปอนเซอร์เนชั่น : สื่ออนุรักษ์นิยมขาลง ถ้าไม่เร่งปรับตัว ก็มีแต่ความเสื่อมถอย Brandinside
ธุรกิจ คิดใหม่, (20 ตุลาคม 2563), สืบค้นจาก

<https://brandinside.asia/ban-right-wing-extremism-tv-channel-ban-nation-tv-22/>

“ปัญญาพลวัต” “พิชาย รัตนดิถ ฌ ฎุเกิต”, ผู้จัดการออนไลน์, (26 กันยายน 2563), สืบค้นจาก
<https://mgronline.com/daily/detail/9630000020003>.

โปรดเกล้าฯ แต่งตั้ง พล.อ. ประยุทธ์ เป็นนายกฯ สมัยที่ 2 ลั่นเป็น "รัฐบาลของคนไทยทั่วประเทศ",
BBC NEWS ไทย, (25 กันยายน 2563), สืบค้นจาก
<https://www.bbc.com/thai/thailand-48592231>.

George Herbert Mead, *Mind, Self, and Society*, C.W. Morris, (University of Chicago, 1934).

Gurevitch & J.A. Blumler, "Linkage between the mass media and politics" in J. Curran et al (ed) *Mass Communication and Society*, (London: Arnold, 1977).

การสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรีบนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น
Building Brand Destination Equity for Cultural Tourism in Singburi Province Based on Local Identity
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณพร ชวนเกริกกุล¹ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริพร พงศ์ศรีโรจน²

Asst. Prof. Dr. Sarunporn Chuankrerkul and Asst. Prof. Siriporn Pongsrirojana

¹คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ มหาวิทยาลัยเกริก

3 ซ.รามอินทรา 1 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 ประเทศไทย โทร : 02-5523500 e-mail : sarunporn11@hotmail.com

²คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ มหาวิทยาลัยเกริก

3 ซ.รามอินทรา 1 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 ประเทศไทย โทร : 02-5523500 e-mail : siriporn_pongsrirojana@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ค้นหาอัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี 2) ศึกษาการดำเนินงานด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรี 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี และ 4) เสนอแนวทางสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรีบนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น งานวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า 1) จังหวัดสิงห์บุรีเป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นทางด้านวัฒนธรรมเป็นจังหวัดที่มีทุนวัฒนธรรมอยู่มาก สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวได้ อันจะนำมาซึ่งคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการตลาดท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรีประกอบด้วยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การสื่อสารการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ 3) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรีโดยรวม ซึ่งประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การสื่อสารการตลาด บุคลากร กระบวนการบริการ และสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยคิดเป็น 2.75 4) แนวทางในการปรับปรุงเพื่อสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ควรมีการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ชักชวน และโน้มน้าวจิตใจนักท่องเที่ยว ปรับปรุงการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ โดยการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเพื่อบอกเล่าเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวให้น่าสนใจ

คำสำคัญ : คุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยว; ความพึงพอใจ; ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม; จังหวัดสิงห์บุรี

Abstract

The purpose of this research is 1) to identify the tourism identities in Singburi Province. 2) to study the tourism marketing operation in Singburi Province. 3) to study the level of tourist's satisfaction and expectation toward cultural tourism marketing in Singburi Province and 4) to guidelines of the Building Brand Destination Equity for Cultural Tourism in Singburi Province Based on Local Identity. This research is both qualitative and quantitative. The study shows that 1) Singburi Province is the

provinces that owns outstanding cultures. It possesses lots of cultural capitals which is able to be developed into having cultural attractions appealed to the tourists and generated the Economic Value-Added (EVA) to the province. 2) The important issue was found from the studied that the operation of marketing for tourism in Singburi Province which was consists of Product, Price, Place, Promotion, People, Process and Physical evidence. 3) the majority of the tourists were satisfied with the overall marketing factors which included products of tourism, price, place, promotion, personnel, service process, and physical environment at moderate level ($\bar{X} = 2.75$) 4) Building of Brand Destination Equity for Cultural Tourism Based on Local Identity in Singburi Province revealed that should promote the public relations to persuade and to convince the tourists; improve the tourist attraction presentation in various approaches; create the tourism officers to narrate the tourist attraction in an interesting manner

Keywords : Brand Destination Equity ; Satisfaction ; Cultural tourism ; Singburi Province.

บทนำ

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม ก่อให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับประชาชนในทุกระดับ โดยเฉพาะในท้องถิ่นหรือชุมชนซึ่งได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งรัฐบาลไทยก็ได้เล็งเห็นแนวทางในการนำการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับท้องถิ่นหรือชุมชน ดังจะเห็นได้จากการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) คือ พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่และกระแสด้านความต้องการของตลาดโลก โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงความสมดุลและความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว สำหรับในประเทศไทยนั้น แหล่งท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากก็คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่มักถูกนำมาเป็นประเด็นสำคัญในการเสริมศักยภาพของรูปแบบการท่องเที่ยวที่แสดงออกถึงภาพลักษณ์ของศิลปะและวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยว อาทิ การเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ วิถีชีวิตชุมชน โบราณสถาน ศาสนาและประเพณี เป็นต้น ที่สำคัญประเด็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกำลังได้รับความนิยมทั่วโลก เนื่องจากส่วนหนึ่งมีความสอดคล้องกับนโยบายขององค์การสหประชาชาติผ่านองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ที่รู้จักกันดีว่าเป็นนโยบายด้านการท่องเที่ยวกับการลดความยากจน (Tourism and Poverty Alleviation) (UNCTAD, 2015) นอกจากนี้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ยังให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อันเนื่องมาจากวัฒนธรรมเป็นกลไกที่สำคัญในการสะท้อนให้เห็นความหมายของทุนทางวัฒนธรรม

ในมิติการสร้างมูลค่าจากการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวและสร้างความเป็นไทยที่แตกต่างเหนือคู่แข่ง สอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกระทรวงวัฒนธรรมในการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมเพื่อ ก่อให้เกิดประโยชน์ 3 ด้าน คือ ด้านการสร้างมูลค่า ด้านการสร้างคุณค่า และการรักษาศิลปวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นประโยชน์ด้านองค์ความรู้และการให้คุณค่าแก่สังคม นักท่องเที่ยว สามารถหาความรู้ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมได้ในพื้นที่ สถานที่ที่จะมีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนา ทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่า ของสังคม โดยสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็น สภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่การเติบโตทาง เศรษฐกิจและรายได้ของชุมชนได้ โดยงานวิจัยของ Fainstein (2015) กล่าวว่าวัฒนธรรมและมรดกทาง วัฒนธรรมเป็นรูปแบบการพัฒนาในการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่โดยแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงกิจกรรมต่างๆ มี บทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและผู้เข้าชม หลายจังหวัดในประเทศไทยก็ได้มีการใช้ประโยชน์ของ มรดกทางวัฒนธรรมมาเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว ในขณะที่ยังมีบางจังหวัดในประเทศไทย ที่มีมรดกทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจเช่นกัน แต่ไม่สามารถนำมาเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว ได้มากเท่าที่ควร

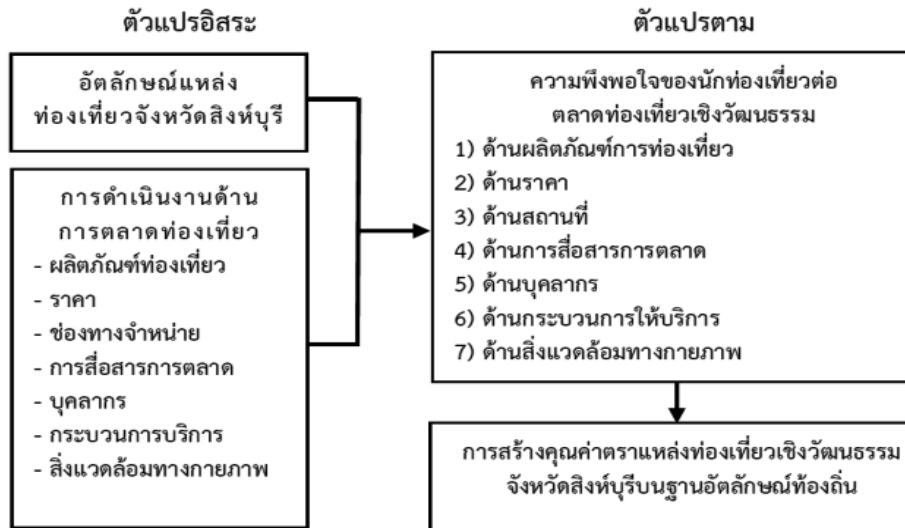
จังหวัดสิงห์บุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีความโดดเด่นทางด้านวัฒนธรรม เป็นจังหวัดที่มีทุนวัฒนธรรมอยู่ มาก มีประวัติความเป็นมาย้อนหลังที่ยาวนานกว่า 4,000 ปี (กรมทรัพยากรธรณี, 2547) มีร่องรอยของชุมชน ก่อนประวัติศาสตร์ต่อเนื่องไปถึงสมัยทวารวดีเรื่อยมาจนถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ในความเป็นเอกลักษณ์เชิง ประวัติศาสตร์ จังหวัดสิงห์บุรีมีโบราณสถานเก่าแก่ที่สำคัญหลายแห่ง มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่สำคัญมากมายให้ สักการะบูชา ซึ่งถือเป็นจุดขายเหนือทุกจังหวัด ในพงศาวดารได้บันทึกไว้ด้วยว่าสิงห์บุรีเป็นสถานที่ซึ่งในหัว เมืองภาคกลางทั้งหมดต้องเดินทางมาเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ มีกิจกรรมประเพณีต่างๆที่น่าสนใจของคนไทย หลายชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ร่วมกันในจังหวัดสิงห์บุรี จากคุณค่ามรดกเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสิงห์บุรีดังกล่าว ถือเป็นความได้เปรียบของจังหวัดสิงห์บุรี แต่ยังคงประสบปัญหาจากการรายได้การท่องเที่ยวที่มีจำนวนน้อยที่สุด จึง จำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาถึงอัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี การดำเนินงานด้านการตลาดท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการตลาดท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างคุณค่าตราแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมี ประสิทธิภาพ อันจะเป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับจังหวัดสิงห์บุรีได้ในระยะยาว

วัตถุประสงค์

1. ค้นหาอัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี
2. ศึกษาการดำเนินงานด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรี
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี

4. เสนอแนวทางการสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรีบนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น

กรอบแนวคิดการวิจัย



นิยามศัพท์

คุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยว (Destination Equity) หมายถึง การกำหนดยุทธวิธีในการจัดการด้านการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี เพื่อสามารถสร้างความแตกต่างในแหล่งท่องเที่ยวและสินค้าบริการ อันนำมาซึ่งจุดขายที่โดดเด่น สามารถกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยว และนำมาซึ่งประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าประทับใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกที่ดีของนักท่องเที่ยวเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการด้านการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี

การตลาดท่องเที่ยว (Tourism marketing) หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการสื่อสารการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดสิงห์บุรีในด้านมรดกทางวัฒนธรรม เทศกาลประเพณี ศาสนา และวิถีชีวิตภูมิปัญญา

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดท่องเที่ยว

ธุรกิจอุตสาหกรรมบริการ (Service industry) หรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีความแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไปเพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible product) และ

ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible product) เป็นสินค้าและบริการที่น่าเสนอต่อลูกค้าหรือตลาดกลยุทธ์ การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจการบริการจำเป็นที่จะต้องจัดให้มีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจากการตลาดโดยทั่วไปโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีการต้อนรับขับสู้ (Hospitality) เป็นหัวใจหลักในการทำธุรกิจ การตลาด ประกอบด้วย Product Price Place และ Promotions (Kotler, 2001) People คือเจ้าของสถานที่ท่องเที่ยว มีส่วนสำคัญในการบริการลูกค้า ซึ่งมีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Jame, 2001) Process มีความสำคัญมากต่อการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่น่าเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ (Bernstein, 2003) Physical evidence/environment มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นสิ่งแรกที่นักท่องเที่ยวพบเห็นเมื่อเดินทางมาถึงแหล่งท่องเที่ยวและมีผลต่อความประทับใจ (Zeithaml, 2006)

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับการบริการแล้วและมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังก่อนที่จะได้รับการบริการ หากบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับต่ำกว่าความคาดหวังก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ และไม่อยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ แต่หากบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับตรงกับความคาดหวังหรือส่งผลในเชิงบวก นักท่องเที่ยวก็จะเกิดความพึงพอใจ และอยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Bernstein, 2003) โดยความพึงพอใจของบุคคลจะเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการปฏิบัติงานของสินค้าหรือบริการกับความคาดหวังที่มีสินค้าหรือบริการนั้น (Jalilvand, et al., 2014)

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural tourism)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบสินค้าทางวัฒนธรรมซึ่งถือว่าการใช้ทุนทางประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม และประเพณีหลัก เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ การมีส่วนร่วมในวิถีชีวิตของคนในชุมชน (Gloedner, 2009) ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ในเชิงลึกในความแตกต่างของวัฒนธรรม ทั้งภาษา การแต่งกาย วิถีชีวิต ศิลปะ อาหาร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นการท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสถึงวัฒนธรรมในพื้นที่นั้นๆอย่างแท้จริง นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถศึกษาหาความรู้เพื่อแสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ในพื้นที่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัย ทั้งสภาพเศรษฐกิจสังคมหรือขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชน ในขณะที่เดียวกันชุมชนก็จะได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดทุนวัฒนธรรมที่มีอยู่ให้ได้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ เนื่องจากไม่จำเป็นต้องลงทุนสร้างสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Robinson, 2007)

วิธีดำเนินงานวิจัย

ประชากรในงานวิจัยนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี ในปี พ.ศ.2561 ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 445,131 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรมการท่องเที่ยว, 2562) กำหนดขนาดกลุ่ม

ตัวอย่างตามหลักการคำนวณของยามาเน่ (Taro Yamane) เมื่อคำนวณแล้วจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ได้ออกแบบเพื่อแสวงหาคำตอบเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งมีส่วนประกอบ 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนา มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสิงห์บุรี มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เป็นแบบคำถามปลายเปิดเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นต่อการสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสิงห์บุรีอย่างอิสระ การสร้างแบบสอบถามและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยดำเนินการโดยทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจนได้นิยามของตัวแปรที่จะศึกษา ทำการร่างแบบสอบถามให้มีความสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรและวัตถุประสงค์การวิจัย หลังจากนั้นส่งร่างแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 0.979 จากนั้นนำไปสร้างแบบสอบถามเพื่อทดลองเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 30 ชุด และทำการหาคุณภาพของแบบสอบถามด้านความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product-moment coefficient) และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha-Coefficient) ก่อนทำการสร้างแบบสอบถามฉบับจริงสำหรับเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วยค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ใช้อธิบายค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน 7 ด้านโดยใช้เครื่องมือการวัดเจตคติตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert's Scale) ใช้การทดสอบค่าที (t-test) สำหรับตัวแปรที่จำแนกเป็น 2 กลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one-way ANOVA)

ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพนั้น กลุ่มเป้าหมายมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 23 คน เก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยกำหนดประชากรออกเป็น 3 กลุ่ม คือ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่นจาก 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอพรหมบุรี อำเภอเมือง อำเภออินทร์บุรี อำเภอบางระจัน อำเภอด่านช้าง และอำเภอบางบาล ซึ่งจะใช้วิธีการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive sampling) ที่มีการกำหนดคุณสมบัติ (Control characteristics of interest) และเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี โดยพิจารณาเลือกจำนวนกลุ่มเป้าหมายจากข้อมูลที่ได้รับครอบคลุมตามประเด็นที่ศึกษาเป็นหลัก และจะหยุดการสัมภาษณ์เมื่อข้อมูลมีความครบถ้วนหรืออิ่มตัว (Saturation of Data) ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายจึงได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 7 คน

ประกอบด้วย ตัวแทนปลัดจังหวัด ตัวแทนผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ตัวแทนนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ประชาสัมพันธ์จังหวัด วัฒนธรรมจังหวัด พาณิชยจังหวัด และพัฒนาชุมชน กลุ่มเป้าหมายจากหน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 8 คน ประกอบด้วยประธานสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี ตัวแทนหอการค้าจังหวัด ประธานชมรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม ผู้ประกอบการธุรกิจของที่ระลึก และกลุ่มเป้าหมายจากชุมชนในพื้นที่จาก 6 อำเภอ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ราษฎรชาวบ้าน จำนวน 8 คน

ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1. การค้นหาอัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี พบว่า จังหวัดสิงห์บุรีเป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นทางด้านวัฒนธรรม เป็นจังหวัดที่มีทุนวัฒนธรรมอยู่มาก มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน มีร่องรอยของชุมชนก่อนประวัติศาสตร์ต่อเนื่องไปถึงสมัยทวารวดีเรื่อยมาจนถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ในความเป็นเอกลักษณ์เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดสิงห์บุรีมีโบราณสถานเก่าแก่ที่สำคัญหลายแห่ง อาทิ เตาเผาแม่น้ำน้อย อำเภอบางระจัน เมืองโบราณบ้านคูเมือง อำเภออินทร์บุรี มีศาสนสถานเก่าแก่ที่สำคัญมากมาย อาทิ วัดพระปรมาภิไธย วัดหน้าพระธาตุ วัดโพธิ์เก้าต้น วัดพระนอนจักรสีห์ วัดโบสถ์ วัดพิบูลทอง ซึ่งสถานที่แต่ละแห่งล้วนมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ จังหวัดสิงห์บุรีมีแม่น้ำลำคลองสายประวัติศาสตร์ที่สำคัญไหลผ่าน 3 สาย คือ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำน้อยและแม่น้ำลพบุรี จนได้ชื่อว่าดินแดนแห่งแม่น้ำสามสาย มีลำน้ำที่เชื่อมโยงวิถีชีวิตของชาวบ้านริมน้ำหลายสายได้แก่ ลำน้ำแม่ลา ลำน้ำกร้อ ลำน้ำเชียงราก นอกจากนี้จังหวัดสิงห์บุรียังมีโบราณวัตถุตั้งแต่สมัยยุคก่อนประวัติศาสตร์จนถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ มีพิพิธภัณฑ์ อาทิ พิพิธภัณฑ์บ้านคูเมือง อีกทั้งมีสถานที่ที่เคยใช้เป็นสนามรบ อาทิ บ้านบางระจัน อำเภอค่ายบางระจัน ให้ได้ศึกษา ในความเป็นเอกลักษณ์เชิงเกษตร จังหวัดสิงห์บุรีมีวิถีชีวิตแบบเกษตรกรรม มีทรัพยากรน้ำที่เอื้อต่อการเพาะปลูก โดยเฉพาะการปลูกผัก ทำไร่ ทำนา ทำสวน ทำประมง ซึ่งเป็นวิถีชีวิตของคนสิงห์บุรีตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นจังหวัดนาร่องเกษตรอินทรีย์ ได้ถูกขึ้นชื่อว่าเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์มากที่สุดแห่งหนึ่ง เป็นแหล่งรวมปลาน้ำจืดหลายชนิดที่น่าจะสูญพันธุ์ไปแล้ว แต่ยังคงสามารถเห็นได้ที่จังหวัดสิงห์บุรี นอกจากนี้พื้นที่ทางการเกษตรของจังหวัดสิงห์บุรีมีมาก สามารถสร้างให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวได้ จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งพื้นที่ทางการเกษตรของจังหวัดสิงห์บุรี โดยเฉพาะอำเภอพรหมบุรีก็เป็นแหล่งปลูกพืชผักปลอดสาร เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถมั่นใจได้ว่าปลอดภัยจากสารเคมี โดยมีความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่น้อยเป็นดัชนีชี้วัดคุณภาพน้ำและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสิงห์บุรีได้รับการสำรวจจากนักคีตวิทยาและได้รับการยืนยันแล้วว่าเป็นสถานที่ที่มีหิ่งห้อยและมีจำนวนสายพันธุ์ของหิ่งห้อยมากที่สุดในประเทศไทย (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดสิงห์บุรี, 2558) ในความเป็นเอกลักษณ์เชิงศาสนา จังหวัดสิงห์บุรีมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่สำคัญมากมายให้สักการะบูชา ซึ่งถือเป็นจุดขายเหนือทุกจังหวัด ในพงศาวดารได้บันทึกไว้ด้วยว่าสิงห์บุรีเป็นสถานที่ซึ่งในหัวเมืองภาคกลางทั้งหมดต้องเดินทางมาเพื่อสักการะสิ่ง

ศักดิ์สิทธิ์ ในความเป็นเอกลักษณ์เชิงเทศกาลประเพณี จังหวัดสิงห์บุรีมีการจัดงานเทศกาลประจำปี อาทิ งานเทศกาลกินปลาและงานกาชาดจังหวัดสิงห์บุรี การแข่งเรือยาวประเพณี งานวันวีรชนค่ายบางระจัน รวมถึงประเพณีต่างๆของคนไทยหลายชาติพันธุ์อาศัยอยู่ร่วมกันในจังหวัดสิงห์บุรี ได้แก่ ประเพณีกำฟ้า ประเพณีตีข้าวบิณฑ์ ประเพณีปารุปะนัง ประเพณีทำขวัญข้าวหรือพิธีทำขวัญแม่โพสพ ประเพณีเลี้ยงผีตอปปู ประเพณีบุญกลางบ้านหรือเบิกบ้าน ประเพณีตัดบาตรดอกไม้ และถวายสลากภัต ประเพณีแห่ข้าวพันก้อน ประเพณีประดับดิน ประเพณีสารทไทยหรือประเพณีกวนข้าวกระยาสารท ประเพณีเพาะกระเจาด ประเพณีอัญเชิญเจ้า ประเพณีฮารีรายอ ประเพณีกวนข้าวทิพย์ ซึ่งแต่ละประเพณีที่มีในจังหวัดสิงห์บุรีล้วนเป็นประเพณีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและมีความน่าสนใจทั้งสิ้น

2. การดำเนินงานด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรี พบว่า

2.1.1 ในด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product) หน่วยงานภาครัฐจะมีการประชุมวางแผนร่วมกับวัฒนธรรมจังหวัด พัฒนาชุมชน และผู้ประกอบการภาคเอกชนในการจัดกิจกรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญในช่วงเทศกาลประจำปี มีการวางแผนการจัดงานประเพณีของจังหวัดร่วมกัน มีการพัฒนาของที่ระลึกสร้างศูนย์ OTOP ที่มีมาตรฐานเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว และมีการพัฒนาร้านอาหารท้องถิ่นที่มีคุณภาพบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

2.1.2 ในด้านราคา (Price) หน่วยงานภาครัฐมีการลงพื้นที่ตามแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดูแลการกำหนดราคาอาหารและสินค้าที่ระลึกบริเวณโดยรอบอย่างจริงจังและใกล้ชิด รวมถึงการกำหนดราคาที่พักของผู้ประกอบการภาคเอกชน ซึ่งก็ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากทั้งผู้ประกอบการและชุมชนเป็นอย่างดี

2.1.3 ในด้านช่องทาง/การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Place) หน่วยงานภาครัฐมีความพยายามที่จะพัฒนาถนนเพื่อเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวที่จะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถไปได้หลายที่ในคราวเดียวกัน มีความพยายามที่จะให้บริการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวแต่ละอำเภออย่างเป็นระบบ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสะดวกในการเดินทาง

2.1.4 ในด้านการรับรู้ข้อมูล/การสื่อสารการตลาด (Promotions) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรีจะขึ้นตรงกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดลพบุรี ซึ่งดูแลรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวของ 4 จังหวัด ได้แก่ อ่างทอง ชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี ในส่วนของกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆของจังหวัด จะประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานของจังหวัดคือประชาสัมพันธ์จังหวัดสิงห์บุรีที่จะให้ข้อมูลด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดไปยังนักท่องเที่ยว

2.1.5 ในด้านบุคลากร (People) หน่วยงานภาครัฐโดยสำนักงานศึกษาธิการมีการจัดอบรมพัฒนาเครือข่ายอาสาสมัครเทศก์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มปริมาณมัคคุเทศก์ท้องถิ่นของจังหวัดสิงห์บุรี นอกจากนี้ในส่วนของภาคเอกชนโดยชมรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นก็มีบริการจัดนำเที่ยวภายในจังหวัดสิงห์บุรีแก่นักท่องเที่ยวที่สนใจ

2.1.6 ในด้านกระบวนการให้บริการ (Process) บริเวณพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ หน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่จะมีเอกสารเพื่อประกอบการให้ข้อมูลความรู้ของแหล่งท่องเที่ยวเชิง

ประวัติศาสตร์สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน อาทิ แผนที่ ที่ให้ข้อมูลความรู้ภายในพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์วิชนค่ายบางระจัน แหล่งเตาเผาแม่น้ำน้อย มีบริการ WIFI บริเวณแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ

2.1.7 ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence/environment) หน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่จะมีการเตรียมความพร้อมในระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว และมีความพยายามในการปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบแหล่งท่องเที่ยวสำคัญให้มีความสวยงามและเป็นที่น่าประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรีโดยรวมพบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.85$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการสื่อสารการตลาดในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.24$) พึงพอใจต่อราคาในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.08$) พึงพอใจต่อช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.93$) พึงพอใจต่อสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.92$) และพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.61$) ตามลำดับ ในขณะที่การตลาดที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ ความพึงพอใจต่อกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 2.52$) และความพึงพอใจต่อบุคลากร ($\bar{X} = 1.93$)

4. แนวทางการสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรีบนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นพบว่า

4.1.1 การสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวในด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ควรจะเน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมที่หลากหลาย และมีกิจกรรมให้เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในวิถีชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ เพิ่มพูนประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น ในด้านการกำหนดราคา ควรมีการตรวจสอบคุณภาพ มาตรฐานของสินค้าและการกำหนดราคา รวมถึงกวดขันผู้ประกอบการและชุมชนในเรื่องการตั้งป้ายราคาให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรพัฒนาศักยภาพของป้ายประชาสัมพันธ์หรือป้ายบอกทางให้ทั่วถึง และเพิ่มรายละเอียดของป้ายบอกทางให้ชัดเจนมากขึ้น ในด้านการสื่อสารการตลาด ควรพิจารณาการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรีที่แตกต่างจากเดิม เพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์มากยิ่งขึ้น และเพิ่มความถี่และช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น ในด้านบุคลากร ควรมีการอบรมผู้นำชุมชนและชาวบ้านเพื่อเพิ่มทักษะในการเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่มีความรู้ด้านประวัติศาสตร์ให้มากขึ้น ในด้านกระบวนการบริการ ควรมีการประสานความร่วมมือกันในทุกภาคส่วนในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ของจังหวัด จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจและหลากหลาย รวมถึงการพัฒนาระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสารโดยเฉพาะศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น และในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ควรปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคให้มีความพร้อมใช้งานอยู่เสมอ อาทิ ความสะอาดของห้องน้ำภายในแหล่งท่องเที่ยว และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้มากขึ้น อาทิ ที่นั่งพักตามจุดต่างๆภายในแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ อันจะเป็นการสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวมากที่สุด

4.1.2 การสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรีในปัจจุบันเรียนรู้คุณค่าด้านประวัติศาสตร์เพียงผิวเผิน ในขณะที่ข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ของจังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งเป็นเมืองเก่ามีเรื่องราวและร่องรอยทางประวัติศาสตร์อยู่มาก ดังนั้นจึงควรมีกิจกรรมเพื่อบอกเล่าเรื่องราวด้านประวัติศาสตร์เพื่อให้เกิดความรู้อย่างยิ่งขึ้น อันจะเป็นการพัฒนาคุณค่าด้านประวัติศาสตร์ของจังหวัดสิงห์บุรีได้เป็นอย่างดี

4.1.3 การสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม จากการศึกษาที่กลุ่มจังหวัดสิงห์บุรีจังหวัดสิงห์บุรีเป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนาน จึงก่อให้เกิดวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีความเก่าแก่ อาทิ วัฒนธรรมไทยพวน รวมถึงวิถีชีวิตการดำรงอยู่บริเวณริมน้ำเป็นส่วนใหญ่ จึงควรมีการถ่ายทอดเรื่องราวของวัฒนธรรมที่แตกต่างเหล่านั้นให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้เพื่อเพิ่มคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของจังหวัดสิงห์บุรี

4.1.4 การสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นมรดกโลก โดยเฉพาะการที่จังหวัดสิงห์บุรีมีบ้านคูเมือง เป็นเมืองโบราณเก่าแก่ ถูกขุดพบของเก่าที่มีคุณค่ามากมาย จึงควรมีการได้รับการหยิบยกให้เป็นมรดกโลกเพื่อเพิ่มคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด

4.1.5 การสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ โดยจังหวัดสิงห์บุรีควรได้รับการสนับสนุนการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับพื้นที่ที่มีวัฒนธรรมที่หลากหลายและมีร่องรอยทางประวัติศาสตร์อยู่มาก โดยเฉพาะจังหวัดสิงห์บุรี เป็นต้น

อภิปรายผล

1. จังหวัดสิงห์บุรีเป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีเรื่องราวในอดีตที่น่าสนใจ มี ทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible products) ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible products) ได้แก่ ประเพณี วิถีชีวิต สามารถสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวได้และทำให้พัฒนาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Buchert (2015) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมักกระตือรือร้นในการค้นหาสิ่งแปลกใหม่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Cheung, W. (2016) ที่พบว่าการสร้างจุดร่วมของอัตลักษณ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดรูปแบบทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ

2. การดำเนินงานด้านการดำเนินงานด้านการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรี อาทิ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดในส่วนของการจัดกิจกรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ทางจังหวัดมีการวางแผนให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะเป็นการยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dillimono & Dickinson (2015) ที่พบว่าการรับรู้คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมและความสนุกสนานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจและตัดสินใจมาท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Meng, R & Uysal, N. (2014) ที่พบว่านักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสรรหาสิ่งที่เป็นของแท้ในประสบการณ์วัฒนธรรมและต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้นอย่างแท้จริง ในด้าน

ราคา หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการภาคเอกชน และชุมชนให้ความร่วมมือในการผลิตสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และตั้งราคาสินค้าและบริการที่สมเหตุสมผล สอดคล้องกับงานวิจัยของ Christopher & Wirtz (2007) ที่พบว่า การตั้งราคาที่กำหนดจากคุณภาพและราคาที่เป็นธรรม มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจชุมชน สามารถสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวได้เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความพร้อมที่จะจ่าย ในด้านการดำเนินงานด้านบุคลากร ทางจังหวัดมีการวางแผนพัฒนามัคคุเทศก์ท้องถิ่นให้เพิ่มขึ้นเพื่อบอกเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาและเพิ่มจำนวนของมัคคุเทศก์ท้องถิ่นมีส่วนสำคัญต่อการยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรี ดังที่งานวิจัยของ Artuge, S. & Cevdet (2013) ที่พบว่า แนวทางการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรประกอบด้วย การถ่ายทอดความรู้ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นให้กับชุมชน สนับสนุนชุมชนให้มีส่วนร่วมถ่ายทอดทักษะความรู้ จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับคนท้องถิ่นได้

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรีพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องทำให้ผู้คนในชุมชนมีความรักในท้องถิ่น รักประเพณีวัฒนธรรมของตนเอง อันจะส่งผลในการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งในงานวิจัย Buchert (2015) ที่ทำการวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่างก็พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้ท้องถิ่นประสบผลสำเร็จคือ แต่ละชุมชนต้องมีความพยายามในการรวบรวมวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นผลิตภัณฑ์ชุมชน วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ชุมชนอัตลักษณ์ชุมชน การมีส่วนร่วม การจัดการความรู้ การบริหารเครือข่าย และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนร่วมกัน จึงจะเป็นการตอบสนองของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างถาวร การสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดสิงห์บุรี กิจกรรมงานประเพณีต่างๆ ล้วนแต่เป็นทุนในการสร้างสรรค์ด้านศิลปวัฒนธรรมให้กับจังหวัดและเป็นสิ่งที่จะส่งเสริมให้เกิดการต่อยอดความสร้างสรรค์ในกิจกรรมต่างๆ ต่อไปได้เป็นอย่างดี การได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมของท้องถิ่น หรือชิมและซอปปิงสินค้า ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งการที่ชุมชนจัดกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hughes & Allen (2010) ซึ่งพบว่า การท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีการเปิดโอกาสให้มีประสบการณ์ร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม ถือเป็น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการนำไปสู่ความสมดุลในทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hung Lee (2012) ที่พบว่า การเข้าไปสัมผัสกับชุมชน และการเข้าร่วมกับชุมชนส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและมีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสัมพันธ์กับ Underberg Goode (2014) ที่กล่าวว่า คุณค่าในการท่องเที่ยวที่สำคัญและกระตุ้นให้เกิดการเดินทางได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็ว จะมีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ Michael, H. & Allan, M.W. (2014) ที่ระบุว่า มูลเหตุจูงใจ เพื่อการท่องเที่ยวขั้นพื้นฐานนั้น คือ มูลเหตุจูงใจ เพื่อเพื่อวัฒนธรรมในการอยากรู้ อยากเห็นเกี่ยวกับประเทศต่างๆ เช่น ในเรื่องเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม นาฏศิลป์

ศรียางคศิลป์ ซึ่งสัมพันธ์กับงานวิจัยของ Cerami, J.R., & Holcomb, J.F. (2001) ที่ว่าปัจจัยแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยวต้องประกอบไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่มีความน่าดึงดูดใจอย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี สามารถสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี ได้ด้วยการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวประจำปี ควรมีกิจกรรมที่หลากหลายและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ โดยเน้นการประชาสัมพันธ์จุดแตกต่างของแต่ละวัด เพื่อสร้างความดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว ควรมีการส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชาวไทยพวนในจังหวัดสิงห์บุรี เช่น พิธีกำฟ้า และประเพณีกวนข้าวทิพย์ ซึ่งเป็นประเพณีที่มีความแตกต่างจากจังหวัดอื่นๆ ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สามารถสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี ได้ด้วยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น เช่น ค่ายวีรชนควรปรับปรุงจำลองบ้านวีรชนโดยสร้างเป็นบ้านไม้และสร้างบรรยากาศให้เป็นแบบโบราณโดยมีการแต่งกายชุดไทยโบราณ มีการจัดกิจกรรมรำวีรชน มีการขายของแบบไทย และแสดงเรื่องราวของพระอาจารย์ธรรมโชติ ซึ่งเป็นศูนย์รวมจิตใจของประชาชน โดยมีการสร้างเรื่องราว อนุสาวรีย์ค่ายบางระจันไม่ได้จบด้วยความพ่ายแพ้แต่จบด้วยความภาคภูมิใจ

2. ด้านการกำหนดราคาค่าและบริการในแหล่งท่องเที่ยว ควรกำหนดราคาที่เป็นธรรมและสอดคล้องกับความคุ้มค่าที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรให้ความสำคัญกับความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงเส้นทางให้มีความสะดวกและปลอดภัย อีกทั้งพิจารณาการให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวแก่บริษัทจัดนำเที่ยวเพื่อนำไปจัดรวมไว้ในโปรแกรมท่องเที่ยว อันเป็นการเพิ่มทางเลือกและช่องทางการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรีให้มากขึ้น

4. ด้านการสื่อสารการตลาด ควรให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารแบบปากต่อปาก โดยการนำเสนอผ่านสื่อที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อออนไลน์เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้เร็วขึ้น

5. ด้านบุคลากร ควรมีการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนท้องถิ่นที่จะต้องให้ทักษะความรู้ด้านประวัติศาสตร์ของสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนของตนได้อย่างยั่งยืน รวมถึงมีการจัดอบรมเยาวชนในพื้นที่ให้เป็นมัคคุเทศก์น้อยเพื่อเพิ่มปริมาณ และศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี โดยกระตุ้นให้ชุมชนและเยาวชนในพื้นที่ได้เห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่จะนำมาซึ่งรายได้ทั้งแก่ตนเองและจังหวัด

6. ด้านกระบวนการให้บริการ ควรให้ความสำคัญกับกระบวนการและขั้นตอนการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลินและประสบการณ์จากการท่องเที่ยวมากขึ้น และจะได้ใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวได้นานขึ้น

7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ควรนำเสนอภาพลักษณ์ที่เป็นรูปธรรมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ สำหรับลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรี ควรมุ่งเน้นการรักษาบรรยากาศทางการท่องเที่ยวแบบย้อนยุค อนุรักษ์เอกลักษณ์ของท้องถิ่น การปรับปรุงทัศนียภาพในแหล่งท่องเที่ยว การดูแลรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

ข้อสรุป

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่าการสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรีบนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นนั้น ในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี ควรเน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมที่หลากหลาย และเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในวิถีชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ เพิ่มพูนประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น ด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการติดป้ายราคาที่ชัดเจนและมีการกำหนดราคาที่เป็นธรรมและสอดคล้องกับความคุ้มค่าที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรให้ความสำคัญกับความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยการพัฒนาป้ายบอกทางที่ชัดเจน นอกจากนี้ ควรต้องพิจารณาถึงการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวแก่บริษัทจัดนำเที่ยวเพื่อนำไปจัดรวมไว้ในโปรแกรมท่องเที่ยว อันจะเป็นการเพิ่มช่องทางการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรีได้มากขึ้น ด้านการสื่อสารการตลาด ควรให้ความสำคัญกับการโฆษณา ประชาสัมพันธ์จังหวัดสิงห์บุรีที่มากขึ้น รวมถึงการนำเสนอผ่านสื่อที่หลากหลาย และต่อเนื่อง ด้านบุคลากร ควรมีการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว ได้แก่ มัคคุเทศก์น้อย มัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อให้ข้อมูลความรู้ด้านประวัติศาสตร์กับนักท่องเที่ยวที่ไปเยือน ด้านกระบวนการ ควรมีกระบวนการในการให้บริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว และเกิดความประทับใจ โดยอาจจัดระบบการทำงานให้มีมาตรฐานมากขึ้น มีการให้ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่รวดเร็วและถูกต้อง มีการจัดระบบการให้ข้อมูลเป็นภาษาต่างประเทศเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ควรมีการเพิ่มจำนวนของห้องน้ำ ที่นั่งพัก ให้เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการเพิ่มจุดให้บริการน้ำดื่ม มีการจัดภูมิทัศน์สถานที่ท่องเที่ยวให้มีระเบียบ ให้ความสำคัญกับเรื่องความสะอาดของสถานที่ ห้องสุขารวมถึงสถานที่นั่งพักผ่อนและบริเวณโดยรวมของสถานที่ท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

กรมทรัพยากรธรณี. (2547). **ทรัพย์ในดินสิงห์บุรี**. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดสิงห์บุรี. (2558). ข้อมูลการเกษตรและสหกรณ์จังหวัดสิงห์บุรี. สิงห์บุรี : ม.ป.ท.
- สำนักงานจังหวัดสิงห์บุรี. (2554). **เมืองสิงห์บุรี**. สิงห์บุรี : โรงพิมพ์ลอแอนด์เล็งพับลิชชิง.
- Artuge, S. & Cevdet, B. (2013). The effect of destination image on destination loyalty: An application
In Alanya. **European Journal of Business and Management**, 3(5), pp.12.
- Bernstein, B. (2003). Service Loyalty: The Effects of Service Quality and The Mediating Role of
Customer Satisfaction. **European Journal of Marketing**, 56-60.
- Bentler, P. M. (1999). Evaluating model fit. In R. H. Hoyle (Ed.), **Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications**. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Bowen, J. (2013). The relationship between customer loyalty and customer satisfaction.
International Journal of Contemporary Hospitality Management,13(5),213-217.
- Buchert (2015). The role of heritage tourism in the Shetland Islands. **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research**, 4, 129.
- Byrne, B.M. (1999). **Structural equation modeling with EQS**. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Christopher, H. Lovelock, & Wirtz, Jochenl. (2007). **Service marketing: People technology, strategy**. Boston, MA: Prentice Hall.
- Cheung, W. (2016). Induced nostalgia increases optimism among individuals high, but not low, in trait nostalgia. **Personality and Individual Differences**, 90, 283–288.
- Chu, R. K., & Choi, T. (2000). An importance-performance analysis of hotel selection factors in the Hong Kong hotel industry: a comparison of business and leisure travelers. **Tourism Management**, 21(4), 363-377.
- Dillimono, H.D. & Dickinson, J.E. (2015). Travel, tourism, climate change, and behavioral change: Travelers' perspectives from a developing country, Nigeria. **J. Journal of Sustain Tour**, 23, 437–454.
- Fainstein, Susan S. (2015). **Tourism and the commodification of urban culture**. The Urban Reinventions. Canary Island : University of Tenerife.
- Goeldner, C. (2009). **Tourism: Principles, Practice**. New York: John Willey ans Sons.
- Hair, J. F., Black, W. C., & Babin, B. J., (2006). **Multivariate Data Analysis** (6th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Hughes, H., & Allen, D. (2010). **Cultural tourism in Central and Eastern Europe**. U.S.A : Routledge.
- Jame, M. (2001). **Total Quality in Marketing**. Florida: St Lucie.
- Jalilvand, M.R., Pool, J.K., Vosta, L.N. & Nafchali, J.S. (2014). **The Effect of Marketing Constructs and Tourists' Satisfaction to a Sport Destination**. **Contemporary Middle Eastern Issues**, 7(4), 316-332.
- Kotler, P. (2001). **Marketing management**. New York: Prentice - Hall.
- Lee Yang (2014). Customer satisfaction. **International Journal of Tourism Research**, 2(3), 34-49.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-performance analysis. **The Journal of Marketing**, 77-79.

- Meng, R & Uysal, N. (2014) . Effects of gender differences on perceptions of destination Attributes, motivations and travel values: An examination of nature-based resort destination. **Journal of Sustainable Tourism**. Vol.16, No.4, pp.445-466.
- Mullins, J., & Walker, O. (2010). **Marketing management: A strategic decision-making approach** (7th ed.). Boston: McGraw-Hill Irwin.
- Panjakajornsak, V. (2012). Analyzing the effects of past visits, image and satisfaction on loyalty of foreign tourists: a model of destination loyalty. **Development Journal**, 51(2).
- Prentice, R. (2010). **Experiential Cultural Tourism: Museums and the Marketing of the New Romanticism of Evoked Authenticity**. UK : MPG Books Group.
- Robinson, M., (2007). **Tourism, Culture & Regeneration**. Oxford: CABI, 7.
- Southall, C., & Robinson, P. (2011). **Heritage Tourism**. UK : MPG Books Group.
- Steiger, J. H. (1990). Structural model evaluation and modification: An interval estimation approach. **Multivariate Behavioral Research**, 25, 173-180.
- Ullman, B. (2001). **Principles and Practice of Structural Equation Modeling**. (5th ed.). New York: The Guilford Press.
- UNCTAD. (2014). **Creative Economy Report**. Retrieved July 16, 2019, from http://www.unctad.org/en/docs/ditc.cer_en.pdf.
- Zeithaml, V.A. (2006). **Balancing Customer Perceptions and Expectations**. New York : The Free Press.

การประกอบสร้างความจริงเรื่องพรรคอนาคตใหม่และพรรคก้าวไกล

: ศึกษาเปรียบเทียบสำนักข่าวเนชั่นกับสำนักข่าวมติชน

The social construction of reality of Future Forward Party and Move Forward Party

: A comparative Study of Nation News and Matichon News

ศศิรินทร์ พันธุ์กิติยะ¹

Sasirintra Phankitiya

รศ.ดร.นันทนา นันทวโรภาส²

Assoc.Prof.Dr.Nantana Nantavaropas

บทคัดย่อ

ดุษฎีนิพนธ์เรื่อง “การประกอบสร้างความจริงเรื่องพรรคอนาคตใหม่และพรรคก้าวไกล : ศึกษาเปรียบเทียบสำนักข่าวเนชั่นกับสำนักข่าวมติชน” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1. เพื่อศึกษาบริบททางการเมืองที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองช่วงปี พ.ศ.2561-พ.ศ. 2563 2. เปรียบเทียบการประกอบสร้างความจริงผ่านการนำเสนอข่าวกรณีพรรคอนาคตใหม่และพรรคก้าวไกลของสำนักข่าวเนชั่นกับสำนักข่าวมติชน

ผลการวิจัยพบว่า การที่ศาลรัฐธรรมนูญวินิจฉัยยุบพรรคอนาคตใหม่เป็นบริบททางการเมืองที่ส่งผลต่อการประกอบสร้างความจริงของสื่อมวลชน สำนักข่าวเนชั่นประกอบสร้างความจริงในการนำเสนอข่าว ให้ภาพเชิงลบกับพรรคอนาคตใหม่รวมถึงพรรคก้าวไกล ขณะที่สำนักข่าวมติชนประกอบสร้างความจริงในการนำเสนออย่างตรงไปตรงมารอบด้าน

คำสำคัญ: การประกอบสร้างความจริงทางสังคม พรรคอนาคตใหม่ พรรคก้าวไกล สำนักข่าวเนชั่น สำนักข่าวมติชน

¹นักศึกษาระดับปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการเมือง วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก

²อาจารย์ประจำหลักสูตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการเมือง วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก

Abstract

The study entitled, “The social construction of reality of Future Forward Party and Move Forward Party : comparing Nation News to Matchon News” was a qualitative research to study the political context in 2018 to 2020 affecting the social construction of reality of Future Forward Party and Move Forward Party comparing Nation News to Matchon News.

The order of dissolution of Future Forward Party by Constitutional Court was the political context affecting affecting the social construction of reality. Nation News constructed news with negative images for Future Forward Party and Move Forward Party. While Matchon News carefully presents fact on Future Forward Party and Move Forward Party.

Keywords : social construction of reality, Future Forward Party, Move Forward Party, Nation News, Matchon News

บทนำ

หลังการรัฐประหารในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ.2557 โดยคณะรักษาความสงบแห่งชาติ นำโดย พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ซึ่งขณะนั้นดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการทหารบก เป็นการสิ้นสุดการใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2550³ หลังเลื่อนวันเลือกตั้งหลายครั้ง ก็ได้มีประกาศเลือกตั้งในวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ.2562⁴ ภายหลังจากประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2560 ตัวแทนกลุ่มการเมืองได้เข้าร่วมการประชุมกับคณะกรรมการการเลือกตั้งเพื่อรับทราบข้อมูลในการยื่นคำขอจดทะเบียนจัดตั้งพรรคการเมืองใหม่โดยมีพรรคการเมืองต่างๆแจ้งจัดตั้งพรรคจำนวนมาก พรรคอนาคตใหม่ได้ยื่นจดแจ้งชื่อจัดตั้งพรรคต่อคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) เมื่อวันที่ 15 มีนาคม พ.ศ.2561⁵

³คมชัดลึก. 10ข่าวเด่น'บิกตัว'ทุบโต๊ะรัฐประหาร. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กันยายน 2563. จาก

<https://www.komchadluek.net/news/detail/198515>

⁴บีบีซีไทย. เลือกตั้ง 2562 : กกต. เคาะแล้วเลือกตั้ง 24 มี.ค. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กันยายน 2563. จาก

<https://www.bbc.com/thai/thailand-46955721>

⁵เว็บไซต์พรรคอนาคตใหม่.About Usพรรคอนาคตใหม่. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กันยายน 2563. จาก

https://futureforwardparty.org/?page_id=1019

พรรคอนาคตใหม่ก่อตั้งขึ้นโดยนายธนาธร จึงรุ่งเรืองกิจ⁶ อดีตรองประธานบริหารบริษัทไทยซัมมิท รศ.ดร.ปิยบุตร แสงกนกกุล อดีตอาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และผู้ร่วมจัดตั้งอีก 24 คน พรรคอนาคตใหม่ได้จัดการประชุมใหญ่สามัญ ครั้งที่ 1 ในวันที่ 27 พฤษภาคม พ.ศ.2561 เพื่อรับรองอุดมการณ์พรรค นโยบายพรรค ข้อมบังคับพรรค ชื่อพรรค ชื่อย่อพรรค และเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารพรรคชุดแรก ซึ่งนายธนาธร จึงรุ่งเรืองกิจได้รับเลือกเป็นหัวหน้าพรรคคนแรก และรศ.ดร.ปิยบุตร แสงกนกกุลได้รับเลือกเป็นเลขาธิการพรรคคนแรก ซึ่งพรรคอนาคตใหม่ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการการเลือกตั้งให้มีสถานะเป็นพรรคการเมืองอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ.2561

พรรคอนาคตใหม่มีวิสัยทัศน์ในการฟื้นความเชื่อมั่นในระบบประชาธิปไตย นำพาประเทศให้ก้าวผ่านพ้นห้วงภาวะวิกฤต เพื่อเปลี่ยนแปลงและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่ดีกว่าที่เป็นอยู่ และยังเพื่อปฏิรูปทัศนคติการเมืองของประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้น โดยยึดหลักการทำงาน 3 ประการ ได้แก่ หลักการเป็นพรรคการเมืองที่มุ่งทำงานการเมืองอย่างสร้างสรรค์ หลักการเป็นพรรคการเมืองที่ไม่มีใครคนใดคนหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นเจ้าของ และหลักการเป็นพรรคการเมืองที่มุ่งทำงานการเมืองระยะยาว⁷ นอกจากนี้ยังมีความโดดเด่นในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ด้วยสื่อใหม่และนโยบายที่แตกต่าง ไม่ว่าจะเป็น การทลายเศรษฐกิจผูกขาด ขนส่งสาธารณะเพื่อทุกคน เกษตรก้าวหน้า เศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อประชาชน เปิดข้อมูลรัฐกิจจัดทุจริต โอบรับความหลากหลาย สิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ปฏิรูปกองทัพ ยุติระบบราชการรวมศูนย์ ปฏิวัติการศึกษา และไทยเท่าเทียม⁸

จากการเลือกตั้งเมื่อปีพ.ศ. 2562 ในวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ.2562 และการเลือกตั้งล่วงหน้าสำหรับผู้ที่อาศัยอยู่นอกเขตเลือกตั้งที่มีชื่ออยู่หรืออยู่นอกราชอาณาจักรไทยในวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ.2562⁹ พรรคอนาคตใหม่ได้คะแนนเสียงมากที่สุดเป็นอันดับสามรองมาจากพรรคเพื่อไทย

⁶ข่าวสด. **คะแนนเสียงท่วมท้น หนูน "เอก ธนาธร" นั่งหัวหน้าพรรค "อนาคตใหม่"**. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กันยายน 2563. จาก https://www.khaosod.co.th/politics/news_1137247

⁷เว็บไซต์พรรคอนาคตใหม่About Us **วิสัยทัศน์**. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กันยายน 2563. จาก https://futureforwardparty.org/?page_id=1022

⁸เว็บไซต์พรรคอนาคตใหม่About Us **นโยบาย**. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กันยายน 2563. จาก https://futureforwardparty.org/?page_id=1027

⁹ไทยพีบีเอส. **เลือกตั้ง 2562 : เตรียมตัวให้พร้อมก่อนเข้าคูหา กับ "คู่มือเลือกตั้ง มีอใหม่"**. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กันยายน 2563. จาก <https://news.thaipbs.or.th/content/277479>

และพรรคพลังประชาชนรัฐ โดยมีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรรวม 81 คน แบ่งเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรระบบบัญชีรายชื่อ 50 คน และสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบแบ่งเขตอีก 31 คน¹⁰

ในวันที่ 21 มกราคม 2562 ศาลรัฐธรรมนูญได้พิจารณาคัดสินสั่งยุบพรรคอนาคตใหม่จากกรณีเงินกู้และมีมติให้สั่งเพิกถอนสิทธิสมัครรับเลือกตั้งของกรรมการบริหารพรรคที่ดำรงตำแหน่งอยู่ ณ วันที่มีการทำสัญญากู้เงินเป็นเวลา 10 ปี¹¹ หลังการยุบพรรคอนาคตใหม่ ภายในวันนั้น นายธนธร จึงรุ่งเรืองกิจและกรรมการบริหารพรรคได้ประกาศตั้งคณะอนาคตใหม่ เป็นองค์กรทางการเมืองที่ดำเนินวาระประชาชนนอกสภานายธนธร จึงรุ่งเรืองกิจ ได้มอบหมายให้นายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบบัญชีรายชื่อ และประธานคณะกรรมการที่ดิน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สภาผู้แทนราษฎร นำสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่เหลือของอดีตพรรคอนาคตใหม่ทำหน้าที่ต่อไปในสภาต่อมาจากหลังอีก 1 เดือน คณะอนาคตใหม่ได้เปลี่ยนชื่อเป็นคณะก้าวหน้า เนื่องจากพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยพรรคการเมือง ไม่อนุญาตให้ใช้ชื่อพรรคการเมืองที่ถูกสั่งยุบพรรคดำเนินกิจกรรมทางการเมืองใดๆ เมื่อเปลี่ยนชื่อแล้ว คณะก้าวหน้าได้รณรงค์และทำกิจกรรมทางการเมืองต่อไป โดยส่วนใหญ่เป็นการปราศรัยทางออนไลน์เกี่ยวกับวิกฤติการณ์และปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในประเทศ¹² หลังจากนั้น สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรอดีตพรรคอนาคตใหม่ได้ย้ายไปสังกัดพรรคใหม่¹³ ซึ่งเป็นพรรคที่มีการจดทะเบียนก่อตั้งพรรคกับคณะกรรมการการเลือกตั้งอยู่เดิมตั้งแต่ปี พ.ศ.2557 ในชื่อพรรคร่วมพัฒนาชาติไทย¹⁴ ก่อนจะมีมติที่ประชุมใหญ่สามัญพรรคเปลี่ยนชื่อเป็น พรรคก้าวไกล ในวันที่ 19 มกราคม พ.ศ.2563¹⁵ โดยมีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรอดีตพรรคอนาคตใหม่จำนวน 55 คน ย้ายไปสังกัดในวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ.2563 ซึ่งในวันเดียวกันนั่นเอง ที่ประชุมวิสามัญของพรรคมีมติเป็น

¹⁰ไทยรัฐ. พรรคอนาคตใหม่กับการสร้างคะแนนนิยมผ่าน Social Media. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กันยายน 2563. จาก

<https://www.thairath.co.th/news/tech/1693908>

¹¹บีบีซีไทย. อนาคตใหม่ : มติศาลรัฐธรรมนูญสั่งยุบพรรคอนาคตใหม่ ตัดสิทธิ กก.บห. 10 ปี. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กันยายน 2563. จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-51582581>

¹²บีบีซีไทย. คณะก้าวหน้า : ธนธร-ปิยนุตรเปิดโรดแมปนำประเทศออกจากวิกฤต กัดดัน พล.อ. ประยุทธ์ ลาออก. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กันยายน 2563. จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-51985887>

¹³บีบีซีไทย. พรรคก้าวไกล : ทิม-พิธาประกาศสานต่ออุดมการณ์อนาคตใหม่ นำทีม 55 ส.ส. ย้าย “บ้านใหม่ หัวใจเดิม”. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กันยายน 2563. จาก <https://www.bbc.com/thai/51788851>

¹⁴ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 131 ตอน 63 ง หน้า 33

¹⁵ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 137 ตอน 36 ง หน้า 33

เอกฉันท์ให้นายพิธา ลิ่มเจริญรัตน์ขึ้นเป็นหัวหน้าพรรคก้าวไกลและนายชัยธวัช ตุลาธน อดีตรองเลขาธิการพรรคอนาคตใหม่ ได้รับเลือกให้เป็นเลขาธิการพรรค ซึ่งนายชัยธวัช ตุลาธน เคยเป็นหนึ่งในสามผู้ก่อตั้งหลักของพรรคอนาคตใหม่ร่วมกับนายธนาธร จึงรุ่งเรืองกิจและรศ.ดร.ปิยะบุตร แสงกนกกุล¹⁶

พรรคอนาคตใหม่และพรรคก้าวไกล ถือเป็นพรรคที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มคนรุ่นใหม่¹⁷ เนื่องจากมีการโฆษณาผ่านสื่อใหม่ ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดีย อย่าง เฟซบุ๊กทวิตเตอร์ ซึ่งกลุ่มคนที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่¹⁸ โดยสื่อใหม่อย่างเว็บไซต์ที่เผยแพร่ข่าวสารนั้นเข้าถึงผู้คนได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง สื่อมวลชนบนเว็บไซต์ข่าวต่างก็มีการนำเสนอเรื่องราวของพรรคอนาคตใหม่และพรรคก้าวไกลที่แตกต่างกันไปตามความเชื่อและอุดมการณ์ของแต่ละสำนัก

เนชั่นเป็นสำนักข่าวที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน ในกลุ่มคนที่นิยมติดตามข่าวสารทางการเมือง เนชั่นเป็นสำนักข่าวที่นำเสนอทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ ข่าวต่างประเทศ ข่าวภูมิภาค ข่าวอาชญากรรม และข่าวในหมวดหมู่อื่นๆ มีจำนวนผู้รับสื่อหลักๆ เป็นกลุ่มวัยกลางคนไปจนถึงผู้สูงอายุ ในปี 2562 นายชาย บุณนาค ผู้ถือหุ้นใหญ่สื่อเนชั่นได้รับการแต่งตั้งขึ้นเป็นกรรมการบริหาร ซึ่งนายชาย บุณนาค เป็นสามีตามกฎหมายของ นางสาวทันทยา วงษ์ไอลภาส หรือ มาตามเดียร์สมาชิกรัฐสภาผู้แทนราษฎรแบบบัญชีรายชื่อของพรรคพลังประชารัฐและนับเป็นแกนนำคนสำคัญของพรรคจึงไม่แปลกที่เนื้อหาข่าวส่วนใหญ่ของสำนักพิมพ์เนชั่นจะมีเนื้อหาไปในทางสนับสนุนรัฐบาลและให้ภาพลบกับฝ่ายตรงข้ามรัฐบาล อีกทั้งผู้ประกาศข่าวหลักอย่าง นายกนก รัตน์วงศ์สกุล ก็มีอุดมการณ์ในการแสดงความคิดเห็นเชิงต่อต้านฝ่ายที่อยู่ตรงกันข้ามกับรัฐบาลอย่างชัดเจน พบว่ามีหลายครั้งที่สำนักข่าวเนชั่นทำการสอดแทรกความเห็นโน้มน้ำหนักผู้อ่านลงไปในเนื้อหาข่าวการเมือง

ขณะที่มติชนเป็นสำนักข่าวที่นำเสนอข่าวการเมือง เศรษฐกิจ การเงิน ข่าวต่างประเทศ ข่าวภูมิภาค การศึกษา บันเทิง และอื่นๆอีกมากมาย สำนักข่าวมติชนไม่พบว่าผู้ถือหุ้นหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับพรรคการเมืองปรากฏให้เห็น สำนักข่าวมติชนมีการนำเสนอข่าวการเมืองในมุมมองที่

¹⁶ปีซีไทย. พรรคก้าวไกล : มติเอกฉันท์ ทิม-พิธา นั่งหัวหน้าพรรคก้าวไกล ประกาศเริ่มบทที่ 2 ของอนาคตใหม่. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กันยายน 2563. จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-51888140>

¹⁷โพสต์ทูเดย์. ซูเปอร์โพลเผยพรรคอนาคตใหม่ครองใจคนรุ่นใหม่. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กันยายน 2563. จาก <https://www.posttoday.com/politic/news/598650>

¹⁸นันทนันทนทวารโภจาส. สื่อสารการเมือง : ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพมหานคร : แมสมีเดีย, 2558.

หลากหลายรอบด้าน มีการหาข้อมูลจากหลายๆแหล่งอ้างอิง มีการทำข่าวโดยหาข้อมูลจากทุกๆฝ่าย สามารถทำข่าวได้โดยไม่เลือกข้าง หรือเลือกเฉพาะฝ่ายใดที่สนับสนุน ข่าวที่ออกมาจึงไม่ได้โน้มเอียงไปทางฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งชัดเจน อีกทั้งการนำเสนอข่าวยังไม่ได้สอดแทรกความคิดเห็นของสื่อมวลชนลงไปมากเกินไปจนขอบเขต ทำให้ผู้อ่านสามารถรับสารและพิจารณาข้อเท็จจริงได้ด้วยความคิดเห็นของตนเอง

ข่าวบนเว็บไซต์ทั้งสำนักข่าวเนชั่นและสำนักข่าวมติชนต่างก็เป็นสื่อใหม่ที่ได้รับการยอมรับในการใช้ติดตามข่าวสารการเมืองของคนไทย โดยมีมุมมองในการนำเสนอที่แตกต่างกันออกไป ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่าการประกอบสร้างความจริงเกี่ยวกับพรรคอนาคตใหม่และพรรคก้าวไกล ผ่านสำนักข่าวเนชั่นกับสำนักข่าวมติชนตามทฤษฎีการประกอบสร้างความจริงของสื่อมวลชนอย่างไร

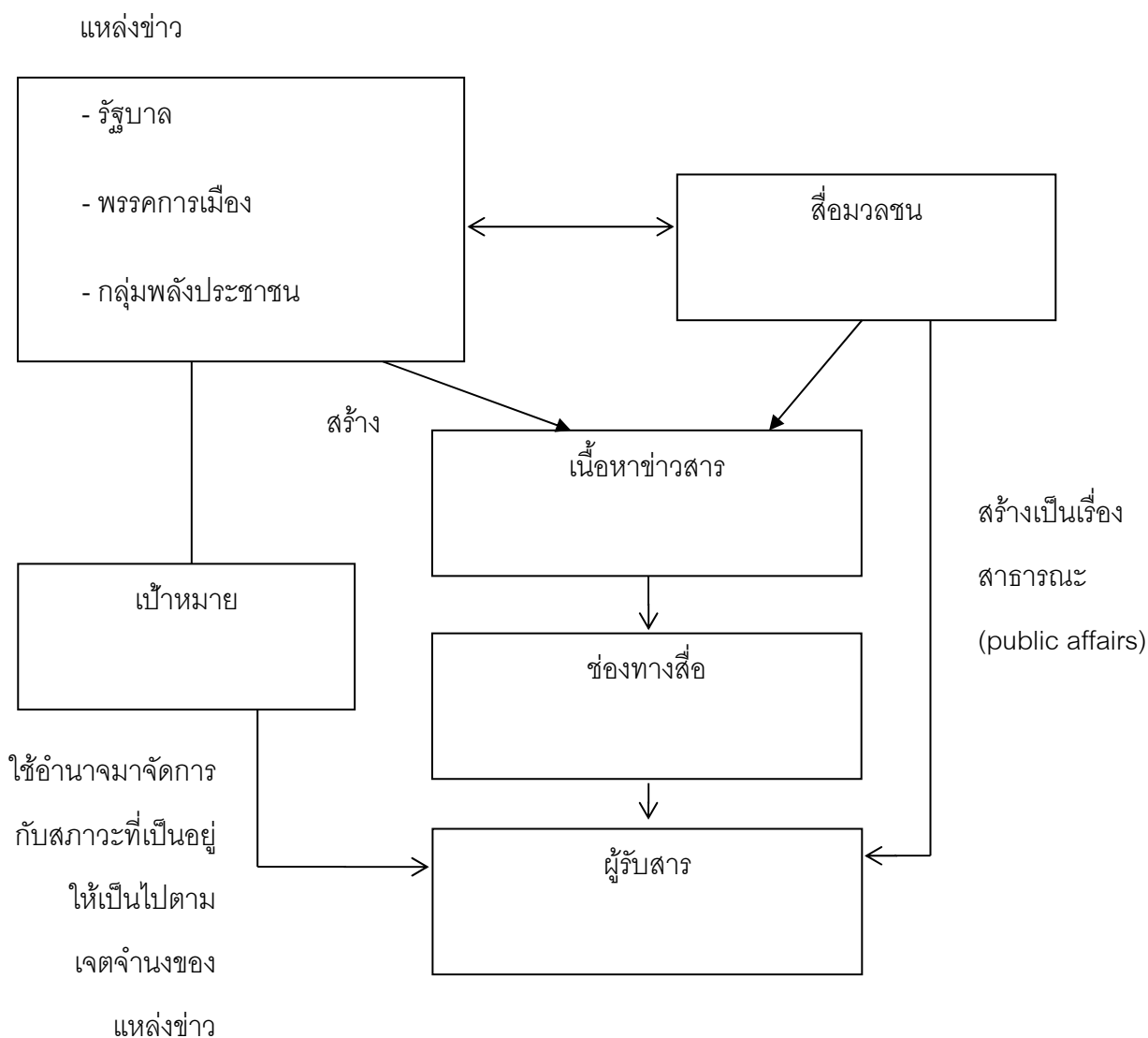
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบททางการเมืองที่ส่งผลต่อการประกอบสร้างความจริงกรณีพรรคอนาคตใหม่และพรรคก้าวไกลของสำนักข่าวเนชั่นกับสำนักข่าวมติชน
2. เพื่อศึกษาการประกอบสร้างความจริงในการนำเสนอข่าวกรณีพรรคอนาคตใหม่และพรรคก้าวไกลผ่านสำนักข่าวเนชั่น
3. เพื่อศึกษาการประกอบสร้างความจริงในการนำเสนอข่าวกรณีพรรคอนาคตใหม่และพรรคก้าวไกลผ่านสำนักข่าวมติชน

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

เกอร์วิชและบลูมเลอร์ (Gurevitch and Blumber) ¹⁹ ได้อธิบายการสื่อสารทางการเมืองออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มหลักคือ กลุ่มทางการเมือง อันได้แก่ รัฐบาล ข้าราชการ พรรคการเมือง กลุ่มกดดันทางการเมือง กลุ่มการเมืองภาคประชาชน ฯลฯ กลุ่มที่สองคือ สื่อมวลชนที่ทำหน้าที่เป็นผู้รับข่าวสารจากกลุ่มการเมืองและสร้างข่าว เพื่อนำไปส่งต่อยังผู้รับสาร โดยมีแบบจำลองดังนี้

¹⁹ นันทนา นันทวโรภาส. สื่อสารการเมือง : ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพมหานคร : แมสมีเดีย, 2558.



แบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองของ Gurevitch and Blumler

จากแผนภาพทฤษฎีสื่อสารทางการเมืองของ Gurevitch and Blumler ข้างต้นอธิบายได้ว่า เนื้อหาของข่าวสารที่ถูกสร้างโดยกลุ่มการเมืองและกลุ่มสื่อมวลชนจะอยู่ในบริบททางการเมือง อัน ได้แก่ การเลือกตั้ง กฎหมาย การกระทำหน้าที่ของเจ้าหน้าที่รัฐ การจัดสรรแบ่งปันผลประโยชน์ รวมถึง การต่อสู้แย่งชิงอำนาจทางการเมือง ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้เป็นเรื่องสาธารณะ (Public Affairs) และตัวบุคคลที่อยู่ในข่าวก็เป็นบุคคลสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ส่วนรวมทั้งสิ้น

จากกรอบแนวคิดทฤษฎีนี้ เน้นมองไปยังตัวผู้ส่งสารเป็นสำคัญ ที่อาจเป็นทั้งสื่อมวลชนและนักการเมืองที่สามารถสร้างเนื้อหาข่าวสารของตนเอง และส่งไปยังผู้รับสารคือประชาชน ในกรณีของนักการเมืองหรือองค์กรทางการเมืองนั้น ก็จะส่งข่าวของตนไปยังประชาชนได้ทันทีตามช่องทางการสื่อสาร และเมื่อสื่อมวลชนเหล่านั้นได้รับข่าวสาร ก็จะสามารถปรับแต่งรูปแบบข้อความเพื่อให้เหมาะสมกับเครื่องมือสื่อสารของตน ก่อนนำเผยแพร่แก่ประชาชนทั่วไป

ทฤษฎีการประกอบสร้างความจริงทางสังคม

ทฤษฎีการประกอบสร้างความจริงทางสังคม มองว่า สิ่งที่เราเรียกว่า “ความเป็นจริง” (reality) นั้นมิใช่เป็นสิ่งที่มียอยู่แล้ว แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น (construct) จากกระบวนการทางสังคมและหน่วยต่างๆ ในสังคม จากทฤษฎีดังกล่าวทำให้เห็นว่า สังคมยุคปัจจุบัน สื่อมวลชนนับว่าเป็นหน่วยสำคัญทางสังคมที่มีส่วนในการจัดวางรูป (structure) ความเป็นจริงขึ้นมาด้วยการใช้กลวิธีการถ่ายทอด และเทคนิคการเล่าเรื่องต่างๆ เพื่อประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม สำหรับกระบวนการสร้างความเป็นจริงของสื่อมวลชน เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยอาศัยกระบวนการรับรู้ และการตีความกระบวนการเลือกสรร ประกอบกับการใช้กลวิธีและศิลปะการเล่าเรื่อง เหตุการณ์ หรือเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในโลกแต่ละวัน ถูกนำมาถักทอและผ่านกระบวนการสร้าง ความหมายโดยสื่อมวลชน²⁰

ทฤษฎีการประกอบสร้างความจริงทางสังคม มีจุดเริ่มต้นมาจากแนวคิดของกลุ่มนักสังคมวิทยาชาวเยอรมัน สำนักปรากฏการณ์นิยม เช่น อัลเฟรดชูทท์ หรือ จอร์จเฮอริเบิร์ตมิด นักวิชาการกลุ่มนี้เชื่อว่าโลกแห่งความเป็นจริงในชีวิตประจำวันของเราทุกคนล้วนเป็น “อัตวิสัยร่วม” ที่เกิดจากการประกอบสร้างความเป็นจริงที่หยิบมาจากคนอื่น บวกกับความเป็นจริงที่เราสร้างขึ้นมาเอง

ทฤษฎีการประกอบสร้างความจริงทางสังคม ถูกนำมาใช้ในทางสื่อสารมวลชน โดยชี้ให้เห็นว่าการนำเสนอข่าวต่างๆ ของสื่อมวลชนนั้น เป็นการประกอบสร้างความจริงของสื่อ มิใช่ความจริงที่มีอยู่จริง (Media Construction of Reality) จอร์จเฮอริเบิร์ตมิด อธิบายเกี่ยวกับความจริงไว้ โดยแบ่งเป็น 2 ด้านคือ โลกทางกายภาพกับโลกทางการรับรู้ กล่าวคือ โลกทางกายภาพนั้นเป็นสิ่งที่ปรากฏได้ด้วยการเห็น การฟัง ส่วนโลกทางการรับรู้เป็นเรื่องประกอบสร้างจากความคิด ประสบการณ์ หรือจากสื่อมวลชน²¹

²⁰ สุภาพร โพธิ์แก้ว. เอกสารประกอบการสอนวิชาการนำเสนอข่าวโทรทัศน์. กรุงเทพมหานคร, 2542.

²¹ นันทานันท์ทวโรภาส. สื่อสารการเมือง : ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพมหานคร : แมสมีเดีย, 2558.

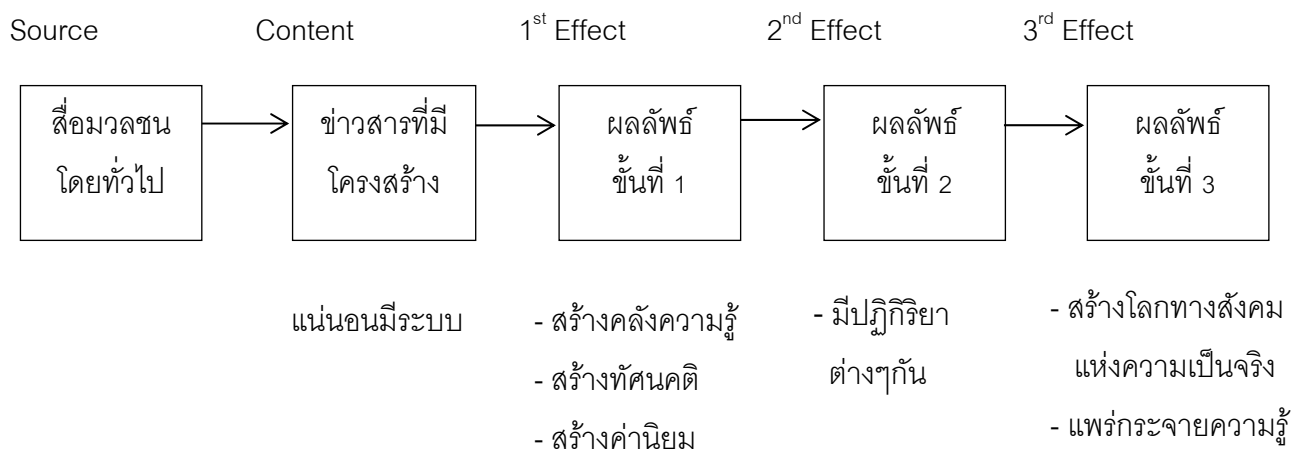
กาญจนา แก้วเทพ²² ได้อธิบายถึงแนวคิดในการสร้างความหมายทางสังคมให้แก่ความเป็นจริง ออกเป็น 3 แนวคิด ดังนี้

1. การอธิบายของภาษาศาสตร์ (Linguistic) นักภาษาศาสตร์ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของภาษากับความเป็นจริงว่า ภาษาเป็นเครื่องมือในการสร้างแนวคิด (Concept) เกี่ยวกับความเป็นจริง เพราะเราใช้ภาษาในการเรียกความเป็นจริงต่างๆ ซึ่งการใช้ภาษาที่แตกต่างกันอาจทำให้คนมีประสบการณ์และความเป็นจริงแตกต่างกัน ดังนั้น ภาษาจึงทำหน้าที่เป็นกุญแจไขไปสู่ความเป็นจริง ภาษาต่างๆที่เราใช้กันในชีวิตประจำวันล้วนเกิดมาจากสื่อมวลชน ดังนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นตัวสร้างความหมายของโลกทางสังคมโดยผ่านกลไกทางภาษา

2. การอธิบายของทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม คนเรามีคลังแห่งความรู้ทางสังคม (Stock of Social Knowledge) ทำให้เราสามารถทำสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันได้อย่างอัตโนมัติและสร้างความหมายให้กับสิ่งรอบตัวได้ ซึ่งคลังความรู้ดังกล่าวทำให้เราสามารถจัดระบบทุกอย่างในโลก และช่วยตีความประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับเราด้วย โดยจะเก็บสิ่งที่จัดระบบ จัดหมวดหมู่อยู่แล้วในรูปของภาษา และการเรียนรู้ระหว่างภาษากับความเป็นจริงจะเกิดในลักษณะเชื่อมโยงกัน ซึ่งทุกวันนี้เราจะพบการประยุกต์ใช้ภาษาและคลังความรู้ในวงการสื่อมวลชนตลอดเวลา

3. การอธิบายแบบทฤษฎีสื่อมวลชน แนวคิดเรื่องสร้างความหมายทางสังคมได้อธิบายด้านสื่อมวลชนว่า การสร้างความหมายเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นในระยะยาวอย่างหนึ่ง ทุกครั้งที่สื่อมวลชนเผยแพร่ผลงานของตนก็จะสร้างผลกระทบได้ในหลายๆระลอก หลายระยะ ทั้งระยะสั้นระยะกลาง และระยะยาว ซึ่งผลระยะยาวที่เกิดขึ้นจากการค่อยๆ สั่งสมและตกตะกอนข้อมูลข่าวสารที่ละน้อยจะทำให้กลายเป็นผลึกทางวัฒนธรรมของคนและกลายเป็นโลกแห่งความเป็นจริงในที่สุด ดังภาพที่จะแสดงต่อไปนี้

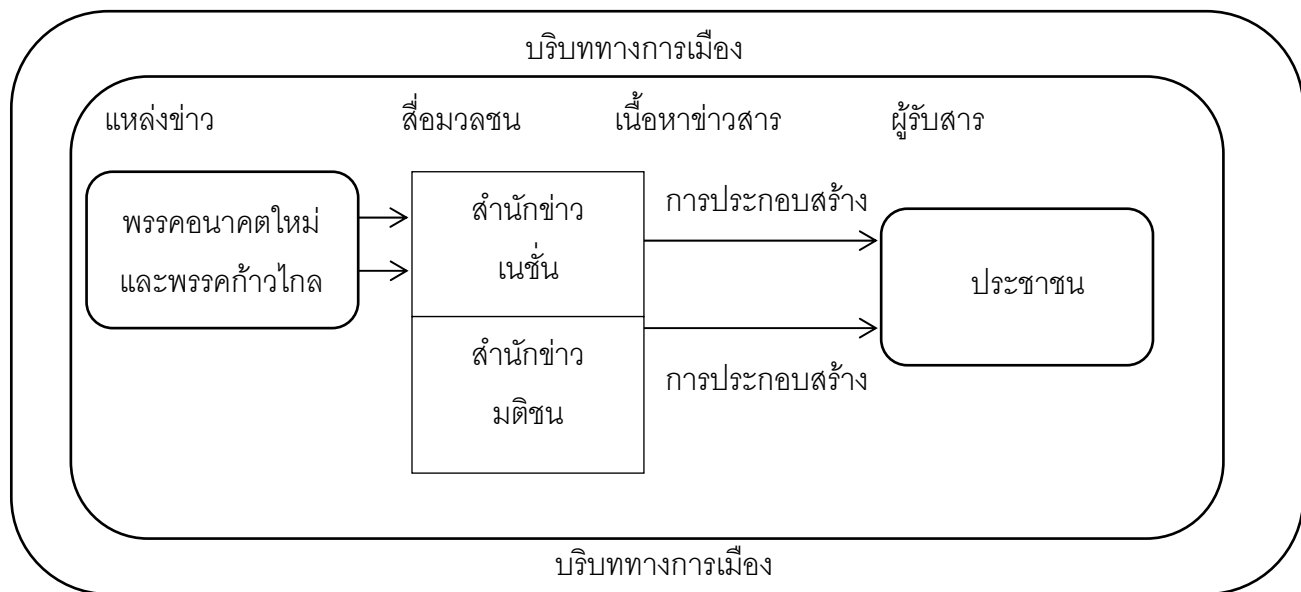
²²กาญจนา แก้วเทพ, สื่อมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : บริษัท เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์, 2543.



แบบจำลองการสร้างความหมายทางสังคมของสื่อมวลชน

ผู้วิจัยนำทฤษฎีเรื่องการประกอบสร้างความจริงทางสังคมมาศึกษา เพื่อให้เกิดความเข้าใจในทฤษฎีดังกล่าวว่าสำนักข่าวมีการประกอบสร้างความจริงทางสังคม กรณีพรรคอนาคตใหม่และพรรคก้าวไกลอย่างไร สำนักข่าวได้เลือกเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งเพียงบางส่วนมานำเสนอหรือไม่ หรือนำเสนอเหตุการณ์ทั้งหมดแต่เป็นการนำเสนอผ่านมุมมองด้านใดด้านหนึ่งของสื่อมวลชนนั้นๆ อีกทั้งเหตุการณ์ดังกล่าวได้ถูกรื้อถอนประกอบสร้างซ้ำใหม่และนำมาขยายเผยแพร่จนเหตุการณ์ด้านหนึ่งๆ นั้นได้กลายมาเป็นข้อเท็จจริงรอบด้านในสายตาประชาชนได้อย่างไร ในงานวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาเรื่องการประกอบสร้างความจริงของพรรคอนาคตใหม่และพรรคก้าวไกลผ่านพาดหัวข่าว เนื้อข่าว และข้อมูลการสัมภาษณ์ประกอบข่าวบนเว็บไซต์ของสำนักข่าวเนชั่นและสำนักข่าวมติชน ว่ามีทัศนคติ มุมมอง และการประกอบสร้างความจริงในข่าวของพรรคอนาคตใหม่และพรรคก้าวไกลอย่างไร

กรอบแนวคิดการวิจัย



ตามกรอบแนวคิดในการวิจัยจะเห็นได้ว่า สำนักข่าวเนชั่นและสำนักข่าวมติชน ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพรรคอนาคตใหม่และพรรคก้าวไกลจากนั้นจึงได้มีการประกอบสร้างนำเสนอข่าวเพื่อเล่าเรื่องราวเหตุการณ์ หรือข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น โดยนำเสนอข่าวผ่านทางเว็บไซต์ โดยสำนักข่าวอาจทำการเลือกเหตุการณ์บางเหตุการณ์ หรือความจริงบางส่วนจากความจริงที่เกิดขึ้นทั้งหมดมาประกอบสร้างข่าวๆ หนึ่งด้วยกลวิธีการเล่าเรื่อง แล้วนำเสนอไปสู่ประชาชน ซึ่งเป็นผู้รับสาร

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

มุ่งศึกษาถึงกระบวนการประกอบสร้างความจริงทางสังคม กรณีพรรคอนาคตใหม่และพรรคก้าวไกลของสำนักข่าวเนชั่นกับสำนักข่าวมติชน โดยการรวบรวมข้อมูลข่าวสารจากข่าวเกี่ยวกับพรรคอนาคตใหม่และพรรคก้าวไกล บนเว็บไซต์สำนักข่าวเนชั่น และสำนักข่าวมติชน ตั้งแต่ ปี พ.ศ.2561-พ.ศ.2563

ขอบเขตด้านระยะเวลา

เริ่มตั้งแต่พรรคอนาคตใหม่ได้ตั้งจดทะเบียนพรรคการเมือง จนกระทั่งย้ายมาสังกัดพรรคก้าวไกล ระหว่าง ปี พ.ศ.2561-พ.ศ. 2563

วิธีดำเนินการวิจัย

1. แนวทางการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประเภทการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากเอกสาร ได้แก่ ข่าวบนเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับพรรคคอนาคตีใหม่และพรรคก้าวไกลจากสำนักข่าวเนชั่นและสำนักข่าวมติชน

2. เครื่องมือในการศึกษา

2.1 วิจัยเอกสาร (Document) จากข่าวที่นำเสนอเกี่ยวกับพรรคคอนาคตีใหม่และพรรคก้าวไกลบนเว็บไซต์ของสำนักข่าวเนชั่นและสำนักข่าวมติชน

2.2 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) เป็นการสนทนาที่ผู้วิจัยมุ่งที่จะได้ตอบจากผู้ให้ข้อมูล (Key Informant) เป็นรายบุคคล

ผลการวิจัย

1. บริบททางการเมืองที่ส่งผลต่อการประกอบสร้างความจริงกรณีพรรคคอนาคตีใหม่และพรรคก้าวไกล พบว่า บริบทที่สำคัญคือ การที่ศาลรัฐธรรมนูญวินิจฉัยยุบพรรคคอนาคตีใหม่

ในวันที่ 21 มกราคม พ.ศ.2562 จากกรณีคำร้องเรื่องการให้ยืมเงินเพื่อทำกิจกรรมการเมืองในช่วงก่อนการเลือกตั้งของหัวหน้าพรรคคอนาคตีใหม่นั้น ศาลรัฐธรรมนูญได้พิจารณาว่า เงินกู้ยืมนั้นมีได้เป็นรายได้แต่ก็เป็นรายรับและเป็นเงินทางการเมือง การดำเนินการเกี่ยวกับการได้มาและการใช้จ่ายเงินเพื่อดำเนินกิจกรรมทางการเมือง จึงกระทำได้ภายในขอบเขตที่กฎหมายกำหนดไว้เท่านั้น แต่สัญญาเงินกู้ของนายธนาธร จึงรุ่งเรืองกิจ รวมทั้งหมด 191.2 ล้านบาทมีการคิดอัตราดอกเบี้ยและเบี้ยปรับไม่เป็นไปตามปกติทางการค้า ถือเป็นกรให้ประโยชน์อื่นใดแก่พรรคการเมือง ซึ่งขัดต่อพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยพรรคการเมือง พ.ศ.2560 ที่ได้มีการกำหนดแหล่งที่มาไว้ในมาตรา 62 ดังนั้นเงินส่วนใดที่พรรคนำมาใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมทางการเมืองซึ่งไม่มีแหล่งที่มาจากกฎหมายระบุไว้ เช่น การกู้เงิน ย่อมถือว่าเป็นเงินที่ได้มาโดยไม่ชอบด้วยบทบัญญัติ ห้เงินกู้ที่ไม่เป็นไปตามปกติวิสัยเมื่อรวมกับเงินบริจาคพรรคของนายธนาธร จึงรุ่งเรืองกิจ จำนวน 8.5 ล้านบาท ถือว่าขัดต่อมาตรา 66 พรรคสองว่าด้วยการรับบริจาคเงินทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดที่มีมูลค่าเกิน 10 ล้านบาทต่อปี และไม่ชอบด้วยมาตรา 72 เป็นเหตุให้สั่งยุบพรรคตามมาตรา 92 พรรค

สอง และมีมติให้สั่งเพิกถอนสิทธิสมัครรับเลือกตั้งของกรรมการบริหารพรรคที่ดำรงตำแหน่งอยู่ ณ วันที่มีการทำสัญญากู้เงินเป็นเวลา 10 ปี²³

2. สำนักข่าวเนชั่นประกอบสร้างความจริงในการนำเสนอข่าวกรณีพรรคอนาคตใหม่และพรรคก้าวไกล ช่วงปี พ.ศ. 2561-พ.ศ.2563 ให้ภาพพรรคอนาคตใหม่และพรรคก้าวไกลไปในทางลบ

เมื่อมีการนำเสนอข่าวในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง สำนักข่าวเนชั่นมักนำเสนอข่าวโดยมีจุดยืนที่จะสนับสนุนรัฐบาลและมีแนวโน้มนำเสนอข่าวในรูปแบบที่ไม่สนับสนุนภาพลักษณ์ของพรรคอนาคตใหม่และพรรคก้าวไกล ดังที่เห็นจากการเลือกใช้ภาษาในการบรรยายเนื้อหาข่าวการยุบพรรคอนาคตใหม่จากกรณีเงินกู้เมื่อ วันที่ 21 มกราคม พ.ศ.2562 “เมื่อพรรคการเมืองกู้เงินไม่ได้ การที่พรรคอนาคตใหม่รับเงินกู้มา จึงถือเป็นการรับ “เงินหรือประโยชน์อื่นใด” โดยรู้หรือควรรู้ว่าได้มาไม่ชอบด้วยกฎหมาย / คือศาลไม่ได้มองว่าเงินนั้นไม่ชอบด้วยกฎหมาย เช่น เป็นเงินค้ายา แต่มองว่าวิธีการได้มาไม่ชอบตามกฎหมาย เพราะกฎหมายไม่ได้เปิดช่องให้กู้ แต่พรรคอนาคตใหม่ดันไปกู้มา”²⁴ การเลือกใช้ข้อความพาดหัวข่าวอย่าง “อนาคตใหม่แพแตก ส.ส.แห่ชบรัฐบาล”²⁵ “ก้าวไกล”ฮึม!! หากรัฐใช้ความรุนแรง”บ๊ิกตู”ต้องออกไป”²⁶ “มีนก้าวไกลขงรี้อ รธน.ทุกมาตรา-แฉใน กมธ.ไม่เคยพูด”²⁷

นอกจากนั้นเมื่อมีการเลือกความคิดเห็นของบุคคลต่างๆมาประกอบสร้างข่าว สำนักข่าวเนชั่นจะมีการเลือกผู้ที่แสดงความเห็นไปในทางไม่สนับสนุนพรรคอนาคตใหม่และพรรคก้าวไกล ยกตัวอย่าง เช่น การแสดงความคิดเห็นของนายชูวิทย์ กมลวิศิษฎ์ เกี่ยวกับกรณีตัดสินยุบพรรคอนาคตใหม่ “เรื่องเงินกู้และหุ้นสื่อเป็นเรื่องที่คุณธนาธรก่อขึ้นมาเอง ไม่ได้มีใครอื่นเกี่ยวข้องด้วยเลยแม้แต่น้อย หากความยุติธรรมของประเทศวัดเอาแค่ยุบพรรคอนาคตใหม่ แล้วบอกว่าไม่มีความยุติธรรม ผมว่ายัง

²³ปีซีไทย. อนาคตใหม่ : มติศาลรัฐธรรมนูญสั่งยุบพรรคอนาคตใหม่ ตัดสิทธิ กก.บห. 10 ปี. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กันยายน

2563. จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-51582581>

²⁴เนชั่น. แนวโน้มคำวินิจฉัย - อนาคตใหม่ “ยุบ-ไม่ยุบ”. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2563. จาก

<https://www.nationtv.tv/main/content/378762711>

²⁵เนชั่น. อนาคตใหม่แพแตก ส.ส.แห่ชบรัฐบาล. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2563. จาก

<https://www.nationtv.tv/main/content/378763348/>

²⁶เนชั่น. “ก้าวไกล”ฮึม!! หากรัฐใช้ความรุนแรง”บ๊ิกตู”ต้องออกไป. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2563. จาก

<https://www.nationtv.tv/main/content/378800916>

²⁷เนชั่น. มีนก้าวไกลขงรี้อ รธน.ทุกมาตรา - แฉในกมธ.ไม่เคยพูด. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2563. จาก

<https://www.nationtv.tv/main/content/378790964>

ห่างไกลกับค่าน้ำมาก เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ที่ผ่านการต่อสู้ทางความคิดของคนในประเทศ อย่างเช่น สหรัฐอเมริกาคุณธนารัตน์ต้องยอมรับว่าผิดพลาดไปกับสองเรื่องนี้ เมื่อคิดว่าจะต่อสู้กับ อำนาจรัฐ ควรเรียนรู้ที่จะป้องกันไม่ให้มีช่องโหว่ แต่กลับเป็นว่า "ตกม้าตาย เองง่ายๆ" เสียเช่นนี้ เรื่อง เงินกู้ผมเคยบอกไว้ให้ชาวบ้านฟังสั้นๆง่ายๆว่า เจ้าหนี้ที่ไหนก็ล้วนมีอิทธิพลทั้งสิ้น ในทางธุรกิจ หากไป กู้เงินธนาคาร ก็ต้องทำตามระเบียบเงินกู้ของธนาคาร การครอบงำจึงเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ หากไม่ทำตาม เงื่อนไขเงินกู้ ในทางการเมือง เป็นไปไม่ได้ที่จะกู้เงินจากหัวหน้าพรรค แล้วบอกว่าพรรคดำเนินการได้ โดยอิสระ ไม่อยู่ภายใต้การครอบงำของหัวหน้าพรรค ซึ่งเป็นผู้ให้เงินกู้พรรคตัวเอง แรงปรารถนาทาง การเมืองของคุณธนารัตน์ ตอนนี้น่าคงเข้าทำนอง "เนื้อไม่ได้กิน หนังไม่ได้รองนั่ง เอากระดูกไปแขวนคอ" คิดติดตามแขวนคอมาอีกเป็นพรวนกระดิ่ง การไปยุ่งเกี่ยวกับการเมืองไทย หากอยู่ไม่เป็น เย็นไม่พอ รอ ไม่ได้ มันพังมาแล้วทุกราย ผมเคยว่าไว้แล้ว เสียตายที่เอาไปใช้ผิดทาง ผมยังเชื่ออย่างบริสุทธิ์ใจว่า ศาลยังคงเป็นสิ่งที่ประชาชนยึดมั่น มีพลังที่เข้มแข็ง ไม่อ่อนไหวไปกับพรรคการเมือง ที่มีหัวหน้าพรรค ทำผิดพลาดด้วยความอ่อนประสพการณ์²⁸ หรือจากการแสดงความคิดเห็นผ่านเฟซบุ๊กของนางสาว ปารีณา ไกรคุปต์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดราชบุรีจากพรรคพลังประชาชน "หลังจาก #ยุบ อนาคตใหม่ ขอเชิญทุกท่านรวมตัวกันไป #ฉลอง #เดินหน้าประเทศไทย"²⁹

3. สำนักข่าวมติชนประกอบสร้างความจริงในการนำเสนอข่าวกรณีพรรคอนาคตใหม่และ พรรคก้าวไกล ช่วงปี พ.ศ.2561-พ.ศ. 2563 อย่างตรงไปตรงมารอบด้าน

เมื่อมีประเด็นในการถกเถียง ก็จะนำเสนอข้อมูลจากทั้งฝ่ายสนับสนุนและฝ่ายที่คัดค้าน โดย พยายามนำเสนอข้อเท็จจริงโดยใส่ความเห็นส่วนตัวลงไปน้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยเมื่อมีการ นำเสนอข่าวเกี่ยวกับการที่ศาลตัดสินยุบพรรคอนาคตใหม่ก็จะมีการนำเสนอทั้งจากสมาชิกพรรค อนาคตใหม่คนสำคัญอย่างนางสาวพรณิการ์ วาณิช หรือ นายรังสิมันต์ โรม และทั้งจากฝั่งอื่นๆ เช่น ผู้ยื่นคำร้องศาลยุบพรรคอนาคตใหม่อย่างนายศรีสุวรรณ จรรยา หัวหน้าพรรคการเมืองอื่นอย่างนายชู วิทย์ กมลวิศิษฐ์ มีการเลือกใช้พาดหัวข่าวที่มีความกลางๆ ไม่สื่อไปในเชิงลบ ยกตัวอย่างเช่น “ธนารัตน์

²⁸เนชั่น. "ชูวิทย์" โพสต์เย้ย "อนาคตใหม่". สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2563. จาก

<https://www.nationtv.tv/main/content/378763066/>

²⁹เนชั่น. "ปารีณา" โพสต์หลังจาก #ยุบอนาคตใหม่ ลั่น ขอเชิญทุกท่านรวมตัวกันไป #ฉลอง. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน

2563. จาก <https://www.nationtv.tv/main/content/378762959/>

ขอบคุณ 1.4 หมิ่นลงชื่อ #คัดค้านยุบอนาคตใหม่”³⁰หน้า 2 : ความเห็นต่าง‘พท.-ก้าวไกล’แก้ รธน. แนะ‘ยุทธศาสตร์นำ‘กระแส’³¹ มีการนำเสนอข่าวที่ไม่โน้มเอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง สามารถนำเสนอข่าวได้ทุกฝ่ายอย่างตรงไปตรงมา

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้อ่านจำเป็นต้องรู้เท่าทันการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน เนื่องจากสื่อมวลชนมีการประกอบบาร้างข่าวของทั้งสื่อมวลชนเองและจากแหล่งข่าวก่อนที่จะนำเสนอไปยังผู้อ่าน จึงต้องมีการทำความเข้าใจ สังเกต และค้นหาข้อมูลรอบด้าน เพื่อที่จะสามารถวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารต่างๆอย่างตรงไปตรงมาได้

2. สื่อมวลชนควรได้รับการตรวจสอบเกี่ยวกับการทำงานและการนำเสนอข่าวอย่างเหมาะสม โดยในทางจริยธรรมแล้ว ไม่ควรโน้มเอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรือนำเสนอข่าวเพื่อยุยงปลุกปั่นให้เกิดกระแสความแตกแยก แต่ควรนำเสนอข่าวอย่างรอบด้าน ครบถ้วน โดยไม่อาศัยอคติหรือสอดแทรกความคิดเห็นส่วนตัวมากเกินไป

³⁰มติชน. ‘ธนาธร’ ขอบคุณ 1.4 หมิ่นลงชื่อ #คัดค้านยุบอนาคตใหม่. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2563. จาก

https://www.matichon.co.th/politics/news_1975411

³¹มติชน. หน้า2 : ความเห็นต่าง‘พท.-ก้าวไกล’แก้ รธน. แนะ‘ยุทธศาสตร์นำ‘กระแส’. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2563.

จาก https://www.matichon.co.th/politics/news_2323752

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. (2543). สื่อมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : บริษัท
เอดิชั่น เพรส โปรดักส์.

นันทนา นันทวโรภาส. (2558). สื่อสารการเมือง : ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพมหานคร
: แมสมีเดีย.

ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 131 ตอน 63 ง หน้า 33

ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 137 ตอน 36 ง หน้า 33

สุภาพร โพธิ์แก้ว. (2542). เอกสารประกอบการสอนวิชาการนำเสนอข่าวโทรทัศน์. กรุงเทพมหานคร,
ม.ป.ท.

คมชัดลึก. 10 ข่าวเด่น 'บิกตู' ทูบใต้รัฐประหาร. (21 กันยายน 2563) สืบค้นจาก

<https://www.komchadluek.net/news/detail/1985154>

บีบีซีไทย. เลือกลง 2562 : กกต. เคาะแล้วเลือกตั้ง 24 มี.ค. (21 กันยายน 2563) สืบค้นจาก

<https://www.bbc.com/thai/thailand-46955721>

เว็บไซต์พรรคอนาคตใหม่. About Us พรรคอนาคตใหม่. (21 กันยายน 2563) สืบค้นจาก

https://futureforwardparty.org/?page_id=1019

ข่าวสด. คะแนนเสียงท่วมท้น หนุน "เอก ธนาธร" นั่งหัวหน้าพรรค "อนาคตใหม่". (21 กันยายน 2563).

สืบค้นจาก https://www.khaosod.co.th/politics/news_1137247

เว็บไซต์พรรคอนาคตใหม่ About Us วิสัยทัศน์. (21 กันยายน 2563) สืบค้นจาก

https://futureforwardparty.org/?page_id=1022

เว็บไซต์พรรคอนาคตใหม่ About Us นโยบาย. (21 กันยายน 2563). สืบค้นจาก

https://futureforwardparty.org/?page_id=1027

ไทยพีบีเอส. เลือกลง 2562 : เตรียมตัวให้พร้อมก่อนเข้าคูหา กับ "คู่มือเลือกตั้ง มือใหม่". (21 กันยายน

2563). สืบค้นจาก <https://news.thaipbs.or.th/content/277479>

ไทยรัฐ. พรรคอนาคตใหม่กับการสร้างคะแนนนิยมผ่าน Social Media. (21 กันยายน 2563)

สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/news/tech/1693908>

บีบีซีไทย. อนาคตใหม่ : มติศาลรัฐธรรมนูญสั่งยุบพรรคอนาคตใหม่ ตัดสิทธิ กก.บห. 10 ปี.

(21 กันยายน 2563). สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-51582581>

บีบีซีไทย. คณะก้าวหน้า : ธารธร-ปิยนุตรเปิดโรดแมปนำประเทศออกจากวิกฤต กดดัน พล.อ.

ประยุทธ์ ลาออก. (21 กันยายน 2563). สืบค้นจาก

<https://www.bbc.com/thai/thailand-51985887>

บีบีซีไทย. พรรคก้าวไกล : ทิม-พิธาประกาศสานต่ออุดมการณ์อนาคตใหม่ นำทีม 55 ส.ส. ย้าย "บ้าน

ใหม่ หัวใจเดิม." (21 กันยายน 2563). สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/51788851>

บีบีซีไทย. พรรคก้าวไกล : มติเอกฉันท์ ทิม-พิธา นั่งหัวหน้าพรรคก้าวไกล ประกาศเริ่มบทที่ 2 ของ

อนาคตใหม่. (21 กันยายน 2563). สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-51888140>

โพสต์ทูเดย์. ซูเปอร์โพลเผยพรรคอนาคตใหม่ครองใจคนรุ่นใหม่. (21 กันยายน 2563). สืบค้นจาก

<https://www.posttoday.com/politic/news/598650>

บีบีซีไทย. อนาคตใหม่ : มติศาลรัฐธรรมนูญสั่งยุบพรรคอนาคตใหม่ ตัดสิทธิ กก.บห. 10 ปี. (21

กันยายน 2563). สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-51582581>

เนชั่น. แนวโน้มคำวินิจฉัย-อนาคตใหม่ "ยุบ-ไม่ยุบ". สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2563.

สืบค้นจาก <https://www.nationtv.tv/main/content/378762711>

เนชั่น. อนาคตใหม่แพแตก ส.ส.แห่ขบรัฐบาล. (5 พฤศจิกายน 2563) สืบค้นจาก

<https://www.nationtv.tv/main/content/378763348/>

เนชั่น. "ก้าวไกลฮึด!! หากรัฐใช้ความรุนแรง"บึกตัก"ต้องออกไป. (5 พฤศจิกายน 2563). สืบค้นจาก

<https://www.nationtv.tv/main/content/378800916>

เนชั่น. มินก้าวไกลขงรี้อ รธน.ทุกมาตรา-แฉในกมธ.ไม่เคยพูด. (5 พฤศจิกายน 2563). สืบค้นจาก

<https://www.nationtv.tv/main/content/378790964>

เนชั่น. "ซูวิทย์" โพสต์เย้ย "อนาคตใหม่". (5 พฤศจิกายน 2563) สืบค้นจาก

<https://www.nationtv.tv/main/content/378763066/>

เนชั่น. "ปารีณา" โพสต์หลังจาก #ยุบอนาคตใหม่ ลั่น ขอเชิญทุกท่านรวมตัวกันไป #ฉลอง.

(5 พฤศจิกายน 2563). สืบค้นจาก <https://www.nationtv.tv/main/content/378762959/>

มติชน. 'ธารธร' ขอบคุณ 1.4 หมิ่นลงชื่อ #คัดค้านยุบอนาคตใหม่. (5 พฤศจิกายน 2563).

สืบค้นจาก https://www.matichon.co.th/politics/news_1975411

มติชน. หน้า 2: ความเห็นต่าง'พท.-ก้าวไกล'แก่ รธน. แฉ'ยุทธศาสตร์'นำ'กระแส'. (5 พฤศจิกายน

2563). สืบค้นจาก https://www.matichon.co.th/politics/news_2323752

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าในกิจการเพื่อสังคม : กรณีศึกษาธุรกิจกาแฟ
Factors Affecting Customer Loyalty in Social Enterprise: A Case Study of Coffee Business

สดใส จิระจรรย์กุล (Sodsai Chirachariyakul)

รศ.ดร. อรพรรณ คงมาลัย

(Orapan Khongmalai)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านกาแฟแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีกรอบแนวคิดงานวิจัยประยุกต์จากแบบจำลองดัชนีความพึงพอใจลูกค้าแบบอเมริกัน ในงานวิจัยครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง แบบสอบถามได้ถูกส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง 324 คน จากกลุ่มผู้เคยซื้อหรือใช้บริการที่ร้านกาแฟแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์กลับมาจำนวน 266 ชุด หรือคิดเป็นร้อยละ 82.10 ผลการวิเคราะห์ด้วยตัวแบบสมการโครงสร้างชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านความพึงพอใจส่งผลบวกทางตรงต่อความจงรักภักดีอย่างมีนัยสำคัญ ความคาดหวังของลูกค้า คุณภาพที่ได้รับ คุณค่าที่ได้รับร่วมกันส่งผลต่อทางตรงต่อความพึงพอใจ นอกจากนี้สินค้าและบริการมีอิทธิพลมากที่สุดผ่านคุณภาพที่ได้รับ และความใส่ใจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมส่งผลผ่านคุณค่าที่ได้รับที่นำไปสู่ความพึงพอใจและความจงรักภักดี

คำสำคัญ: กิจการเพื่อสังคม; กาแฟ (ร้านกาแฟ); ความตั้งใจซื้อซ้ำ; ความจงรักภักดี; แบบจำลองดัชนีความพึงพอใจลูกค้าแบบอเมริกัน

Abstract

The purpose of this research was to determine factors influencing customer loyalty of social enterprise Café in Bangkok. This research is a quantitative research which conceptual framework applied from American Customer Satisfaction Index (ACSI) model. The data were collected by people who bought product and service at the social enterprise Café in Bangkok. Eventually, 266 usable questionnaires were collected (an 82.10% response rate) by Purposive Sampling method. Exploratory Factor Analysis (EFA) and Structural Equation Model (SEM) were used for data analysis. The research results indicate that customer satisfaction has a positive influence on customer loyalty significantly. There are customer expectation, perceived quality, and perceived value that simultaneously influence on customer satisfaction. In addition, product

and service is the most influential through perceived quality, and socio-environment concern influences through perceived value, which causes customer satisfaction and customer loyalty.

Keywords: Social Enterprise; Café (Coffee Shop); Intention to Repurchase; Loyalty; American Customer Satisfaction Index (ACSI) model

1. บทนำ

แนวโน้มอัตราการบริโภคกาแฟมีปริมาณสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเกือบทุกมุมทั่วโลก ประเทศไทยมีอัตราการบริโภคกาแฟ 300 แก้วต่อคนต่อปี (ประมาณ 1.2 กิโลกรัมต่อคนต่อปี) ขณะที่ประเทศกลุ่มประเทศยุโรปมีอัตราการบริโภคมากกว่าประเทศไทยถึง 2 เท่า หากเทียบอัตราการดื่มกาแฟต่อคนต่อปี อัตราการบริโภคในประเทศยังมีโอกาสเติบโตเมื่อเทียบกับหลายประเทศที่มีอัตราการดื่มกาแฟสูงถึง 1,000 แก้วต่อคนต่อปี เช่น ฟินแลนด์ และสหรัฐ (smartsme, 2562)

ธุรกิจกาแฟในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยังมีการแข่งขันสูง ยูโรมอนิเตอร์รายงาน ว่า ในปี 2561 ประเทศไทยมีจำนวนร้านกาแฟรวม 8,025 แห่ง เติบโตจากปีก่อนร้อยละ 4.6 และในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2557-2562) ร้านกาแฟมีอัตราการเพิ่มขึ้นเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.2 ต่อปี (ศูนย์วิจัยวิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, 2562) ซึ่งมีมูลค่ารวมของธุรกิจร้านกาแฟในประเทศสูงกว่า 1.7 หมื่นล้านบาท เติบโตขึ้นกว่า 15-20% จากปีก่อน (smartsme, 2562)

ปัจจุบันแนวโน้มความตระหนักและความเอาใจใส่ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นพร้อมๆ กับจำนวนของกิจการเพื่อสังคมที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals–SDGs) โดยมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและเสริมสร้างมาตรฐานชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในการขจัดความยากจน ลดความเหลื่อมล้ำ การมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี แผนการผลิตผลและการร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในประเทศ (United Nations Thailand, 2020)

ธุรกิจหรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) คือ กิจการที่มีจุดมุ่งหมายหลักในการแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยใช้กลไกการบริหารจัดการที่ดีของภาคธุรกิจ บวกกับความรู้ และนวัตกรรมสังคม มีความยั่งยืนทางการเงินจากรายได้หลักที่มาจากสินค้าหรือบริการโดยไม่ต้องพึ่งพาเงินบริจาค และมีการนำผลกำไรที่เกิดขึ้นไปลงทุนซ้ำเพื่อขยายผลกระทบทางสังคมที่เกิดขึ้น (สำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ, 2561)

ร้านกาแฟเป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับความนิยมสูงสุดในกิจการเพื่อสังคม Capeltic Café ร้านกาแฟแห่งหนึ่งในมหาวิทยาลัยของเม็กซิโกซึ่งมีนโยบายช่วยเหลือเกษตรกรท้องถิ่นโดยการรับซื้อเมล็ดกาแฟออกานิคจากชุมชนท้องถิ่นในราคาที่เป็นธรรม 1951 Coffee ร้านกาแฟแห่งหนึ่งในสหรัฐอเมริกา มีนโยบายจัด

ฝึกอบรมเป็นพนักงานบาร์ิสต้าให้แก่ผู้อพยพต่างถิ่นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมอบคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น Crisis ร้านกาแฟที่อังกฤษมีนโยบายช่วยเหลือกลุ่มคนไร้บ้านให้มีอาชีพเป็นบาร์ิสต้าในร้านกาแฟ รวมถึง Pallet Café ร้านกาแฟในเคนยาที่ให้โอกาสและจ้างงานผู้พิการทางหู สำหรับในประเทศไทย Café Doitung หรือ ร้านกาแฟดอยตุงโดยโครงการพัฒนาดอยตุงของมูลนิธิแม่ฟ้าหลวงที่มีนโยบายช่วยเหลือเกษตรกรชาวเขาให้มีอาชีพสุจริตแทนการปลูกฝิ่นและทำไร่เลื่อนลอยตลอดจนพัฒนาทักษะอาชีพให้มีอาชีพที่มั่นคงและยั่งยืน และร้านยืมผู้คาเฟ่ ให้โอกาสอาชีพบาร์ิสต้าแก่ผู้พิการทางหูเพื่อให้มีรายได้ที่มั่นคงและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

จากการศึกษาข้างต้นประกอบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจกาแฟรูปแบบกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยมีอยู่น้อย ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงออกแบบขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าในธุรกิจกาแฟรูปแบบกิจการเพื่อสังคม ทั้งปัจจัยด้านความคาดหวัง ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านความใส่ใจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านคุณภาพที่ได้รับ และปัจจัยด้านคุณค่าที่ได้รับ ปัจจัยด้านความพึงพอใจ ผลการศึกษานี้จะเป็นแนวทางในการปรับนโยบายและกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและนำไปสู่ความได้เปรียบในธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบกิจการเพื่อสังคมได้ต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าในธุรกิจกาแฟรูปแบบกิจการเพื่อสังคม และเสนอแนวทางปรับปรุงการพัฒนาสินค้าและบริการให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดี

3. การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดงานวิจัย

แนวคิดของงานวิจัยประยุกต์จากแบบจำลองดัชนีความพึงพอใจลูกค้าแบบอเมริกัน (American Customer Satisfaction Index (ACSI) model) (Fornell et. Al., 1996, pp.7-18) แบบจำลองซึ่งได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดความพึงพอใจรวมไปถึงความจงรักภักดีของผู้บริโภค และเพื่อให้ทราบถึงสาเหตุของปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เพิ่มเติมเนื้อหา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกิจการเพื่อสังคมและจึงทำการสรุปปัจจัยต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

3.1 ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation) เป็นความรู้สึกนึกคิดของผู้รับบริการที่ได้คาดการณ์ล่วงหน้าต่อสิ่งหนึ่งว่าเป็นสิ่งที่ควรจะเป็นหรือควรจะมี โดยจะคาดหวังว่าจะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งเป็นการคาดหวังที่จะเกิดขึ้นก่อนการซื้อสินค้าหรือบริการ ฉะนั้นผู้ให้บริการจำเป็นที่จะต้องรู้และเข้าใจความคาดหวังพื้นฐานเพื่อสนองตอบการบริการให้ตรงกับความคาดหวังและทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจหรือความประทับใจได้ สิ่งที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการ ได้แก่ การได้รับการบอกเล่า คำแนะนำจากบุคคลอื่น ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ความต้องการของแต่ละบุคคล ประสบการณ์ในอดีต ความคาดหวังนี้อาจเกิดจากเหตุการณ์ที่พบในแง่ที่บวกหรือลบก็ได้โดยมาจากปัจจัย

ต่าง ๆ กัน (Biscaia A.R., Rosa M. J., Moura e Sá.P, Sarrico.C.S, 2017) เช่น การตลาด ทางเลือกการบริโภคอื่น ๆ ประสบการณ์ในอดีต (Johnston et al., 2012)

สมมติฐานที่ 1: ความคาดหวังของลูกค้าส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพที่ได้รับ

สมมติฐานที่ 2: ความคาดหวังของลูกค้าส่งผลเชิงบวกต่อคุณค่าที่ได้รับ

สมมติฐานที่ 3: ความคาดหวังของลูกค้าส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ

3.2 สินค้าและบริการ (Product and Service) สินค้าและบริการถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของร้านค้าเนื่องจากทุกครั้งที่มีการส่งมอบเครื่องดื่มกาแฟหรือเครื่องดื่มอื่น ๆ จะมาพร้อมกับการรับบริการจากบาร์ิสต้าหรือพนักงานที่รับคำสั่งซื้อเครื่องดื่ม แม้แต่การซื้อสินค้าอื่น ๆ ก็ยังคงต้องได้รับการบริการจากพนักงานแคชเชียร์ภายในร้านยังรวมถึงสภาพแวดล้อมภายในที่สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกสบายหรือแม้แต่ทำเลที่ตั้งของร้านเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย เป็นเหตุผลที่ผู้ให้บริการจำเป็นต้องเข้าใจและสนองตอบความต้องการของลูกค้าแต่ละบุคคลได้เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงคุณภาพจากสินค้าและบริการของร้านค้าเพื่อเป็นรูปธรรมให้ได้มากที่สุด

คุณภาพของเมล็ดกาแฟเป็นองค์ประกอบหลักที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ Lobato-Calleros et al. (2016) สอดคล้องกับ คุณภาพของเมล็ดกาแฟและการหาคาแฟชนิดใหม่ๆ มาบริการเป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Han and Hyun, 2017) ความหลากหลายของชนิดกาแฟและเมนูกาแฟ โดยการปรับกลิ่นและรสชาติใหม่ เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจของลูกค้า สามารถสร้างความแปลกใหม่ ไม่จำเจ ทำให้สามารถเพิ่มยอดขายได้ (Won Seok Lee, 2018) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า เมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพ มีกลิ่นหอม รสชาติดี และมีเมนูใหม่ที่หลากหลายทำให้ลูกค้าทราบถึงคุณภาพที่ได้รับจากสินค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

ความอำนวยความสะดวกจากลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏเห็น ได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์หรือเครื่องมือ สภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้เข้ารับบริการนั้นรู้สึกถึงการบริการ (Armstrong & Kotler, 2009) อาทิเช่น สภาพแวดล้อมทางกายภาพของร้านกาแฟสตาร์บัคส์เมืองไทเปทั้ง 7 มิติ คือ บรรยากาศและความสุนทรีย์, อาหารและเครื่องดื่ม, ความสะอาด, อุณหภูมิ / แสง, สิ่งอำนวยความสะดวก, การออกแบบและที่ตั้ง คุณภาพสภาพแวดล้อมทางกายภาพเป็นหนึ่งในสิ่งสำคัญของคุณภาพประสบการณ์จากการที่ลูกค้าได้รับ (Hung-Che Wu, 2016) รวมไปถึงลูกค้ารู้สึกสะดวกสบายจากการจัดสภาพแวดล้อมภายในร้านเพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การอ่านหนังสือ หรือการได้รับประสบการณ์อื่น ๆ ในร้านกาแฟ (Tripathi & Dave, 2014; Han & Hwang, 2015; Han & Hyun, 2017; Han et al., 2012) ทั้งนี้ร้านกาแฟที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชนและสังเกตเห็นได้ง่าย เพื่อความสะดวกในการเห็นร้านกาแฟได้ง่ายในการเข้ารับบริการ (Paryani, 2011)

ระยะเวลาของการรอคอยคิวการสั่งซื้อและส่งมอบเครื่องดื่มถึงมือลูกค้า การรอคอยเป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพที่ได้รับ การปรับปรุงกระบวนการเพื่อลดเวลาในการสั่งซื้อและส่งมอบสินค้าและบริการจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Lobato-Calleros et al., 2016) มีคำแนะนำจากการศึกษาว่า การเปิดสาขาใหม่เพิ่มใกล้เคียงกับสาขาที่มีบริการใช้หนาแน่นจะช่วยเพิ่มคุณภาพการบริการและลดการรอคอยของลูกค้าได้ (Hung-Che Wu, 2016)

ความเป็นมิตร ความใส่ใจในการช่วยเหลือแก้ปัญหาของลูกค้า เห็นได้ว่า พนักงานที่มีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า (Wu 2016; Gazzoli, Hancer, & Park, 2010; Kang & Hyun, 2012; Liu & Jang, 2009; Ryu et al., 2012; Tsaur และคณะ, 2015; Wu & Liang, 2009) พฤติกรรมเหล่านี้ส่งผลบวกต่อการดำเนินงานในธุรกิจการบริการ อย่างกรณีลูกค้าได้รับความสบายใจและมีความพึงพอใจที่ได้รับการบริการจากพนักงานสตาร์บัคส์ (Won Seok Lee, Joonho Moon & Myungkeun Song, 2018)

ฉะนั้นจึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบของสินค้าและบริการเหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าจะรับรู้ถึงคุณภาพที่ได้รับจากสินค้าและบริการของร้านคาเฟ่ ซึ่งจากการรับรู้นี้จะเป็นสาเหตุที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจต่อไปได้ (ในข้อ 3.6)

สมมติฐานที่ 4: สินค้าและบริการส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพที่ได้รับ

3.3 คุณภาพที่ได้รับ (Perceived Quality) คือ การประเมินประสิทธิภาพของสินค้าหรือบริการในรูปแบบของการตอบสนองความต้องการของลูกค้าส่วนบุคคลที่ได้รับจากสินค้าและบริการของร้าน เช่น สินค้าที่มีคุณภาพ ความอำนวยความสะดวกสบาย การปฏิสัมพันธ์ ความเอาใจใส่ ความช่วยเหลือจากพนักงาน ความรวดเร็ว ความเป็นธรรมและความเท่าเทียมแก่ทุกคน รวมไปถึงประสบการณ์ในกิจกรรมต่าง ๆ ที่ลูกค้าได้รับจากร้านในหัวข้อปัจจัยต่าง ๆ ในข้อ 3.2 จนทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงคุณค่าที่ได้รับจากสินค้าและบริการกับความคุ้มค่า รวมไปถึงความพึงพอใจหรือประทับใจ ในกรณีของลูกค้าของร้าน Capeltic ได้รับคุณค่าจากการซื้อเครื่องดื่มกาแฟคุณภาพค่อนข้างดีในราคายุติธรรมเมื่อเทียบกับคุณภาพที่ได้รับ และลูกค้ามีความพึงพอใจกับคุณภาพของกาแฟ (Lobato-Calleros et al., 2016) และคุณภาพของประสบการณ์มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่า (Hung-Che Wu, 2016) รวมถึงคุณภาพของประสบการณ์เป็นบทบาทสำคัญในการเพิ่มความพึงพอใจ (Wu, Li and Li, 2014) เหล่านี้สอดคล้องกับคำกล่าวของ (Parasuraman et al., 1994) คุณภาพการบริการเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าเป็นสิ่งที่พึงพอใจและความภาคภูมิใจของลูกค้า

สมมติฐานที่ 5: คุณภาพที่ได้รับส่งผลเชิงบวกต่อคุณค่าที่ได้รับ

สมมติฐานที่ 6: คุณภาพที่ได้รับส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ

3.4 ความใส่ใจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (Socio-Environment Concern) รูปแบบการบริโภคในสังคมที่เปลี่ยนไป ผู้บริโภคมีความตระหนักถึงปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น Armstrong & Kotler (2009) กล่าวว่า การร่วมผิดชอบต่อสังคมเป็นโอกาสและเป็นการนำเสนอคุณค่าสิ่งที่ดีต่อลูกค้าและสังคม หลายบริษัทนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหนึ่งในวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร เพื่อให้ลูกค้าได้รับความรู้สึกถึงคุณค่าในการร่วมเป็นส่วนหนึ่งของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมนี้ อาทิเช่น ลูกค้าภายในมหาวิทยาลัยของร้านกาแฟ Capeltic ที่มีความตระหนักในปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม พวกเขายินดีที่จะต่อคิวและยินดีที่จะจ่ายตามราคาสินค้าเพื่อช่วยเหลือโครงการที่มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคมในท้องถิ่น (Lobato-Calleros et al., 2016) เช่นเดียวกับลูกค้าโดยดุษและคอยคำมีความเข้าใจในลักษณะของกิจการและเชื่อว่า ธุรกิจคืบประโยชน์สู่สังคมโดยช่วยแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม ลูกค้าเหล่านั้นมีความตระหนักและได้รับรู้ถึงคุณค่านั้นเมื่อพวกเขาได้ซื้อสินค้าของกิจการเพื่อสังคม (Panida Jiravarnsirikul, 2016) (Scott and Lane, 2000)

สมมติฐานที่ 7: ความใส่ใจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมส่งผลเชิงบวกต่อคุณค่าที่ได้รับ

3.5 ปัจจัยทางด้านคุณค่าที่ได้รับ (Perceived Value) คือ การประเมินคุณค่าจากการใช้ประโยชน์ของสินค้าและบริการว่ามีคุณภาพและคุ้มค่า เป็นการพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าที่ได้รับสินค้าและบริการนั้นกับราคาที่ได้จ่ายไปถึงความคุ้มค่า (Wu, Li และ Li 2016) (Biscaia A.R., Rosa M. J., Moura e Sá.P, Sarrico.C.S, 2017) คุณค่าที่รับรู้เหล่านี้มีอิทธิพลส่งถึงต่อความพึงพอใจ (Hung-Che Wu, 2016)

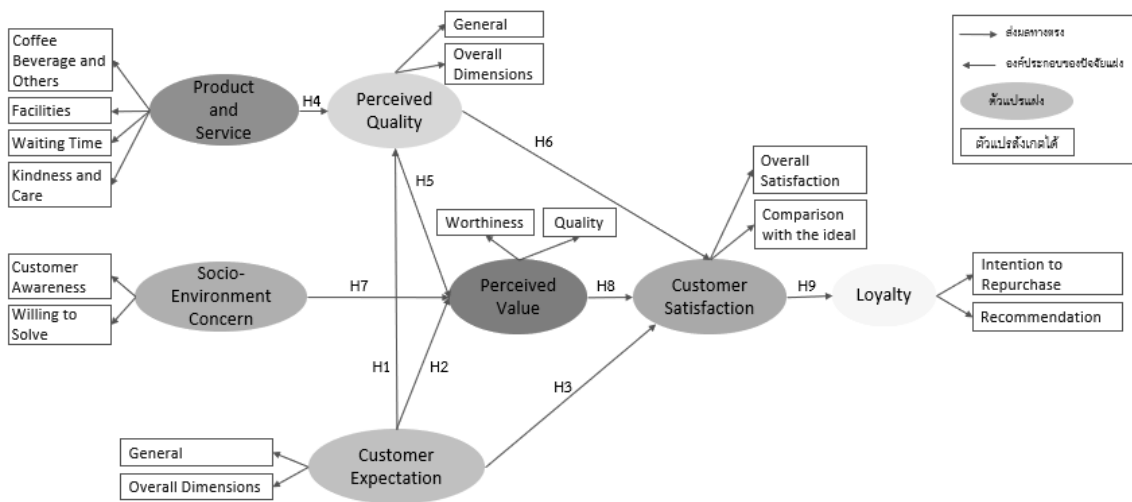
สมมติฐานที่ 8: คุณค่าที่ได้รับส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ

3.6 ความพึงพอใจ (Satisfaction) ลูกค้าจะสร้างความคาดหวังในสินค้าหรือบริการก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ เมื่อซื้อสินค้าแล้วจะประเมินและเปรียบเทียบระหว่างสินค้าและบริการนั้นกับสิ่งที่คิดหรือคาดหวังไว้ (Disconfirmation of Beliefs) เมื่อสินค้าหรือบริการนั้นตอบสนองได้มากกว่าสิ่งที่ตนเองคาดหวังไว้จะนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ลูกค้าจะใช้ระดับความพึงพอใจนี้ตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการซ้ำ (Oliver, 1980) และยังกล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากสองปัจจัยหลัก คือความคาดหวัง (Expectation) และประสิทธิภาพของสินค้าหรือบริการ (Service Quality) โดยลูกค้าจะสร้างความคาดหวังในสินค้าหรือบริการก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ จากนั้นเมื่อซื้อสินค้าแล้วก็จะประเมินประสิทธิภาพและนำมาเปรียบเทียบกับความคาดหวัง (Disconfirmation of beliefs) เมื่อสินค้าหรือบริการนั้นตอบสนองได้มากกว่าสิ่งที่ตนเองคาดหวังไว้ จะนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ลูกค้าจะใช้ระดับความพึงพอใจนี้ตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการซ้ำ หรือเกิดการตัดสินใจในการตั้งใจซื้อครั้งต่อไป (Han & Hyun, 2017) ฉะนั้นความพึงพอใจจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเพิ่มความ

จงรักภักดีของลูกค้าเชิงบวก เช่น การบอกต่อ ความตั้งใจกลับมาซื้อ และความเต็มใจจ่าย (Won Seok Lee, Joonho Moon & Myungkeun Song, 2018) และประสบการณ์ความพึงพอใจและความไว้วางใจเป็นปัจจัยให้เกิดความภักดี (Hung-Che Wu, 2016) (Wu and Li, 2014) คุณภาพและความพึงพอใจมีบทบาทอิทธิพลที่สำคัญต่อความภักดี (Wu และ Ai, 2016b) (จิรายุ โคกแก้ว และธัญนันท์ วรเศรษฐพงษ์, 2562)

สมมติฐานที่ 9: ความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดี

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐานดังกล่าวข้างต้น สามารถพัฒนากรอบแนวคิดในงานวิจัยและสมมติฐานงานวิจัย ได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย
ที่มา : ผู้วิจัย

4. วิธีการดำเนินวิจัย

กรณีศึกษา

เป็นธุรกิจเพื่อสังคมที่มีผลิตภัณฑ์กาแฟจากพื้นที่บนดอยสูงทางภาคเหนือในจังหวัดเชียงราย ซึ่งมีนโยบายช่วยแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม นำอาชีพสุจริตแก่ชุมชน ให้พ้นจากยาเสพติดติดและการทำไร่เลื่อนลอย โดยการพัฒนาคนในท้องถิ่นปลูกกาแฟและพืชเศรษฐกิจ ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และออกขายสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ผ่านร้านกาแฟสาขาทั่วประเทศเพื่อนำกำไรกลับสู่ท้องถิ่น รวมถึงการพัฒนาทักษะทางอาชีพและต่อยอดทักษะในการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มสามารถนำมาเลี้ยงชีพได้ด้วยตนเองและมีคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืนตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้คือ กลุ่มผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์หรือรับบริการจากร้านกาแฟแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกพื้นที่จังหวัดที่มีจำนวนสาขามากที่สุดในประเทศ และมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต่ำกว่า 10-20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ซึ่งมีทั้งหมด 16 ตัว โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับงานวิจัย คือ 160-320 ตัวอย่าง

แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลพัฒนาขึ้นมาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ได้ทำการทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา (content validity) โดยสัมภาษณ์นักวิชาการที่มีความเกี่ยวข้องกับกิจการเพื่อสังคมที่ประสบการณ์มากกว่า 8 ปี จำนวน 1 ท่าน และลูกค้าร้านกาแฟรูปแบบกิจการเพื่อสังคมมากกว่า 10 ปี จำนวน 2 ท่าน เพื่อพิจารณาถึงความถูกต้องด้านเนื้อหา ความเข้าใจของข้อคำถามและความชัดเจนในด้านภาษาที่ใช้ในข้อคำถาม ทั้งนี้ได้ทำการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (index of item objective congruence : IOC) โดยค่าที่ได้ควรมีค่ามากกว่า 0.5 ซึ่งถือว่าข้อคำถามที่พัฒนามีความเที่ยงตรงของเนื้อหา นอกจากนี้ได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) ของแบบสอบถามโดยทดสอบ (pilot test) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยจำนวน 30 คน โดยยอมรับการทดสอบเมื่อค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha มากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 (Nunnally, 1978) ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.954

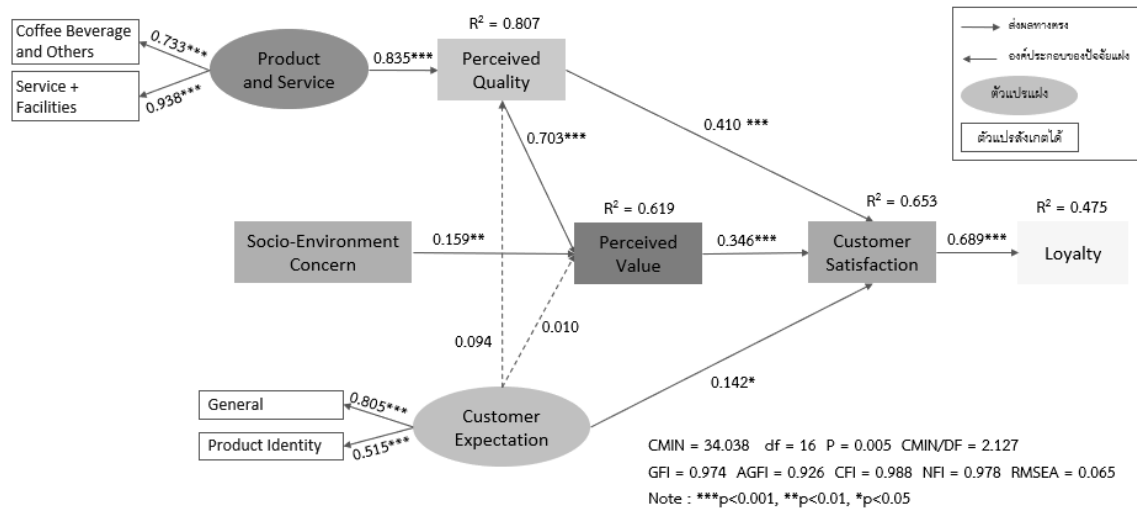
การเก็บแบบสอบถามดำเนินการโดยแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์และออฟไลน์ มีการแจกแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 324 ชุด โดยได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์กลับมาจำนวน 266 ชุด หรือคิดเป็นร้อยละ 82.10 ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 70.68 อายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.20 ระดับการศึกษาปริญญาโท 128 คน คิดเป็นร้อยละ 48.12 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 มีรายได้เฉลี่ย 45,001 บาทขึ้นไป 109 คน คิดเป็นร้อยละ 40.98 มีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์หรือรับบริการจากร้านกาแฟ 2-3 ครั้งต่อเดือน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 20.68 จำนวนเงินใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ 101-200 บาทต่อครั้ง 111 คน คิดเป็นร้อยละ 41.73 ใช้บริการรูปแบบซื้อออกรจากร้าน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 61.65 ใช้บริการร้านกาแฟในช่วงเวลา 10:01-14:00 น. 140 คน คิดเป็นร้อยละ 43.61 บริโภคเมนูกาแฟร้อน/เย็น 214 คน คิดเป็นร้อยละ 48.64 ระบุว่าร้านกาแฟเป็นองค์กรรูปแบบกิจการเพื่อสังคม 109 คน คิดเป็นร้อยละ 40.98 และเลือกใช้บริการร้านกาแฟเนื่องมาจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์ 197 คน คิดเป็นร้อยละ 32.14

โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (structural equation model: SEM) เป็นสถิติที่เลือกใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเนื่องจากเหมาะสมในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรในลักษณะของโมเดล ซึ่งสามารถเห็นความสัมพันธ์ทั้งที่เป็นอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม (Hair, 1998) ระหว่างตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Variable) ซึ่งประกอบด้วย ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation), สินค้าและบริการ (Product and Service) และความใส่ใจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (Socio-Environment

Concern) ส่วนตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Variable) ซึ่งประกอบด้วย คุณภาพที่ได้รับ (Perceived Quality), คุณค่าที่ได้รับ (Perceived Value), ความพึงพอใจ (Satisfaction) และความจงรักภักดี (Loyalty)

5. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Model) ถูกนำมาใช้ในการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงภายใน (Exogenous Variable) ซึ่งประกอบด้วย ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation), สินค้าและบริการ (Product and Service) และความใส่ใจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (Socio-Environment Concern) ส่วนตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Variable) คือ คุณภาพที่ได้รับ (Perceived Quality), คุณค่าที่ได้รับ (Perceived Value), ความพึงพอใจ (Satisfaction) และความจงรักภักดี (Loyalty) โดยวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อมด้วยการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) โดยหลังจากการปรับโมเดลพบว่า ค่าทางสถิติที่เกี่ยวข้องของทุกตัวบ่งชี้ถึงความสอดคล้องพอเหมาะพอดี (Fit) ที่ประกอบด้วย $CMIN/DF < 3$, $GFI > 0.9$, $AGFI > 0.9$, $CFI > 0.9$, $NFI > 0.9$, $RMSEA < 0.08$ (ธาณินทร์ ศิลป์จารุ, 2560) รวมถึงผลจากการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เพื่อทดสอบโมเดลในเชิงประจักษ์ที่แสดงผลทั้งทางตรงและทางอ้อม สามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตารางที่ 1 การทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

Hypothesis	Parameter			Standardized Regression Weights	P-Value	Test for Hypothesis
H1	Perceived Quality	<--	Customer Expectation	0.094	0.101	Reject
H2	Perceived Value	<--	Customer Expectation	0.010	0.896	Reject
H3	Satisfaction	<--	Customer Expectation	0.142	*	Accept
H4	Perceived Quality	<--	Product and Service	0.835	***	Accept
H5	Perceived Value	<--	Perceived Quality	0.703	***	Accept
H6	Satisfaction	<--	Perceived Quality	0.410	***	Accept
H7	Perceived Value	<--	Socio-Environment Concern	0.159	**	Accept
H8	Satisfaction	<--	Perceived Value	0.346	***	Accept
H9	Loyalty	<--	Satisfaction	0.689	***	Accept

จากภาพที่ 2 พบว่า สมมติฐานถูกปฏิเสธ 2 ข้อ คือ สมมติฐานที่ 1 ความคาดหวังของลูกค้าส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพที่ได้รับ และสมมติฐานที่ 2 ความคาดหวังของลูกค้าส่งผลเชิงบวกต่อคุณค่าที่ได้รับ และยอมรับอีก 7 สมมติฐาน ได้แก่ สมมติฐานที่ 3 ความคาดหวังของลูกค้าส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ สมมติฐานที่ 4 สินค้าและบริการส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพที่ได้รับ สมมติฐานที่ 5 คุณภาพที่ได้รับส่งผลเชิงบวกต่อคุณค่าที่ได้รับ สมมติฐานที่ 6 คุณภาพที่ได้รับส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ สมมติฐานที่ 7 ความใส่ใจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมส่งผลเชิงบวกต่อคุณค่าที่ได้รับ สมมติฐานที่ 8 คุณค่าที่ได้รับส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ สมมติฐานที่ 9 ความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดี

ผลการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ชี้ให้เห็นว่า ความพึงพอใจส่งผลโดยตรงต่อความจงรักภักดีร้อยละ 47.5 โดยมีคุณภาพที่ได้รับ, คุณค่าที่ได้รับ, และความคาดหวังของลูกค้า ทั้ง 3 ปัจจัยนี้ร่วมกันส่งผลต่อความพึงพอใจร้อยละ 65 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงที่ 0.410, 0.346 และ 0.142 ตามลำดับ และทั้ง 3 ปัจจัยนี้ส่งผลทางอ้อมผ่านความพึงพอใจนำไปสู่ความจงรักภักดี นอกจากนี้ สินค้าและบริการส่งผลทางตรงต่อคุณภาพที่ได้รับโดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงที่สูงที่สุดที่ 0.835 และส่งผลทางอ้อมต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดี โดยสินค้าและบริการมี 2 องค์ประกอบ คือ การบริการและการอำนวยความสะดวกซึ่งมีค่าน้ำหนักปัจจัยมากกว่าเครื่องสำอางค์และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ 0.938 และ 0.733 ตามลำดับ อีกทั้งคุณภาพที่ได้รับนี้ยังส่งผลทางตรงต่อคุณค่าที่ได้รับโดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงที่ 0.703

ผลการวิจัยยังพบว่า ความคาดหวัง มี 2 องค์ประกอบ คือ ความคาดหวังโดยทั่วไปซึ่งมีค่าน้ำหนัก บัณฑิตมากกว่าความคาดหวังในเอกลักษณ์ของสินค้า ที่ 0.805 และ 0.515 ตามลำดับ โดยความคาดหวัง ได้ส่งผลทางตรงต่อความพึงพอใจและยังส่งผลทางอ้อมต่อความจงรักภักดี แต่ไม่ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพ ที่ได้รับและคุณค่าที่ได้รับ

นอกจากนี้ คุณภาพที่ได้รับและความใส่ใจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมร่วมกันส่งผลต่อคุณค่าที่ได้รับ ร้อยละ 61.9 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงที่ 0.703 และ 0.159 ตามลำดับ ทั้ง 2 ปัจจัยนี้ยัง ส่งผลทางอ้อมต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดี

6. อภิปรายผลการวิจัย

ในสภาวะเศรษฐกิจถดถอยและมีการแข่งขันทางการตลาดสูงอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มการได้เปรียบ ทางด้านการแข่งขันของตลาดเพื่อสังคม ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า คุณภาพของสินค้าและการบริการ ส่งผลต่อคุณภาพที่ได้รับ สอดคล้องกับหลักคุณภาพการให้บริการ SERVQUAL (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1990) และคุณภาพที่ได้รับเหล่านั้นส่งผลต่อคุณค่าที่ได้รับและยังส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจ กระทั่งไปสู่ความจงรักภักดีอย่างมีนัยสำคัญสอดคล้องกับแบบจำลองดัชนีความพึงพอใจลูกค้าแบบ อเมริกัน (Fornell et. Al., 1996) ซึ่งมีองค์ประกอบ 3 ปัจจัย คือ คุณภาพที่ได้รับ คุณค่าที่ได้รับ และความ คาดหวังส่งผลต่อความพึงพอใจ และยังไปสู่ความจงรักภักดี โดยลูกค้านั้นมีพฤติกรรมกลับมาซื้อซ้ำหรือ บอกต่อถึงคุณภาพสินค้าและบริการแก่คนอื่น ๆ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จทางการตลาดและธุรกิจสามารถ อยู่รอดได้ในขณะที่ตลาดมีการแข่งขันสูงพร้อมกับภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย

จากการศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้ามาจากประสิทธิภาพของสินค้าหรือบริการ (Service Quality) ซึ่งสอดคล้องกับ (Oliver, 1980) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากสองปัจจัยหลัก คือ ความคาดหวัง (Expectation) และประสิทธิภาพของสินค้าหรือบริการ (Service Quality) โดยลูกค้าจะ สร้างความคาดหวังในสินค้าหรือบริการก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ซึ่งจากการศึกษานี้ ความคาดหวังของลูกค้า มี 2 องค์ประกอบ คือ ความคาดหวังจากการได้รับบริการที่มีคุณภาพและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็น เอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น เมล็ดกาแฟ เมล็ดกาแฟเครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ โดยรวม ขณะที่ความคาดหวังนี้ไม่ได้ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพที่ได้รับและคุณค่าที่ได้รับ กล่าวคือ ลูกค้า อาจไม่ได้ตั้งความคาดหวังไว้เมื่อเปรียบเทียบกับราคาหรือความคุ้มค่าที่ได้รับ นอกจากนี้กลุ่มลูกค้าที่มีความแตกต่างกันทางวัฒนธรรมอาจทำให้คุณภาพในการรับรู้ของการบริการมีความแตกต่างกันไป (Benjamin J. C. Yuan, Hung-Fan.C, and Gwo-Hshiong.T, 2015) ความคาดหวังนี้อาจเกิดจาก เหตุการณ์ที่พบในแง่ที่บวกหรือลบที่มาจากปัจจัยที่ต่างกัน (Biscaia A.R., Rosa M. J., Moura e Sá.P, Sarrico.C.S, 2017) เช่น ทางเลือกสินค้าและบริการอื่น ๆ ในบริเวณทำเลที่ตั้งเดียวกัน อาจทำให้ลูกค้ามีความหลากหลายที่แตกต่างกัน

และยังพบว่า การบริการและความอำนวยความสะดวกที่มีคุณภาพเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดอันได้แก่ ความเป็นมิตร ความใส่ใจและความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า (Wu 2016; Gazzoli, Hancer, & Park, 2010; Kang & Hyun, 2012; Liu & Jang, 2009; Ryu et al., 2012; Tsaur และคณะ, 2015; Wu & Liang, 2009) รองลงมาคือ สินค้า คือ เมนูเครื่องดื่มกาแฟและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ซึ่งเครื่องดื่มกาแฟควรใช้เมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพ เพื่อความหอมกรุ่น รสชาติดี และควรจะมีเมนูที่หลากหลายเพื่อให้ลูกค้าทราบถึงคุณภาพที่ได้รับจากสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัย (Han and Hyun, 2017) เมนูที่หลากหลายช่วยดึงดูดใจลูกค้า สร้างความแปลกใหม่ ไม่จำเจ ทำให้สามารถเพิ่มยอดขายได้ (Won Seok Lee, 2018) ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับเรื่องคุณภาพการบริการเป็นที่ยอมรับทำให้เกิดความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า (Parasuraman et al., 1994) ทั้งนี้ความพึงพอใจยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค (Kotler, 1997) และทำให้เกิดการตั้งใจซื้อครั้งต่อไป (Han & Hyun, 2017)

นอกจากนี้ ผลการวิจัยนี้ได้นำแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมของ Armstrong & Kotler (2009) ที่กล่าวถึงรูปแบบการตลาดซึ่งผู้บริโภคได้เริ่มมีความตระหนักของปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับงานวิจัยว่า ลูกค้าตระหนักและมีความยินดีที่ซื้อสินค้าและบริการของกิจการเพื่อสังคม ความรู้สึกถึงคุณค่าที่ได้รับจากการที่ได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนและช่วยเหลือแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรายได้หรือกำไรนั้นคืนกลับสู่เกษตรกรท้องถิ่นและเพื่อพัฒนาทักษะอาชีพ และยินดีที่จะช่วยเหลือโครงการช่วยเหลือสังคมในท้องถิ่น (Lobato-Calleros et al., 2016) ลูกค้ามีความตระหนักและได้รับรู้ถึงคุณค่านั้น (Panida Jiravarnsirikul, 2016) (Scott and Lane, 2000) กระทั่งนำไปสู่ความพึงพอใจ

ความคาดหวัง สินค้าและบริการ คุณภาพที่ได้รับ ความใส่ใจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และคุณค่าที่ได้รับ เป็นปัจจัยทางอ้อมที่สนับสนุนให้เกิดความจงรักภักดี เริ่มจากสินค้าและบริการเป็นอันดับแรก ลูกค้าเห็นความสำคัญกับคุณภาพของการบริการในความเอาใจใส่ การให้บริการที่รวดเร็ว การเข้าใจ คำสั่งซื้อ การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า รวมไปถึงความสะดวกในพื้นที่ใช้งานเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในร้าน การบริการและความอำนวยความสะดวกทั้งหลายเหล่านี้เป็นลักษณะพื้นฐานของร้านคาเฟ่ อย่างไรก็ตามก็ดีร้านคาเฟ่ควรนำเสนอเครื่องดื่มด้วยวัตถุดิบคุณภาพดี สดใหม่ มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีรสชาติเป็นมาตรฐานทุกสาขา และมีขนม ของว่าง และผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายอยู่เสมอ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรับรู้ถึงคุณภาพที่ทางร้านคาเฟ่ส่งมอบให้ ปัจจัยที่สองคือ ความใส่ใจด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม กระแสนิยมแนวคิดของความมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมมีอยู่ไม่น้อยในสังคม การทำให้ลูกค้าได้รับรู้คุณค่าของการมีส่วนร่วมหรือช่วยเหลือการแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม ในกิจกรรมขององค์กรได้ เช่น การสร้างอาชีพที่สุจริต การฝึกเสริมสร้างทักษะ การเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้ไปสู่ชุมชน เพื่อลดการเหลื่อมล้ำทางสังคม รวมไปถึงการลดของเสียที่เกิดจากกระบวนการห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าและบริการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ของร้านที่จะก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม การรักษา

ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น ซึ่งที่มาและความจำเป็นของโครงการจะทำให้ลูกค้าเกิดความยินดีที่จะสนับสนุนสินค้าและบริการของร้านค้ารูปแบบกิจการเพื่อสังคมได้ ปัจจัยที่สามคือ ความคาดหวัง ร้านค้าควรนำเสนอการบริการที่มีคุณภาพผ่านพนักงานที่มีเป็นมิตรและเอาใจใส่ต่อลูกค้า ยินดีให้การช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมถึงการส่งมอบคุณภาพของเมนูเครื่องดื่มที่แตกต่างจากแบรนด์อื่น ๆ ปัจจัยเหล่านี้ ร้านค้าพึงควรปรับเปลี่ยนให้ทันต่อความต้องการของลูกค้าเพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจและนำไปสู่การซื้อซ้ำและบอกต่อคุณภาพของสินค้าและบริการเหล่านี้แก่ผู้อื่นได้ เป็นหนทางซึ่งนำไปสู่กำไรเชิงธุรกิจและคืนกำไรสู่สังคมโครงการที่จะยังประโยชน์ในการช่วยเหลือปัญหาทางสังคมและสิ่งแวดล้อมให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้

7. ข้อเสนอแนะ

ในเชิงบริหารจัดการ การที่ผู้ประกอบการจะมีความจงรักภักดีในค้ารูปแบบกิจการเพื่อสังคมนั้น เจ้าของผู้ประกอบการรวมถึงผู้จัดการร้านค้าพึงให้ความสำคัญกับหัวใจของธุรกิจคือการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ถึงคุณภาพและคุณค่าที่ได้รับจากสินค้าและบริการอันนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าได้ รวมไปถึงความคาดหวังของลูกค้าที่ต้องการรับบริการด้วยความเป็นมิตรและมีความเอาใจใส่ให้การอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ด้วยความยินดี รวมถึงมีเมนูเครื่องดื่มกาแฟที่มีคุณภาพและมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อที่หลากหลาย นอกจากนั้นการประชาสัมพันธ์วัตถุประสงค์ของโครงการเกี่ยวกับการช่วยเหลือแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมให้ลูกค้าทราบเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงคุณค่าที่จะได้เป็นส่วนหนึ่งของการช่วยเหลือตามวัตถุประสงค์ในโครงการนั้น

ในเชิงวิชาการ ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมกิจการเพื่อสังคมในกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ หรือกลุ่ม SME ซึ่งมีความจำเพาะของปัจจัยที่แตกต่างกัน อาทิ นโยบายหรือวัตถุประสงค์ของกิจการเพื่อสังคม ลักษณะเฉพาะของสินค้า รูปแบบการให้บริการ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อจะได้ทราบถึงบริบทในธุรกิจรูปแบบกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยได้อย่างครบถ้วน

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2562). การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS. (พิมพ์ครั้งที่ 3).

กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดดา.

จิรายุ โคกแก้ว และธัญนันท์ วรเศรษฐพงษ์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของการบริโภค

ผลิตภัณฑ์นมไทย-เดนมาร์คและผลิตภัณฑ์นมโฟรโมส. การประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2562 การจัดการในยุคเทคโนโลยีเส้นทางการเปลี่ยนแปลง, 457-563.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. (พิมพ์ครั้งที่ 17).

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ห้างหุ้นส่วนสามัญบิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

- Armstrong G., & Kotler P. (2009). Marketing: An Introduction, 9th Edition. University of North Carolina: Pearson..
- Hair, J. F., Tatham, R. L., Rolph E.A., & Black, W. C. (1998). Multivariate Data Analysis, 5th ed., Prentice-Hall, New Jersey.
- Han, H., & Hyun, S. S. (2017). Impact of hotel-restaurant image and quality of physical-environment, service, and food on satisfaction and intention. International Journal of Hospitality Management, 63, 82–92.
- Hung-Che Wu. (2016). What drives experiential loyalty? A case study of Starbucks coffee chain in Taiwan, British Food Journal, 119(3), 2017. 468-496.
- Kotler, P., Kartajaya, H. and Setiawan, I. (2011), Marketing 3.0, LID, Barcelona.
- Lee, J. M. & Song. M. (2018). Attributes of the coffee shop business related to customer satisfaction. Journal of Foodservice Business Research, 21(6), 628-641.
- Maria, Karla & Paulina. (2016). Development and testing of an assessment model for social enterprises The case of Capeltic in Mexico. Business Process Management Journal, 22(5), 1009-1020.
- Nunnally, J. C. (1978). Psychometric Theory, McGraw Hill, New York, NY.
- Oliver, R.L. (1980). "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions", Journal of Marketing Research. 17 : 460-469.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1994), "Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research", Journal of Marketing, Vol. 58 No. 1, pp. 111-125.
- Zhengwei, M., Guanglin, P., Xiucheng, D., & Chi, C. (2017). The situation analysis of shale gas development in China-based on Structural Equation Modeling. Renewable and Sustainable Energy Reviews, 67, 1300–1307.
- สี่อิลเล็กทรอนิกส์
 ยูโรมอเนเตอร์. ส่วนแบ่งตลาดธุรกิจร้านกาแฟ ปี 2560. (ธันวาคม 2560) สืบค้นจาก <http://fic.nfi.or.th/FoodMarketShareInThailandDetail.php?id=227>
- ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. ธุรกิจร้านกาแฟในประเทศไทย. (มกราคม 2562) สืบค้นจาก <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=207>

- Biscaia, Ana Rita; Rosa, Maria J.; Moura E Sá, Patrícia; Sarrico, Cláudia S. International Journal of Quality & Reliability Management. 2017, Vol. 34 Issue 9, p1508-1529. 22p. DOI: 10.1108/IJQRM-03-2015-0039.
- Panida Jiravarnsirikul. (2016). Thai consumers' behavior and attitude towards purchasing products from social enterprises. Retrieved from doi 10.14457/TU.the.2016.411
- Smartsme. เทรนด์ธุรกิจกาแฟปี 2019. (2562) Retrieved from <https://www.smartsme.co.th/content/220388>
- SME Update. ตลาดกาแฟออร์แกนิก เข้ม แรง แขงทุกความขม. (2020) Retrieved from <https://www.bangkokbanksme.com/en/organic-coffee-market>
- Wu, H.C. and Li, T. (2014), "A study of experiential quality, perceived value, heritage image, experiential satisfaction, and behavioral intentions for heritage tourists", Journal of Hospitality & Tourism Research, doi: 10.1177/1096348014525638.
- Wu, H.C., Li, T. and Li, M.Y. (2016), "A study of behavioural intentions, patient satisfaction, perceived value, patient trust and experiential quality for medical tourists", Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, Vol. 17 No. 2, pp. 114-150. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/1528008X.2015.1042621?needAccess=true>
- Wu, H.C. and Ai, C.H. (2016b), "A study of festival switching intentions, festival satisfaction, festival image, festival affective impacts, and festival quality", Tourism and Hospitality Research, Vol. 16 No. 4, pp. 359-384. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1467358415610375>

รูปแบบการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่
ใช้แรงงานต่างด้าว

Human Resource Management Development Model for Small and Medium Enterprises Using
Foreign Workers

สมทรง รักษาพล¹

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาสภาพและความต้องการการพัฒนาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว 2. เพื่อพัฒนารูปแบบการพัฒนาการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3. เพื่อประเมินรูปแบบการพัฒนาการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว โดยการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Information) เกี่ยวกับสภาพและความต้องการการพัฒนาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว คือ ผู้บริหารงาน ผู้กำหนดกลยุทธ์องค์กร หรือผู้รับผิดชอบและปฏิบัติงานทรัพยากรมนุษย์โดยตรงในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว ซึ่งยินดีเข้าร่วมงานวิจัยครั้งนี้ จำนวน 19 ท่าน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) พบว่าองค์ประกอบรูปแบบการพัฒนาการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว ได้แก่ 1. การวางแผนทรัพยากรบุคคล (Human Resources Planning) 2. การสรรหาและคัดเลือกบุคคลากร (Recruitment and Selection) 3. กฎหมายแรงงานและแรงงานสัมพันธ์ (Labor Law and Employee Relations) 4. การบริหารค่าจ้างและสวัสดิการ (Compensation and Welfare) 5. การฝึกอบรมและพัฒนา (Training and Development) 6. การบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management) 7. การพัฒนาองค์กร (Organization Development) 8. การบริหารความก้าวหน้าในอาชีพ (Career Development)

คำสำคัญ; แรงงานต่างด้าว, การบริหารทรัพยากรมนุษย์, รูปแบบการพัฒนา

Abstract

Subject research Human Resource Management Development Model for Small and Medium Enterprises Using Foreign Workers Objectives 1. To study the status and needs of human

¹ นักศึกษาลำดับต้นสุดของบัณฑิตศึกษากฎหมายกับการบริหาร คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

resource management development of small and medium enterprises using foreign workers. 2. To develop a human resource management development model of small and medium-sized businesses that 3. To assess the development of human resource management of small and medium businesses that use foreign workers. This research is a qualitative research that conducts in-depth interviews with key informants on the condition and needs of human resource management development of small and medium-sized enterprises using foreign workers, namely executives. Strategist organization or the person responsible for and direct human resource work in small and medium enterprises that employ foreign workers. The participants were welcome to participate in this research of 19 people using purposive sampling. Found this study was that the human resource management development model elements for small and medium enterprises employing foreign workers were: 1. Planning. Human Resources Planning, 2. Recruitment and selection of personnel (Recruitment and Selection) 3. Labor Law and Employee Relations 4. Wages and welfare management. (Compensation and Welfare) 5. Training and Development 6. Performance Management 7. Organizational development (Organization Development) 8. Career Development Management.

Keywords; Foreign workers, human resource management, development model

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรได้ถูกชี้ชัดว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สามารถทำให้บริษัทสามารถได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนในโลกปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูง องค์กรที่สามารถโน้มน้าวพฤติกรรมและสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานโดยผ่านระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์จะเป็นองค์กรที่สามารถเพิ่มผลการปฏิบัติงานขององค์กร และความอยู่รอดขององค์กรได้ (Huselid, 1995, Seleim, Ashour, & Bantis, 2007; Yang & Lin, 2009, Boxall, 2012) คำว่าคนเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่ามากที่สุดในองค์กรสามารถพบเห็นได้บ่อยครั้งในพันธกิจหรือรายงานประจำปีขององค์กร เนื่องจากทรัพยากรมนุษย์นั้นจัดเป็นสินทรัพย์ที่สามารถก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเพราะยากที่จะลอกเลียนแบบจากคู่แข่ง และยากที่จะทดแทนได้ถึงแม้จะเป็นในองค์กรเดียวกันก็ตาม และสิ่งที่สำคัญอีกประการคือการมีคนอยู่ในตำแหน่งและเวลาที่ถูกต้องนั้นเป็นความสำคัญสูงสุดเพื่อความสำเร็จและการอยู่รอดของทุกองค์กร (Oladipo & Abdulkadir, 2011; Abdulkadir, 2012) ในหลายองค์กรได้มีการนำการบริหารทรัพยากรมนุษย์ไปใช้ ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรมักจะมีคำถามต่างๆ เกี่ยวกับการสร้างคุณค่า (Value Creation) ของบุคลากรต่อองค์กร เช่น บุคลากรเหล่านั้นมีส่วนช่วยให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กรได้จริงหรือไม่ การวัดผลจะใช้วิธีใด รวมถึงมีวิธีการบริหารบุคลากรอย่างไรที่จะทำให้บุคคลเหล่านั้นแสดง

พฤติกรรมที่สอดคล้องกับการสร้างคุณค่าต่อองค์กรได้ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นหน่วยงานหนึ่งขององค์กรเสมือนเพียงตัวหนึ่ง หรือเครื่องจักรตัวหนึ่งที่ต้องร่วมสร้างมูลค่าธุรกิจ (Value Creation) ให้องค์กรเช่นกัน หรือที่เรามักจะได้ยินว่าการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) นั่นเอง หากทุกหน่วยงานในองค์กรมีความเข้าใจบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ รวมถึงการมีสำนักรับผิดชอบ (Accountability) มีจิตสำนึก (Conscious) ที่ดี ย่อมทำให้องค์กรได้รับประโยชน์สูงสุดแน่นอนดังนั้นทุกหน่วยงานจึงต้องแข่งขันกันสร้างคุณค่าทางธุรกิจให้องค์กร และการแข่งขันกันสร้างมูลค่าธุรกิจต้องสร้างความสามารถได้เปรียบในการแข่งขัน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ก็คือหน่วยธุรกิจขององค์กรที่ต้องแข่งขันกับ ฝ่ายงานด้านการตลาด ที่สร้างมูลค่าทางธุรกิจให้องค์กรด้วยการสร้างยอดขายให้บรรลุเป้าฝ่ายปฏิบัติการ สร้างมูลค่าธุรกิจด้วยการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้มีต้นทุนที่เหมาะสมหรือฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ สร้างมูลค่าธุรกิจด้วยการจัดฐานข้อมูลที่ถูกต้อง รวดเร็วทันเวลาเพื่อช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง และนโยบายที่เหมาะสม ส่วนฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ สร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจได้ด้วยการสนับสนุนให้ทุกหน่วยงานในองค์กรมีระบบการปฏิบัติงานที่ดี และให้ความเห็นต่อการควบคุมติดตามผลงานของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อที่จะสร้างมูลค่าธุรกิจให้องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

สำหรับหลายองค์กรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Development) ด้วยเชื่อว่าการพัฒนานี้จะสร้างบุคลากรที่มีศักยภาพสูง (Talent) ให้แก่องค์กร และนำพาองค์กรสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (The competitive advantage) เพื่อให้องค์กรคงอยู่และดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ บรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กรต่อไปได้อย่างยั่งยืน (Sustainable Organization) ดังนั้นแล้วการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการดำรงอยู่อย่างยั่งยืนขององค์กร โดยสมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย ได้มีการตั้งคณะกรรมการโครงการกำหนดมาตรฐานความสามารถทางวิชาชีพขึ้นเพื่อเป็นการส่งเสริมและยกระดับให้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรมีความเป็นมืออาชีพเพิ่มขึ้น โดยงานทรัพยากรมนุษย์นั้นเริ่มตั้งแต่การวางแผนทรัพยากรบุคคล (Human Resources Planning) รวมถึงการวิเคราะห์อัตรากำลังคนที่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ การสรรหาและคัดเลือกบุคคลากร (Recruitment and Selection) ที่เหมาะสมกับงานที่ทีมงาน และองค์กร กฎหมายแรงงานและแรงงานสัมพันธ์ (Labor Law and Employee Relations) เพื่อให้เกิดการปฏิบัติที่ถูกต้องตามกฎหมายและการทำงานร่วมกันอย่างปกติสุข การบริหารค่าจ้างและสวัสดิการ (Compensation and Welfare) ให้เกิดความเป็นธรรมและตอบสนองต่อความพึงพอใจทั้งฝั่งองค์กรและบุคลากร การฝึกอบรมและพัฒนา (Training and Development) เพื่อให้เข้าใจเป้าหมาย กลยุทธ์ธุรกิจ และพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรให้ตอบสนองต่อเป้าหมายและกลยุทธ์ธุรกิจได้ การบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management) ให้เกิดการวัด การประเมิน การให้ข้อมูลย้อนกลับ เพื่อปรับปรุงงานอันจะนำไปสู่การเป็นองค์กรที่มุ่งสู่ความสำเร็จ การพัฒนาองค์กร (Organization Development) ด้วยเครื่องมือและแนวทางใหม่ๆ เตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆที่เกิดขึ้นในภาคธุรกิจ การบริหาร

ความก้าวหน้าในอาชีพ(Career Development) ให้แก่บุคคลากรในองค์กรให้มีการเติบโตในหน้าที่การงานของแต่ละบุคคล เป็นต้น (ที่มา: สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย)

สำหรับปัจจุบันตลาดแรงงานไทยพึ่งพาแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำเพิ่มสูงขึ้นมาก โดยส่วนใหญ่ทำงานในประเภท 3D (difficult, dirty and dangerous) ซึ่งเป็นงานที่คนไทยไม่นิยมทำ และยังขยายขอบเขตไปในหลายกิจกรรมมากขึ้น นอกจากนี้ ยังพบว่า บริษัทที่พึ่งพาแรงงานต่างด้าวในระดับสูงมักเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีการใช้แรงงานเข้มข้น รวมทั้งบริษัทเหล่านี้ยังมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันชัดเจนในแต่ละประเภทธุรกิจ ซึ่งอาจจะสะท้อนถึงนโยบายของการออกแบบนโยบายการบริหารจัดการแรงงานต่างด้าวที่เฉพาะเจาะจงและตรงจุดมากขึ้น จากเหตุการณ์ในประเทศสิงคโปร์ ที่พบผู้ติดเชื้อโควิด-19 จำนวนหลายรายในกลุ่มแรงงานต่างด้าว ทำให้ประเด็นเรื่องแรงงานต่างด้าวในไทยได้รับความสนใจมากขึ้น โดยที่ผ่านมาไทยมีมาตรการต่าง ๆ ที่ช่วยควบคุมการระบาดของโรคในกลุ่มแรงงานต่างด้าว เช่น การระงับการเคลื่อนย้ายแรงงานตามชายแดน การชะลอการอนุมัตินำเข้าแรงงานต่างด้าว และการผ่อนปรนแรงงานต่างด้าวที่ใบอนุญาตจะหมดอายุให้สามารถอยู่ในประเทศไทยได้ โดยมาตรการเหล่านี้ถือเป็นแนวทางการบริหารจัดการในระยะสั้น อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการแรงงานต่างด้าวในระยะยาวก็ถือเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะในสภาวะที่การเคลื่อนย้ายแรงงานต่างด้าวอาจกำลังเปลี่ยนแปลงไป โดยภาพของตลาดแรงงานในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทโลก ทำให้เห็นการเคลื่อนย้ายแรงงานจากภาคเกษตรกรรมเข้าสู่ภาคการผลิตและภาคบริการ ปัญหาเชิงโครงสร้างที่ตลาดแรงงานไทยกำลังเผชิญไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาของเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดดที่มีการนำระบบอัตโนมัติมาทดแทนแรงงานในภาคการผลิต การเข้าสู่สังคมสูงวัยที่มีสัดส่วนผู้สูงอายุเพิ่มสูงขึ้น และจากข้อมูลแบบสำรวจภาวะการทำงานของประชากรไทย สำนักงานสถิติแห่งชาติ สะท้อนถึงแนวโน้มการออกไปสู่นอกกำลังแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้นของกลุ่มวัยกลางคนในระยะหลัง ทำให้สาขาที่ใช้แรงงานเข้มข้นอย่างภาคเกษตรกรรม ประมงและก่อสร้างประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในงานที่คนไทยไม่นิยมทำเพราะเห็นว่าเป็นงานหนัก สกปรก และอันตราย ส่งผลให้แรงงานต่างด้าวเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยมากยิ่งขึ้น

สำหรับภาพแรงงานต่างด้าวในไทยในช่วงเกือบสองทศวรรษที่ผ่านมา โดยใช้ข้อมูลผู้ประกันตนภาคบังคับจากสำนักงานประกันสังคม ซึ่งข้อมูลนี้แสดงภาพลูกจ้างแรงงานต่างด้าวที่อยู่ในระบบประกันสังคมกว่า 1 ล้านคน ครอบคลุมร้อยละ 35.5 ของแรงงานต่างด้าวถูกกฎหมายทั้งหมด หากพิจารณาการกระจายตัวของค่าจ้างต่อเดือนของแรงงานต่างด้าว จะพบว่า สามารถแบ่งแรงงานต่างด้าวออกเป็น 2 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มที่มีค่าจ้างน้อยกว่า 15,000 บาท และ (2) กลุ่มที่มีค่าจ้างเท่ากับ 15,000 บาท (ซึ่งเป็นเพดานเงินเดือนสำหรับคำนวณเงินสมทบนำส่งกองทุนประกันสังคม) ความแตกต่างของค่าจ้างนี้มีส่วนสะท้อนความแตกต่างของผลิตภาพการผลิต (productivity) และทักษะของแรงงานที่แตกต่างกันของแรงงานทั้งสองกลุ่ม ดังนั้น เราจะแทนแรงงานกลุ่มแรกที่มีค่าจ้างน้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือนว่า แรงงานต่างด้าวทักษะต่ำ (low-skilled workers) และแทนแรงงานกลุ่มที่มีค่าจ้างเท่ากับ 15,000 บาทต่อเดือนว่า

แรงงานต่างด้าวทักษะสูง (high-skilled workers) จะเห็นได้ว่า แรงงานต่างด้าวทักษะต่ำมีจำนวนมากกว่า แรงงานต่างด้าวทักษะสูงหลายเท่าตัวโดยแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำส่วนใหญ่ คือ แรงงานเมียนมา กัมพูชา และลาว ขณะที่แรงงานทักษะสูงส่วนใหญ่ คือ แรงงานญี่ปุ่น จีน ฟิลิปปินส์ อินเดีย และอังกฤษ

ดังนั้น แรงงานต่างด้าวทักษะต่ำซึ่งเป็นแรงงานต่างด้าวกลุ่มใหญ่ในไทย โดยมุ่งความสนใจไปที่ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของการจ้างงานแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำ อุตสาหกรรมที่พึ่งพาแรงงานส่วนนี้ รวมถึงระดับการพึ่งพา ตลอดจนลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการที่จ้างแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำในไทย โดยจะนำเสนอในรูปแบบของข้อเท็จจริง 4 ประการ

ประเทศไทยพึ่งพาแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำเพิ่มสูงขึ้นมากโดยในช่วงเกือบ 20 ปีที่ผ่านมา จำนวนการจ้างงานแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำปรับสูงขึ้นมาก โดยเฉพาะในช่วงที่มีนโยบายสำคัญ คือ ช่วงที่มีการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำในปี 2011 และช่วงที่มีการผ่อนผันการขึ้นทะเบียนแรงงานต่างด้าวในปี 2018 ซึ่งแสดงจำนวนและสัดส่วนแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำต่อจำนวนผู้ประกันตนทั้งหมดในประกันสังคม จะเห็นได้ว่าจำนวนและสัดส่วนแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนตั้งแต่ปี 2011 เป็นต้นมา และปรับเพิ่มขึ้นมากอีกครั้งในปี 2018 ส่งผลให้ในปี 2019 มีจำนวนแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำที่เป็นผู้ประกันตนภาคบังคับจำนวน 1,025,293 คน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.7 ของผู้ประกันตนทั้งหมด จำนวนและสัดส่วนนายจ้างที่จ้างแรงงานต่างด้าว จะพบว่า จำนวนนายจ้างที่จ้างแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำเพิ่มขึ้นมากเช่นกัน ในช่วงปี 2018 ส่งผลให้ในปี 2019 มีจำนวนนายจ้างที่จ้างแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำเป็นจำนวน 59,063 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13 ของจำนวนนายจ้างในระบบประกันสังคมทั้งหมด ตัวเลขที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งจำนวนแรงงานและจำนวนนายจ้างในระยะหลังนี้ เป็นผลมาจากมาตรการควบคุมแรงงานต่างด้าวผิดกฎหมายที่เข้มงวดมากขึ้น จากพระราชกำหนดการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2561 ทำให้แรงงานต่างด้าวที่เดิมอาจเป็นแรงงานผิดกฎหมายหรือเคยอยู่นอกระบบ กลายมาเป็นแรงงานถูกกฎหมายและเข้ามาอยู่ในระบบประกันสังคมมากขึ้น

หากพิจารณาการพึ่งพาแรงงานต่างด้าวของไทยกับประเทศอื่น ๆ พบว่า ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีการไหลเข้าของแรงงานต่างด้าวอยู่ในระดับที่สูง ติดอันดับที่ 17 ของโลก และถือเป็นอันดับหนึ่งในกลุ่มประเทศอาเซียน (IOM, 2019) การที่ไทยเป็นจุดหมายปลายทางของแรงงานต่างด้าว โดยเฉพาะจากประเทศเพื่อนบ้านนั้น ปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญ คือ ปัจจัยด้านค่าแรงที่สูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน โดยแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาทำงานในไทยส่วนใหญ่จะได้รับค่าจ้างเท่ากับค่าจ้างขั้นต่ำ ซึ่งยังคงสูงกว่าค่าจ้างขั้นต่ำของประเทศเพื่อนบ้าน ประมาณ 3 เท่าตัวเมื่อเทียบกับค่าแรงขั้นต่ำของประเทศเมียนมา (Mungoven, 2018) ด้วยเหตุนี้เอง ค่าแรงไทยที่สูงกว่าจึงถือว่าเป็นตัวแปรสำคัญในการดึงดูดแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำ โดยเฉพาะในกลุ่มแรงงานเมียนมาที่มีเครือข่ายชุมชนขนาดใหญ่ในประเทศไทย ทำให้การเข้าถึงข้อมูล และกระจายแหล่งงานต่าง ๆ ทำได้ทั่วถึงและรวดเร็ว

การเพิ่มขึ้นของแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำ โดยเฉพาะจากประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้เราพบว่าแรงงานเหล่านี้มักเข้ามาทำงานในจังหวัดที่มีพื้นที่ติดกับชายแดน เช่น ตาก เชียงราย หนองคาย นอกจากนี้ยังกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่หัวเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ สงขลา สุราษฎร์ธานี รวมถึงจังหวัดที่มีโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมาก เช่น สมุทรสงคราม สมุทรปราการ ปทุมธานี ชลบุรี ระยอง จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจและสำคัญยิ่ง สำหรับการส่งเสริมพัฒนา และยกระดับมาตรฐานงานบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ค้นคว้าวิจัยและพัฒนา รูปแบบการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว โดยมีคำถามการวิจัยว่า สภาพและความต้องการในงานบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรเป็นอย่างไร เพื่อนำไปสู่การพัฒนา รูปแบบและการประเมินรูปแบบการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว ด้วยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะช่วยตอบโจทย์ขององค์กรในการพัฒนาขีดความสามารถขององค์กรที่สามารถแข่งขันได้ และมีความยั่งยืน ตลอดจนเป็นอีกหนึ่งแรงที่จะสร้างเสริมศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศไทยให้ก้าวหน้า เติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพและความต้องการการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว
3. เพื่อประเมินรูปแบบการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Information) เกี่ยวกับสภาพและความต้องการการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว คือ ผู้บริหารงาน ผู้กำหนดกลยุทธ์ขององค์กร หรือผู้รับผิดชอบและปฏิบัติงานทรัพยากรมนุษย์โดยตรงในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ที่ใช้แรงงานต่างด้าว ซึ่งยินดีเข้าร่วมงานวิจัยครั้งนี้ จำนวน 19 ท่าน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) 2. ผู้เชี่ยวชาญ สำหรับการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว คือ ผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ในงานทรัพยากรมนุษย์ทั้งภาคปฏิบัติและภาควิชาการ ซึ่งยินดีเข้าร่วมงานวิจัยครั้งนี้ จำนวน 7 ท่าน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) 3. ผู้ปฏิบัติงานทรัพยากรมนุษย์ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สำหรับการประเมินความเหมาะสม และความเป็นไปได้ในการนำรูปแบบการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว ที่ได้พัฒนาขึ้นนี้ไปใช้ จำนวน 30 ท่าน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้พบว่า รูปแบบการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าวเป็นกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงที่มีการวางแผน โดยมีมุ่งหวังให้ ลักษณะใหม่ที่เข้ามาแทนที่นั้น ดีกว่าลักษณะเก่าที่เป็นอยู่ หรือกล่าวได้ว่า เป็นกระบวนการของการทำให้ดีขึ้นกว่าเดิมโดยการใช้กลยุทธ์เชิงรุกที่มีความสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องในการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีคุณค่ามากที่สุดขององค์กร นั่นคือบุคคลที่ทำงาน ทั้งกรณีที่ทำกรร่วมกันและกรณีที่ทำกรคนเดียวเพื่อบรรลุเป้าหมายในการประกอบธุรกิจใดๆ กลยุทธ์ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์นั้นจะเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วไปตามเวลาและสถานการณ์ จึงต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงตลอดเวลา โดยสมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย ได้มีการตั้งคณะกรรมการโครงการกำหนดมาตรฐานความสามารถทางวิชาชีพขึ้นเพื่อเป็นการส่งเสริมและยกระดับให้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรมีความเป็นมืออาชีพเพิ่มขึ้น โดยพบว่าองค์ประกอบรูปแบบที่มีรายละเอียดดังนี้ 1. การวางแผนทรัพยากรบุคคล (Human Resources Planning) เป็นการวางแผนการกำหนดอัตรากำลังคนในองค์กรในปัจจุบันให้เหมาะสมกับปริมาณงานที่ทำเพื่อให้สอดคล้องกับการขยายตัวขององค์กร และการลดขนาดขององค์กร โดยการวางแผนเพิ่มหรือลดจำนวนพนักงานตามแผนขององค์กร 2. การสรรหาและคัดเลือกบุคคลากร (Recruitment and Selection) เป็นกระบวนการให้คนสมัครเข้าทำงานในองค์กร โดยใช้วิธีการต่าง ๆ ที่จะได้มาซึ่งบุคคลที่จะเข้ามาทำงานในตำแหน่งงานที่ต้องการ ทั้งจากบุคคลภายในและบุคคลภายนอก เพื่อให้องค์กรคัดเลือกซึ่งมีขั้นตอนในการตัดสินใจเลือก โดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ของตัวบุคคลกับงานที่มีความเหมาะสมมากที่สุด โดยสามารถพิจารณาได้หลายวิธี ทั้งการสัมภาษณ์ การตรวจร่างกาย การทดสอบ การดูลายมือ และสามารถใช้อย่างไรก็ได้หลายวิธี ทั้งการสัมภาษณ์ การตรวจร่างกาย การทดสอบ การดูลายมือ และสามารถใช้อย่างไรก็ได้หลายวิธีร่วมกัน 3. กฎหมายแรงงานและแรงงานสัมพันธ์ (Labor Law and Employee Relations) เป็นกฎหมายต้องการให้องค์กรต่างๆ โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจตระหนักเกี่ยวกับสภาพแรงงาน และการต่อรองกับสภาพแรงงานในทางที่จะให้เกิดประโยชน์แก่ทั้งสองฝ่าย ในอดีต

ความสัมพันธ์นี้เป็นประโยชน์แก่นายจ้างเพียงฝ่ายเดียว แต่ปัจจุบันระบบแรงงานสัมพันธ์ได้รับการปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และมีความสำคัญมากขึ้นในลักษณะของการร่วมเจรจาต่อรอง 4. การบริหารค่าจ้างและสวัสดิการ (Compensation and Welfare) เป็นการที่องค์กรให้รางวัลกับพนักงานเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนกับการทำงานโดยอยู่ในรูปค่าจ้างหรือเงินเดือน สิทธิประโยชน์ โบนัสและผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่ตัวเงิน เช่น การยกย่องพนักงาน การเลื่อนตำแหน่ง, การสนับสนุนจากองค์กร, สภาพแวดล้อมในการทำงานและชั่วโมงทำงานที่ยืดหยุ่นเพื่อตอบสนองของความต้องการส่วนบุคคล 5. การฝึกอบรมและพัฒนา (Training and Development) เป็นความมุ่งมั่นขององค์กรในการพัฒนาพฤติกรรม ทักษะของบุคลากร เพื่อให้บุคลากรในองค์กรมีความรู้และความสามารถ เพิ่มพูนทักษะในการทำงานทำให้งานที่ปฏิบัติประสบความสำเร็จ ทั้งภายในองค์กรด้วยการสอนงาน ระบบพี่เลี้ยง การหมุนเวียนงาน การทดลองงาน หรือจากภายนอกองค์กร ด้วยการให้ทุนการศึกษาหรือดูงานนอกสถานที่ หรือจากการที่บุคลากรพัฒนาตนเองด้วยการลาไปศึกษา เรียนทางออนไลน์หรือเรียนในวันหยุด 6. การบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management) เป็นการจัดการที่เกี่ยวข้องกับการประเมินผลผู้ได้บังคับบัญชาหรือผู้ถูกประเมินจากผู้บังคับบัญชาหรือผู้ประเมินโดยอาศัยประสบการณ์ การตัดสินใจ ที่กระทำเป็นประจำตามกำหนดการขององค์กรเพื่อช่วยให้ผู้ถูกประเมินเข้าใจบทบาท วัตถุประสงค์ ความคาดหวังและความสำเร็จตามเป้าหมายของการปฏิบัติงานโดยใช้การประเมินเปรียบเทียบ การประเมินพฤติกรรมหรือการประเมินตามการบริหารวัตถุประสงค์ 7. การพัฒนาองค์กร (Organization Development) เป็นการพัฒนาดูแลบุคลากรให้คงอยู่กับองค์กรอย่างมีประโยชน์และตามเวลาที่เหมาะสม ได้แก่ การวางแผนอาชีพเพื่อรักษาพนักงาน สร้างแรงจูงใจอย่างเหมาะสมจัดและการให้ความรู้สึกเป็นมีส่วนร่วมต่อความสำเร็จขององค์กรด้วยเครื่องมือและแนวทางใหม่ๆ เตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นในภาคธุรกิจ และการพัฒนาความสามารถขององค์กรที่จะทำให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ ขับเคลื่อนองค์กรไปด้วยความรู้ ทักษะความชำนาญ และคุณลักษณะหรือค่านิยม วัฒนธรรมองค์กร ที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินงาน 8. การบริหารความก้าวหน้าในอาชีพ (Career Development) เป็นการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีลักษณะความเป็นอยู่ที่ดีในการทำงาน มีความพึงพอใจและผูกพันซึ่งเป็นผลมากจากการดูแลเอาใจพนักงานทั้งในด้านการทำงาน ความก้าวหน้าและความมั่นคง ด้านเศรษฐกิจในเรื่องค่าจ้าง สวัสดิการ ด้านส่วนบุคคล การดูแลสุขภาพกาย สุขภาพจิตของพนักงานและครอบครัวและ ด้านสังคม และในด้านการสร้างความสัมพันธ์และความผูกพันกับองค์กร



ภาพที่ 1 รูปแบบการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาสภาพและความต้องการการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว 2. เพื่อพัฒนารูปแบบการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว 3. เพื่อประเมินรูปแบบการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว โดยการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Information) เกี่ยวกับสภาพและความต้องการการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว คือ ผู้บริหารงาน ผู้กำหนดกลยุทธ์องค์กร หรือผู้รับผิดชอบและปฏิบัติงานทรัพยากรมนุษย์โดยตรงในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว ซึ่งยินดีเข้าร่วมงานวิจัยครั้งนี้ จำนวน 19 ท่าน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) พบว่าองค์ประกอบรูปแบบการพัฒนาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับวิสาหกิจขนาด

กลางและขนาดย่อมที่ใช้แรงงานต่างด้าว ได้แก่ 1. การวางแผนทรัพยากรบุคคล (Human Resources Planning) 2. การสรรหาและคัดเลือกบุคคลากร (Recruitment and Selection) 3. กฎหมายแรงงานและแรงงานสัมพันธ์ (Labor Law and Employee Relations) 4. การบริหารค่าจ้างและสวัสดิการ (Compensation and Welfare) 5. การฝึกอบรมและพัฒนา (Training and Development) 6. การบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management) 7. การพัฒนาองค์กร (Organization Development) 8. การบริหารความก้าวหน้าในอาชีพ (Career Development) สำหรับแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำส่วนใหญ่ทำงานประเภท 3D (difficult, dirty and dangerous) และมีแนวโน้มที่จะขยายขอบเขตไปในหลายกิจกรรมมากขึ้น โดยการพึ่งพาแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำในแต่ละประเภทธุรกิจ ว่ามีการจ้างงานแรงงานกลุ่มนี้ในสัดส่วนมากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากจำนวนของแรงงานต่างด้าวทั้งหมดในประเภทธุรกิจหนึ่ง ๆ เทียบด้วยจำนวนผู้ประกันตนทั้งหมดในประเภทธุรกิจนั้น พบว่า ในปี 2019 ภาคเกษตรกรรม การป่าไม้ และการประมง มีสัดส่วนการจ้างแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.2 ของแรงงานทั้งหมดในประเภทธุรกิจนี้ รองลงมาคือภาคการก่อสร้าง การบำบัดของเสียและสิ่งปฏิกูล (โดยเฉพาะการนำวัสดุที่ใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่) การผลิต (โดยเฉพาะการผลิตอาหาร ผลิตภัณฑ์ยาง และสิ่งทอ) การผลิตไฟฟ้า ก๊าซ ไอน้ำ ระบบปรับอากาศ และกิจกรรมบริการด้านอื่นๆ (โดยเฉพาะการบริการซักอบรีด) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากโครงการแลกเปลี่ยนข้อมูลและเศรษฐกิจการเงินระหว่างธนาคารแห่งประเทศไทย และนักธุรกิจ ที่พบว่า แรงงานต่างด้าวทักษะต่ำส่วนใหญ่ทนต่อสภาพการทำงาน และมักทำงานประเภท 3D ได้แก่ งานหนัก (difficult) งานสกปรก (dirty) และงานอันตราย (dangerous) ซึ่งเป็นงานที่คนไทยไม่นิยมทำ

นอกจากนี้ หากเปรียบเทียบสัดส่วนการจ้างงานแรงงานต่างด้าวในปี 2019 และ 2010 พบว่า แรงงานต่างด้าวทักษะต่ำมีแนวโน้มเข้ามาทำงานในหลายประเภทธุรกิจมากขึ้น จากเดิมในปี 2010 ที่มีการจ้างงานในเพียงไม่กี่ประเภทธุรกิจ แต่ปี 2019 มีการจ้างแรงงานต่างด้าวแทบจะครอบคลุมในเกือบทุกประเภทธุรกิจ รวมไปถึงภาคบริการ เช่น การศึกษา การจ้างงานในครัวเรือน กิจกรรมด้านสุขภาพ กิจกรรมทางการเงิน กิจกรรมด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่า มีการจ้างแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำในสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้นมากในเกือบทุกประเภทธุรกิจ อาทิ ในภาคการเกษตร สัดส่วนการจ้างแรงงานต่างด้าวเพิ่มขึ้นจากประมาณร้อยละ 1 ในปี 2010 เป็นร้อยละ 23 ในปี 2019 เป็นต้น

สาเหตุหนึ่งที่มีการจ้างแรงงานต่างด้าวมีมากขึ้นและขยายขอบเขตไปยังประเภทธุรกิจต่าง ๆ อาจเนื่องมาจากกรณีที่ไทยมีนโยบายการนำเข้าแรงงานต่างด้าวที่มีลักษณะเป็น “employer-driven” (Abella, 2013) กล่าวคือการนำเข้าแรงงานต่างด้าวจะขึ้นอยู่กับความต้องการของนายจ้าง โดยนายจ้างจะเป็นผู้แสดงความจำนงขอจ้างแรงงานต่างด้าวต่อรัฐบาลว่าต้องการมากน้อยเพียงใด แม้ในสิงคโปร์ เกาหลีใต้ และมาเลเซียจะใช้ระบบ “employer-driven” เช่นกัน แต่จะมีการกำหนดเงื่อนไขอื่นควบคู่ไปด้วย[4] อย่างไรก็ตาม นโยบายของไทยค่อนข้างเปิดกว้างสำหรับนายจ้าง ยังไม่มีการกำหนดอย่างชัดเจนว่า

ต้องการแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำจำนวนเท่าไร หรือต้องการให้มีการจ้างงานในอุตสาหกรรมใดบ้าง มีเพียงการกำหนดรายการประเภทงานที่ห้ามแรงงานต่างด้าวทำ ซึ่งการใช้นโยบายในลักษณะนี้มีข้อพึงระวังที่นายจ้างอาจจะมีแรงจูงใจในการลดต้นทุนด้วยการจ้างแรงงานต่างด้าวแทนคนไทยมากขึ้น ซึ่งอาจนำไปสู่ปัญหาการแย่งงานแรงงานไทยในอนาคตได้

สำหรับบริษัทที่พึ่งพาแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำในระดับสูงมักจะเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีการใช้แรงงานเข้มข้น (labor-intensive) หากนำข้อมูลนายจ้างที่จ้างแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำทั้งหมดกว่า 6 หมื่นราย มาพิจารณาระดับการพึ่งพาแรงงานต่างด้าว โดยวัดจากสัดส่วนแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำต่อแรงงานทั้งหมดในบริษัท (dependency ratio) พบว่า ระดับการพึ่งพาแรงงานต่างด้าวจะแตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจและขนาดของบริษัท โดยบริษัทที่มีการพึ่งพาแรงงานต่างด้าวสูงมักจะเป็นบริษัทที่มีการใช้แรงงานเข้มข้น และเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ขณะที่บริษัทที่มีการพึ่งพาแรงงานต่างด้าวต่ำมักจะเป็นบริษัทที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิต รวมทั้งเป็นบริษัทขนาดใหญ่

ประเภทธุรกิจการเกษตรกรรม การป่าไม้ และการประมง มีค่า dependency ratio สูงสุดที่ร้อยละ 49.6 หมายความว่า โดยเฉลี่ยแล้วบริษัทหนึ่ง ๆ ในธุรกิจนี้ จะมีแรงงานไทยและแรงงานต่างด้าวในสัดส่วนใกล้เคียงกัน อย่างไรก็ตามหากพิจารณาแยกตามขนาดบริษัท จะพบว่า บริษัทขนาดเล็ก (S) จะมีการพึ่งพาแรงงานต่างด้าวสูงกว่าบริษัทขนาดกลาง (M) และขนาดใหญ่ (L) สำหรับประเภทธุรกิจที่มีการพึ่งพาแรงงานต่างด้าวรองลงมา ได้แก่ ธุรกิจก่อสร้าง ธุรกิจการบำบัดของเสียและสิ่งปฏิกูล ธุรกิจจอสั่งหาริมทรัพย์ ธุรกิจการผลิตไฟฟ้า ก๊าซ ไอน้ำ ระบบปรับอากาศ และธุรกิจการผลิต ทั้งนี้ ในกลุ่มที่ไม่ทราบประเภทธุรกิจที่มีค่า dependency ratio สูงมากนั้น พบว่า ส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดเล็กที่มีลูกจ้างไม่เกิน 5 คน และเป็นการจ้างแรงงานต่างด้าวเกือบทั้งหมดในบริษัท

นอกจากนี้ หากพิจารณาค่า dependency ratio ของนายจ้างทั้งหมดที่มีการจ้างแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำในช่วงตั้งแต่ปี 2002-2019 พบว่า จำนวนนายจ้างที่พึ่งพาแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำเกินกว่าร้อยละ 80 ปรับสูงขึ้นมากตั้งแต่ปี 2018 เป็นต้นมา โดยในปี 2019 นายจ้างที่มีค่า dependency ratio เกินกว่าร้อยละ 80 มีจำนวน 15,560 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.3 ของนายจ้างที่มีการจ้างแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำทั้งหมด ซึ่งนายจ้างกลุ่มนี้อาจมีความเสี่ยงด้านแรงงานได้ หากมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายแรงงานต่างด้าว

การที่นายจ้างสามารถเข้าถึงแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำได้มากนั้น อาจเป็นแรงจูงใจให้พยายามลดต้นทุนโดยจ้างแรงงานต่างด้าวทดแทนแรงงานในพื้นที่มากขึ้นเนื่องจากค่าแรงที่ถูกกว่า หรืออาจลดแรงจูงใจในการลงทุนในเครื่องจักรหรือเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต (Grossmann, 2016) รวมทั้งอาจเป็นปัจจัยกดดันค่าจ้างของแรงงานทักษะต่ำในประเทศ ทำให้ค่าจ้างปรับเพิ่มขึ้นได้ยากได้ดังนั้น ในต่างประเทศจึงมีการกำหนดระดับการพึ่งพาแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำที่แตกต่างกันไปตามความจำเป็นของแต่ละอุตสาหกรรม เช่น ในสิงคโปร์ มีการกำหนดใช้ dependency ratio ceiling (DRC) ในภาคก่อสร้างที่

ร้อยละ 87.5 ภาคการผลิตที่ร้อยละ 60 และภาคบริการที่ร้อยละ 38 เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการเก็บค่าธรรมเนียมรายเดือน (levy) จากนายจ้างตามจำนวนแรงงานต่างด้าวที่มีการจ้างงาน โดยค่าธรรมเนียมของแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำจะสูงกว่าแรงงานต่างด้าวทักษะสูง (Singapore, Ministry of Manpower, 2020)

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ประเภทธุรกิจและขนาดบริษัทมีส่วนต่อการพึ่งพาแรงงานต่างด้าวนั้น อาจนำไปสู่นโยบายในการบริหารแรงงานได้ เช่น การกำหนดเพดานสัดส่วนการพึ่งพาแรงงานต่างด้าว (dependency ratio ceiling) แยกตามประเภทธุรกิจและขนาดบริษัท เพื่อช่วยไม่ให้มีการจ้างแรงงานต่างด้าวทักษะต่ำมากเกินไป หรือการเร่งสนับสนุนการลงทุนด้านเทคโนโลยีเพื่อลดการพึ่งพาแรงงานต่างด้าว เนื่องจากเราได้ประสบการณ์จากการที่แรงงานต่างด้าวหนีกลับประเทศจนมีการขาดแคลนแรงงานมาแล้วในอดีต ดังนั้นควรลดการพึ่งพาแรงงานต่างด้าวด้วยการปรับใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ เช่น การใช้โดรนในภาคเกษตรกรรม การใช้วัสดุสำเร็จรูปในภาคก่อสร้าง การใช้หุ่นยนต์ทำความสะอาดและให้บริการในภาคบริการ หรือแม้แต่การใช้ช่องทางออนไลน์ สำหรับภาคการค้า เพื่อลดต้นทุนในการจ้างแรงงานและเพิ่มผลิตภาพในการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น และผลการศึกษาในส่วนสุดท้ายที่พบว่าแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมที่พึ่งพาแรงงานต่างด้าวมียุทธศาสตร์เฉพาะตัวที่แตกต่างกันชัดเจน ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินนโยบายแรงงานต่างด้าวในอนาคตมีประสิทธิภาพมากขึ้น จึงจำเป็นต้องใช้นโยบายที่เจาะจงและตรงจุด

เอกสารอ้างอิง

- Abella, M. I. (2013). Use of foreign labour to meet labour shortages in dynamic East and South-East Asian economies. ILO Regional Office for Asia and the Pacific.
- Grossmann, V. (2016). How immigration affects investment and productivity in host and home countries. IZA World of Labor.
- Mungoven R. (2018). Minimum wage a step forward for democracy and sustainable development. ILO
- IOM. (2019). World Migration Report 2020. International Organization for Migration.
- Maechler M., Rousseeuw P.J., Struyf A., Hubert M. and Hornik K. (2019). R package 'cluster'. Available at <http://cran.r-project.org/web/packages/cluster/cluster.pdf>
- Singapore, Ministry of Manpower (2020). What is the foreign worker levy. Available at: <https://www.mom.gov.sg/passes-and-permits/work-permit-for-foreign-worker/foreign-worker-levy/what-is-the-foreign-worker-levy>

World Bank (2013). Foreign Workers in Malaysia: Assessment of their Economic Effects and Review of the Policy. Available at: <https://www.knomad.org/sites/default/files/2017-06/KNOMAD-MALAYSIA-NEW.pdf>

รูปแบบความต้องการสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานใน
อุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง

Welfare requirements other than those required by law in the construction industry

สมยศ พลายน้อย¹

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบความต้องการสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของ
แรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา 1. เพื่อศึกษาสถานการณ์
การจัดสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง 2.
เพื่อศึกษาความต้องการสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรม
รับเหมาก่อสร้าง 3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดสวัสดิการนอกเหนือกฎหมายที่กำหนดของ
แรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง 4. เพื่อสร้างรูปแบบความต้องการสวัสดิการนอกเหนือจาก
ที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างพบว่า รูปแบบความต้องการ
สวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง มี
องค์ประกอบ ได้แก่ สวัสดิการแรงงาน สวัสดิการแรงงานนอกเหนือจากที่กฎหมายแรงงานกำหนด
ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง และปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมาย
กำหนดในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง เป็นสิ่งเกี่ยวพันที่มีผลต่อความต้องการสวัสดิการแรงงาน
ของลูกจ้าง และมีผลต่อตามความสามารถในการจัดสวัสดิการแรงงานของฝ่ายนายจ้าง
ประกอบด้วยปัจจัย 2 ปัจจัย ดังนี้ 1. ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะส่วนตัวของพนักงาน
พนักงานรับเหมาก่อสร้าง โดยประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษารายได้
เฉลี่ยต่อเดือน และอายุงาน 2. ปัจจัยเกี่ยวพัน หมายถึง ปัจจัยในการทำงานของพนักงานรับเหมา
ก่อสร้าง โดยประกอบไปด้วย ขนาดของสถานประกอบการ กำไรของสถานประกอบการ ที่ตั้งของ
สถานประกอบการ การรับรู้ข่าวสารด้านสวัสดิการแรงงาน ความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างกับ
แรงงาน นโยบายด้านการจัดสวัสดิการของสถานประกอบการ และการมีส่วนร่วมของแรงงานใน
การจัดสวัสดิการและสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรม
รับเหมาก่อสร้าง ได้แก่ (1) ด้านการเงิน (2) ด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก (3) ด้านการ
พัฒนาแรงงาน (4) ด้านนันทนาการ (5) ด้านสุขภาพอนามัย และ (6) ด้านการคุ้มครองแรงงาน

¹ นักศึกษาหลักสูตรดุริยางค์บัณฑิตสาขากฎหมายกับการบริหาร คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

คำสำคัญ; สวัสดิการแรงงาน ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง สวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด

Abstract

Research study Welfare requirements other than those required by law in the construction industry Have an educational objective 1. To study the situation of welfare and those specified by the law of workers in the construction industry. 2. To study welfare needs other than those stipulated by the law of workers in the construction industry 3. To suggest guidance on welfare arrangements beyond the specified laws of workers in the construction industry. 4. To create welfare demand models other than those specified by the law of workers in the construction industry, it was found that welfare needs models other than those specified by the law of workers in the construction industry consisted of labor welfare other than those specified by the labor law Construction business And factors affecting welfare requirements other than those specified by law in the construction industry It is a support that affects the labor welfare needs of employees. And affects the ability of employers to provide labor welfare. It consists of 2 factors, as follows: 1. Personal factors refer to the personal characteristics of employees, construction workers. It consists of gender, age, marital status, education level, average monthly income, and working age. 2. Supporting factors refer to working factors of construction contractors and consisting of the size of the establishment Establishment profit Location of the establishment Perception of labor welfare news Relationship between employer and labor Policy on the welfare of the establishment and labor participation in welfare arrangements. Welfare other than those required by law for workers in the construction industry are (1) finance, (2) services and facilities, (3) labor development, (4) recreation, (5) health, sanitation, and (6) Labor protection.

Keywords; Labor welfare, Construction business, benefits other than those specified by law.

ที่มาปัญหาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างปัจจัยพื้นฐานอย่างหนึ่งในระบบเศรษฐกิจและมีมูลค่าคิดเป็นร้อยละ 8.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic

Product: GDP) อุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างมีความเชื่อมโยงกับธุรกิจต่อเนื่องที่หลากหลาย ได้แก่ ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ธุรกิจเกี่ยวกับบ่อสงหามทรัพย์ ธุรกิจที่พัก เป็นต้น สำหรับประเภทงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ งานก่อสร้างของภาครัฐและงานก่อสร้างของภาคเอกชน โดยมูลค่าการลงทุนมีสัดส่วนเฉลี่ย 55:45 งานก่อสร้างโดยรวมในช่วงปี พ.ศ. 2560 – 2562 รัฐบาลดำเนินนโยบายลงทุนโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่มากกว่า 50 โครงการซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้อุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างเกิดการขยายตัวและเกิดประโยชน์ทั้งผู้รับเหมารายใหญ่และผู้รับเหมาขนาดเล็กที่มีโอกาสรับจ้างเหมาช่วง (Sub-contract) ต่อจากรายใหญ่และผลการคาดการณ์มูลค่าการก่อสร้างของภาครัฐจะเติบโตประมาณร้อยละ 13-16 ต่อปี มูลค่าก่อสร้างอยู่ที่ 1.9 ล้านล้านบาท (นิรติศัย ทุมวงษา, 2560)

ผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ค่อนข้างอนุรักษ์นิยมคือมักจะใช้รูปแบบ วิธีการ และการบริหาร จัดการการก่อสร้างในแบบที่ตนเคยทำอยู่ ส่งผลต่อความยืดหยุ่นในการปรับตัวตามเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลง อย่างรวดเร็ว ซึ่งต้องยอมรับว่าเทคโนโลยีมีบทบาทต่ออุตสาหกรรมก่อสร้างสูงทั้งในขั้นตอนเตรียมโครงการ ถึงกระทั่งในช่วงการดำเนินงานก่อสร้าง ดังนั้นการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในกิจการจะช่วยให้ผู้ประกอบการ SME มีความสามารถในการจัดการต้นทุนและการบริหารงานก่อสร้างที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงผู้ประกอบการ ควรปรับตัวทั้งในเชิงพัฒนาศักยภาพ และศึกษาภาวะเปรียบที่เกี่วข้อง ดังต่อไปนี้ การนำซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการก่อสร้างเข้ามาใช้ในงานก่อสร้าง บทบาทของซอฟต์แวร์ที่นำมาช่วยพัฒนา ประสิทธิภาพของการก่อสร้างมีหลายประเภทเช่น โปรแกรมที่ใช้ในการจัดการต้นทุนซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการ SME คำนวณต้นทุนได้ค่อนข้างแม่นยำ เนื่องจากมีการนำราคาของวัสดุก่อสร้าง ณ ปัจจุบันในแต่ละพื้นที่มาทำการประเมิน ถึงต้นทุนก่อสร้างรวมในแต่ละส่วน อันจะช่วยให้ผู้ประกอบการจัดการต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงซอฟต์แวร์ในการจำลองสถานที่จริง (Virtual Reality Platform) ที่ช่วยให้ขั้นตอนการออกแบบงานก่อสร้าง และการคำนวณงบประมาณงานก่อสร้างรวดเร็วและชัดเจนมากยิ่งขึ้น SME ที่มีความพร้อมด้านเงินทุนอาจเริ่มนำเทคโนโลยีการก่อสร้างเข้ามาใช้ เช่น หุ่นยนต์หรือเครื่องจักรกล ในปัจจุบันที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและเริ่มมีบทบาทต่ออุตสาหกรรมหลายประเภทรวมถึงอุตสาหกรรมก่อสร้าง ซึ่งหุ่นยนต์สามารถนำมาใช้ทดแทนแรงงานได้โดยมีประสิทธิภาพสูงกว่าและทำงานต่อเนื่องได้ตลอด 24 ชม. เช่น เครื่องพิมพ์ 3 มิติ หรือหุ่นยนต์เรียงอิฐ เป็นต้น ซึ่งเทคโนโลยีนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการ SME รับเหมาก่อสร้าง มีศักยภาพในการรับเหมางานก่อสร้างเอกชนที่มีปัจจัยเรื่องช่วงเวลาและคุณภาพของงานเข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้ สามารถส่งมอบงานได้เร็วขึ้น และงานมีคุณภาพที่เท่าเทียมกัน

ทุกพื้นที่ รวมถึงความถี่ในการรับงานที่สูงขึ้น จากระยะเวลาก่อสร้างที่ลดน้อยลง อย่างไรก็ตามการนำหุ่นยนต์หรือเครื่องจักรกลดังกล่าวมาใช้ ก็มีค่าใช้จ่ายเช่นกัน จึงอาจต้องประเมินความคุ้มค่า โดยเปรียบเทียบกับค่าจ้างแรงงาน การพัฒนาทักษะในงานก่อสร้าง การก่อสร้างในปัจจุบันเน้นตอบสนองต่อความพึงพอใจเฉพาะ รวมถึง สามารถสะท้อนถึงแนวคิดหรือที่มาของโครงการก่อสร้างที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการ SME จึงควรพัฒนาทักษะ ในงานก่อสร้าง โดยเฉพาะในส่วนของ การพัฒนาทักษะด้านสถาปัตยกรรมมาใช้ในงานก่อสร้างเพื่อสร้างมูลค่า และตอบสนองความต้องการของผู้ว่าจ้างที่เฉพาะเจาะจงได้ดียิ่งขึ้น การพัฒนาศักยภาพตนเองให้สามารถรับโครงการเอง ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการ SME ก่อสร้างบางส่วน เลือกว่าจะรับงานในลักษณะเป็นผู้รับเหมาช่วงทำให้สัดส่วนกำไรที่ได้รับต่ำ และอาจประสบปัญหาการขาดทุนได้ ในกรณีที่บริหารจัดการต้นทุนไม่ดี ดังนั้นการพัฒนาตนเองให้สามารถรับงานในขอบเขตที่มากขึ้นจึงเป็นทางเลือก ที่ผู้ประกอบการ SME รับเหมาก่อสร้างบางส่วนควรพิจารณา รวมถึงการศึกษาเปรียบเทียบของการจัดซื้อจัดจ้าง ของทางภาครัฐเพื่อสร้างโอกาสในการเข้าไปประมูลรับงานก่อสร้างเอง ซึ่งน่าจะช่วยให้สัดส่วนกำไรของทาง ผู้ประกอบการ SME สูงกว่าการเป็นผู้รับเหมาช่วง

ไพฑูริย์ ผดุงถิ่น 2561 มองว่าธุรกิจรับเหมาก่อสร้างเป็นธุรกิจที่สัดส่วนกำไร เมื่อเทียบกับรายได้แล้วไม่สูงนัก ดังนั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักประสบปัญหา อันเกิดจากการบริหารจัดการงานก่อสร้างที่ไม่มีประสิทธิภาพที่ไม่สามารถ กำหนดสัดส่วนต้นทุนของแต่ละส่วนงานการก่อสร้างได้ชัดเจน ดังนั้นการจัดการ ด้านต้นทุน (Cost Management) จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการก่อสร้างในธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในรูปแบบ การบริหารจัดการด้านต้นทุน ทั้งในเชิงการก่อสร้างและการหาแหล่ง ในการซื้อวัสดุก่อสร้างในราคา ที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งจากงานการศึกษาพบว่า การนำโปรแกรมในการจัดการต้นทุนมาใช้จะช่วยลดต้นทุน ค่าใช้จ่ายให้กับผู้ประกอบการ ประมาณ 2.5% ซึ่งส่วนนี้ย่อมกลับมาเป็นกำไรของผู้ประกอบการ SME รับเหมาก่อสร้างที่โดยปกติ สัดส่วนกำไรอยู่ที่ประมาณ 10-15% และธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในปัจจุบันควรปรับตัวโดยใช้เทคโนโลยี เข้ามาประยุกต์ในงานก่อสร้างมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันโปรแกรมในการจัดการบริหาร ต้นทุนต่างๆ รวมถึง Platform ที่ช่วยในการจับคู่กับผู้ค้าวัสดุก่อสร้างมีต้นทุนในการใช้บริการค่อนข้างต่ำ ประกอบกับปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัล (Digitization) เริ่มมีบทบาทต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคสูงขึ้น อย่างต่อเนื่องส่งผลต่อพฤติกรรมและรูปแบบของการดำเนินธุรกิจแบบใหม่ (Disruption) สุดท้ายแล้ว ภายใต้งี๊งเอนไซท์ที่ถูกสร้างขึ้นใหม่นี้ผู้ประกอบการที่สามารถ

ปรับตัวได้ก่อนย่อมได้เปรียบและสามารถ พลิกจากผู้ตามกลายเป็นผู้นำภายใต้กติกาใหม่ที่ถูกเปลี่ยนแปลงโดยเทคโนโลยี (Democratization)

ผลการขยายตัวของอุตสาหกรรมการก่อสร้างทั้งภาครัฐและภาคเอกชนส่งผลให้ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างเกิดปัญหาที่สำคัญ คือการขาดแคลนแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสิทธิภาพ เมื่อความต้องการแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านก่อสร้างมากยิ่งขึ้น การเปลี่ยนงานและย้ายงานของพนักงานก็มีมากตามไปด้วย จึงเป็นปัญหาหลักที่ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กจำเป็นต้องหากกลยุทธ์ในการรักษาจำนวนพนักงานที่มีอยู่ ด้วยเหตุนี้การให้สิ่งจูงใจโดยใช้สวัสดิการจึงเป็นรูปแบบหนึ่งที่ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างให้ความสนใจ เนื่องจาก “สวัสดิการ” ถือเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่นายจ้างใช้ตอบแทนการทำงานของลูกจ้าง นอกเหนือจากเงินเดือนและค่าจ้าง เพื่อให้ลูกจ้างเกิดความสะดวกสบายในการทำงาน เกิดความมั่นคงในอาชีพ และมีหลักประกันที่แน่นอนในการดำเนินชีวิต อีกทั้งยังเป็นสิ่งจูงใจให้ลูกจ้างมีขวัญและกำลังใจที่ดีอันจะทำให้ลูกจ้างอุทิศตนให้กับการทำงาน และเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ทั้งนี้จะส่งผลต่อความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร

สวัสดิการแรงงาน คือ การดำเนินการใดๆ ไม่ว่าจะโดยนายจ้าง สหภาพแรงงาน(ลูกจ้าง) หรือรัฐบาลที่มีความมุ่งหมายเพื่อให้ลูกจ้างสามารถมีระดับความเป็นอยู่ที่ดีพอสมควร มีความสุขทั้งกายและใจมีสุขภาพอนามัยที่ดี มีความปลอดภัยในการทำงานมีความเจริญก้าวหน้ามีความมั่นคงในการดำเนินชีวิตไม่เฉพาะแต่ตัวลูกจ้างเท่านั้น แต่รวมถึงครอบครัวของลูกจ้างด้วย สำหรับการจัดสวัสดิการแรงงานของประเทศไทยมี 2 ประเภท ได้แก่ การจัดสวัสดิการแรงงานตามที่กฎหมายกำหนด ภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และกฎกระทรวงแรงงานว่าด้วยการจัดสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ พ.ศ.2548 ซึ่งเป็นสวัสดิการจำเป็นพื้นฐานที่รัฐกำหนดให้นายจ้างต้องจัดหาให้แก่ลูกจ้างในสถานประกอบการ ได้แก่ น้ำดื่ม ห้องน้ำ ห้องส้วม บัณฑิตในการรักษาพยาบาล เป็นต้น และการจัดสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดซึ่งเป็นสวัสดิการที่นายจ้างสมัครใจจัดให้แก่ลูกจ้างเพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงานในสถานประกอบการนั้นหรืออาจเกิดจากการเรียกร้องของลูกจ้าง เช่น การประกันชีวิต ค่าเล่าเรียนบุตร เงินโบนัส ค่ารักษาพยาบาลเกินสิทธิ จัดที่พักอาศัย จัดรถรับส่ง สวัสดิการเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ การจัดสถานเลี้ยงเด็กในโรงงาน เป็นต้น (กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน, 2560)

การจัดสวัสดิการแรงงานที่เหมาะสมโดยเฉพาะสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างมีความแตกต่างและหลากหลายทั้งในส่วนของสถานประกอบการและแรงงาน ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษารูปแบบความต้องการสวัสดิการ

นอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างเพื่อได้ทราบถึงสถานการณ์และความต้องการสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างและเพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดสวัสดิการนอกเหนือกฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างให้ตรงกับความต้องการของแรงงานจำเป็นประโยชน์ต่อแรงงาน ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐโดยเฉพาะแรงงานนำข้อมูลไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาสวัสดิการแรงงานนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดที่เหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การจัดสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง
2. เพื่อศึกษาความต้องการสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดสวัสดิการนอกเหนือกฎหมายที่กำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง
4. เพื่อสร้างรูปแบบความต้องการสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “รูปแบบความต้องการสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง” มีการศึกษารูปแบบความต้องการสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการศึกษา สามารถนำมากำหนดเป็นขอบเขตการวิจัยที่สำคัญได้ โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Methodology Research) ประกอบไปด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อศึกษาและพัฒนาารูปแบบความต้องการสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง นำมาสร้างเป็นองค์ความรู้เรื่องรูปแบบความต้องการสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9-15 ท่าน และประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัย

คุณภาพ ครอบคลุมแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาของก่อสร้างสู่กลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ตามขนาดของสถานประกอบการ ได้แก่ ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ในประเทศไทยจำนวน 400 คน โดยมีตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ครอบคลุมเฉพาะสวัสดิการ นอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง สำหรับตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ระยะเวลาการทำงาน ตำแหน่งงาน และสุขภาพ และปัจจัยเกี่ยวเนื่อง ได้แก่ ขนาดของสถานประกอบการ กำไรของสถานประกอบการ ที่ตั้งของสถานประกอบการ การรับรู้ข่าวสารด้านสวัสดิการแรงงาน ความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างกับแรงงาน นโยบายด้านการจัดสวัสดิการของสถานประกอบการ และการมีส่วนร่วมของแรงงานในการจัดสวัสดิการ สำหรับตัวแปรตาม ได้แก่ สวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง ได้แก่ (1) ด้านการเงิน (2) ด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก (3) ด้านการพัฒนาแรงงาน (4) ด้านนันทนาการ (5) ด้านสุขภาพอนามัย และ (5) ด้านการคุ้มครองแรงงาน

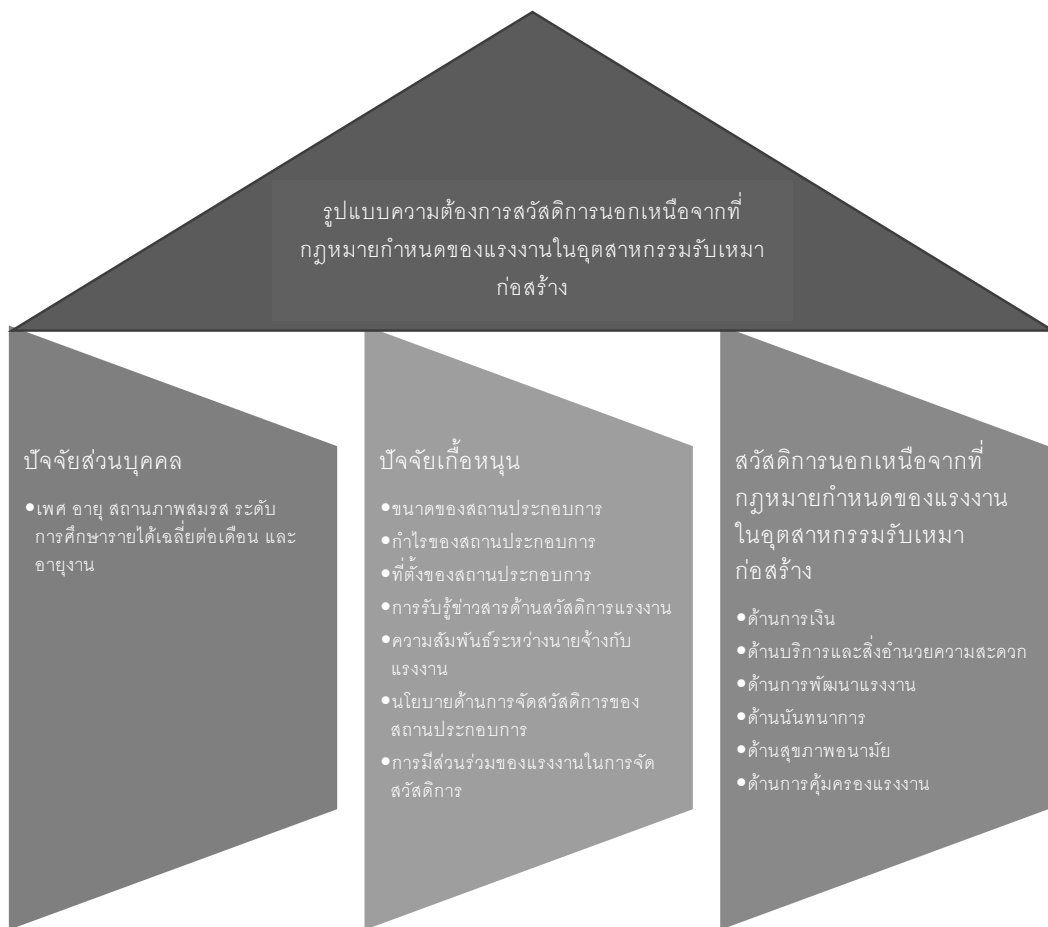
สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบความต้องการสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผลวิจัยที่ได้เป็นไปตามความหมายของกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานดังนี้ การดำเนินการใดๆ ไม่ว่าจะโดยนายจ้าง สหภาพแรงงาน (ลูกจ้าง) หรือรัฐบาลที่มีความมุ่งหมายเพื่อให้ลูกจ้างสามารถมีระดับความเป็นอยู่ที่ดีพอสมควร มีความสุขทั้งกายและใจมีสุขภาพอนามัยที่ดี มีความปลอดภัยในการทำงานมีความเจริญก้าวหน้ามีความมั่นคงในการดำเนินชีวิตไม่เฉพาะแต่ตัวลูกจ้างเท่านั้น แต่รวมถึงครอบครัวของลูกจ้างด้วย (กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน, 2560) สำหรับการจัดสวัสดิการแรงงานของประเทศไทยมี 2 ประเภท ได้แก่ การจัดสวัสดิการแรงงานตามที่กฎหมายกำหนด ภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และกฎกระทรวงแรงงานว่าด้วยการจัดสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ พ.ศ. 2548 ซึ่งเป็นสวัสดิการจำเป็นพื้นฐานที่รัฐกำหนดให้นายจ้างต้องจัดให้แก่ลูกจ้างในสถานประกอบการและการจัดสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดซึ่งเป็นสวัสดิการที่นายจ้างสมควรใจจัดให้แก่ลูกจ้างเพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงานในสถานประกอบกิจการนั้นหรืออาจเกิดจากการเรียกร้องของลูกจ้าง เช่น การประกันชีวิต ค่าเล่าเรียนบุตร เงินโบนัส ค่ารักษาพยาบาลเกินสิทธิ จัดที่พักอาศัย จัดรถรับส่ง สวัสดิการเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ การจัดสถานเลี้ยงเด็กในโรงงาน เป็นต้น ซึ่งในส่วนของทำการศึกษาความต้องการสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของ

แรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างนี้ ผลที่ได้ในด้านสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง ได้แก่ (1) ด้านการเงิน (2) ด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก (3) ด้านการพัฒนาแรงงาน (4) ด้านนันทนาการ (5) ด้านสุขภาพอนามัย และ (6) ด้านการคุ้มครองแรงงาน เป็นที่ต้องการของแรงงานและสอดคล้องกับแนวคิดความต้องการของมนุษย์ดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ความต้องการของมนุษย์ ในขั้นแรกเป็นความต้องการเพื่อตอบสนองต่อร่างกาย คือ ปัจจัยสี่ในการดำรงชีวิต (อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค) ดังนั้น ในการจัดสวัสดิการแรงงานในสถานประกอบกิจการ ลูกจ้างต้องได้รับการตอบสนองขั้นพื้นฐานที่ดีและเพียงพอ เพราะหากไม่ได้รับปัจจัยขั้นพื้นฐานที่จำเป็นและเพียงพอจะส่งผลกระทบต่อปฏิบัติงาน สำหรับความต้องการในลำดับที่สูงขึ้นไปนั้น เป็นความต้องการที่ตอบสนองทางจิตใจ ได้แก่ ความปลอดภัยและความมั่นคงในชีวิต ความผูกพันทางสังคม ชื่อเสียงเกียรติยศ ความสำเร็จ ฉะนั้น การจัดสวัสดิการแรงงาน จึงควรคำนึงถึง ทั้งความต้องการทางร่างกาย จิตใจ และสังคมประกอบกัน (วิชัย แหวนเพชร, 2563) รวมไปถึงการสอดคล้องกับทฤษฎีสองปัจจัย (Two Factor Theory) ของ เฮิร์ชเบิร์ก เป็นทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจที่ได้รับความสนใจ และเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายในนามของ ทฤษฎีการจูงใจ - ค้ำจุน (The Motivation Hygiene Theory) ที่ เฮิร์ชเบิร์ก ได้สร้างทฤษฎีขึ้นจากการศึกษาถึงสาเหตุของความพอใจในงานและความไม่พอใจ โดยวิธีการ สัมภาษณ์เกี่ยวกับการปฏิบัติงาน พบว่า มีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 2 ปัจจัย คือ 1. ปัจจัยจูงใจ (Motivator Factors) มีความสัมพันธ์โดยตรงกับแรงจูงใจภายใน ที่เกิดขึ้นจากการทำงาน เช่น ความสำเร็จของงาน การได้รับยอมรับนับถือ ซึ่งปัจจัยจูงใจเหล่านี้ ทำให้บุคคลได้รับการยกย่องผลงานและความสามารถ ถ้ามีการตอบสนองปัจจัยเหล่านี้ของผู้ปฏิบัติแล้ว จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดแรงจูงใจตั้งใจทำงานจนสุดความสามารถ และเป็นการเพิ่ม ประสิทธิภาพในการทำงานด้วย (วินิต วิไลวงษ์วัฒนกิจ, 2561) และ 2. ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factor) เป็นปัจจัยแวดล้อมในการทำงานที่ส่งต่อความพึงพอใจในงาน ทำให้คนทำงานในองค์กรเป็นเวลานาน มีส่วนช่วยทำให้คนทำงานมีความสุขในการทำเพิ่มขึ้น ป้องกันการลาออกจากงานบ่อย และถ้าไม่มีปัจจัยค้ำจุนหรือจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานไว้ไม่ดี จะทำให้ขวัญของคนทำงานไม่ดี และผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับ พัชรพันธ์ สุภาพ ปี 2559 ที่พบว่าโดยรวมส่วนมากมีความต้องการด้านสวัสดิการไม่แตกต่างกัน หรือมีความต้องการด้านสวัสดิการไปในทางเดียวกัน แต่มีอยู่สามปัจจัยที่แตกต่างกัน ได้แก่ปัจจัยในเรื่องสุขภาพ อนามัย ปัจจัยในเรื่องสหกรณ์ออมทรัพย์ และสุดท้ายคือปัจจัยในเรื่องการจัดให้มีห้องสมุดหรือ มุมอ่านหนังสือ ซึ่งจากการสัมภาษณ์เพิ่มเติมสาเหตุความแตกต่างดังกล่าว เป็นผลมาจากการจำแนก ตามเพศ อายุ และสถานภาพสมรส อีก

ทั้งสาเหตุอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นสภาพร่างกาย ครอบครัวยุทธศาสตร์สภาพความเป็นผู้นำ รวมทั้งการดำเนินชีวิตของพนักงานในกิจการรับเหมาก่อสร้าง สำหรับการจัดสวัสดิการแรงงานที่เหมาะสมโดยเฉพาะสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างมีความแตกต่างและหลากหลายทั้งในส่วนของการประกอบกิจการและแรงงาน ด้วยเหตุนี้ การศึกษาความต้องการสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างเป็นกรณีศึกษาเพื่อได้ทราบถึงสถานการณ์การจัดสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดและความต้องการสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง ตลอดจนสามารถเสนอแนะแนวทางการจัดสวัสดิการนอกเหนือกฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างให้ตรงกับความต้องการของแรงงาน โดยการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อธุรกิจรับเหมาก่อสร้างได้ที่สามารถมีข้อมูลเพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์เพื่อดึงดูดและรักษาไว้ซึ่งแรงงานที่มีทักษะและความเชี่ยวชาญและแรงงานและมีข้อมูลไปกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างต่อไป

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงสถานการณ์และความต้องการสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง โดยสถานการณ์ประกอบกิจการรับเหมาก่อสร้างมีข้อมูลและแนวทางการกำหนดกลยุทธ์เพื่อดึงดูดและรักษาไว้ซึ่งแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสิทธิภาพผ่านการจัดสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด และแรงงานสามารถนำข้อมูลและผลการวิจัยไปกำหนดแผนงานและนโยบายการเสริมสร้างขีดความสามารถให้กับแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างต่อไป



ภาพที่ 1 รูปแบบความต้องการสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดของแรงงานในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สวัสดิการแรงงาน เป็น ผลประโยชน์และบริการต่าง ๆ ที่องค์กรจัดให้แก่บุคลากรของหน่วยงาน เพื่อเป็นการให้กำลังใจและบำรุงขวัญบุคลากรให้ตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถ และเพื่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสูงขึ้น ให้บุคลากรได้ทำงานอย่างสบายใจมีความพอใจในการทำงาน มีความมั่นคงในอาชีพ มีหลักประกันที่แน่นอนในการดำเนินชีวิต รวมทั้งความมั่นคงทางเศรษฐกิจสวัสดิการให้เป็นตัวเงิน หรือให้ส่วนที่ไม่เป็นตัวเงินก็ได้ความสำคัญและความจำเป็นของการจัดสวัสดิการ สวัสดิการแรงงานนอกเหนือจากที่กฎหมายแรงงานกำหนด เป็นสิทธิประโยชน์ตอบแทนที่นายจ้างจัดให้แก่ลูกจ้างนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด ซึ่งอาจมาจาก

ความสมัครใจของนายจ้างในการ จัดให้ หรือมาจากการเรียกร้องของลูกจ้าง เช่น สวัสดิการด้านการเงิน สวัสดิการด้านการพัฒนา ลูกจ้าง สวัสดิการด้านนันทนาการ สวัสดิการด้านสุขภาพอนามัย สวัสดิการด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก สวัสดิการด้านความมั่นคงและปลอดภัย สวัสดิการด้านการศึกษา เป็นต้น ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง เป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนจำกัดที่เป็นกิจการประกอบการรับเหมาก่อสร้าง ทั้งรับเหมาโดยตรง (Main Contractor), รับเหมาช่วง (Sub-Contractor) ซึ่งลักษณะก่อสร้างแบ่งตามหน่วยงานว่าจ้าง 1) การก่อสร้างเอกชน ประกอบด้วย การก่อสร้างเพื่อที่อยู่อาศัย, การก่อสร้างเชิงพาณิชย์ และการก่อสร้างอุตสาหกรรม 2) การก่อสร้างภาครัฐ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการก่อสร้าง สาธารณูปโภค สำหรับการพัฒนาประเทศ เช่นงานชลประทาน, งานอาคารสำนักงานหน่วยงานต่างๆ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการสวัสดิการ นอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดในอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้าง เป็นสิ่งเกื้อหนุนที่มีผลต่อความต้องการสวัสดิการแรงงานของลูกจ้าง และมีผลต่อตามความสามารถในการจัดสวัสดิการแรงงานของฝ่ายนายจ้าง ประกอบด้วยปัจจัย 2 ปัจจัย ดังนี้ 1.ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะส่วนตัวของพนักงานพนักงานรับเหมาก่อสร้าง โดยประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษารายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอายุงาน 2.ปัจจัยเกื้อหนุน หมายถึง ปัจจัยในการทำงานของพนักงานรับเหมาก่อสร้าง โดยประกอบไปด้วย ขนาดของสถานประกอบการ กำไรของสถานประกอบการ ที่ตั้งของสถานประกอบการ การรับรู้ข่าวสารด้านสวัสดิการแรงงาน ความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างกับแรงงาน นโยบายด้านการจัดสวัสดิการของสถานประกอบการ และการมีส่วนร่วมของแรงงานในการจัดสวัสดิการ

เอกสารอ้างอิง

กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน. (2554). **นโยบายและแผนการดำเนินงานด้านสวัสดิการแรงงาน**. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2554. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.

กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน. (2555). **พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541** (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม). กรุงเทพฯ : บางกอกลิ้นกิ้ง.

กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน. กองสวัสดิการแรงงาน. (2557). **คู่มือการปฏิบัติงานเจ้าหน้าที่ด้านการส่งเสริมการจัดสวัสดิการแรงงาน**. ประจำปีงบประมาณ 2558. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.

กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน. สำนักพัฒนามาตรฐานแรงงาน. (2557). **แผนปฏิบัติการ 4 ปี พ.ศ. 2557 – 2560**. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.

กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน. สำนักพัฒนามาตรฐานแรงงาน. (2557). **คู่มือมาตรฐาน
แรงงาน ไทยเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน**. กรุงเทพฯ: เรียงสาม กราฟ
ฟิค ดีไซน์

พรรัตน์ ลีกิจวัฒน์. (2557). **วิธีวิจัยทางการศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 9 กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์
อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. **ความหมายและขอบเขตของคำว่า “สวัสดิการ”** สืบค้นจาก
<http://ftiweb.off.fti.or.th/intranet/file/banner/welfare.pdf>. [วันที่ 9 ตุลาคม 2563]

อรรถิพย์ ราษฎร์นิยม, ชมพูนุท โกสลากร เพิ่มพูนวิวัฒน์. (2552). แนวโน้มตลาดแรงงานไทย ใน
ต่างประเทศ : **วารสารเศรษฐศาสตร์ศรีนครินทรวิโรฒ**. 5(5): 113-120

รูปแบบการปรับปรุงระบบการซ่อมบำรุงเพื่อเพิ่มผลผลิตของโรงงานผลิตกระป๋อง ขนาดเล็ก

Model of Maintenance System Improvement for Increasing Productivity of Small
Canning Factory

สมศักดิ์ สิทธิชาญคุณะ SomsakSittichancuna

ศิริวรรณ จันทวิทพงษ์ SiriwanChanthavithitpong

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายกับการบริหาร

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ศึกษาถึงสภาพทั่วไปของโรงงานผลิตกระป๋อง เพื่อใช้เป็นแนวทางปรับปรุงในการแก้ไขปัญหาในระบบการซ่อมบำรุง ในการกำหนดแผนการบำรุงรักษาเครื่องจักร เพื่อเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนในการผลิตกระป๋องเพื่อการปรับปรุงโครงสร้างขององค์กรด้านซ่อมบำรุงเพื่อวางระบบงานด้านอะไหล่สำรองและระบบวัสดุคงคลังด้านซ่อมบำรุง

ผลการศึกษางานวิจัยพบว่า

“รูปแบบการปรับปรุงระบบการซ่อมบำรุงเพื่อเพิ่มผลผลิตของโรงงานผลิตกระป๋องขนาดเล็ก” กระบวนการผลิตกระป๋องจัดเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง ในปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง นับเป็นอุตสาหกรรมที่เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโดยส่วนรวมของประเทศไทย ผลการศึกษางานวิจัยยังปรากฏว่า การผลิตกระป๋องภายในประเทศไทยยังไม่มีการวางแผนที่ดี ในปัจจุบันเรียกกันว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management เนื่องจากไม่มีระบบการวางแผนการซ่อมบำรุง การซ่อมบำรุงจะกระทำเมื่อเครื่องจักรเสีย รวมถึงยังไม่มีการจัดรูปองค์การทางด้านการซ่อมบำรุงที่ชัดเจน จึงทำให้การดำเนินการผลิตขาดประสิทธิภาพ อันเป็นปัญหาและอุปสรรค ในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง

“รูปแบบการปรับปรุงระบบการซ่อมบำรุงเพื่อเพิ่มผลผลิตของโรงงานผลิตกระป๋องขนาดเล็ก” มุ่งศึกษางานวิจัยเน้นการเสนอการปรับปรุงระบบซ่อมบำรุง เพื่อเพิ่มผลผลิตของโรงงาน ซึ่งเป็นโรงงานผลิตกระป๋อง โดยการจัดหน่วยงานซ่อมบำรุงในโครงสร้างขององค์การสร้างระบบการซ่อมบำรุงและระบบสารสนเทศ เพื่อการจัดการงานซ่อมบำรุง โดยมุ่งเพิ่มความพร้อมใช้งานของเครื่องจักร ผลการวิจัยประเมินผลโดยเปรียบเทียบผลจากการทำงานซ่อมบำรุง ก่อนที่จะทำการวิจัยค้นคว้ากับระบบซ่อมบำรุงที่ได้ทำการปรับปรุงแล้วพบว่า ความพร้อมการใช้งานของเครื่องจักรเพิ่มขึ้น และขณะเดียวกัน

การขัดข้องของเครื่องจักรลดลงโดยเฉลี่ยลดลง โดยเฉลี่ยร้อยละ 11.63 ส่วนอัตราการผลิตกระป๋องเพิ่มขึ้น 873 ใบต่อชั่วโมง หรือ ร้อยละ 16.30

คำสำคัญ : การปรับปรุงระบบ, การซ่อมบำรุง, การผลิต

“Model of Maintenance System Improvement for Increasing Productivity of Small Canning Factory” A can sole Manufacturing Process is considered as part of canned food industry. At the present time, the canned food industry is granted to be one of the industries that facilitate the national economic development of Thailand.

Basically, can sole production lines in Thailand, maintenance is not well planned. Due to the non-planning system in maintenance, the machines will be repaired when the breakdown is caused and lack of well-established maintenance system and organization. Because of these problems, most factories have been inefficiently operated which results in retardment of factory development.

The objective of this study is to improve the maintenance system of one sample can sole factory by setting up the organization of maintenance department, creating the preventive maintenance (PM) system and maintenance management information system (MMIS). The measures are aiming to increase machine availability.

By comparing the results of previous time with those of the improved maintenance sys, it was found that new system can increased machine availability and decreased machine breakdown averaged 11.63% and production rate was increased 873 pieces per hour or 16.30%

Keywords: Maintenance System, Improvement, Productivity

บทนำ

การใช้ภาชนะบรรจุที่เป็นโลหะ ในการถนอมอาหารได้ต่อเนื่องมาจากการค้นพบวิธีการถนอมอาหาร โดย Nicolas Appert ซึ่งทำให้เขาได้รับรางวัล 12,000 ฟรังก์ จากจักรพรรดิ นโปเลียน โบนาปาร์ต แห่งฝรั่งเศส ในปี 1809 Nicolas Appert ได้นำการถนอมอาหารชนิดต่างๆ ในขวดแก้วแล้วใช้อุดจุกไม้คอร์ก หลังจากนั้นก็ต้มฆ่าเชื้อในน้ำเดือด เขาใช้เวลาในการทดลองอยู่นานถึง 15 ปี จึงประสบความสำเร็จและเรื่องราวของ Nicolas Appert ได้ถูกตีพิมพ์เผยแพร่ในหนังสือ “Art of Preserving All King of Animal and Vegetable Substances”

Nicolas Appert ไม่ใช่นักวิทยาศาสตร์ จึงไม่สามารถทำการศึกษาค้นคว้าทดลองแล้วประสบความสำเร็จด้านการถนอมอาหารเหมือนกับนักวิทยาศาสตร์หลายๆท่านที่ทำการทดลองแล้วประสบ

ความสำเร็จ เช่น Louise Paster นักวิทยาศาสตร์ชาวฝรั่งเศสที่ค้นพบว่า อาหารเสียเพราะว่ามีจุลินทรีย์ในอาหาร มีนักวิชาการหลายท่านที่ค้นพบการฆ่าจุลินทรีย์ในอาหาร ถือเป็นองค์ความรู้ใหม่ในการถนอมอาหารทำให้เก็บอาหารได้นานขึ้น H.L.Russell นักวิทยาศาสตร์ แห่งมลรัฐ Wisconsin, และนักวิทยาศาสตร์ 2 ท่านคือ Samuel C. และ W.Lyman Underwood แห่งรัฐ Massachusetts

ในปี ค.ศ. 1810 Peter Durand เป็นนักวิทยาศาสตร์ ชาวอังกฤษ ที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าจนประสบความสำเร็จเป็นผู้ริเริ่มการใช้ภาชนะบรรจุอาหารโลหะที่ทำขึ้นมาจากเหล็กเคลือบดีบุกแล้วทำการจดทะเบียนลิขสิทธิ์ ต่อมาในปี ค.ศ. 1813 Bryant Donkin และ John Hall ก็เริ่มทำการถนอมอาหารในกระป๋อง เพื่อส่งไปเป็นอาหารให้แก่ทหารชาวอังกฤษ จากนั้นต่อมาก็ได้มีการพัฒนาเรื่อยๆ จนเป็นที่นิยมเกิดเป็นอาหารกระป๋องขึ้น

หลักการถนอมอาหารที่ถูกค้นพบโดย Nicolas Appert จึงเริ่มขึ้นจากการบรรจุขวดแก้วปากกว้าง ใช้จุกไม้คอร์กปิด ใช้ขดลวดพันปากขวดเสริมให้แน่น การบรรจุในเพื่อการขนส่งแล้วไม่สะดวกลดภัย จึงมีการพัฒนาทำภาชนะบรรจุเป็นโลหะเหล็กเคลือบดีบุก มีรูปแบบเป็นกระป๋องผลิตจากเครื่องจักรเกิดขึ้นในปี 1847 เริ่มใช้เครื่องจักรผลิตภาชนะบรรจุอาหารในรูปแบบต่างๆ มีการพัฒนานำเครื่องจักรมาตัดแผ่นเหล็กในการผลิตภาชนะในรูปทรงต่างๆตามวัตถุประสงค์ เพื่อให้เหมาะสมกับการบรรจุอาหารเกิดขึ้น และยังทำให้เกิดเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภคด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัย โครงสร้างขององค์การ ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนการบำรุงรักษาเครื่องจักรด้านการซ่อมบำรุงให้สอดคล้องกับการเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนในการผลิตกระป๋อง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการซ่อมบำรุงในระบบงานด้านอะไหล่สำรองและระบบวัสดุคงคลัง งานบำรุง
3. เพื่อศึกษาและวิจัยเสริมสร้าง “รูปแบบการปรับปรุงระบบการซ่อมบำรุงเพื่อเพิ่มผลผลิตของโรงงานผลิตกระป๋องขนาดเล็ก”

คำถามในการวิจัย

1. โครงสร้างขององค์การ ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนการบำรุงรักษาเครื่องจักรด้านการซ่อมบำรุงให้สอดคล้องกับการเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนในการผลิตกระป๋องและระบบการซ่อมบำรุงในระบบงานด้านอะไหล่สำรองและระบบวัสดุคงคลัง ของด้านการซ่อมบำรุง เป็นอย่างไร
2. บทบาทและแนวทางการดำเนินงาน การปรับปรุงระบบการซ่อมบำรุงเพื่อเพิ่มผลผลิตของโรงงานผลิตกระป๋องขนาดเล็กด้านระบบการซ่อมบำรุงเป็นอย่างไร

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการวิจัยศึกษาเรื่อง “รูปแบบการปรับปรุงระบบการซ่อมบำรุงเพื่อเพิ่มผลผลิตของโรงงานผลิตกระป๋องขนาดเล็ก”

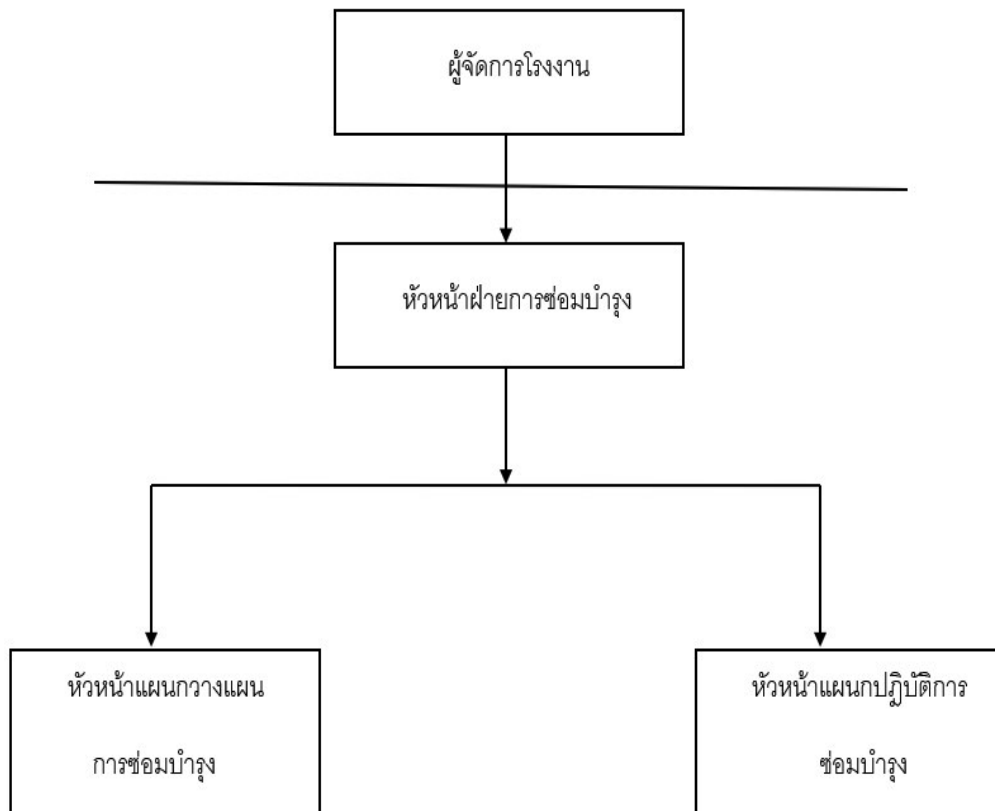
วิจัยเชิงคุณภาพ Qualitative Research ศึกษาวิจัย และด้วยวิธีการบรรยายเชิงพรรณนา Descriptive Method โดยวิธีการศึกษาวิจัย โดย

1. **ศึกษาจากเอกสาร Documentary Research**เกี่ยวกับทฤษฎีการซ่อมบำรุงและหลักการเกี่ยวกับการจัดการดำเนินงานบำรุงรักษาเชิงป้องกัน และ งานบำรุงรักษาเชิงแก้ไข
2. **ศึกษาจากการสังเกตการณ์ Observation** เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน การรักษานโยบาย แผนงาน ความตั้งใจ ของผู้บริหารระดับสูง และผู้กำหนดนโยบาย 2 รูปแบบ คือ งานบำรุงรักษาที่วางแผนไว้ Planned Maintenance และ งานบำรุงรักษาที่ไม่ได้วางแผนไว้ Unplanned Maintenance

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

การนำนโยบายไปปฏิบัตินั้นหมายถึง การนำนโยบายแผนงานการซ่อมบำรุง มีหน้าที่หลักในการวางแผน, ควบคุม และปฏิบัติงานทางด้านการซ่อมบำรุง ระบบเครื่องจักรกลในโรงงาน ทั้งในด้านการซ่อมบำรุงตามกำหนดการ การซ่อมฉุกเฉินและการตรวจสอบสภาพ นอกจากนี้ยังรวมถึงการออกแบบและเลือกวัสดุที่ง่ายต่อการบำรุงรักษาซึ่งสามารถแสดงการกำหนดรายละเอียดลักษณะงาน Job Description ของแต่ละบุคคลในโครงสร้างถูกแบ่งหน้าที่ออกเป็น 2 แผนกซึ่งเป็น

ตัวแบบด้านการบริหารจัดการ Management Model สำหรับแนวทางในการจัดโครงสร้างการจัดการองค์การด้านการซ่อมบำรุงของโรงงานประเภทนี้ จะทำการจัดแบ่งตามฝ่ายการผลิต เพื่อแบ่งอำนาจหน้าที่ในการรับผิดชอบ โดยให้ช่างเครื่องทั้งหมดขึ้นตรงกับหัวหน้าแผนกปฏิบัติการซ่อมบำรุง นอกจากนี้ยังมี ส่วนงานโรงกลึงในการที่จะสนับสนุนงานที่ต้องใช้ฝีมือและความถนัดเฉพาะอย่างมาก ประกอบด้วย ผู้จักรโรงงานผู้กำหนดนโยบาย หัวหน้าฝ่ายการซ่อมบำรุง หัวหน้าแผนกวางแผนการซ่อมบำรุง หัวหน้าแผนกปฏิบัติการซ่อมบำรุง



รูปภาพประกอบที่ 1 ตัวแบบด้านการบริหารจัดการ Management Model
โครงสร้างการจัดการองค์การ ด้านการซ่อมบำรุง

การประเมินผลการซ่อมบำรุงในเชิงกายภาพ Physical เป็นหลักการประเมินผลระบบงานซ่อมบำรุง โดยการเปรียบเทียบสมรรถนะของเครื่องจักร สมรรถนะที่นำมาเปรียบเทียบต้องเป็นสมรรถนะของเครื่องจักรภายใต้สภาพการณ์ หรือเงื่อนไขของการใช้งานที่ใกล้เคียงกัน เป็นค่าของพลังงานที่ใช้ในการขับเคลื่อนเครื่องจักร สมรรถนะในการผลิตผลิตภัณฑ์ เป็นการเปรียบเทียบที่อยู่ในรูปแบบอัตราส่วนสมรรถนะ ในตัวแบบด้านการพัฒนาองค์การ

ตัวแบบด้านการพัฒนาองค์การ Organization Development Model ตัวแบบนี้ ประเมินผลระบบการซ่อมบำรุง แบบการวัดผลการดำเนินงานของระบบซ่อมบำรุงเชิงกายภาพ ของการมีส่วนร่วมการสร้างความรู้ความผูกพันในองค์การเพื่อยอมรับเป็นการมีส่วนร่วมทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพ จนนำไปสู่การนำนโยบายมาดำเนินงานให้เกิดความสำเร็จ

การเปรียบเทียบที่อยู่ในรูปของอัตราส่วนสมรรถนะคือ

$$\% = \frac{\text{สมรรถนะของเครื่องจักรหลังการซ่อมบำรุง}}{\text{สมรรถนะของเครื่องจักรก่อนการซ่อมบำรุง}} \times 100$$

การประเมินผลวิธีนี้จำเป็นต้องมีข้อมูลเฉพาะ Specification ของเครื่องจักรนั้นๆ ตลอดอายุการใช้งานและสมรรถนะของเครื่องจักรที่ผู้ผลิตออกแบบเอาไว้ เพื่อใช้เป็นมาตรฐานในการเปรียบเทียบอ้างอิง การวัดผลทางด้านวิศวกรรมอุตสาหกรรม ผลการวัดจะออกแบบริปูของดัชนี ซึ่งแสดงให้เห็นผลหรือประสิทธิภาพของการบริหารงานซ่อมบำรุง มีอยู่หลายดัชนี เช่น

$$\% \text{ Excess Stock of Spare Part} = \frac{\text{Cost of Maintenance Material Used}}{\text{Total Cost of Maintenance Material Stored in Stock}} \times 100$$

$$\% \text{ Labor Performance of Craft Section} = \frac{\text{Standard Hours Produced by a Section}}{\text{Attendance Hours of a Section}} \times 100$$

$$\% \text{ Overtime Hours Worked} = \frac{\text{Overtime Hours}}{\text{Total Maintenance Hours}} \times 100$$

$$\% \text{ Machine Availability} = \frac{\text{Running Time}}{\text{Running Time} + \text{Down Time}} \times 100$$

$$\% \text{ Maintenance Cost} = \frac{\text{Cost of Maintenance}}{\text{Cost of Factory Overhead}} \times 100$$

$$\% \text{ Budget Ratio} = \frac{\text{Maintenance Budget}}{\text{Factory Budget}} \times 100$$

$$\text{Maintenance Cost per Unit of Production (Cost / Unit)} = \frac{\text{Cost of Maintenance}}{\text{Unit of Production}}$$

ดัชนีที่ใช้ วัดผลสำหรับโรงงานกรณศึกษา

ความพร้อมใช้งานของเครื่องจักร % Machine Availability

$$\text{ความพร้อมใช้งานของเครื่องจักร (\% Machine Availability)} = \frac{\text{เวลาใช้งานเครื่องจักร}}{\text{เวลาใช้งานเครื่องจักร} + \text{เวลาใช้งานเครื่องจักรเสีย}} \times 100$$

อัตราการขัดข้องของเครื่องจักร (% Machine Breakdown)

$$\text{อัตราการขัดข้องของเครื่องจักร (\% Machine Breakdown)} = \frac{\text{เวลาใช้งานเครื่องจักรเสีย}}{\text{เวลาใช้งานเครื่องจักร} + \text{เวลาใช้งานเครื่องจักรเสีย}} \times 100$$

อัตราการผลิต (% Production Rate)

$$\text{อัตราการผลิต (\% Production Rate)} = \frac{\text{ปริมาณที่ผลิตได้}}{\text{จำนวนชั่วโมงที่ใช้ในการผลิต}} \times 100$$

ดัชนีที่ใช้วัดผลอื่นๆ

ดัชนีที่ใช้วัดผลอื่นๆ สามารถนำมาใช้ในงานบำรุงรักษาได้ ใช้วิธี Dupont ซึ่งมีองค์ประกอบการวัด 4 ตัวคือ 1.สภาพการวางแผน 2.ปริมาณงานที่ทำ 3.ต้นทุน และ 4.สภาพการผลิต โดยองค์ประกอบพื้นฐานประกอบด้วย องค์ประกอบการประเมิน ดังนี้

ดัชนีที่ใช้วัดผลอื่นๆ

องค์ประกอบพื้นฐาน	องค์ประกอบประเมิน	สมการการคำนวณ	
1.สภาพการวางแผนการ	1.1 งานที่ทำตามแผนการ	$\frac{\text{เวลาของการทำงานจริงตามแผนการ}}{\text{เวลาของการทำงานจริง}}$	X 100
	1.2 งานที่ไม่ได้ทำตามแผน	$\frac{\text{เวลาของการทำงานที่ไม่มีแผน}}{\text{เวลาของการทำงานจริง}}$	X 100
1.3 ประสิทธิภาพแรงงาน		$\frac{\text{เวลาของการทำงานจริงทั้งหมด}}{\text{เวลาทำงานของกิจกรรม}}$	X 100
1.4 แรงงานนอกเวลา		$\frac{\text{เวลาของการทำงานในวันหยุด}}{\text{เวลาทำงานของกิจการ}}$	X 100

องค์ประกอบพื้นฐาน	องค์ประกอบการประเมิน	สมการการคำนวณ	
2. ปริมาณงานที่ทำ	2.1 ปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ทำได้ขณะนั้น	$\frac{\text{ปริมาณผลิตภัณฑ์เฉลี่ยที่ทำใน 1 สัปดาห์}}{\text{สมรรถภาพมาตรฐานใน 1 สัปดาห์}}$	X 100
	2.2 ปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ทำได้รวม	$\frac{\text{ปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ทำได้รวมเมื่อปลายเดือน}}{\text{สมรรถภาพมาตรฐานใน 1 สัปดาห์}}$	X 100
	2.3 การบำรุงรักษาเชิงป้องกัน	$\frac{\text{เวลาในการทำงานบำรุงรักษาเชิงป้องกัน}}{\text{เวลาทำงานจริงทั้งหมด}}$	X 100
	2.4 การบำรุงรักษาทั่วไป	$\frac{\text{เวลาของการทำงานบำรุงรักษาเชิงป้องกัน}}{\text{เวลาทำงานของการทำงานจริงทั้งหมด}}$	X 100

องค์ประกอบพื้นฐาน องค์ประกอบการประเมิน สมการการคำนวณ

3. ต้นทุน	3.1 ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม	$\frac{\text{ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมของเดือนนี้}}{\text{ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมเฉลี่ยของปีที่ผ่านมา}}$	X 100
	3.2 ค่าใช้จ่าย PM	$\frac{\text{ค่าใช้จ่าย PM ของเดือนนี้}}{\text{ค่าใช้จ่าย PM เฉลี่ยของปีที่ผ่านมา}}$	X 100
	3.3 ค่าใช้จ่ายทางตรง	$\frac{\text{ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมทางตรง}}{\text{ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมของอุปกรณ์ทั้งหมด}}$	X 100
	3.4 ค่าใช้จ่ายทางอ้อม	$\frac{\text{ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมทางอ้อม}}{\text{ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมของอุปกรณ์ทั้งหมด}}$	X 100

องค์ประกอบพื้นฐาน องค์ประกอบการประเมิน สมการการคำนวณ

4. สภาพการผลิต	4.1 อัตราการบำรุงรักษาที่ผลิต	$\frac{\text{ค่าใช้จ่ายบำรุงรักษา}}{\text{ปริมาณการผลิต}}$	X 100
	4.2 ความสูญเสียจากการหยุดงาน	$\frac{\text{ระยะเวลาการหยุดงาน}}{\text{เวลาในการเดินเครื่องใช้งาน}}$	X 100
	4.3 อัตราค่าใช้จ่ายในการผลิต	$\frac{\text{ค่าใช้จ่ายทุกฝ่าย}}{\text{ปริมาณการผลิต}}$	X 100
	4.4 อัตราการทำงานจริง	$\frac{\text{เวลาการทำงานมาตรฐาน}}{\text{เวลาการทำงานจริง}}$	X 100

สำหรับมาตรฐานของการประเมิน แบ่งออกเป็น 6 ระดับคือ

E	:	Excellent	ดีเยี่ยม
G	:	Good	ดี
A+	:	Above Average	พอใช้
A	:	Average	ธรรมดา
A-	:	Below Average	ค่อนข้างแย่
P	:	Poor	แย่

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการประยุกต์ ทฤษฎีการซ่อมบำรุง

เครื่องจักรที่ใช้งานในโรงงานอุตสาหกรรมนั้น ไม่ว่าจะมีความแพงมากน้อยเพียงไหนก็ต้องมีการซ่อมบำรุง การดูแลรักษาให้อยู่ในสภาพเดิมพร้อมใช้งานตลอดเวลา นอกจากเครื่องจักรจะมีกิจกรรมในการผลิตแล้วด้านการซ่อมบำรุงจะต้องมีการดูแลรักษาเครื่องจักรอุปกรณ์ให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพเต็มที่ตลอดอายุการใช้งาน งานการบำรุงรักษาและงานผลิตเปรียบเสมือนสองล้อของรถที่ต้องทำการวิ่งควบคู่กันไป เพื่อที่จะนำพาให้ธุรกิจโรงงานก้าวไปสู่ความเจริญก้าวหน้ามั่นคงต่อไป

งานบำรุงรักษาเครื่องจักรที่เกี่ยวกับการผลิตมีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการดำเนินการรักษาโยบาย, การวางแผนงาน, และความตั้งใจในการปฏิบัติงานของฝ่ายบำรุงรักษา โดยผู้รับผิดชอบในการดูแลตลอดจนผู้บริหารระดับสูงและผู้กำหนดนโยบาย งานบำรุงรักษาแบ่งได้แนวทางออกเป็น 2 รูปแบบ คืองานบำรุงรักษาที่วางแผนไว้ Planned Maintenance งานบำรุงรักษาที่วางแผนไว้ Unplanned Maintenance และโดยที่งานในส่วนของการบำรุงรักษาที่วางแผนไว้ Planned Maintenance ก็สามารถแบ่งงานบำรุงรักษาไว้ตามที่กำหนดการวางแผนออกเป็น 2 แนวทางเป็นงานซ่อมบำรุงรักษาเชิงป้องกัน

Preventive Maintenance และงานบำรุงรักษาเชิงแก้ไข Corrective Maintenance ที่เป็นส่วนงานที่ไม่สามารถวางแผนในการบำรุงรักษาไว้ เป็นงานซ่อมหลังเกิดเหตุขัดข้อง ที่เรียกว่า Breakdown Maintenance

แนวความคิดหลักการทำงานของงานซ่อมบำรุงเชิงป้องกัน Preventive Maintenance หรือที่เรียกย่อว่า PM เป็นที่นิยมยอมรับนำมาใช้ในวงการเครื่องจักรอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ถูกนำมากำหนดเป็นนโยบายการซ่อมบำรุงเชิงป้องกัน เพื่อป้องกันการหยุดงานของเครื่องจักรก่อนการเกิดเหตุเครื่องจักรเสีย Breakdown จึงมีการตรวจสอบกำหนดการวางแผนระบบซ่อมบำรุงเชิงป้องกัน กับเครื่องจักรขึ้นเป็นการตรวจสอบสภาพความพร้อมของเครื่องจักร มีการจัดบันทึกการเติมน้ำมันหล่อลื่น การถอดเปลี่ยนชิ้นส่วนการซ่อมแซม การซ่อมบำรุง การวิเคราะห์ จากการตรวจจุดบันทึก เพื่อเป็นการป้องกันการเกิดเหตุ Breakdown ก่อนตามเวลาเพื่อสร้างมาตรการป้องกัน และแก้ไข ซึ่งมีองค์ประกอบการปฏิบัติงานซ่อมบำรุงเชิงป้องกัน 4 ขั้นตอนง่ายๆเบื้องต้นคือ 1. การทำความสะอาดเครื่องจักรและบริเวณโรงงาน Cleaning 2. การหล่อลื่น Lubrication 3. การตรวจสอบสภาพ Inspection 4. การปรับแต่งและเปลี่ยนชิ้นส่วน Adjustment and Part Replacement

นักวิชาการที่ได้ทำการวิจัยเรื่องการวางแผนการซ่อมบำรุงเชิงป้องกัน หลายท่านในช่วงเวลา ตั้งแต่ พ.ศ. 2527 ในช่วงยุคอุตสาหกรรมของประเทศไทยหลายท่านในหลายธุรกิจ งานวิจัยต่างประเทศที่เกี่ยวข้องและกล่าวถึง ตัวอย่างเช่น

ABDUL WADUD, 1972 ได้กล่าวถึง การบำรุงรักษาเชิงป้องกัน เพื่อให้เครื่องจักรสามารถทำงานได้ตลอด และสามารถนำเอาระบบสารสนเทศเข้ามาควบคุมดูแลในส่วนงานซ่อมบำรุง ในโรงงานอุตสาหกรรมกระดาษ

ONG HAN MIN, 1982 ได้กล่าวถึง แนวทางการวางแผนการซ่อมบำรุงเครื่องจักรเชิงป้องกันโดยใช้ระบบสารสนเทศเข้ามาช่วยกำกับดูแลในเครื่องจักรโรงงานอุตสาหกรรมผลิตยางรถยนต์

ส่วนงานการวางแผนซ่อมบำรุงเพื่อการเพิ่มผลผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง ขนาดเล็กมีงานวิจัย ที่นำเสนอด้านการวางแผนโรงงาน การบริหารจัดการศึกษาการทำงาน (โกวิทย์ วัลลภาพันธ์, 2522) จะพบเห็นงานวิจัยที่ศึกษาหาข้อวิเคราะห์ในการวางแผนซ่อมบำรุงเชิงป้องกันได้ทุกวงการธุรกิจไปตลอดจนหน่วยงานราชการมีการกำหนดแผนการซ่อมบำรุงของกรมชลประทาน ได้ทำการวางแผนศึกษาการขัดข้องของอุปกรณ์การทำงานของกรมชลประทาน ที่กล่าวถึงงานวิจัยว่า (อนุพงษ์ บุญเกียรติ, 2527) เป็นลักษณะการวิเคราะห์ เพื่อจัดวางระบบการซ่อมบำรุงเชิงป้องกันพร้อมจัดวางระบบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานซ่อมบำรุงในระบบเพื่อใช้ติดตามผลการปฏิบัติงานและวิธีการทำงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

อนุพงษ์ บุญเกียรติ, 2558 ได้กล่าวสรุป “เทคนิคการซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรกลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ” คณะ KM Team ส่วนบริหารเครื่องจักรกลที่ 6 กรมชลประทาน เพิ่มเติมการซ่อมบำรุงเครื่องจักร ว่าเป็นการ

รักษาสมรรถนะความพร้อมของเครื่องจักรรักษาประสิทธิภาพประสิทธิผลของเครื่องจักร เพื่อสามารถใช้งานได้ตามแผนงานที่ได้วางไว้ โดยมีค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดรวมไปถึงความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน

ที่มาข้อมูล : <http://kmcenter.rid.go.th/kcome/2014/wp-content/uploads/2015/119E.pdf> หน้า 2 วันที่ 4 ตุลาคม 2563. เวลา 09.13 น.

นางสาวมณี ล่อซุ่นนี้, 2562 หน้า 28 ได้กล่าวถึง “การเพิ่มผลิตภาพในโรงงานแปรรูปทูน่ากระป๋อง” การซ่อมบำรุง คือการสร้างการเพิ่มผลผลิตภายใต้จิตสำนึกในการแสวงหาการปรับปรุงและสร้างวรรคสิ่งต่างๆ ให้ดีขึ้นอยู่เสมอไม่ใช่เป็นเพียงแต่การซ่อมบำรุงเครื่องจักรเท่านั้น แต่ยังเป็นการซ่อมบำรุงงานกิจกรรมในการผลิตให้ดีขึ้นอยู่เสมอไป ด้วยเทคนิควิธีการใหม่ เป็นการซ่อมบำรุงการเพิ่มผลผลิตรวมไปถึงคุณธรรมและความยั่งยืน ทั้งนี้เพื่อลูกค้าจะได้รับคุณภาพดี ต้นทุนและการส่งมอบที่ดี เพื่อพนักงานแล้วจะได้รับความปลอดภัยในการทำงานหากมีการซ่อมบำรุงเครื่องจักรที่ดี เป็นขวัญกำลังใจให้พนักงานทำงานที่ดีเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีมีจริยธรรมในสังคม

สรุปข้อเสนอแนะ

1. การศึกษางานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทาง เพื่อใช้แก้ไขปรับปรุงระบบการผลิตของเครื่องจักร โดยใช้วิธีการทางด้านวิศวกรรมนำมาแก้ไขระบบการผลิต ในการวางแผนและควบคุมการผลิต, การควบคุมคุณภาพและการวางแผนผังโรงงาน ด้านการซ่อมบำรุงเชิงป้องกัน
2. แผนการปรับปรุงระบบการซ่อมบำรุงที่นำเสนอนี้ ต้องมีการดำเนินงานที่ต่อเนื่องทั้งระบบ
3. ระบบการซ่อมบำรุงเชิงป้องกันที่นำเสนอในงานวิจัยชิ้นนี้ ควรมีการปรับปรุงแผนการซ่อมบำรุงเครื่องจักรตามสถานการณ์ที่เหมาะสมตามลักษณะการเปลี่ยนแปลงของสภาพเงื่อนไขของสิ่งแวดล้อม เครื่องจักร และแรงงาน
4. โปรแกรมการตรวจสอบสภาพเครื่องจักรในงานวิจัยชิ้นนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับโรงงานอุตสาหกรรมที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันได้

งานวิจัยชิ้นนี้ เพื่อสร้างระบบการบริหารงานด้านการซ่อมบำรุงที่เหมาะสมในโรงงานผลิตกระป๋อง โดยใช้แนวคิดการจัดระบบองค์การซ่อมบำรุงภายในโครงสร้างการจัดการของโรงงานในแนวคิดของเทคนิคการซ่อมบำรุงเชิงป้องกัน Preventive Maintenance Technique

บรรณานุกรม

โกวิทย์ วัลลาพินธ์, (2522) “การเพิ่มผลผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องขนาดเล็กในประเทศไทย” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร ที่มาข้อมูล <https://books.google.co.th/books/about/> วันที่ 4 ตุลาคม 2563 เวลา 08.32 น.

อนุพงษ์ บุญยเกียรติ, (2527) “การวางแผนการซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรกลชุดของกรมชลประทาน” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร

เอกชัย ตั้งบุญธินา, (2534) “การเพิ่มความพร้อมใช้งานของเครื่องจักรในโรงงานผลิตแผ่นพื้นรองเท้าโดยการปรับปรุงระบบซ่อมบำรุง” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร

Abdul Wadud, (1972) “A Study on the Maintenance Policy in a Paper Manufacturing Plant”, Master Thesis, Asian Institute of Technology, Bangkok, Thailand,

ONG HAN Min, (1982) “Evaluation on a Maintenance Information System A Case Study”, Special Study, Asian Institute of Technology, Bangkok, Thailand.

อนุพงษ์ บุญยเกียรติ, (2558) “เทคนิคการซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรกลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ” คณะ KM Team ส่วนบริหารเครื่องจักรกลที่ 6 กรมชลประทาน ที่มาข้อมูล : <http://kmcenter.rid.go.th/kcome/2014/wp-content/uploads/2015/119E.pdf> หน้า 2 วันที่ 4 ตุลาคม 2563. เวลา 09.13 น.

นางสาวมณี ล่อสุนัน (2562) “การเพิ่มผลผลิตภาพในโรงงานแปรรูปทูน่ากระป๋อง” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรมสาขาวิชา การจัดการงานวิศวกรรม, มหาวิทยาลัยสยามที่มาข้อมูล วันที่ 4 ตุลาคม 2563. เวลา 08.40 น.

<http://e-research.siam.edu/wp-content/uploads/2019/02/M-Eng-2018-THESIS-Productivity-Improvement-in-a-Tuna-Factory.pdf>

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์
แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์¹

Tourism Behavior and Satisfaction of Thai Tourists Towards Public Relations, Tourist
Attraction the Sea of Fog Khao Kho Viewpoint Phetchabun

โดย สรตรา อุตมอ่าง²

Sorratra Utamaang

ปรีชา พันธุ์แน่น³

Preecha Phannan

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และ 3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เครื่องมือในการวิจัยได้แก่แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 400 คน และใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ประกอบไปด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เพื่อทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร โดยใช้สถิติ One way ANOVA (F-test)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ยังเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และมีภูมิลำเนาที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนชื่นชมธรรมชาติ มีผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวโดยมากันมากกว่าสองคนหรือเป็นหมู่คณะ ใช้เวลามาท่องเที่ยว โดยมาสองวันพักค้างหนึ่งคืน เลือกวันหยุดเสาร์-อาทิตย์เป็นวันมาท่องเที่ยว ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะท่องเที่ยว เลือกที่พักค้างแรมที่รีสอร์ทบริเวณเขาค้อ และค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับ

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่องพฤติกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

² นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารท่องเที่ยวและบันเทิง

³ อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์

มากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้วพบว่า ความพึงพอใจระดับมากที่สุด ได้แก่ จุดชมวิวดอกงเนียม และ Pino Latte Resort & café เท่ากัน รองลงมาได้แก่ จุดชมวิวไปรษณีย์เขาค้อและวัดพระธาตุมาซอนแก้ว เท่ากัน จุดชมวิวเขาตะเคียนโง๊ะ ตามลำดับ

ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามวัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยว พบว่า วัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวของกลุ่มต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน

คำสำคัญ : พฤติกรรมการท่องเที่ยว, ความพึงพอใจ, การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอก

Abstract

The objective of this research was 1) to study the tourism behavior of Thai tourists visiting Khao Kho 2) to study the satisfaction of Thai tourists towards public relations, tourist attraction the sea of fog Khao Kho viewpoint Phetchabun and 3) to compare the differences between tourism behaviors and the satisfaction of Thai tourists towards public relations, tourist attractions the sea of fog Khao Kho viewpoint Phetchabun. Phetchabun the research instrument was a questionnaire. The samples were Thai tourists traveling to Khao Kho Phetchabun, consisting of 400 people and using descriptive analysis statistics consisting of percentage, mean, standard deviation and inferential statistics to test the research hypothesis at the statistical significance level 0.05 to compare the differences between variables by using the One way ANOVA (F-test) statistics. The results of the study can be summarized as follows:

Demographic data of tourists found that most tourists are male. Between 21-30 years old, have a bachelor's degree most of them are students. With an average monthly income of less than 10,000 baht and domiciled in Bangkok. Have tourism behaviors, the sea of fog Khao Kho viewpoint Phetchabun with the objective of traveling to relax and admire nature, with more than two people traveling together or in groups. Take time to visit with two days and an overnight stay choose a holiday from Saturday to Sunday as a day for traveling. Using private cars as traveling vehicles, choose to stay overnight at the resort around Khao Kho. And search for tourist information from online social media. The satisfaction of Thai tourists with public relations tourist attraction the sea of fog Khao Kho viewpoint Phetchabun province in general, it was found that

the highest level ($\bar{X} = 4.28$) when classified in each aspect, found that The highest level of satisfaction was the Viewpoint of Kong Niem Temple and Pino Latte Resort & café ($\bar{X} = 4.30$), followed by Khao Kho Post Office View Point and Wat Phra That Pha Son Kaew ($\bar{X} = 4.27$) are equal. Khao Takhian Ngo View Point ($\bar{X} = 4.26$) respectively. The hypothesis test compares the difference between tourism behavior and tourist satisfaction. Thai people towards public relations, tourist attraction the sea of fog Khao Kho viewpoint Phetchabun Classified by tourism purpose, it is found that the purpose of visiting various groups of tourists Thai tourists are satisfied with the public relations of tourist attraction the sea of fog Khao Kho viewpoint Phetchabun differences were statistically significant at the 0.05 level. There was no difference.

Keywords: tourism behavior, satisfaction, the sea of fog Khao Kho viewpoint Phetchabun

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมากทั้งประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศที่กำลังพัฒนา อีกทั้งมีแนวโน้มจะทวีความสำคัญมากขึ้นในอนาคตทั้งนี้ เพราะการท่องเที่ยวระหว่างประเทศสามารถทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาช่วยแก้ไขสภาวะการขาดดุลชำระเงินของประเทศ ส่วนการท่องเที่ยวภายในประเทศก็ช่วยกระตุ้นให้เกิดการลงทุนผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ อันเป็นการช่วยสร้างงานและการกระจายรายได้ไปสู่ทุกระดับอาชีพนอกจากนี้คุณค่าทางการศึกษาและสุขภาพจิตที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการท่องเที่ยวยังเป็นประโยชน์อย่างมหาศาลต่อการเพิ่มคุณภาพชีวิตที่ยากจะหาได้จากกิจกรรมอื่น จึงต้องส่งเสริมให้การท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สุรีย์ บุญญานุกพงศ์ และคณะ, 2552) การท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสภาวะเศรษฐกิจสังคมและ วัฒนธรรมซึ่งมีผลทั้งทางตรงและทางอ้อม เพราะถ้ามีการเดินทางเกิดขึ้นย่อมจะต้องมีการจ่าย การพักผ่อน การรับประทานอาหาร การใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว และการซื้อสินค้าของที่ระลึก ดังนั้นจึงมีผลต่อเนื่องในชุมชน คือ เกิดอาชีพในชุมชนมากขึ้น เช่น มีการจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง ผลผลิตทางการเกษตร จัดบริการอาหารและที่พัก สามารถกระจายรายได้ไปสู่กลุ่มต่าง ๆ ภายในหมู่บ้านสิ่งเหล่านี้จะทำให้เกิดการผสมผสานวัฒนธรรม และการแพร่กระจายวัฒนธรรมวิธีหนึ่ง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ถูกบรรจุเข้าไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520 –2524) เป็นฉบับแรก จนถึงปัจจุบัน (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12)

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ผ่านมา มักจะมีการท่องเที่ยวทั้งส่วนตัวมาคนเดียวและมาเป็นหมู่คณะ มีการเลือกใช้พาหนะเดินทางที่แตกต่างกันไป มีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง มีการ

เลือกที่พักค้างแรม เลือกวันเดินทางที่สะดวกและเหมาะสม รวมทั้งการเลือกหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการรับรู้ก่อนเดินทางไปท่องเที่ยว (สำนักงานสถิติแห่งชาติร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559) ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ แสดงถึงการเตรียมตัวเพื่อออกท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความสะดวก ประหยัดและปลอดภัย ท่องเที่ยวให้มีความสุขและบรรลุวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ดังนั้น ในแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องมีการพัฒนาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีความคาดหวังว่าในแหล่งท่องเที่ยวนั้นต้องมีความสวยงาม ประทับใจ มีบรรยากาศธรรมชาติของสภาพแวดล้อม ระบบสาธารณูปโภค มีความสะดวกของเส้นทาง พาหนะในการเดินทาง และมีความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจึงต้องมีข้อมูลเหล่านี้เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวให้เกิดการรับรู้และตัดสินใจมาท่องเที่ยวในที่สุด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2547: 18-19) ขณะเดียวกัน การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวดังกล่าว จะสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวอย่างไรหรือไม่ ก็ขึ้นอยู่กับว่าข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวนั้น จะมีความเป็นจริงตามที่ได้ประชาสัมพันธ์ออกไปหรือไม่ เพราะความพึงพอใจเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสบายใจ และมีความสุขจากการที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่ นักท่องเที่ยวได้ (นริษา นราศรี, 2544)

เขาค้อ เป็นชื่อเรียกรวม ของกลุ่มภูเขาน้อยใหญ่ ที่ทอดตัวเรียงราย สลับกันในภาคเหนือตอนล่าง เป็นที่ตั้งของอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นอำเภอที่อยู่บนภูเขา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เนื่องจากมีอากาศเย็นสบายตลอดทั้งปี แม้แต่ในฤดูร้อน อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดทั้งปี เพียง 18-25 องศาเซลเซียสเท่านั้น มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายให้ได้มาพักผ่อน โดยยอดเขาสูงหลายแห่งที่น่าสนใจ เช่นเขาย่า ซึ่งเป็นที่ตั้งของพระตำหนักเขาค้อ มีความสูง 1,290 เมตร จากระดับน้ำทะเลปานกลาง ยอดเขาผาช้อนแก้ว มีความสูงมากกว่า 1,300 เมตร ส่วนยอดเขาค้อ ซึ่งเป็นที่ตั้งของ อนุสรณ์สถานผู้เสียสละ เขาค้อมีความสูง 1,174 เมตร สภาพอากาศบนเขาค้อจึงค่อนข้างเย็น และเย็นจัดในฤดูหนาว และยังมีทัศนียภาพที่สวยงาม เป็นแหล่งชมทะเลหมอกที่สวยงามแห่งหนึ่งที่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก ชื่อเขาค้อ มีที่มาจาก ป่าบริเวณนี้มีต้นค้อขึ้นอยู่มาก ซึ่งโดยปกติต้นค้อจะขึ้นในพื้นที่ที่มีภูมิอากาศหนาวเย็น ป่าไม้ในแถบนี้เป็นป่าเต็งรัง หรือป่าไม้สลัดใบ ป่าสน และป่าดิบ ที่น่าสนใจก็คือ พันธุ์ไม้ตระกูลปาล์ม ลักษณะคล้ายต้นตาล แต่ออกผลเป็นทะลายนคล้ายหมาก แม้ปัจจุบันป่าจะถูกถางไปมากก็ตาม แต่ก็ยังมีให้เห็นอยู่บ้าง จุดเด่นของเขาค้อ คือ การเที่ยวชมทะเลหมอกในฤดูฝน และฤดูหนาว ซึ่งอยู่บริเวณจุดชมวิวเหนืออ่างเก็บน้ำรัตนัย ใกล้กับสถานที่สำคัญทางราชการหลายแห่ง ในอำเภอเขาค้อ นอกจากนี้จะมีความสวยงามตามธรรมชาติแล้ว ยังเป็นสถานที่สำคัญอย่างยิ่งทางประวัติศาสตร์ของประเทศ เนื่องจากเป็นพื้นที่ ที่ทางราชการ ใช้ในการต่อสู้กับ ผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์ในอดีต ก่อนที่พมก. จะแพ้พ่าย และสูญหายไปจากประเทศไทย ซึ่งสถานที่สำคัญ

หลายแห่งบนเขา คือ ยังปรากฏหลักฐานเหล่านี้อยู่มากมาย และหนึ่งในสถานที่ที่น่าสนใจบนเขาค้อ ที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวด้วยกันมากก็คือมาชมทะเลหมอก ทะเลหมอกบนเขาค้อเกิดขึ้นบริเวณเหนืออ่างเก็บน้ำรัตนัย ทำให้สามารถชมวิวทะเลหมอกได้เป็นบริเวณกว้าง จุดหลักของการชมทะเลหมอก คือริมเส้นทางสาย 2196 บริเวณตรงข้ามที่ทำการอำเภอเขาค้อ ซึ่งมีศาลาชมวิว สถานที่ราชการ และจุดกางเต็นท์สำหรับพักผ่อนของหน่วยงานราชการ และรีสอร์ทเอกชนจำนวนมากไว้รองรับนักท่องเที่ยว ทะเลหมอกมักเกิดในฤดูฝน และฤดูหนาว ในวันที่อากาศมีความชื้นสูง หรือวันที่มีอากาศหนาวเย็น ซึ่งปกติสามารถชมทะเลหมอกได้ในวันที่ไม่มีลมแรง ส่วนวันที่มีลมแรง มักไม่มีทะเลหมอก แต่จะได้อากาศเย็นสดชื่นจากสายลมมาแทน ซึ่งจุดชมวิวในเขาค้อจะมีหลายที่มากมายเช่น จุดชมวิววัดกองเนียม จุดชมวิวเขาตะเคียนโง๊ะ จุดชมวิวไปรษณีย์เขาค้อ จุดชมวิวทุ่งก้นหลมเขาค้อ จุดชมวิววัดพระธาตุผาซ้อนแก้ว และที่ จุดชมวิว Pino Latte Resort & Café (<http://www.khaoko.com/>)

จากการที่ นักท่องเที่ยวชาวไทยได้ให้ความสนใจมาท่องเที่ยวที่จุดชมวิวที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็นที่ หน้าไปรษณีย์เขาค้อ วัดกองเนียม เขาตะเคียนโง๊ะ และทุ่งก้นหลมเขาค้อ กันเป็นจำนวนมาก ซึ่งมาจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่องค์การบริหารส่วนจังหวัด ได้สื่อสารออกมา และได้สร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างไร มีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ในระดับใด และความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีความแตกต่างกันตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างไรหรือไม่ เพื่อจะได้นำข้อค้นพบไปให้ผู้ที่มีความสนใจหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเขาค้อ ได้นำไปใช้ในการวางแผนการสื่อสารการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ ได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

ในบทความนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ภายใต้ขอบเขตการวิจัยเฉพาะข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ทางด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนวันที่ใช้ท่องเที่ยว การเลือกช่วงวันมาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว การเลือกที่พักแรมขณะท่องเที่ยว และการ

ค้นหาข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้แก่ จุดชมวิววัดกองเนียม จุดชมวิวเขาตะเคียนโง๊ะ จุดชมวิวไปรษณีย์เขาค้อ จุดชมวิวทุ่งกังหันลมเขาค้อ จุดชมวิววัดพระธาตุผาซ้อนนแก้ว และที่ จุดชมวิว Pino Latte Resort & Cafe ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกที่เขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เท่านั้นภายใต้สมมติฐานที่ว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนวันที่ใช้ท่องเที่ยว การเลือกช่วงวันมาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว การเลือกที่พักแรมขณะท่องเที่ยว และการค้นหาข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกัน

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อมุ่งศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยการใช้แบบสอบถาม ที่มีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กรอบแนวคิดในการวิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากเอกสารวิชาการ ในแง่มุมของความหมาย ลักษณะความสำคัญ ประเภท ประโยชน์และหลักการ เพื่อนำแนวคิดที่ได้มาสังเคราะห์และสรุปเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิด **พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์** โดยกำหนดเป็นตัวแปรอิสระ ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยวทางด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนวันที่ใช้ท่องเที่ยว การเลือกช่วงวันมาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว การเลือกที่พักแรมขณะท่องเที่ยว และการค้นหาข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยว ส่วนตัวแปรตามได้แก่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้แก่ จุดชมวิววัดกองเนียม จุดชมวิวเขาตะเคียนโง๊ะ จุดชมวิวไปรษณีย์เขาค้อ จุดชมวิวทุ่งกังหันลมเขาค้อ จุดชมวิววัดพระธาตุผาซ้อนนแก้ว และที่ จุดชมวิว Pino Latte Resort & Cafe ดังภาพที่ 1

ตัวแปรต้น

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจุดชมวิวดงทะเลหมอกเขาเค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

- วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว
- จำนวนผู้ร่วมเดินทาง
- จำนวนวันที่ใช้ท่องเที่ยว
- การเลือกช่วงเวลาไปท่องเที่ยว
- พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว
- การเลือกที่พักแรมขณะท่องเที่ยว
- การค้นหาข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยว

ตัวแปรตาม

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวดงทะเลหมอกเขาเค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

- จุดชมวิวดงดงเนินม
- จุดชมวิวดงเขาตะเคียนโง๊ะ
- จุดชมวิวดงไผ่ชะง่อน เขาค้อ
- ทุ่งกังหันลม เขาค้อ
- วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว
- Pino Latte Resort & Cafe

ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวดงทะเลหมอกเขาเค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจุดชมวิวดงทะเลหมอกเขาเค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ จากสถิติปีที่ผ่านมาจำนวน 2,335,204 คน (ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดเพชรบูรณ์ พ.ศ.2561) (www.mots.go.th 16 มีนาคม 2562) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจุดชมวิวดงทะเลหมอกเขาเค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้ศึกษาทำการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ทำการเก็บแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่เขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างตามที่กำหนดไว้ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกิน 5% โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (วิเชียร เกตสิงห์, 2541) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ที่มีลักษณะเป็นโครงสร้างสอดคล้องกับหัวข้อและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องพร้อมทั้งแนะนำและแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม โดยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องของภาษา (Wording) การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ โดยการหาความตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยอาจารย์ที่ปรึกษา นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบก่อน (Pre-test) กับนักท่องเที่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวดงทะเลหมอกเขาเค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบาค (Cronbach, 1990: 202-204) จากการคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability) จากแบบสอบถาม ค่า Alpha Coefficient ของคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวดงทะเลหมอกเขาเค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้เท่ากับ 0.870 ซึ่งอยู่ใน

ระดับที่เชื่อถือได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการศึกษาลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ มีการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว, แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ, แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โดยอาศัยการค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาวิจัยได้ดำเนินการออกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่จุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้วยตนเอง ในช่วงเดือนกันยายน-พฤศจิกายน 2562 จากนั้นนำแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางด้านสังคมศาสตร์ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากร และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ใช้ในการสรุปหรือบรรยายคุณลักษณะ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับหาค่าการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม โดยใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test และ One way ANOVA (F- test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ Scheffe

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 53.8) มีอายุระหว่าง 21-30 ปี (ร้อยละ 37.8) มีมีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 42.0) ส่วนใหญ่ยังเป็นนักเรียนนักศึกษา (ร้อยละ 35.0) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 39.5) และมีภูมิลำเนาที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร นคร (ร้อยละ 44.5) ดังตารางที่ 1

(n = 400)

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	215	53.8
หญิง	185	46.3
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	86	21.5
21-30 ปี	151	37.8
31-40 ปี	95	23.8
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	68	17.0
การศึกษ		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	133	33.3
ปริญญาตรี	168	42.0
สูงกว่าปริญญาตรี	99	24.8
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	140	35.0
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	83	20.8
พนักงานบริษัทเอกชน	59	14.8
ผู้ประกอบการทำธุรกิจส่วนตัว	118	29.5
รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	158	39.5
10,000-20,000 บาท	93	23.3
20,001-30,000 บาท	81	20.3
มากกว่า 30,000 บาท	68	17.0
ภูมิลำเนา		
กรุงเทพมหานคร	178	44.5
เพชรบูรณ์	176	44.0
อื่นๆ	46	11.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามลักษณะทางประชากร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัด เพชรบูรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนชื่นชมธรรมชาติ (ร้อยละ 54.5) มีผู้ร่วมเดินทาง มาท่องเที่ยวโดยมากันมากกว่าสองคนหรือเป็นหมู่คณะ (ร้อยละ 43.0) ใช้เวลาท่องเที่ยว โดยมาสองวัน พักค้างหนึ่งคืน (ร้อยละ 36.5) เลือกวันหยุดเสาร์-อาทิตย์เป็นวันมาท่องเที่ยว (ร้อยละ 37.0) ใช้รถยนต์ ส่วนตัวเป็นพาหนะท่องเที่ยว (ร้อยละ 62.7) เลือกที่พักค้างแรมที่รีสอร์ทบริเวณเขาค้อ (ร้อยละ 46.3) และ ค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 44.5) **ดังตารางที่ 2**

(n = 400)

พฤติกรรมมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวจุดชมวิวเขาค้อ จังหวัด เพชรบูรณ์		
เพื่อพักผ่อนชื่นชมธรรมชาติ	218	54.5
เพื่อทำกิจกรรมถ่ายภาพทะเลหมอกยามเช้า	101	25.3
เพื่อทำกิจกรรมเกี่ยวกับการศึกษาหาความรู้	63	15.8
อื่นๆ	18	4.5
จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ		
มาคนเดียวไม่มีใครร่วมเดินทางมาด้วย	130	32.5
มากันสองคน	98	24.5
มากันมากกว่าสองคนหรือเป็นหมู่คณะ	172	43.0
จำนวนวันในการมาท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ		
มาเช้า เย็นกลับ วันเดียว	126	31.5
มา 2 วัน พักค้าง 1 คืน	146	36.5
มา 3 วัน พักค้าง 2 คืน	82	20.5
มามากกว่า 3 วัน พักค้างมากกว่า 2 คืน	46	11.5
วันที่เลือกมาท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ		
วันธรรมดา	138	34.5
วันหยุดเสาร์-อาทิตย์	148	37.0
วันหยุดนักขัตฤกษ์	73	18.3
มาได้ทุกวันที่ต้องการ	41	10.3
พาหนะที่ใช้มาท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ		
รถยนต์ส่วนตัว	251	62.7
เหมารถตู้บริการท่องเที่ยว	97	24.3
รถโดยสารท้องถิ่น	45	11.3
อื่นๆ	7	1.8

พฤติกรรมกรท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เลือกที่พักระหว่างเดินทางมาท่องเที่ยวจุดชมวิวะเลหมอก		
ไม่พักค้าง	129	32.3
รีสอร์ทบริเวณเขาค้อ	185	46.3
พักที่วัด บริเวณเขาค้อ	31	7.8
การเดินที่เขาค้อ	55	13.8
ค้นหาข่าวสารข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวะเลหมอกเขาค้อ		
สื่อบุคคลแนะนำ	132	33.0
สื่อสิ่งพิมพ์	64	16.0
สื่อสังคมออนไลน์	178	44.5
สื่อกลางแจ้ง	26	6.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจุดชมวิวะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้วพบว่า ความพึงพอใจระดับมากที่สุด ได้แก่ จุดชมวิวะวัดกองเนียม และ Pino Latte Resort & café ($\bar{X} = 4.30$) เท่ากัน รองลงมาได้แก่ จุดชมวิวะไปรษณีย์เขาค้อและวัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว ($\bar{X} = 4.27$) เท่ากัน จุดชมวิวะเขาค้อ ($\bar{X} = 4.26$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 3

(n = 400)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวะทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. จุดชมวิวะวัดกองเนียม	4.30	.482	มากที่สุด
2. จุดชมวิวะเขาตะเคียนโง้ง	4.26	.552	มากที่สุด
3. จุดชมวิวะไปรษณีย์เขาค้อ	4.27	.505	มากที่สุด
4. ทุงกั้งหันลมเขาค้อ	4.26	.490	มากที่สุด
5. วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว	4.27	.502	มากที่สุด
6. Pino Latte Resort & cafe	4.30	.506	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.28	.372	มากที่สุด

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวะทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวม

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวะทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามวัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยว พบว่า วัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวของกลุ่มต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวะทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 4

ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทย	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
วัตถุประสงค์การมา ท่องเที่ยวเขาค้อ จังหวัด เพชรบูรณ์	ระหว่างกลุ่ม	3	3.794	1.265	4.418*	0.005
	ภายในกลุ่ม	396	113.366	0.286		
รวม		399	117.160			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวะทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำแนกตามวัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยว

อภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจุดชมวิวเขาคือ จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจุดชมวิวเขาคือ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนชื่นชมธรรมชาติ (ร้อยละ 54.5) ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าว สอดคล้องกับการศึกษาของนักสุวรรณ สกุนทร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร **ผลการศึกษาพบว่า** นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อมาท่องเที่ยวพักผ่อน และยังสอดคล้องกับทวีศักดิ์ ทิพยมหิงษ์ (2544:19-20) นักวิจัยด้านการท่องเที่ยวได้ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว (Travel Motivation) และพบว่าการเดินทางท่องเที่ยวมีแรงผลักดัน (Push Factors) ที่ทำให้พวกเขาต้องเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ความต้องการที่ตอบสนองของความต้องการของร่างกาย ทำงานเหนื่อยต้องการพักผ่อนโดยการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นจากข้อค้นพบนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจุดชมวิวเขาคือ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนชื่นชมธรรมชาติ จึงเป็นเพราะจุดชมวิวทะเลหมอกเขาคือ เป็นสิ่งจูงใจทางกายภาพที่เป็นธรรมชาติที่เป็นแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต้องเดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อน

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาคือ จังหวัดเพชรบูรณ์ ของแต่ละจุดชมวิวส่วนใหญ่ พบว่า ความพึงพอใจระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสวยงามประทับใจของทะเลหมอกวัดกองเนียม ($\bar{X} = 4.44$) **เขาตะเคียนโง๊ะ** ($\bar{X} = 4.33$) **โปรขนิย้เขาค้อ** ($\bar{X} = 4.34$) **ทุ่งกันหันลมเขาค้อ** ($\bar{X} = 4.32$) วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว ($\bar{X} = 4.43$) และ Pino Latte Resort & Café ($\bar{X} = 4.38$) ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าว สอดคล้องกับการศึกษาของจิรัฐ ชวนชม และคณะ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจเลือกที่พัก รีสอร์ท ของนักท่องเที่ยวกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ **ผลการศึกษาพบว่า** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการจัดการส่วนประสมที่พักรีสอร์ท ในด้านการส่งเสริมการตลาด พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่หลากหลาย เช่น เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น ในระดับมาก เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการที่พักรีสอร์ทและนักท่องเที่ยวคือ การทำการตลาดจะประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดดึงดูดที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวคือ การชมทะเลหมอกในช่วงเช้า ได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และยังสอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวถึง สิ่งจูงใจทางการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยดึงดูด (Pull factor) อันเป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดใจให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวอันได้แก่ สิ่งจูงใจด้านกายภาพ เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจให้สดชื่น รักษาบำรุงสุขภาพ เช่น การชื่นชมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีความสวยงาม ดังนั้นจากข้อค้นพบเกี่ยวกับจุดชมวิวส่วนใหญ่แต่ละจุด พบว่า ความพึงพอใจระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสวยงามประทับใจของทะเลหมอก จึงเป็นเพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแรงดึงดูดให้มีความต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อ

ชื่นชมธรรมชาติที่มีความสวยงามของทะเลหมอกเขาคว่ำ จังหวัดเพชรบูรณ์

3. ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวยะเลหมอกเขาคว่ำ จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า วัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวของกลุ่มต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวยะเลหมอกเขาคว่ำ จังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่าง **ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าว สอดคล้องกับการศึกษาของ** ธนันท์ธร สิริพิชรงค์กูร (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับความคิดเห็นต่อสื่อการประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับสื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ ด้านสื่ออินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับการศึกษาของ พิสมัย ชูโต (2555) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเกาะทะเล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจมาเที่ยวเกาะทะเล ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเกาะทะเล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารขึ้นอยู่กับสิ่งที่บุคคลได้มาเปรียบเทียบกับสิ่งที่บุคคลต้องการ ความพึงพอใจไม่ควรผูกอยู่กับความมีประสิทธิภาพของข่าวสารใดๆ ถ้าหากว่าการติดต่อสื่อสารเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารก็จะเกิดขึ้น เราอาจจะรู้สึกต้องการข่าวสารบางอย่าง หรือเสนอข่าวสารตามแนวทางบางอย่างของเรา เมื่อข่าวสารถูกสื่อสารตามแนวทางที่สอดคล้องกับความรู้สึกของเรา เราจะมี ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร (สมยศ นาวิกการ (2537: 103) ดังนั้นจากข้อค้นพบจากสมมติฐานการศึกษา วัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวของกลุ่มต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวยะเลหมอกเขาคว่ำ จังหวัดเพชรบูรณ์ แตกต่างกัน จึงเป็นเพราะ นักท่องเที่ยวเหล่านั้นอาจได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจุดชมวิวยะเลหมอกในแต่ละที่มีทั้งสอดคล้องและไม่สอดคล้องกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั่นเอง จึงมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1) ควรให้มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเขาคว่ำเป็นแหล่งจุดชมวิวยะเลหมอกที่มีความสวยงามเหมาะกับการพักผ่อนชื่นชมกับธรรมชาติ ให้เป็นจุดขายของแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบูรณ์ในลำดับต้นๆ ขณะที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกวันมาท่องเที่ยวเป็นวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ผู้รับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวยะเลหมอกเขาคว่ำในแต่ละที่ ควรจัดการจราจรให้พาหนะรถยนต์ส่วนตัว การจัดการที่พักที่เป็นรี

สอร์ทบริเวณเขาค้อ ได้จัดการบริการรองรับนักท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์นี้ และควรสนับสนุนให้วัด เป็นแหล่งที่พักค้างแรมได้หากที่พักรีสอร์ทในแหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อไม่เพียงพอ

2) ควรพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ทางด้าน เฟสบุ๊ค ยูทูป เว็บไซต์ แอปพลิเคชันไลน์ และอินสตาแกรม เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย ขณะที่สื่อบุคคลแนะนำก็มีความสำคัญไม่น้อยกว่า ดังนั้นจึงควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะดวก และปลอดภัยเพื่อสร้างความประทับใจให้เกิดแก่นักท่องเที่ยวและมีการบอกต่อไปยังกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ต่อไป

3) ควรสนับสนุนให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาชมความสวยงาม ของทะเลหมอกได้อย่างสะดวกและปลอดภัย ทั้งเส้นทาง สถานที่จอดรถ และแหล่งที่พักค้างแรม ขณะที่จุด ชมวิวเขาตะเคียนโง้งและจุดชมวิวทุ่งกันหันลมเขาค้อ มีความพึงพอใจระดับมากที่สุดแต่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า จุดชมวิวอื่นๆ จึงควรพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชมทะเลหมอกที่มีความสะดวกและปลอดภัยด้วยเช่นกัน เป็นการกระจายความคับคั่งของกลุ่มนักท่องเที่ยว และควรมีการขยายถนน หรือควบคุมจำนวนพาหนะให้ สอดคล้องกับพื้นที่ที่รองรับการท่องเที่ยวในแหล่งเที่ยวนั้นๆ

4) ควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้รองรับกับวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุม สรุปล

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการค้นพบความพึงพอใจที่ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีต่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีหลายที่ที่ รองรับให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาท่องเที่ยว และผลการศึกษาทำให้รู้ว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแหล่ง ท่องเที่ยวจุดชมวิวทะเลหมอกทุกที่ในระดับมากที่สุด ในทุกสถานที่ เกี่ยวกับความสวยงามประทับใจของ ทะเลหมอกที่แต่ที่นิยมเป็นอันดับแรกได้แก่ จุดชมวิววัดกองเนียมและที่ Pino Latte Resort & café และมี พฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนชื่นชมกับธรรมชาติ ดังนั้นการรองรับนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับที่พัก ที่จุดพาหนะในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ควรมีการจัดการให้มีความพร้อม ในทุกๆ แหล่ง ท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจและพึงพอใจตามที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2547) รายงานประจำปี 2547 สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา. กรุงเทพฯ : สำนักงาน.

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560) **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ**

ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 – 2556). กรุงเทพฯ: สำนักงาน.

จิรัฐ ชวนชม และคณะ. (2556) **ความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจเลือกที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวกับการจัดการส่วนประสมทางการตลาดที่พักรีสอร์ท อำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดเพชรบูรณ์.** วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย ปีที่8 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2556).

ทวีศักดิ์ ทิพยมหิงษ์ และคนอื่นๆ . (2554) **โครงการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดนครนายก จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดสระแก้ว.** สถาบันราชภัฏราชชนครินทร์. ฉะเชิงเทรา.

ธเนศธร สิริพัชรกุล . (2552) **ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับความเห็นต่อสื่อการประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่.** (สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยเกริก. กรุงเทพฯ.

นภัสวรรณ สกุนครุ. (2559) **พฤติกรรมการท่องเที่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ จังหวัดมุกดาหาร.** (การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกริก. กรุงเทพฯ.

นริษา นราศรี. (2544) **การศึกษาความพึงพอใจของบทเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนที่ยึดผู้เรียนเป็นสำคัญที่สุด ในกลุ่มวิชาสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิตของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานการประถมศึกษา จังหวัดพิษณุโลก.** (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองการศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร. พิษณุโลก.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548) **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.** กรุงเทพมหานคร : ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

พิสมัย ชูโต. (2557) **พฤติกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเกาะทะเล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.** (สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยเกริก. กรุงเทพฯ.

รายงานประจำปี 2559 สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560) **สำรวจพฤติกรรมท่องเที่ยวของชาวไทย 2559.** กรุงเทพฯ: บริษัท เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล พับลิเคชัน จำกัด.

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

สมยศ นาวิการ. (2537) **การติดต่อสื่อสารขององค์การ.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บรรณกิจ.

สุรีย์ บุญญานุกพงศ์ และคณะ. (2552) **การบริหารจัดการชุมชนริมน้ำ : กรณีศึกษาชุมชนแม่น้ำปิง ตำบลบ้านเรือน อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน.** (สถาบันวิจัยสังคม) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.

Books

Cronbach, L. J. (1990). **Essentials of psychological testing**. (5th ed.) New York: Harper Collins Publishers. (pp.202-204)

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

Website

เขาค้อ. <http://www.khaoko.com/> สืบค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2563.

สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ พ.ศ.2561. www.mots.go.th เข้าสืบค้นเมื่อ 16 มีนาคม 2562.

การพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระบบชลประทาน
มุ่งสู่ประสิทธิภาพที่ยั่งยืน

Developing irrigation water resource management strategies aiming
for sustainable efficiency

สายัณห์ เหมืองสอง¹

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ประสิทธิภาพที่ยั่งยืน มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหา ข้อเท็จจริง ข้อมูลและปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทรัพยากรน้ำ ในปัจจุบันและอนาคต ประเด็นปัญหาการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 2. เพื่อศึกษากระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ประสิทธิภาพที่ยั่งยืน 3. เพื่อการพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ประสิทธิภาพที่ยั่งยืนสำหรับใช้ขับเคลื่อนในระดับลุ่มน้ำ และในเชิงพื้นที่ที่สำคัญ การศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า การพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ประสิทธิภาพที่ยั่งยืน ประกอบด้วย 1. การปฏิรูปองค์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระดับลุ่มน้ำและระดับพื้นที่ ได้แก่ องค์การที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำในปัจจุบันสามารถขับเคลื่อนงานได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ การปรับปรุงองค์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ ระดับลุ่มน้ำ ระดับลุ่มน้ำสาขา ระดับพื้นที่ การปรับปรุงพันธกิจหน่วยงานปฏิบัติการให้สอดคล้องกับโครงสร้างองค์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำรูปแบบใหม่ 2. การสร้างกลไกการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ได้แก่ สร้างหลักคิดของการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำร่วมกัน ส่งเสริมความเข้มแข็งขององค์กรลุ่มน้ำและลุ่มน้ำสาขา สร้างกลไกการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการบริหารจัดการน้ำ 3. พ.ร.บ. บริหารจัดการทรัพยากรน้ำ พ.ศ.2561 4. การปรับปรุงกฎระเบียบที่มีอยู่และที่จะต้องมีเพิ่ม ได้แก่ กฎหมายที่มีอยู่ที่ต้องปรับปรุง กฎหมายที่ควรตราเพิ่ม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแก้ปัญหา แนวทางการปรับปรุงกฎ ระเบียบ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 5. การปฏิรูปการจัดทำกลยุทธ์บริหารจัดการทรัพยากรน้ำระดับลุ่มน้ำและระดับพื้นที่ หลักคิด – หลักทำในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอันเนื่องมาจากพระราชดำริ แนวคิดและหลักเกณฑ์สำคัญในการจัดทำแผนกลยุทธ์ กลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 6 การจัดการข้อมูลข่าวสารและการเข้าถึงข้อมูลของประชาชน คำสำคัญ: กลยุทธ์การบริหาร, ทรัพยากรน้ำ, ระบบชลประทาน

¹ นักศึกษาหลักสูตรดุสิตบัณฑิตสาขากฎหมายกับการบริหาร คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

Abstract

Research study Development of water resource management strategies for irrigation systems aiming for sustainable efficiency There are objectives 1. To study the conditions, problems, facts, information, and factors related to water resources. Now and in the future Issues of water resource management 2. To study the participation process. Of all sectors involved in developing water resource management strategies, irrigation systems aim for sustainable efficiency 3. To develop water resource management strategies for irrigation systems aiming for sustainable efficiency for use in watershed driving. And in spatial significance, this research found that the development of irrigation water resource management strategies towards sustainable efficiency consisted of 1. Reform of water resources management organization at river basin level and area level, i.e., organizations related to water resource management at present Is it driving work efficiently? Improvement of water resource management organization at river basin level, branch level, area level, improvement of missions, operating units in line with a new form of water resource management organization structure. Of joint water resource management Promote the strength of river basin and branch river basin organizations Build a mechanism for the participation of all water management sectors 3. Water Resources Management Act 2018 4. The existing regulations revisions and that need to be added are laws that should improve Laws that should be enacted to increase the efficiency of problem-solving Guidelines for improving regulations related to water resource management 5. Reform of the formulation of water resources management strategies, watershed and central areas, thinking-principles for water resource management due to the royal initiative Important concepts and criteria for formulating a strategic plan Water Resources Management Strategy 6 Information Management and Public Information Access.

Keywords; management strategy, water resources, irrigation system

ที่มาปัญหาและความสำคัญ

ประเทศไทย นับว่ามีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรแหล่งน้ำจำนวนมาก ทำให้วิถีชีวิตของคนไทยมีความผูกพันกับสายน้ำมาอย่างยาวนาน ตั้งแต่บรรพบุรุษที่ใช้แหล่งน้ำเป็น เส้นทางเดินทาง แหล่งหาอาหาร เรื่อยมาจนถึงปัจจุบันทรัพยากรน้ำกลับยังมีความสำคัญต่อ วิถีชีวิตของคนไทยมากขึ้น เพราะไม่ใช่แค่ใช้เพื่ออุปโภคบริโภคอย่างเดียว ยังถูกใช้ในภาค การเกษตร อุตสาหกรรม ตลอดจนส่งผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และสังคม ตามมาด้วยข้อมูลทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทย พื้นที่ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตร้อน

ขึ้นใกล้เส้นศูนย์สูตร ทำให้พื้นที่ จำนวนมากของประเทศได้รับอิทธิพลของลมมรสุม ทั้งลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ มีฝนตกชุกตลอดเวลา และมีปริมาณน้ำไว้ใช้เพื่ออุปโภคบริโภค และประกอบอาชีพได้อย่างเพียงพอ โดยที่ประเทศไทยมีแหล่งน้ำกระจายอยู่จำนวนมาก ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็ก ขณะที่สถานการณ์ความต้องการใช้น้ำของประเทศไทย ยังคงพบว่ามีปริมาณสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจและจำนวนประชากรของประเทศ โดยข้อมูลล่าสุดเมื่อปี 2558 พบว่าประเทศ มีความต้องการใช้น้ำทั้งประเทศรวมกว่า 147,749 ล้านลูกบาศก์เมตร โดยสามารถแบ่งความต้องการใช้น้ำ ได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1. การใช้น้ำเพื่อการเกษตร ถือว่าเป็นกลุ่มที่มีความต้องการใช้น้ำสูงสุดสัดส่วนร้อยละ 75 ของปริมาณการใช้น้ำ ทั้งหมด แบ่งเป็นการใช้น้ำในเขตพื้นที่ชลประทาน 32.75 ล้านไร่ มีการจัดสรรน้ำให้พื้นที่เฉลี่ยปีละ 65,000 ล้านลูกบาศก์เมตร ส่วนการใช้น้ำในพื้นที่ นอกเขตชลประทาน มีทั้งสิ้น 117 ล้านไร่ ซึ่งเป็นการใช้น้ำฝน โดยตรงผสมกับน้ำบาดาลและน้ำท่า มีความต้องการใช้น้ำเฉลี่ยปีละ 48,961 ล้านลูกบาศก์เมตร 2 การใช้น้ำเพื่ออุปโภคบริโภคและการท่องเที่ยว มีความต้องการใช้น้ำปีละ 4,783 ล้านลูกบาศก์เมตร และคาดว่าในอนาคตปี 2560 ความต้องการน้ำจะเพิ่มเป็นปีละ 5,991 ล้าน ลูกบาศก์เมตร ตามการขยายตัวภาคบริการและการท่องเที่ยวของประเทศ โดยเฉพาะตามเมืองหลักในภูมิภาคในจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดสงขลา และแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่มี ชื่อเสียงติดระดับโลก เช่น กรุงเทพมหานคร ชายฝั่งทะเลอันดามัน และเกาะสมุย รวมถึงการเติบโตตามแหล่งท่องเที่ยวในเมืองรอง บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันตก จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และจังหวัดชุมพร ภาคเหนือ จังหวัดเชียงราย จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดตาก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในจังหวัดอุดรธานี จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดมุกดาหาร ภาคกลาง ในจังหวัด นครสวรรค์ จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง และ ภาคใต้ ในจังหวัด สุราษฎร์ธานี จังหวัดสงขลา และจังหวัดภูเก็ต 3. การใช้น้ำเพื่ออุตสาหกรรม มีความต้องการใช้ปีละ 1,913 ล้านลูกบาศก์เมตร โดยคาดการณ์ความต้องการใช้น้ำในอนาคตปี 2560 จะเพิ่มเป็นปีละ 3,488 ล้านลูกบาศก์เมตร โดยเฉพาะ ในพื้นที่หลักที่มีโรงงานและนิคมอุตสาหกรรมจำนวนมาก เช่น ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงพื้นที่ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นพื้นที่อุตสาหกรรมหลักของประเทศ 4. การใช้น้ำเพื่อรักษาระบบนิเวศ มีปริมาณความต้องการน้ำเพื่อการรักษาระบบนิเวศในฤดูแล้ง รวมทั้งประเทศปีละมากกว่า 27,090 ล้านลูกบาศก์เมตร

สำหรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ สังคมที่เติบโตอย่างรวดเร็ว และปรับเปลี่ยนจาก สังคมเกษตรกรรมไปสู่สังคมอุตสาหกรรม ทำให้ ประเทศไทยมีความต้องการใช้น้ำเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการที่ประเทศไทยและประเทศอื่น ทั่วโลกได้รับผลกระทบจากภาวะการเปลี่ยนแปลง ทางสภาพภูมิอากาศ และปัญหาโลกร้อน ก็ทำให้ ปริมาณน้ำฝนที่ตกเกิดความไม่แน่นอน บางปีเยอะ จนน้ำท่วม บางปีน้อยจนเกิดภัยแล้ง กลายเป็น ความเสี่ยงในการใช้ทรัพยากรน้ำของประเทศ เช่น ภาคการเกษตรสามารถเข้าถึงแหล่งน้ำชลประทาน ได้เพียง 102,140 ล้านลูกบาศก์เมตร และมีเกษตรกร ที่อยู่นอกเขตชลประทาน และต้องการใช้น้ำอีก ประมาณ 48,961 ล้านลูกบาศก์เมตร นอกจากนี้ยังพบปัจจัยเสี่ยงอีกมากมายที่

กระทบต่อการบริหารจัดการน้ำ ไม่ว่าจะเป็นปัญหา จากภัยธรรมชาติ หรือจากการกระทำของมนุษย์ เช่น การบุกรุกพื้นที่ป่าต้นน้ำและแหล่งน้ำสาธารณะ การเพิ่มขึ้นของประชากรและขยายตัวของชุมชนเมือง การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจ การขยายตัวด้านอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวพิเศษ การปลูกพืชที่ไม่เหมาะสมกับสภาพดินและน้ำ การสร้างสิ่งกีดขวางทางน้ำ การปล่อยมลพิษลงสู่แม่น้ำลำคลอง การขาดแหล่งเก็บกัก น้ำต้นทุนที่เพียงพอ ซึ่งก่อให้เกิดผลเสียต่อทรัพยากรน้ำ ทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ จากการศึกษาสถิติย้อนหลังในรอบ 40 ปี (พ.ศ. 2510-2550) พบว่าไทยเคยประสบปัญหาภัยแล้ง หรือการขาดแคลนน้ำมากถึง 12 ครั้ง ซึ่งแต่ละครั้ง ก่อให้เกิดผลกระทบต่อยาได้ของเกษตรกรและ ความเสียหายทางเศรษฐกิจของประเทศมหาดาล ทั้งทางด้านเกษตรกรรม และอุตสาหกรรม ที่สำคัญยังพบว่ามีพื้นที่ประสบปัญหาแห้งแล้งซ้ำซากเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะพื้นที่เสี่ยงภัยในระดับรุนแรง และ ระดับปานกลาง ซึ่งมีพื้นที่รวมกันมากถึง 26.8 ล้านไร่ อีกทั้งยังพบการขาดแคลนน้ำเพื่อการอุปโภคบริโภค ถึง 7,490 หมู่บ้าน มีหมู่บ้านที่ไม่มีระบบประปา 256 หมู่บ้าน และระบบประปาชำรุดและขาด ประสิทธิภาพอีก 14,534 หมู่บ้าน ไม่ใช่แค่ปัญหาภัยแล้งเท่านั้น ประเทศไทย ก็เคยประสบปัญหาน้ำท่วมใหญ่ในหลายครั้งเช่นกัน โดยข้อมูล 30 ปีย้อนหลังไปพบว่าไทยเคยเกิด น้ำท่วมใหญ่ถึง 13 ครั้ง สร้างความเสียหายต่อชีวิต ทรัพย์สิน และเศรษฐกิจของประเทศอย่างมาก เช่น การเกิดมหาอุทกภัยครั้งใหญ่ปี 2554 ได้สร้าง ความเสียหายทางเศรษฐกิจคิดเป็นมูลค่าถึง 1.44 ล้านล้านบาท รวมถึงยังพบพื้นที่ที่ถูกน้ำท่วมซ้ำ ซ้ำซากในระดับปานกลางและระดับสูง รวมทั้งสิ้น 10 ล้านไร่ รวมถึงมีพื้นที่เสี่ยงต่อดินโคลนถล่ม อีกกว่า 6,042 หมู่บ้าน นอกจากนี้ไทยยังพบปัญหาเชิงคุณภาพในน้ำผิวดิน โดยพบว่าคุณภาพน้ำอยู่ในเกณฑ์ดีเพียง ร้อยละ 29 พอใช้ร้อยละ 49 และเสื่อมโทรมร้อยละ 22 ของแหล่งน้ำหลักทั่วประเทศ อีกทั้งยังน่าเป็นห่วง เพราะในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ไทยมีแนวโน้มประสบปัญหาแหล่งน้ำขาดคุณภาพมากขึ้นต่อเนื่อง โดยมีแหล่งน้ำดี น้อยลง สวนทางกับแหล่งน้ำเสื่อมโทรมที่เพิ่มขึ้น ซึ่งมี สาเหตุจากการระบายน้ำเสียของชุมชนที่มีปริมาณสูง ถึง 10.3 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน แต่มีระบบบำบัด น้ำเสียรองรับได้เพียงร้อยละ 31 ของน้ำเสียทั้งหมดโดยมีน้ำเสียชุมชนเกิดขึ้นมากที่สุด กรุงเทพมหานคร มีน้ำเสีย 2 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อวัน ไม่เพียงแค่นั้น แหล่งน้ำจืดของไทยยัง ประสบปัญหาการรุกรานของน้ำเค็ม ทั้งในตอนล่าง ของแม่น้ำเจ้าพระยา ท่าจีน บางปะกง และแม่กลอง ตลอดจนปัญหาคุณภาพน้ำบาดาล ซึ่งมีปริมาณสารละลายในน้ำบาดาลสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานน้ำดื่ม ในหลายพื้นที่ของจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน จังหวัดแพร่ จังหวัดลำปาง และจังหวัดกาญจนบุรี รวมถึงพบแร่เหล็กและฟลูออไรด์สูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน จนไม่เหมาะสำหรับการอุปโภคบริโภค และใช้ทำ เกษตรกรรม

ปัญหาด้านทรัพยากรน้ำที่เกิดขึ้นมาอย่าง ยาวนานทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ได้กลายเป็น ปัญหาสำคัญระดับชาติที่ส่งผลกระทบต่อสภาพ ความเป็นอยู่ของประชาชน รวมถึงความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม และประเทศตามมา ซึ่งที่ผ่านมา แม้รัฐบาลหลายยุคหลายสมัยมีความตั้งใจในการแก้ไขปัญหาด้านน้ำอย่างจริงจัง แต่ด้วยการที่ประเทศไทย มีหน่วยงานเกี่ยวข้องกับบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ

การจัดกระจายมากถึง 48 หน่วยงาน ก่อให้เกิดปัญหา ความทับซ้อนในเชิงโครงสร้าง บทบาทหน้าที่ การใช้งบประมาณ และขาดความเป็นเอกภาพ เพราะไม่มีหน่วยงานหลักเข้ามาดูแลบริหารจัดการในภาพรวม

สำหรับทรัพยากรน้ำมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ทั้งการอุปโภคบริโภค การทำเกษตรกรรม อุตสาหกรรม การผลิตไฟฟ้าพลังน้ำ และการคมนาคมขนส่งทางน้ำ รวมทั้งยังมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของ สัตว์และการรักษาระบบนิเวศ ในอดีตประเทศไทยเคยมีน้ำใช้อย่างไม่จำกัด แต่สถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งประชากร เพิ่มจำนวนมากขึ้นทุกที มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ทำให้ความต้องการใช้น้ำมีมากขึ้น ขณะที่มีการทำลายป่าต้นน้ำอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม มีการชะล้างพังทลายของดิน แหล่งน้ำตื้นเขินเกือบกัก ได้น้อยลง ส่งผลให้ประเทศเกิดภาวะขาดแคลนน้ำ การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศได้นำมาสู่ปัญหาน้ำหลาก ท่วมในฤดูฝน ทำความเสียหายแก่ชุมชนและพื้นที่เพาะปลูกหลายพื้นที่ นอกจากนี้ การขยายตัวของชุมชนและ อุตสาหกรรมยังส่งผลให้เกิดปัญหามลภาวะทางน้ำอย่างน่าวิตก ซึ่งล้วนแต่มีผลกระทบต่อเนื่องไปถึงการใช้ประโยชน์น้ำในทุกมิติ ด้วยตระหนักถึงปัญหาต่างๆ ดังกล่าว และความมุ่งหวังให้มีการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ ที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ สามารถจัดการให้น้ำใช้อย่างเพียงพอทั่วถึงตามศักยภาพของพื้นที่ มีการใช้ทรัพยากรน้ำให้เกิด ประโยชน์สูงสุดภายใต้การพัฒนาอย่างยั่งยืน สามารถป้องกันและแก้ไขภัยธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับน้ำและมลพิษทางน้ำที่เกิดขึ้นให้บรรเทาหรือกำจัดจนหมดไป โดยให้ทุกส่วนของสังคมทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน ทั่วไป มีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีเอกภาพ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน การศึกษาวิเคราะห์ปัญหาการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ เพื่อให้การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สมดุล ยั่งยืน ทั่วถึงและเป็นธรรม สำหรับกลไกการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ มีเป้าหมายในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไข ปัญหาในทุกระดับ ทุกมิติ ทั้งในภาวะปกติและในภาวะวิกฤติอย่างบูรณาการที่เป็นรูปธรรม ซึ่งต้องมีการดำเนินการ ในหลายๆ ด้าน ทั้งด้านการบริหารจัดการ การพัฒนาและปรับปรุงแหล่งน้ำ การจัดสรรน้ำ การพัฒนาและส่งเสริม การใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์อันนำไปสู่การดำเนิน ชีวิตอย่างมีคุณภาพของประชาชน สนับสนุนให้มีความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจและสังคม และความยั่งยืนของ ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ดังนั้น การศึกษาและวิเคราะห์ประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องจึงต้องดำเนินการ อย่างครบถ้วนรอบด้าน โดยพิจารณาบทวนทั้งจากร่องรอยในอดีตและแนวโน้มความเป็นไปได้ในอนาคตเพื่อสร้างความเชื่อมโยงและกำหนดขั้นตอนกลไกการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ประสิทธิภาพที่ยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาสภาพปัญหา ข้อเท็จจริง ข้อมูลและปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทรัพยากรน้ำในปัจจุบันและอนาคต ประเด็นปัญหาการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ

2. ศึกษากระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ประสิทธิภาพที่ยั่งยืน

3. ศึกษาเพื่อการพัฒนาการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ประสิทธิภาพที่ยั่งยืนสำหรับใช้ขับเคลื่อนในระดับลุ่มน้ำ และในเชิงพื้นที่ที่สำคัญ

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ประสิทธิภาพที่ยั่งยืน โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Methodology Research) ประกอบไปด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยการใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทบทวนวรรณกรรม การวิจัย เอกสารจากหนังสือ และศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลความรู้พื้นฐานในการเขียนเค้าโครงวิจัยและเป็นข้อมูลประกอบการศึกษาค้นคว้าเครื่องมือในการศึกษาวิจัยที่ใช้ คือ แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ประสิทธิภาพที่ยั่งยืนแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและครอบคลุมมากที่สุด โดยคำถามจะมีลักษณะของคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Question) โดยขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ประสิทธิภาพที่ยั่งยืน และคณะกรรมการลุ่มน้ำและองค์กรผู้ใช้น้ำรวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ประสิทธิภาพที่ยั่งยืน ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 9-15 คนและเชิงปริมาณ จำนวน 400 คน โดยการวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์เพื่อการพัฒนาการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ประสิทธิภาพที่ยั่งยืน

ผลการวิจัย

สำหรับการวิจัยเรื่องการพัฒนาการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ประสิทธิภาพที่ยั่งยืน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ปฏิรูปองค์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระดับลุ่มน้ำและระดับพื้นที่ โดยกำหนดรายละเอียดยุทธศาสตร์ เป้าหมาย และ แผนดำเนินงาน 6 ด้าน และหน่วยงานหลัก รอง สนับสนุนที่รับผิดชอบประกอบด้วย 1. การจัดการน้ำอุปโภคบริโภค 2. การสร้างความมั่นคงของน้ำภาคการผลิตน้ำเพื่อการเกษตรและอุตสาหกรรม 3. การจัดการน้ำท่วมและอุทกภัย 4. การจัดการคุณภาพน้ำและอนุรักษ์

ทรัพยากรน้ำ 5. การอนุรักษ์ฟื้นฟูสภาพป่าต้นน้ำที่เสื่อมโทรมและการป้องกันการพังทลายของดิน 6. การบริหารจัดการ

2 การสร้างกลไกการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ประกอบด้วย การสร้างหลักคิดของการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำร่วมกัน การส่งเสริมความเข้มแข็งขององค์กรลุ่มน้ำและลุ่มน้ำสาขา การสร้างกลไกการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการบริหารจัดการน้ำ

3.พ.ร.บ. บริหารจัดการทรัพยากรน้ำ พ.ศ.2561 เป็นพระราชบัญญัติทรัพยากรน้ำพ.ศ. 2561 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 27 มกราคม 2562 ถือเป็นกฎหมายหลักที่เป็นศูนย์กลางของการกำหนดหน้าที่และอำนาจขอเขตในการบริหารจัดการน้ำ และกำหนดให้มีการจัดทำ กฎหมายรองอื่นๆ ตามมา โดยในระยะแรก กำหนดให้ออกกฎหมายรองให้เสร็จสิ้นภายใน 90วันนับจากกฎหมายแม่มีผลบังคับใช้ได้แก่ การตราพระราชกฤษฎีกากำหนดลุ่มน้ำ และ ออกกฎกระทรวง ระเบียบและประกาศต่างๆ รวม 19 มาตรา จำนวน 22 ฉบับ ส่วนระยะ ที่สอง กำหนดให้ออกกฎหมายรองให้เสร็จสิ้น ภายใน 2 ปี อีกจำนวน 9 มาตรา รวม 9 ฉบับ รวมถึงหมวด 4 การจัดสรรน้ำและการใช้น้ำ และกฎหมายว่าด้วยการยื่นคำขอรับ ใบอนุญาตการใช้น้ำ (มาตรา 104)

4 การปรับปรุง กฎระเบียบที่มีอยู่และที่จะต้องมีเพิ่ม มีองค์ประกอบ1) กฎหมายที่มีอยู่ที่ต้องปรับปรุง 2) กฎหมายที่ควรตราเพิ่ม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแก้ปัญหา 3) แนวทางการปรับปรุงกฎระเบียบ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ

5 ปฏิรูปการจัดทำกลยุทธ์บริหารจัดการทรัพยากรน้ำดับลุ่มน้ำและระดับพื้นที่ มีองค์ประกอบ ได้แก่ 1. หลักคิด – หลักทำในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอันเนื่องมาจากพระราชดำริ 2.แนวคิดและหลักเกณฑ์สำคัญในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแบบแม่บท 3.กลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนน้ำ เพื่อจัดการปัญหาอุทกภัย เพื่อแก้ปัญหาคุณภาพน้ำและแหล่งน้ำ 4.กลยุทธ์สนับสนุนการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำให้สัมฤทธิ์ผล

6 การจัดการข้อมูลข่าวสารและการเข้าถึงข้อมูลของประชาชนส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพผู้นำนวัตกรรม เทคโนโลยี ผลงานวิชาการ มาใช้ขับเคลื่อนแผนแม่บททรัพยากรน้ำ การพัฒนาระบบบริหารจัดการ ทรัพยากรน้ำให้ทันสมัย ด้วยการทำให้การเข้าถึง ข้อมูลนำมาใช้งานในการวิเคราะห์ วางแผน ได้สะดวก รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และทำให้ การตัดสินใจแก้ปัญหารับมือสถานการณ์น้ำต่างๆ ได้แม่นยำขึ้น

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ทราบสภาพปัญหา ข้อเท็จจริง ข้อมูลและปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทรัพยากรน้ำ ในปัจจุบันและอนาคต ประเด็นปัญหาการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ ฯลฯ และทราบการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำในปัจจุบัน ซึ่งมีอยู่หลายสิบ หน่วยงาน และอยู่ภายใต้หลายกระทรวง มีจุดอ่อน จุดแข็ง เกี่ยวกับการทำงานในองค์กร โดยสามารถสร้างการพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการ ทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ประสิทธิภาพที่ยั่งยืน รวมทั้งพัฒนาระบบการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ เพื่อสนับสนุนให้การการพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการ

ทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ประสิทธิภาพที่ยั่งยืนตอบสนองต่อความต้องการและแก้ปัญหา ของภาคประชาชนอย่างแท้จริง ซึ่งนำการพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ ประสิทธิภาพที่ยั่งยืนสำหรับใช้ขับเคลื่อนใน ระดับประเทศ ระดับลุ่มน้ำ และในเชิงพื้นที่ที่สำคัญ เป็น แนวทางจัดการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรน้ำและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของ ประชาชนเพื่อให้ทุกภาค ส่วนที่เกี่ยวข้องสามารถใช้ประโยชน์ข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำได้อย่าง ถูกต้องเหมาะสม



ภาพที่ 1 การพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ประสิทธิภาพที่ยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ ประสิทธิภาพที่ยั่งยืน มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหา ข้อเท็จจริง ข้อมูลและปัจจัยต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทรัพยากรน้ำ ในปัจจุบันและอนาคต ประเด็นปัญหาการบริหารจัดการทรัพยากร น้ำ 2. เพื่อศึกษากระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการ ทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ประสิทธิภาพที่ยั่งยืน 3. เพื่อการพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการ ทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ประสิทธิภาพที่ยั่งยืนสำหรับใช้ขับเคลื่อนในระดับลุ่มน้ำ และในเชิงพื้นที่ ที่สำคัญ การศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่าการพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระบบชลประทานมุ่งสู่ ประสิทธิภาพที่ยั่งยืน ประกอบด้วย 1. การปฏิรูปองค์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำระดับลุ่มน้ำและระดับ พื้นที่ ได้แก่ องค์การที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำในปัจจุบันสามารถขับเคลื่อนงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพหรือไม่ การปรับปรุงองค์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ ระดับลุ่มน้ำ ระดับลุ่มน้ำสาขา ระดับ พื้นที่ การปรับปรุงพันธกิจหน่วยงานปฏิบัติการให้สอดคล้องกับโครงสร้างองค์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ

รูปแบบใหม่ 2. การสร้างกลไกการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ได้แก่ สร้างหลักคิดของการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำร่วมกัน ส่งเสริมความเข้มแข็งขององค์กรลุ่มน้ำและลุ่มน้ำสาขา สร้างกลไกการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการบริหารจัดการน้ำ 3.พ.ร.บ. บริหารจัดการทรัพยากรน้ำ พ.ศ.2561 4. การปรับปรุงกฎระเบียบที่มีอยู่และที่จะต้องมีเพิ่ม ได้แก่ กฎหมายที่มีอยู่ที่ต้องปรับปรุง กฎหมายที่ควรตราเพิ่ม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแก้ปัญหา แนวทางการปรับปรุงกฎ ระเบียบ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 5.การปฏิรูปการจัดทำกลยุทธ์บริหารจัดการทรัพยากรน้ำดับลุ่มน้ำและระดับพื้นที่ หลักคิด – หลักทำในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอันเนื่องมาจากพระราชดำริ แนวคิดและหลักเกณฑ์สำคัญในการจัดทำแผนกลยุทธ์ กลยุทธ์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 6 การจัดการข้อมูลข่าวสารและการเข้าถึงข้อมูลของประชาชน เมื่อการดำเนินการบริหารจัดการน้ำของประเทศได้ดำเนินครบทั้ง 3 เสาหลัก ได้แก่ เสาหลักที่ 1 แผนแม่บทการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ 20 ปี เสาหลักที่ 2 การจัดตั้งองค์กรบริหารจัดการน้ำ ได้แก่ คณะกรรมการทรัพยากรน้ำแห่งชาติ สำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ และคณะกรรมการลุ่มน้ำ เสาหลักที่ 3 ด้านกฎหมาย ซึ่งจัดทำพระราชบัญญัติ ทรัพยากรน้ำ พ.ศ. 2561 แล้วเสร็จ เพื่อให้การบริหารจัดการน้ำเกิดความยั่งยืน รัฐบาลจึงได้มีการกำหนดเสาหลักที่ 4 ด้านนวัตกรรมขึ้น เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำให้มีความทันสมัยและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนการนำ ผลงานการวิจัย ข้อมูลสิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม และความร่วมมือทางวิชาการต่างๆ มาพัฒนายกระดับการพัฒนา การบริหารจัดการน้ำของประเทศให้ทันสมัย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและวิถีชีวิตของ ชุมชน รวมทั้งทำให้โครงสร้างการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำยืดหยุ่นเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตามหลักมาตรฐานสากล ทั้งการขับเคลื่อนงานด้านเสาหลักที่ 4 มุ่งเน้นการพัฒนาใน 3 ด้าน ได้แก่ 1. พัฒนา เผยแพร่ นวัตกรรม เทคโนโลยี และงานศึกษาวิจัย เพื่อคิดค้นต่อยอดและขยายผล วิธีการในการบริหารจัดการ ทรัพยากรน้ำให้มีประสิทธิภาพ มากขึ้น โดยบูรณาการศาสตร์ พระราชา ภูมิปัญญาท้องถิ่น และ ความสำเร็จจากต่างประเทศ 2. สร้างเครือข่าย ความร่วมมือในระดับชาติและระดับนานาชาติ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านวิชาการ เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ เหมาะสมกับสภาพภูมิสังคมของ แต่ละภูมิภาค 3. ส่งเสริมให้ เกิดกระบวนการมีส่วนร่วม ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม สอดคล้องกับพระราชบัญญัติ ทรัพยากรน้ำ พ.ศ. 2561 การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำยังคงมีปัญหา เนื่องจากระบบของน้ำที่มีอยู่ใน 3 ระบบ คือ น้ำในบรรยากาศ น้ำผิวดิน และ น้ำใต้ดิน ซึ่งน้ำผิวดินในทางน้ำชลประทาน กรมชลประทานมีหน้าที่และ อำนาจเป็นผู้บริหารจัดการน้ำ โดยมีอำนาจอนุญาตการใช้ น้ำในทางน้ำชลประทาน น้ำใต้ดิน กรมทรัพยากรน้ำบาดาล มีหน้าที่และอำนาจบริหาร จัดการน้ำ โดยการอนุญาตขุดเจาะบ่อบาดาลและอนุญาตการใช้ น้ำบาดาล ส่วนน้ำผิวดินทั่วไป ซึ่งอยู่นอกเขตชลประทาน ยังไม่มีกฎหมายใด ให้อำนาจแก่งานใดโดยเฉพาะเป็นผู้มีหน้าที่และอำนาจในการ บริหารจัดการและ อนุญาตการใช้ น้ำผิวดินนอกเขตชลประทานนั้น ดังนั้น จึงยังไม่สามารถบริหารจัดการน้ำได้ทั้งระบบ โดยสภาพทางกายภาพของน้ำ เมื่อตกลงมาแล้วจะไหลจากที่สูงลงสู่พื้นที่ต่ำ บางส่วนซึมลงดิน เป็นน้ำใต้ดิน

เมื่อพื้นดินชุ่มน้ำก่อรวมตัวในพื้นที่ลุ่มต่ำ เกิดเป็นหนองน้ำ สระ บึง คลองลำธาร ลำห้วย แม่น้ำ และสุดท้ายไหลลงสู่ทะเล ซึ่งในแต่ละปีเมื่อเกิดภาวะ น้ำท่วมหรือภาวะน้ำแล้งขึ้น การบริหารทรัพยากรน้ำ จึงมีความยุ่งยากและเข้าไปเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของมนุษย์ ทุกบริบท ดังนั้น การที่ประเทศไทยมีเพียงกฎหมาย เฉพาะในการบริหารจัดการน้ำในบางระบบ จึงทำให้ การบริหารจัดการน้ำไม่สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่มีอยู่แล้ว และที่กำลังเกิดขึ้นตามความเจริญเติบโต ของบ้านเมือง จึงจำเป็นที่จะต้องให้มีกฎหมายแม่บท ในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำทั้งระบบ คือ น้ำผิวดินในแหล่งน้ำสาธารณะนอกเขตชลประทาน น้ำผิวดินในเขตชลประทานและน้ำบาดาล และรวมไป ถึงน้ำทะเลอันเป็นเขตแดนระหว่างประเทศด้วย ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีกฎหมายที่เป็นกฎหมายกลาง ในบริหารจัดการทรัพยากรน้ำโดยเชื่อมโยงกับกฎหมายต่างๆ ที่มีอยู่เดิม เพื่อการบริหารจัดการ ทรัพยากรน้ำได้อย่างครอบคลุมทุกระบบ ผลจากการมีพระราชบัญญัติ ทรัพยากรน้ำ พ.ศ. 2561 จึงถือเป็นความก้าวหน้าครั้งสำคัญ ในการบริหารทรัพยากรน้ำของประเทศในเชิง บูรณาการ ให้มีทิศทางสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงไปของ บริบทสังคมได้อย่างรวดเร็วลดความซ้ำซ้อน ด้านงบประมาณ แผนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับน้ำ และยังช่วย ประสานข้อมูลหน่วยงานรัฐคล่องตัวขึ้น ทั้งภาวะปกติและวิกฤติ ก่อให้เกิดระบบข้อมูลทางน้ำที่มีความชัดเจน สามารถนำไปใช้รับมือภาวะน้ำแล้ง และน้ำท่วมได้อย่างเป็นระบบและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การจัดการทรัพยากรน้ำที่สัมฤทธิ์ผลเพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนน้ำ อุทกภัยและคุณภาพน้ำเสื่อมโทรมอย่างเป็นรูปธรรมนั้นต้องมีการดำเนินการในหลายๆ ด้านอย่างบูรณาการ แต่ที่ผ่านมามีการบริหารจัดการน้ำ ของประเทศยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร อันเนื่องมาจากหลายสาเหตุ ตั้งแต่นโยบายของรัฐบาลซึ่งไม่ชัดเจน ไม่เป็นรูปธรรมเพียงพอที่จะนำไปสู่การปฏิบัติได้ ไม่มีแผนแม่บทและมาตรการอันแสดงถึงยุทธศาสตร์การแก้ไข ปัญหาทุกด้านอย่างเป็นรูปธรรมในแต่ละลุ่มน้ำ ขาดกลไกการบริหารจัดการของหน่วยงานที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากและกระจายอยู่ตามกระทรวงต่างๆ ทำให้การปฏิบัติงาน ไม่เป็นเอกภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการจัดการสาธารณภัยและภาวะวิกฤติ นอกจากนี้ ประเทศยังขาดกฎหมายแม่บทการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำที่จะกำหนดแนวทางการบริหารจัดการน้ำในภาพรวม แบ่งอำนาจหน้าที่ขององค์กรที่เกี่ยวข้องไม่ให้ซ้อนทับและมีความเชื่อมโยงกันอย่างชัดเจน แม้ว่าจะมีกฎหมายกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการน้ำหลายฉบับ แต่ต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการบังคับใช้ที่แตกต่างกันเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะเรื่อง หรือแก้ไขเฉพาะพื้นที่ ทำให้ข้อกำหนดในกฎหมายบางส่วนซ้ำซ้อน ขัดแย้งและไม่เชื่อมโยงกัน อีกทั้ง ยังมีช่องว่างและไม่ครอบคลุมการปฏิบัติภารกิจที่จำเป็นทั้งหมดในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ รวมทั้งขาดการบังคับใช้ อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

กลุ่มงานจัดสรรน้ำ. (2560). *โครงการจัดทำแผนหลักบรรเทาอุทกภัยและแก้ไขปัญหาภัยแล้งในลุ่มน้ำชี - มูล, กรมชลประทาน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กรุงเทพฯ.*

กลุ่มงานจัดสรรน้ำ. (2562). *แผนการบริหารจัดการน้ำและพื้นที่เพาะปลูกฤดูแล้งในเขตชลประทานกรม. ชลประทาน, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กรุงเทพฯ*

สำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ.(2563). *ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำของประเทศ (ปี พ.ศ. 2558-2569).*กรุงเทพมหานคร.

สำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ.(2563). *มติคณะรัฐมนตรี ปี 2563.*กรุงเทพมหานคร.

สำนักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ.(2563). *สรุปผลการประชุมคณะกรรมการลุ่มน้ำ 25 ลุ่มน้ำ ครั้งที่ 1/2563.* กรุงเทพมหานคร.

กลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21
administrative strategies to promote the competency development of secondary school
learners in the 21st century

สุกัญญา เหมืองสอง¹

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาระดับสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 2. เพื่อพัฒนาตัวบ่งชี้สมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 3. เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 โดยในการวิจัยครั้งนี้มีวิธดำเนินการวิจัย 2 แนวทางร่วมกัน ซึ่งสนับสนุนซึ่งกันและกัน คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการศึกษาที่ช่วยเสริมให้การวิจัยเชิงคุณภาพ สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ทั้งนี้วัตถุประสงค์หลักของการกำหนดการดำเนินการวิจัยก็คือเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบที่มีประสิทธิภาพสูงสุดจากการวิจัย พบว่าองค์ประกอบของกลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 มี 7 องค์ประกอบ ได้แก่ 1.องค์ประกอบ 1.ด้านการสื่อสารและการคิด องค์ประกอบ 2. ด้านการเรียนรู้สาระวิชาหลัก องค์ประกอบ 3.ด้านความรู้เชิงบูรณาการสำหรับศตวรรษที่ 21 องค์ประกอบ 4.ด้านคุณลักษณะในศตวรรษที่ 21 องค์ประกอบ 5.องค์ประกอบด้านการใช้ชีวิตและการทำงาน องค์ประกอบ 6.ด้านการใช้สารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี และ องค์ประกอบ 7.ด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม

คำสำคัญ: สมรรถนะผู้เรียน, มัธยมศึกษา, ศตวรรษที่ 21

Abstract

A research study on organizational strategies to promote secondary school learners' competency development in the 21st Century aims 1. To study the competency level of secondary learners in the 21st Century 2. To develop indicators of the competency of the secondary learners in the 21st Century. Secondary Education in the 21st Century 3. In this research, two research approaches were conducted to propose organizational strategies to promote secondary learners' competency development in the 21st Century, supporting each other in qualitative research to gain in-depth information. And quantitative research (Quantitative Research) is a study that

¹ นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์บัณฑิตศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

enhances qualitative research. More complete the main objective of defining research methodologies is to obtain the most significant findings from the analysis. Found was that there were seven organizational strategy components to promote secondary school learners' competency development in the 21st Century: 1. Components 1. Communication and component thinking 2. The learning aspect, the primary subject matter 3. The parts Integrative knowledge for the 21st Century Composition 4. Characteristics in the 21st Century Composition 5. Elements of life and work Components 6. Use of information, media, and technology and elements 7. Learning. Know and innovation.

Keywords; Student competencies, secondary education, 21st century

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นโยบายสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 โดยได้ทำการศึกษา วิเคราะห์ นโยบายการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของรัฐบาลจากยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) ซึ่งจะต้องนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทย มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2565) ได้กำหนดทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในระยะ 5 ปี ด้านการศึกษาไว้ ดังนี้ 1) ให้มีการยกระดับคุณภาพการศึกษาและการเรียนรู้ให้มีคุณภาพ เท่าเทียม และทั่วถึง 2) การพัฒนาศักยภาพคนในทุกช่วงวัยให้สนับสนุนการเจริญเติบโตของประเทศ และ 3) การพัฒนาผลิต ภาพแรงงาน เป็นการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนากำลังคนและแรงงาน แผนการ ศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 ซึ่งแนวคิดการจัดการศึกษา โดยยึดหลักสำคัญในการจัดการศึกษา ประกอบด้วย หลักการจัดการศึกษาเพื่อปวงชน (Education for All) หลักการจัดการศึกษาเพื่อความเท่าเทียมและทั่วถึง (Inclusive Education) หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy) และหลักการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนของสังคม (All for Education) อีกทั้งยึดตามเป้าหมายโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs, 2030) ประเด็นภายในประเทศ (Local Issues) เช่น คุณภาพของคนทุกช่วงวัย การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของประเทศ ความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้ และวิกฤติด้านสิ่งแวดล้อม โดยนำยุทธศาสตร์ชาติ (National Strategy) มาเป็นกรอบความคิดสำคัญในการจัดทำแผนการศึกษาแห่งชาติ และการปฏิรูปการศึกษาตามแนวทางของคณะกรรมการอิสระเพื่อปฏิรูปการศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2562)

จากรายงานพันธกิจด้านการปฏิรูปการศึกษาผ่านหลักสูตรและการเรียนการสอนฐานสมรรถนะ มีประเด็นสำคัญ ได้แก่ เนื่องจากผู้เรียนยังไม่มีคุณภาพตามที่พึงประสงค์ ผู้เรียนมีผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ตกต่ำ

ทั้งจากผล การทดสอบระดับชาติ (O – NET) และนานาชาติ (PISA) รวมทั้งยังขาดคุณลักษณะอันพึงประสงค์หลาย ประการ เช่น มีความรู้แต่ไม่สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ในการดำเนินชีวิต เรียนรู้โดยจดจำ ความรู้ จึงเข้าใจใน ระดับผิวเผิน ไม่รู้ลึกไม่รู้จักจริง ไม่รู้จักตนเอง ไม่รู้จักศักยภาพและความถนัดของตน ไม่เห็นคุณค่าของการเรียน และ การเรียนไม่มีความหมายต่อตนเองและชีวิตของตน จากการศึกษาข้อมูลหลักฐานและงานวิจัยต่าง ๆ พบว่า ปัญหาดังกล่าวมีสาเหตุสำคัญมาจาก การสอนและการวัดประเมินผลของครู ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องมาจากกรอบหลักสูตรที่ได้กำหนดมาตรฐาน การเรียนรู้และตัวชี้วัดจำนวนมากที่อิงเนื้อหา รวมทั้งการกำหนดให้ครูต้องสอบตามตัวชี้วัดทุกตัว ทำให้ครูมุ่ง สอนเนื้อหาเป็นสำคัญและต้องเร่งสอนเพื่อให้สามารถสอบผู้เรียนได้ตามที่หลักสูตรกำหนด รวมทั้งการจัด การเรียนการสอนที่ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ส่งผลให้การเรียนรู้ขาดประสิทธิภาพ ผู้เรียนมีความรู้แต่ขาด สมรรถนะในการใช้ ความรู้ ไม่สามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ในชีวิตได้ เนื่องจากหลักสูตรเป็นกรอบใน การสอนของครู จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการปรับหลักสูตรให้ไปในทิศทางที่นำสู่คุณภาพของผู้เรียนตามที่ ต้องการ หากต้องการผู้เรียนที่มีสมรรถนะสูง สามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้จริง การปรับหลักสูตรให้มี เป้าหมายมุ่งสู่การพัฒนาสมรรถนะจึงเป็นความจำเป็น อีกทั้งหลักสูตรปัจจุบันมีการใช้มาประมาณ 10 ปี แล้ว ถึงเวลาที่ ต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งโลกแห่งศตวรรษที่ 21 ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอันเป็นผลมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี จึงเป็นความจำเป็น ที่หลักสูตรจะต้องปรับให้สามารถพัฒนาผู้เรียนให้พร้อมรับและมีสมรรถนะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตใน โลกแห่งศตวรรษที่ 21 อย่างมีคุณภาพ

สำหรับแนวทางที่มีศักยภาพในการแก้ปัญหาและพัฒนาคุณภาพผู้เรียน การศึกษาข้อมูลในระดับนานาชาติ จากการศึกษาข้อมูลพบว่า ในระดับนานาชาติมี หลายประเทศประสบปัญหาที่คล้ายคลึงกับ ประเทศไทย เช่น สาธารณรัฐเคนยา (Kenya) มีปัญหาเรื่อง หลักสูตรขาดความยืดหยุ่น และขาดแนวทางที่เอื้อให้ผู้เรียนได้เรียนตามความถนัดและความสามารถ สาธารณรัฐรวันดา (Rwanda) หลักสูตรเน้นความรู้มากกว่าทักษะการนำความรู้ไปใช้ ผู้เรียนขาดทักษะที่เป็น ความสามารถที่ตลาดแรงงานต้องการ รัฐนิวยอร์ก (New York) ประเทศสหรัฐอเมริกา ยังไม่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาทักษะที่จำเป็นของผู้เรียน รัฐคูเวต (Kuwait) มุ่งเตรียมพลเมืองของชาติสู่โลกกว้าง สหรัฐเม็กซิโก (Mexico) มุ่งแสวงหาแนวทางการสอนที่ช่วยส่งเสริมสมรรถนะของผู้เรียน มากกว่าให้เรียนรู้ โดยการท่องจำ สาธารณรัฐโปรตุเกส (Portugal) พยายามลดเนื้อหาสาระการเรียนรู้โดยการกำหนด Essential Learning สาธารณรัฐเอสโตเนีย (Estonia) มีการปฏิรูปการสอน การประเมินและการจัดการ เรียนรู้ให้มุ่งสู่การบูรณาการความรู้และการปฏิบัติ จะเห็นได้ว่าประเทศต่าง ๆ ดังกล่าวมีปัญหาลักษณะคล้ายคลึงกับ ประเทศไทยมาก และประเทศเหล่านั้น ได้พิจารณาเลือกการปรับหลักสูตรให้มุ่งสู่หลักสูตรฐานสมรรถนะ นอกจากนั้นประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกต่างก็ยอมรับความสำคัญของการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ว่าเป็นสาระสำคัญของการจัดการศึกษา โดยแต่ละประเทศต่างก็กำหนดทักษะ/ สมรรถนะสำคัญที่เหมาะสมกับ บริบทของตนไว้ในหลักสูตร จาก

การศึกษาความพยายามในการแก้ปัญหาของการศึกษาและความก้าวหน้าในการพัฒนาการศึกษา ของประเทศต่าง ๆ พบว่า ประเทศจำนวนมากหันมาให้ความสำคัญกับการจัดหลักสูตรฐานสมรรถนะ (Competency-Based Curriculum) ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ PISA ที่เสนอว่า จากการประเมินความรู้ และทักษะของผู้เรียนพบว่า ความสำเร็จในชีวิตของผู้เรียนขึ้นอยู่กับระดับสมรรถนะของผู้เรียน ในโลกยุคใหม่ สมรรถนะของบุคคลจะมีความซับซ้อนขึ้น มิใช่เป็นเพียงทักษะที่กำหนดไว้แต่เดิมความเป็นไปได้ของการจัดหลักสูตรและการเรียน การสอนฐานสมรรถนะในประเทศไทย การจัดการศึกษาฐานสมรรถนะ (Competency-Based Education) ซึ่งประกอบด้วย การจัดหลักสูตรฐานสมรรถนะ (Competency-Based Curriculum: CBC) การจัดการเรียน การสอนฐานสมรรถนะ (Competency-Based Instruction: CBI) และการวัดและประเมินฐานสมรรถนะ (Competency-Based Assessment: CBA) เป็นแนวทางที่มีศักยภาพของหลายประเทศและสำหรับประเทศไทย

การดำเนินงานในการการบริหาร (Administration) และการจัดการ (Management) ของสถานศึกษาทั่วไป เป็นกลไกการขับเคลื่อนให้เกิดการดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย การบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดฝ่ายบริหารถือเป็นตัวจักรที่สำคัญที่สุดเพราะฝ่ายบริหารเป็นผู้กำหนดทิศทางการทำงาน ฝ่ายบริหารที่มีประสิทธิภาพจะต้องเป็นผู้มีความเป็นผู้นำและมีภาวะผู้นำโดยเฉพาะในสังคมปัจจุบันที่สภาพแวดล้อมและสถานการณ์ต่าง ๆ ได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากและมีความซับซ้อนมากขึ้น ตลอดจนมีการแข่งขันกันที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ส่งผลให้ผู้นำต้องกระตุ้นและผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อสอดคล้องกับสภาวะการณ์ การบริหารการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญตามแบบผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) คือ ผู้ที่ใช้บารมีเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสามารถพลิกองค์กรที่ประสบปัญหาหรือการเปลี่ยนแปลงนั้นให้ประสบผลสำเร็จ ความสามารถในการนำผู้ร่วมงานให้เกิดความร่วมมือที่เรียกกันทั่วไปว่าความเป็นผู้นำหรือภาวะผู้นำ (Leadership) จึงนับได้ว่าเป็นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กร ปัจจุบันสภาพแวดล้อมรอบสถานศึกษา ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 กระแสโลกาภิวัตน์ และเทคโนโลยีต่าง ๆ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทุก ๆ ด้าน ประกอบกับเกิดการแข่งขันระหว่างสถานศึกษา โดยเฉพาะในเรื่องของคุณภาพ อนาคตของการศึกษาไทยจึงต้องสร้างพื้นฐานด้วยการพัฒนาคุณภาพของการศึกษาให้สูงขึ้นและพัฒนาการจัดการศึกษาให้มีความเป็นสากลที่เป็นที่ยอมรับ ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ปกครองที่ต้องการเห็นบุตรหลานของตนเองมีโอกาสเข้ารับการศึกษาจากโรงเรียนที่มีคุณภาพ สถานศึกษาซึ่งเป็นองค์กรทางสังคมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ มีวัตถุประสงค์หลักในการดำเนินการเพื่อพัฒนาความรู้ สติปัญญา ทักษะต่าง ๆ ความเป็นพลเมือง ตลอดจนคุณธรรม จริยธรรมของนักเรียน ในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว สถานศึกษาจำเป็นต้องมีโครงสร้าง กระบวนการ และยุทธศาสตร์ ซึ่งต้องอาศัยหลักการ วิธีการ และทฤษฎีการบริหารองค์กรและการศึกษาในการบริหารจัดการ ตลอดจนการจัดการองค์การเชิงกลยุทธ์ ส่งผลให้ผู้บริหารสถานศึกษา

ใหม่จะต้องใช้ภาวะผู้นำและความเป็นมืออาชีพทางการบริหารที่สูง จำเป็นที่จะต้องรู้ เข้าใจ และ ประยุกต์ใช้ทฤษฎีหลักการทางการบริหารเพื่อบริหารจัดการให้ระบบบริหารและระบบสนับสนุนการเรียนรู้ อื่น ๆ ของสถานศึกษา สามารถที่จะบริหารโอกาสจากกระแสโลกาภิวัตน์ได้อย่างต่อเนื่อง และขับเคลื่อน การพัฒนาให้มุ่งสู่ความเป็นเลิศก่อให้เกิดคุณภาพ ความพึงพอใจในการจัดการศึกษาของนักเรียน ผู้ปกครอง และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ โดยผู้บริหารโรงเรียนต้องตระหนักถึงความสำคัญ และความจำเป็น ของคุณภาพ ตัดสินใจนำคุณภาพมาใช้เป็นแนวทางและเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ของโรงเรียน และปรับเปลี่ยน กระบวนทัศน์ในการบริหารจัดการโรงเรียน เพราะคุณภาพของผู้เรียนก็ขึ้นอยู่กับกระบวนการจัดการ การเรียนโดยการขับเคลื่อนของผู้บริหารโรงเรียน ครูและบุคลากร ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งการ ยกระดับการพัฒนาคุณภาพของโรงเรียนเพื่อมุ่งสู่การเป็นโรงเรียนที่มีคุณภาพ และส่งผลต่อคุณภาพและ สมรรถนะของผู้เรียน ตลอดจนได้รับการยอมรับในวงกว้างนั้น จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการที่มีคุณภาพ สามารถเข้าถึงกระบวนการและบุคลากรทุกคน เพื่อเป็นการสร้างองค์ประกอบคุณภาพสมบูรณ์แบบให้เกิดขึ้น และการที่จะพัฒนาสถานศึกษาเพื่อไปสู่ความเป็นเลิศนั้นต้องอาศัยปัจจัย องค์ประกอบและกระบวนการ หลายอย่าง การนำเครื่องมือทางการบริหารใหม่ ๆ เข้ามาใช้ก็เป็นกลไกและแนวทางหนึ่งในการพัฒนา ระบบขององค์กรให้มีประสิทธิภาพและมีผลการปฏิบัติงานที่สูงขึ้น สามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของ สังคมโลกได้โดยการบริหารจัดการโรงเรียนด้วยระบบคุณภาพ ถือว่าเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันการ พัฒนาโรงเรียนสู่มาตรฐานสากล ซึ่งจะทำให้เกิดคุณลักษณะต่อการจัดการเรียนการสอน อันจะส่งผล กระทบต่อสมรรถนะของนักเรียนอันเป็นเป้าหมายปลายทางของการจัดการศึกษา ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจ ทำการศึกษา เรื่อง กลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาใน ศตวรรษที่ 21

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21
2. เพื่อพัฒนาตัวบ่งชี้สมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21
3. เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาใน ศตวรรษที่ 21

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาจำนวน 1,526,356 คน (สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงศึกษาธิการ,

2561) ในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาสภาพความเป็นจริงและสภาพที่พึงประสงค์ ที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสารและการคิด ด้านการเรียนรู้สาระวิชาหลัก ด้านความรู้เชิงบูรณาการสำหรับศตวรรษที่ 21 ด้านคุณลักษณะในศตวรรษที่ 21 ด้านการใช้ชีวิตและการทำงาน ด้านการใช้สารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี ด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม โดยการสอบถามความคิดเห็นของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา จำนวน 580 คน

1.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ตรวจสอบรูปแบบเชิงคุณลักษณะ ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 9 คน จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 กลุ่ม ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิประเภทผู้ที่ดำรงตำแหน่งผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 3 คน กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นนักวิชาการบริหารการศึกษา กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิประเภทนักวิชาการที่มีความรู้ความเข้าใจหรือผลงานเกี่ยวกับสมรรถนะและทักษะในศตวรรษที่ 21 จำนวน 3 คน และผู้บริหารหรือบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 3 คน ที่ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้เพื่อใช้ในการตรวจสอบความความเป็นประโยชน์ ความเป็นไปได้ ความเหมาะสมและความถูกต้อง ของกลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21

2. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

2.1 ขั้นตอนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นแนวทางการวิจัยที่ช่วยให้ได้ความถูกต้องด้าน รายละเอียดของการพรรณนาความ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกประชากรที่เกี่ยวข้องทำให้เข้าใจในประเด็นที่ศึกษา ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก จะถูกเก็บรวบรวมเพื่อสังเคราะห์เนื้อหาในเรื่องที่ศึกษา เพื่อเป็นพื้นฐานในการนำไปใช้พัฒนาเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

1. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องกลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 ทั้งสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสารและการคิด ด้านการเรียนรู้สาระวิชาหลัก ด้านความรู้เชิงบูรณาการสำหรับศตวรรษที่ 21 ด้านคุณลักษณะในศตวรรษที่ 21 ด้านการใช้ชีวิตและการทำงาน ด้านการใช้สารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี ด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมนำมากำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

2. สำหรับงานวิจัยกลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 นี้ใช้ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนั้นการพัฒนาแบบสัมภาษณ์เชิงลึก จึงอ้างอิงจากกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งเป็น

ผลลัพธ์ที่ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 ทั้งสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสารและการคิด ด้านการเรียนรู้สาระวิชาหลัก ด้านความรู้เชิงบูรณาการสำหรับศตวรรษที่ 21 ด้านคุณลักษณะในศตวรรษที่ 21 ด้านการใช้ชีวิตและการทำงาน ด้านการใช้สารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี ด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม

3. การประเมินความเหมาะสมของเครื่องมือสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ในที่นี้คือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดย ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน รวมทั้งการทดสอบเบื้องต้น (Pilot Study) โดยมีผู้เชี่ยวชาญ และผู้บริหารสถานศึกษา ร่วมด้วยเพื่อสำรวจรายละเอียดข้อมูลให้ครบถ้วนและตรงประเด็น รวมทั้งช่วยสนับสนุน การตัดสินใจในการออกแบบเครื่องมือแบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้ตรงกับบริบทในประเทศไทยมากที่สุด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลกลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 ทั้งสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสารและการคิด ด้านการเรียนรู้สาระวิชาหลัก ด้านความรู้เชิงบูรณาการสำหรับศตวรรษที่ 21 ด้านคุณลักษณะในศตวรรษที่ 21 ด้านการใช้ชีวิตและการทำงาน ด้านการใช้สารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี ด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และกลุ่มผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 9 ท่าน

5. การวิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 ทั้งสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสารและการคิด ด้านการเรียนรู้สาระวิชาหลัก ด้านความรู้เชิงบูรณาการสำหรับศตวรรษที่ 21 ด้านคุณลักษณะในศตวรรษที่ 21 ด้านการใช้ชีวิตและการทำงาน ด้านการใช้สารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี ด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม จากเครื่องมือสำหรับการวิจัยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และกลุ่มผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 9 ท่าน

2.2 ขั้นตอนการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) นักวิชาการเห็นว่าเป็นวิธีที่สามารถเสนอความเป็น รูปธรรมได้ในทุกแนวคิดและทุกประเด็นที่ศึกษา กล่าวคือสามารถวัดค่าทุกแนวคิดหรือทุกตัวแปรออกมาเป็น ตัวเลขได้ และเมื่อวิเคราะห์สามารถให้ค่าอัตราความสัมพันธ์ออกมาเป็นตัวเลขชัดเจน และวิธีนี้สามารถสร้างแบบจำลองทางสถิติเพื่อการอธิบาย ข้อสังเกต ทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรได้

1. สำหรับงานวิจัยกลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 นี้ใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นการพัฒนาแบบสอบถาม จึงอ้างอิงจากกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับ

มัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 ทั้งสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสารและการคิด ด้านการเรียนรู้สาระวิชาหลัก ด้านความรู้เชิงบูรณาการสำหรับศตวรรษที่ 21 ด้านคุณลักษณะในศตวรรษที่ 21 ด้านการใช้ชีวิตและการทำงาน ด้านการใช้สารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี ด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม

2. การประเมินความเหมาะสมของเครื่องมือสำหรับกาวิจัยเชิงปริมาณ ในที่นี้คือการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละท่านจะมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านแตกต่างกัน แล้วปรับปรุงข้อคำถามให้ตรงยิ่งขึ้น รวมทั้งการนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปทำการศึกษาเบื้องต้น (Pilot Study) กับนักเรียนระดับมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ท่าน เพื่อทดสอบความเข้าใจคำถามและการสื่อความหมายที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลกลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 ทั้งสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสารและการคิด ด้านการเรียนรู้สาระวิชาหลัก ด้านความรู้เชิงบูรณาการสำหรับศตวรรษที่ 21 ด้านคุณลักษณะในศตวรรษที่ 21 ด้านการใช้ชีวิตและการทำงาน ด้านการใช้สารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี ด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม สำหรับกาวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักเรียนระดับมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา จำนวน 580 คน

4. การวิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงปริมาณกลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 ทั้งสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสารและการคิด ด้านการเรียนรู้สาระวิชาหลัก ด้านความรู้เชิงบูรณาการสำหรับศตวรรษที่ 21 ด้านคุณลักษณะในศตวรรษที่ 21 ด้านการใช้ชีวิตและการทำงาน ด้านการใช้สารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี ด้านการเรียนรู้และนวัตกรรมสำหรับกาวิจัยแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างนักเรียนระดับมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา จำนวน 580 คน โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม Lisrel version 8.8

5. การสรุปและอภิปรายผลการวิจัยกลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพพร้อมกับการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย องค์ประกอบ 7 องค์ประกอบ ดังรายละเอียด

องค์ประกอบที่ 1. ด้านการเรียนรู้สาระวิชาหลัก หมายถึง ทักษะการอ่าน (Reading) ทักษะการเขียน (Writing) และทักษะการคำนวณ (Arithmetic) ถือเป็นทักษะพื้นฐานที่มีความจำเป็นที่จะทำให้รู้และเข้าใจในสาระเนื้อหาของ 8 กลุ่ม สาระการเรียนรู้ ที่แสดงความเป็นสาระวิชาหลักของทักษะเพื่อดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ ภาษา แม่และภาษาโลก ศิลปะ คณิตศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ และรัฐ ความเป็นพลเมืองดี ซึ่งหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานได้จัดทำสาระเนื้อหาได้ครอบคลุมทั้ง 8 กลุ่มสาระการเรียนรู้แล้ว

องค์ประกอบที่ 2. ด้านความรู้เชิงบูรณาการสำหรับศตวรรษที่ 21 หมายถึง การสอดแทรกความรู้เชิงบูรณาการเข้าไปในสาระเนื้อหา ของ 8 กลุ่มสาระการเรียนรู้ เพื่อใช้เป็นพื้นฐานความรู้ทักษะเพื่อการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ดังนี้

2.1 ความรู้เกี่ยวกับโลก (Global Awareness) เป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจ และกำหนดประเด็นสำคัญต่อการสร้างความเป็นสังคมโลก การขับเคลื่อนเชิงวัฒนธรรม ศาสนา และวิถี ชีวิตที่อยู่ร่วมกันได้อย่างเหมาะสมในบริบททางสังคมที่ต่างกันรอบด้าน และสร้างเข้าใจความเป็นมนุษย์ด้วยกันในด้านเชื้อชาติและวัฒนธรรม การใช้วัฒนธรรมทางภาษาที่ต่างกันได้อย่างลงตัว

2.2 ความรู้ด้านการเงิน เศรษฐกิจ ธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ (Financial, Economic, Business and Entrepreneurial Literacy) เป็นการสร้างความรู้และ วิธีการที่เหมาะสมสำหรับการสร้างตัวเล็กเชิงเศรษฐศาสตร์ หรือเศรษฐกิจ มีความเข้าใจบทบาทใน เชิงเศรษฐศาสตร์ที่มีต่อสังคม และใช้ทักษะการเป็นผู้ประกอบการในการยกระดับ และเพิ่ม ประสิทธิภาพด้านอาชีพ

2.3 ความรู้ด้านการเป็นพลเมืองที่ดี (Civil Literacy) เป็นการสร้างประสิทธิภาพ การมีส่วนร่วมทางสังคม ผ่านวิธีสร้างองค์ความรู้ และความเข้าใจในกระบวนการทางการเมืองการ ปกครองที่ถูกต้อง และนำวิถีแห่งความเป็นประชาธิปไตยไปสู่สังคมในระดับต่างๆ ที่เข้าใจต่อวิถีการ ปฏิบัติทางสังคมแห่งความเป็นพลเมืองทั้งระดับท้องถิ่นและสากล

2.4 ความรู้ด้านสุขภาพ (Health Literacy) เป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจ ข้อมูลสารสนเทศ ภาวะสุขภาพอนามัย และนำไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ให้เข้าใจวิธีป้องกันแก้ไข และเสริมสร้างภูมิคุ้มกันที่มีต่อภาวะสุขภาพอนามัย ห่างไกลจากภาวะความเสี่ยงจากโรคภัยไข้เจ็บ ใช้ ประโยชน์ ข้อมูลสารสนเทศในการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางด้านสุขภาพอนามัยได้อย่างเหมาะสมกับ บุคคล เฝ้าระวังด้านสุขภาพอนามัยส่วนบุคคลและครอบครัวให้เกิดความเข้มแข็ง รู้และเข้าใจในประเด็น สำคัญของการเสริมสร้างสุขภาพที่ดีระดับชาติและสากล

2.5 ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Literacy) เป็นการสร้างภูมิรู้ และเข้าใจการอนุรักษ์และป้องกันสภาพแวดล้อม และมีส่วนร่วมอนุรักษ์และป้องกันสภาพแวดล้อม มี ภูมิรู้และเข้าใจ ผลกระทบจากธรรมชาติที่ส่งผลต่อสังคม สามารถวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้าน สภาพแวดล้อมทาง

ธรรมชาติ และกำหนดวิธีการป้องกันแก้ไข และอนุรักษ์รักษาสภาพแวดล้อม สร้าง สังคมโดยรอบให้เกิดความร่วมมือในการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรสิ่งแวดล้อม

องค์ประกอบที่ 3. ด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม ประกอบด้วย

3.1 การคิดอย่างมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหา หมายถึง ความสามารถวิเคราะห์และประเมิน ข้อมูลหลักฐาน การโต้แย้ง การกล่าวอ้างอิง และความน่าเชื่อถือ วิเคราะห์เปรียบเทียบและประเมิน ความเห็นประเด็นหลัก ๆ สามารถสรุปบนฐานของการวิเคราะห์ และตีความและทบทวนอย่างจริงจังในด้านความรู้ และกระบวนการ และในรูปแบบการฝึกแก้ปัญหาที่ไม่คุ้นเคยหลากหลาย ในแนวทางที่ยอมรับกันทั่วไป และแนวทางที่แตกต่างจากการยอมรับ รูปแบบการตั้งคำถามสำคัญที่ช่วยทำ ความกระจ่างในมุมมองต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่ทางออกที่ดีกว่า

3.2 การสื่อสารและการร่วมมือ หมายถึง ทักษะในการสื่อสารอย่างชัดเจน ตั้งแต่การเรียบเรียงความคิดและ มุมมอง idea สื่อสารเข้าใจง่าย ในหลายแบบ ทั้งการพูด เขียน และกิริยาท่าทาง การฟังอย่างมี ประสิทธิภาพ นำไปถ่ายทอดสื่อสาร ความหมายและความรู้ แสดงคุณค่า ทักษะคิด และความตั้งใจ การสื่อสารเพื่อการบรรลุเป้าหมายการทำงาน การสื่อสารด้วยหลากหลายภาษาและสภาพแวดล้อมที่หลากหลายอย่างได้ผล และทักษะความร่วมมือกับผู้อื่น ตั้งแต่การทำงานให้ได้ผลราบรื่นที่เคารพและ ให้เกียรติผู้ร่วมงาน มีความยืดหยุ่นและช่วยเหลือประนีประนอมเพื่อการบรรลุเป้าหมายร่วมกัน มีความรับผิดชอบร่วมกับผู้ร่วมงาน และเห็นคุณค่าของบทบาทของผู้ร่วมงาน

3.3 การสร้างสรรค์และนวัตกรรม หมายถึง ทักษะทางด้านนี้เป็นเรื่องของการเงินธนาคาร มาสร้างขั้นตอนกระบวนการ โดยอ้างอิงจากทฤษฎีความรู้เพื่อนำไปสู่การค้นพบใหม่เกิดเป็นนวัตกรรมที่ใช้ตอบสนองความต้องการใน การดำรงชีวิตที่ลงตัว และนำไปสู่การเป็นผู้ผลิตและผู้ประกอบการต่อไป

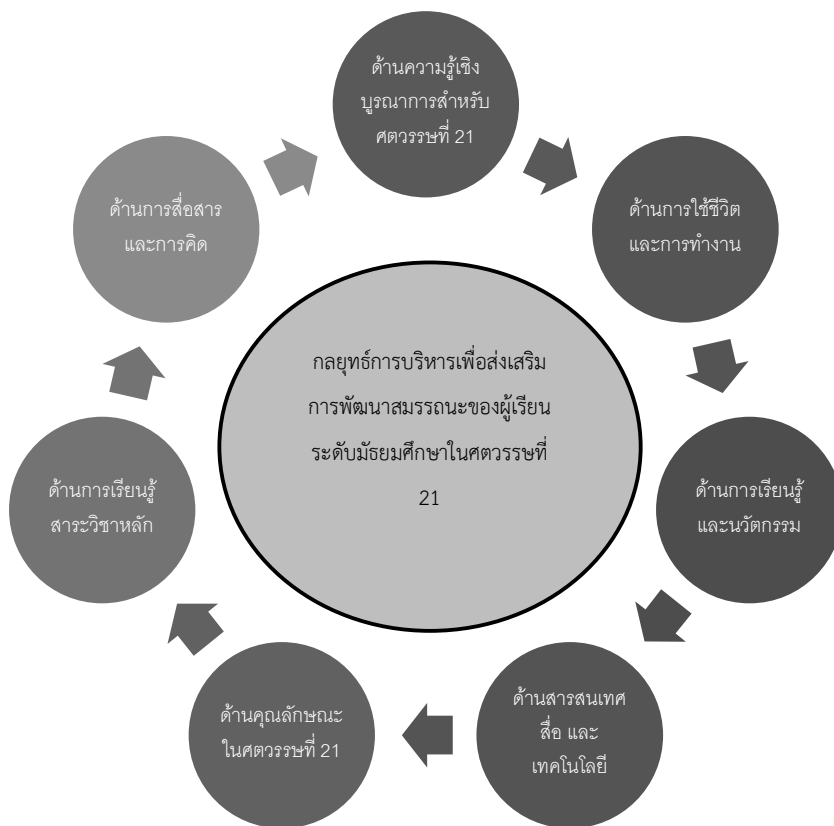
องค์ประกอบที่ 4. ด้านการใช้ชีวิตและการทำงาน หมายถึง การเรียนรู้ที่จะปรับตัวได้อย่างดีในสภาวะการเปลี่ยนแปลง หรือมีภัยคุกคามได้ อย่างชาญฉลาดถือเป็นเรื่องสำคัญในการดำรงชีวิตที่มีทักษะชีวิตในโลกศตวรรษที่ 21 และการคิดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองการดำรงชีวิตเฉพาะบริบทสภาพแวดล้อมที่ต่างกันนำไปสู่การเผยแพร่ เทคนิควิธีการใช้และพัฒนาทักษะใช้ เกิดเป็นกลยุทธ์การขยายเกิดผู้ประกอบการในงานอาชีพต่าง ๆ ซึ่ง เป็นทักษะงานอาชีพที่ต้องมีการส่งเสริมให้มีเท่าทันในยุคด การเปลี่ยนแปลงของโลกศตวรรษที่ 21 ทักษะชีวิตและทักษะงานอาชีพจึงควรมีการพัฒนา 1) ความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัว (Flexibility and Adaptability) 2)การริเริ่มสร้างสรรค์และก้ากับดูแลตนเองได้ (Initiative and Self Direction) 3) ทักษะสังคมและสังคมข้ามวัฒนธรรม (Social and Cross-Cultural Skills) 4)การเป็นผู้สร้างผลงานหรือผลผลิตและความรับผิดชอบเชื่อถือได้ (Productivity and Accountability) 5)ภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ (Leadership and Responsibility)

องค์ประกอบที่ 5.ด้านสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี หมายถึง การสร้างทักษะด้านสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี เพื่อให้เกิดการเท่าทันไม่ตกอยู่ภายใต้การถูกชักจูง ชวนเชื่อ ประกอบด้วย 1) การรู้เท่าทัน

สารสนเทศ (Information Literacy) 2) การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) การรับสารจากสื่อ และสื่อสารออกไป ในยุค media คนในศตวรรษที่ 21 3) การรู้ทันเทคโนโลยี (ICT: Information, Communication and Technology Literacy) ในโลกยุคศตวรรษที่ 21

องค์ประกอบที่ 6.ด้านคุณลักษณะในศตวรรษที่ 21 หมายถึง การเป็นนักคิดวิเคราะห์ นักแก้ปัญหา นักสร้างสรรค์ นักประสานความร่วมมือ รู้จักใช้ข้อมูลและข่าวสาร เรียนรู้ด้วยตนเอง นักสื่อสาร ตระหนัก รับผิดชอบต่อสังคม เป็นพลเมืองทรงคุณค่า และมีพื้นฐานความรู้ เศรษฐกิจและการคลัง ซึ่งสรุปเป็นคุณลักษณะใน 3 ด้าน ดังนี้ 1) คุณลักษณะด้านการทำงาน ได้แก่ การปรับตัว และความเป็นผู้นำ 2) คุณลักษณะด้านการเรียนรู้ ได้แก่ การชี้นำตนเอง การตรวจสอบการเรียนรู้ของตนเอง 3) คุณลักษณะด้านศีลธรรม ได้แก่ ความเคารพผู้อื่น ความซื่อสัตย์ สำนึกพลเมือง

องค์ประกอบที่ 7.ความสามารถด้านการสื่อสารและการคิด ประกอบด้วย ความสามารถในการรับสาร ความสามารถในการส่งสาร มีวัฒนธรรมการใช้ภาษา ความสามารถในการคิดวิเคราะห์ การคิดสังเคราะห์ การคิดอย่างมีวิจารณญาณ และการคิดอย่างเป็นระบบ



ภาพที่ 1 กลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21

อภิปรายผลการวิจัย

สำหรับแผนปฏิรูปประเทศด้านการศึกษาได้กำหนดให้มีหลักสูตรฐานสมรรถนะเป็นแนวทางในการปฏิรูปหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนเพื่อมุ่งตอบสนองการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 โดยมีเป้าหมายให้ผู้เรียนเกิดสมรรถนะหลักที่จำเป็นสำหรับการทำงาน การแก้ปัญหา และการดำรงชีวิต สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษาในฐานะองค์กรที่รับผิดชอบด้านนโยบายแผนมาตรฐานและการติดตามประเมินผลของประเทศ เห็นว่าจำเป็นต้องมีการศึกษาและทำความเข้าใจร่วมกันเพื่อพัฒนาการจัดการเรียนการสอนโดยใช้หลักสูตรฐานสมรรถนะ ทั้งในด้านหลักสูตร กระบวนการจัดการเรียน การสอน และการวัดและประเมินผล เพื่อให้หลักสูตรฐานสมรรถนะสามารถนำไปใช้พัฒนาศักยภาพและคุณภาพของเด็กไทยได้ สำหรับในปัจจุบันสมรรถนะของผู้เรียน ไม่ได้หมายถึงเพียงแค่นักเรียน นักศึกษาเท่านั้น แต่ยังรวมถึงประชากรทุกคนในประเทศ ที่ผ่านมาเวลาเพียงสิบปีสิ่งต่าง ๆ รวมถึงสมรรถนะได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทั้งสังคม มุมมอง เทคโนโลยี ทำให้สมรรถนะการทำงานเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นสมรรถนะและความสามารถของบุคคลจึงเป็นเรื่องสำคัญ การจัดการเรียนการสอนและการพัฒนาทักษะต่างๆ จึงต้องเน้นสมรรถนะเพื่อการดำรงชีวิต และการปฏิบัติงาน เน้นเครือข่ายพันธมิตรมากขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้อาชีพบางอย่างหายไป ลักษณะงาน วิธีการทำงานเปลี่ยนไป เอไอหรือปัญญาประดิษฐ์เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันและการทำงานมากขึ้น (สุภัทร จำปาทอง, 2562) สำหรับสาเหตุสำคัญที่ต้องเปลี่ยนจากหลักสูตรอิงมาตรฐานไปสู่หลักสูตรฐานสมรรถนะนั้น เนื่องจากตั้งแต่ปี 2559-2562 เกิดวิกฤติการศึกษา ซึ่งเกิดจากสาเหตุใหญ่ 2 ประการ คือ 1.การเปลี่ยนแปลงของโลกและสังคม 2.เด็กไทยได้รับความรู้มากแต่ประยุกต์ใช้ไม่ได้ ขาดทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิต ทำให้มีขีดความสามารถต่ำ กระทบต่อความอยู่ดีของประเทศไทย ซึ่งนานาประเทศต่างปรับมาใช้หลักสูตรฐานสมรรถนะในการพัฒนาผู้เรียน ไม่ว่าจะประเทศ อังกฤษ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ แคนาดา จีน เกาหลีใต้ และแอฟริกาใต้ เป็นต้น โดยศตวรรษที่ 21 มีความไม่แน่นอน ความรู้เก่าที่เคยให้นักเรียนไม่เพียงพอที่จะใช้ในโลกยุคใหม่ กรอบความคิดทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 3Rs (Reading, Riting, Rithmetics)+ 8Cs (Critical Thinking, Creativity, Collaboration, Cross-cultural Understanding, Communication, Computing & Media Literacy, Career & Learning Self-reliance และ Change) +2Ls (Learning และ Leadership) การเปลี่ยนแปลงของโลกทำให้เราต้องเปลี่ยนเพื่อให้ตอบรับกับความรู้ ความต้องการในอนาคต ดังนั้นการจะช่วยให้ผู้เรียนเกิดคุณภาพที่ต้องการต้องช่วยให้ครูจัดการเรียนรู้เชิงรุก และจัดการเรียนรู้ที่ทำให้ผู้เรียนเกิด สมรรถนะ ซึ่งสมรรถนะนั้นประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 7 ประการ คือ 1.ความรู้ (Knowledge) 2.ทักษะ (Skill) 3.คุณลักษณะ/เจตคติ (Attribute/Attitude) 4.การประยุกต์ใช้ (Application) 5.การกระทำการปฏิบัติ (Performance) 6.งานและสถานการณ์ต่างๆ 7.ผลสำเร็จ (Success) ตามเกณฑ์ที่กำหนด (Performance Criteria) ทั้งนี้ หลักสูตรฐานสมรรถนะ ไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงจากหน้ามือเป็นหลังมือ เพียง แต่เป็นการปรับจุดเน้นจากเน้นหนักเนื้อหาสาระ ไปเน้นการปฏิบัติให้เกิดผล เพราะสมรรถนะเป็น

ความสามารถ ของบุคคลในการใช้ความรู้ ทักษะ เจตคติ และคุณลักษณะคนที่มีอยู่ในการทำงาน หรือการแก้ปัญหาต่างๆ จนประสบความสำเร็จในระดับใดระดับหนึ่ง (ทิตินา แชมมณี, 2562)

โดยการจัดการเรียนรู้ฐานสมรรถนะมุ่งเน้นพัฒนาความสามารถของผู้เรียนในการประยุกต์ใช้ความรู้สู่การปฏิบัติจริงมี 6 แนวทาง ดังนี้ แนวทางที่ 1 ใช้งานเดิม เสริมสมรรถนะ แนวทางที่ 2 ใช้งานเดิม ต่อเติมสมรรถนะ แนวทางที่ 3 ใช้รูปแบบ การเรียนรู้ สู่การพัฒนาสมรรถนะ แนวทางที่ 4 สมรรถนะเป็นฐาน ผสานตัวชี้วัด แนวทางที่ 5 บูรณาการผสาน หลายสมรรถนะ และแนวทางที่ 6 สมรรถนะชีวิตในกิจวัตรประจำวัน(บึงอร เสรีรัตน์, 2562) สำหรับหลักสูตรฐานสมรรถนะ สามารถออกแบบการเรียนรู้ ไปปรับใช้ตามบริบทของแต่ละโรงเรียนได้แตกต่างกัน โดยเน้นพัฒนาสมรรถนะที่ผู้เรียนขาดได้ ซึ่งโรงเรียนที่มีคุณครูจำนวนน้อยและต้องสอนหลายวิทย์ สามารถบูรณาการสมรรถนะได้ดีมาก คุณครู สามารถนำมาตราฐาน และตัวชี้วัดมาใช้ประเมินสมรรถนะเด็กนักเรียนได้ เพราะสมรรถนะ คือ ความสามารถที่ เด็กแสดงออก (ทรงพร พนมวัน ณ อยุธยา, 2562) และแนวทางฐานสมรรถนะว่าจะช่วยพัฒนาผู้เรียน โดยโรงเรียน ได้จัดทำหลักสูตร โดยคำนึงถึง 3 องค์ประกอบหลัก คือ 1. สมรรถนะหลักในศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียนที่ จำเป็น 10 ประการ 2.คุณลักษณะอันพึงประสงค์ 13 และ 3.ความต้องการจำเป็นของนักเรียน โรงเรียน สังคม ไทย และสังคมโลก และได้แบ่งการจัดการเรียนรู้ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มทักษะที่จำเป็นสำหรับการเรียนรู้ กลุ่มสมรรถนะเพื่อชีวิต และกลุ่มสุนทรีย์และทักษะกลไก ซึ่งจะประเมินผลของนักเรียนผ่านเกณฑ์ KPAC คือ Knowledge, Practice, Attitude และ Competency ผลที่เกิดขึ้นจากการใช้หลักสูตรกับนักเรียนช่วงชั้นที่ 1 พบว่า เด็กนักเรียนชื่นชมวิชาสมรรถนะเพื่อชีวิต และผลตอบรับจากผู้ปกครองออกมาดี อันเป็นตัวสะท้อนความสำเร็จที่ชัดเจนของการจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตรฐานสมรรถนะ (دنุชา ปนคำ, 2562)

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

เนื่องจากเด็กไทยส่วนใหญ่ได้รับความรู้จำนวนมาก แต่ยังไม่สามารถใช้ความรู้ให้ เป็นประโยชน์ต่อชีวิตได้เท่าที่ควร รวมทั้งยังขาดสมรรถนะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในโลกปัจจุบันและอนาคต ทำให้มีขีดความสามารถต่ำ ในการแข่งขันกับนานาประเทศ ซึ่งจะกระทบต่อความอยู่รอดและความอยู่ดีของประชาชนและประเทศชาติ จึงจำเป็นที่ผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาให้แก่เด็กซึ่งเป็นอนาคตของชาติ ได้มีความตระหนักในบทบาทหน้าที่ของตนในการช่วยกันพัฒนาผู้เรียนในทุกระดับการศึกษาให้เป็นผู้มีทักษะและสมรรถนะที่จำเป็น ทันต่อความก้าวหน้าและการเปลี่ยนแปลงของโลก ดังนั้นการศึกษาวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การบริหารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาในศตวรรษที่ 21 เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการพิจารณากำหนดนโยบายในการแก้ไขปัญหา และนำไปพัฒนาปรับปรุงการจัดการศึกษาให้สูงขึ้น อันจะส่งผลต่อประสิทธิภาพที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศตามนโยบายและเป้าหมายการปรับปรุงคุณภาพการจัดการศึกษาของสถานศึกษาต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2562), *หลักสูตรแกนกลางกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์แห่งประเทศไทย จำกัด.
- คณะกรรมการอิสระเพื่อการปฏิรูปการศึกษา. (2562), *รายงานพันธกิจด้านการปฏิรูปการศึกษาผ่านหลักสูตรและการเรียนการสอนฐานสมรรถนะ*, (1 ตุลาคม 2563) สืบค้นจาก https://www.thaiedreform.org/wpcontent/uploads/2019/08/Core_competency_11.pdf
- คณะกรรมการปฏิรูปหลักสูตรแห่งชาติ กระทรวงศึกษาธิการ. (2557), *ร่างหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน ภาคบังคับ ประถมศึกษาปีที่ 1 - มัธยมศึกษาปีที่ 2 พุทธศักราช 2547*.
- บังอร เสรีรัตน์. (2562). *กอบกู้วิกฤตการศึกษาไทยความหวังการสร้างชาติที่ยั่งยืน*. การประชุมวิชาการประจำปี ครั้งที่ 10, ชมรมพัฒนาการและพฤติกรรมเด็กแห่งประเทศไทย ๑๘ กรกฎาคม 2560.
- ทองพร พนมวัน ณ อยุธยา. (2562) *การประเมินตามสภาพที่แท้จริง*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- วิจารณ์ พานิช. (2558), *เรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง*. กรุงเทพฯ: บริษัทเอส.อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561), *ยุทธศาสตร์ชาติ 2561-2580*.
- Haryono, K. and Claro, M. (2018). *21st Century Skills and Competence for New Millennium Learner in OECD Countries*. OECD Education. Working Press. No.41. Paris OECD Publishing Press.
- Kenya Institute and Curriculum Development, Republic of Kenya. (2017). *Basic Education Curriculum Framework*.
- Ministry of Education. (2016). *Towards Defining 21st Century for Ontario: 21st Century Competencies*. Canada: Ontario.
- Ministry of Education, Republic of Rwanda. (2015). *Competency-Based Curriculum: Summary of Curriculum Framework Pre-Primary to Upper Secondary 2015*. Worldcore Communication Limited.
- New Zealand Council for Educational Research (NZCER). (2017). *Weaving a Coherent Curriculum*. Wellington: NZCER.
- OECD. (2018). *Curriculum Flexibility and Autonomy in Portugal*.
- National Research Council. (2012). *Education Policy Outlook: Mexico*.
- Tan Brithen (ed.). (2017). *Competency-Based Curriculum at Laurea*. Laurea University of Applied Science. Edita Prima Oy, Helsinki: Laurea Publications.
- UNESCO International Bureau of Education (IBE UNESCO). (2017). *The Why, What and How of Competency-Based Curriculum Reforms: The Kenya Experience*.

ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์กับบรรยากาศองค์การสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี¹
VISIONARY LEADERSHIP AND ORGANIZATIONAL CLIMATE OF PATHUMTHANI DETENTION CENTER

สุกัลยา รัตนมาลี (Sukanya Rattanamalee)²
อุษณี มงคลพิทักษ์สุข (Usanee Mongkolpitaksuk)³

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ 2) บรรยากาศองค์การ 3) อิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ต่อบรรยากาศองค์การของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 51 คน ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์กับบรรยากาศของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี อยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์สามารถพยากรณ์บรรยากาศองค์การของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ได้ร้อยละ 73.90 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยองค์ประกอบด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์เป็นองค์ประกอบเดียวที่มีอิทธิพลต่อบรรยากาศองค์การของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี (Beta= .860) ส่วนองค์ประกอบด้านอื่น ๆ ไม่มีอิทธิพลต่อบรรยากาศองค์การของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์/ บรรยากาศองค์การ

Abstract

This article aimed to study 1) visionary leadership 2) organizational climate 3) the effect of visionary leadership on organizational climate of Pathumthani Detention Center. The sample were 51 officers. Hypothesis was analyzed by the multiple regression. The results found that the mean of visionary leadership and organizational climate of Pathumthani Detention Center were high level. The result of the hypothesis showed that visionary leadership could predict organizational climate of Pathumthani Detention Center. The overall R² was .739, a large effect, at statistically significant level .05. Dissemination of the vision, the only factor, had effect on organizational climate of Pathumthani Detention Center (Beta = .860). However, the other factors had not effect on organizational climate of Pathumthani Detention Center at statistically significant level .05

Keyword: Visionary Leadership / Organizational Climate

¹บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์เรื่อง ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์กับบรรยากาศองค์การของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี

²นักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาควิชาการศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์

³อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ภาควิชาการศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์

บทนำ

กระแสโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรทุกองค์กรไม่ว่าทั้งภาครัฐบาล รัฐวิสาหกิจ และเอกชน จะต้องปรับตัวให้ทันต่อสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้องค์กรยังคงยืนหยัดอยู่อย่างมีศักยภาพ เจริญก้าวหน้า ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้องค์กรแข็งแกร่ง คือต้องมีบุคลากรในองค์กรที่มีคุณภาพ ด้วยเหตุนี้ผู้บริหารต้องวางแผน กำกับ ดูแลเสริมสร้างขวัญกำลังใจให้ผู้ที่บังคับบัญชาและผู้ร่วมงานทุกคน สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเกิดผลดีต่อตนเองและองค์กร ผู้บริหารในยุคปัจจุบันและต่อไปในอนาคตจึงต้องเป็นผู้บริหารและผู้นำในเวลาเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ ทั้งนี้เนื่องจากภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์จะเป็นผู้รู้จักและเข้าใจสภาพการณ์ขององค์กรเป็นอย่างดี สามารถกำหนดบทบาทและทิศทางขององค์กรได้อย่างชัดเจน รวมถึงขยายความคิดให้ผู้อื่นยอมรับ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมความเพียรพยายามในการทำงานมากขึ้นกว่าปกติ (สัมฤทธิ์ กางเพ็ง, 2557) โดยการมองข้ามผลประโยชน์ส่วนตน และเห็นความสำคัญของประโยชน์ส่วนรวมขององค์กร มีความมุ่งมั่นต่อความสำเร็จค่อนข้างสูง จนได้รับผลงานและผลลัพธ์ที่ดีขึ้น

สำหรับกรมราชทัณฑ์ถือเป็นหน่วยงานหนึ่งในกระบวนการยุติธรรมที่มีบทบาทและความสำคัญในการรักษาความสงบเรียบร้อยของสังคม มีขอบข่ายการปฏิบัติงานทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ภายใต้วิสัยทัศน์ที่ว่า “ กรมราชทัณฑ์เป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพ ในการควบคุม แก้ไขและพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง เพื่อคืนคนดี มีคุณค่า สู่อสังคม ” หน้าที่หลักของกรมราชทัณฑ์จึงเป็นเรื่องการควบคุม และแก้ไขพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขังเพื่อให้ผู้ต้องขังกลับตนเป็นพลเมืองดี มีสุขภาพกายและจิตที่ดี ไม่หวนกลับมากระทำผิดซ้ำ ได้รับการพัฒนาทักษะฝีมือในการประกอบอาชีพที่สุจริตและสามารถดำรงชีวิตในสังคมภายนอกได้อย่างปกติโดยสังคมให้การยอมรับ อย่างไรก็ตามกรมราชทัณฑ์เปรียบเสมือนหน่วยงานอื่น ๆ ของรัฐที่ยังประสบปัญหาการบริหารงานภายในองค์กร ไม่เว้นแม้แต่สถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ที่เป็นหน่วยงานหนึ่งของกรมราชทัณฑ์ ทำหน้าที่ควบคุมผู้ต้องขังและแก้ไขพฤตินิสัยผู้ต้องขังโดยมุ่งพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อแก้ไขฟื้นฟูผู้ต้องขังที่อยู่ในความรับผิดชอบของกรมราชทัณฑ์ ได้นำแผนปฏิบัติการกรมราชทัณฑ์ พ.ศ. 2559-2562 เป็นตัวกำหนดเป้าหมาย และทิศทางขององค์กรใช้ในการบริหารและพัฒนางาน โดยการมีส่วนร่วมของผู้บริหารและข้าราชการผู้ปฏิบัติงาน ในการผลักดันภารกิจของกรมราชทัณฑ์ ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมและบรรลุวิสัยทัศน์ตามที่กำหนดไว้ กลับยังเผชิญกับปัญหาการบริหารและพัฒนาระบบการทำงานตามระเบียบ กฎหมาย ข้อบังคับ และแนวบริหารดังกล่าวให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

สาเหตุสำคัญสืบเนื่องมาจากผู้บริหารมีภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ ทั้งด้านการสร้างวิสัยทัศน์ที่พบว่าส่วนใหญ่ไม่มีการสร้างวิสัยทัศน์เป็นของตนเอง แต่ยืมวิสัยทัศน์จากหน่วยงานบังคับบัญชาหรือวิสัยทัศน์เดิม ๆ ขององค์กรที่มีอยู่แล้ว มาเป็นแนวทางในการบริหารองค์กร โดยไม่ปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ในด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์แม้ผู้บริหารจะได้มีการเผยแพร่วิสัยทัศน์

สู่บุคลากร แต่วิสัยทัศน์เหล่านั้นก็ไม่ถูกอธิบายถึงแนวทางการปฏิบัติงานที่ชัดเจน ทำให้เกิดปัญหาในด้าน การมอบหมายคนและงานให้มีความสอดคล้องกัน รวมถึงไม่ให้อัฒนคติย้อนกลับบุคลากรทำให้บุคลากรไม่ได้ รับทราบถึงผลของการปฏิบัติงาน และบางครั้งก็เกิดความสับสนของการปฏิบัติงาน ด้วยเมื่อนำวิธีการที่ เคยปฏิบัติกับนโยบายเดิมมาใช้กับนโยบายใหม่ที่มีลักษณะแบบเดียวกันกลับถูกตำหนิติเตียน บุคลากร ส่วนใหญ่จึงพยายามปฏิบัติงานแบบภายใต้กฎระเบียบหรือข้อบังคับตามกฎหมายที่ได้ระบุไว้เท่านั้น เพื่อให้แน่ใจว่าจะไม่ปฏิบัติผิดระเบียบ แบบแผนหรือกฎเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ การสร้างสรรค์ผลการ ปฏิบัติงานเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงและความต้องการของผู้ต้องขัง ของหน่วยงาน ของสังคมหรือของ ประชาชนตามที่คาดหวังจึงไม่สามารถเกิดขึ้นได้ เมื่อประกอบกับการขาดความเป็นแบบอย่างที่ดีของผู้นำ บัดความรับผิดชอบหรือโทษบุคลากรเมื่อเกิดปัญหาเมื่อผลงานไม่ดี ประพฤติตนไม่น่าเคารพ มีการสั่งให้ บุคลากรทำงานนอกกฎระเบียบและให้ทำในสิ่งที่เอื้อประโยชน์ต่อตัวเองไม่ใช่องค์กร ก็ล้วนแต่ส่งผลต่อ บรรยากาศองค์กรของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ไม่เป็นไปในเชิงบวก บุคลากรจึงขาดขวัญ กำลังใจและแรงจูงใจในการทำงาน ขาดความกระตือรือร้นและการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน ต่างคน ต่างทำงานเพื่อให้งานของตนสำเร็จ การประสานความร่วมมือระหว่างบุคลากรหรือหน่วยงานมีน้อยและ ส่งผลต่อความล่าช้าในการทำงาน มีการแบ่งพรรคแบ่งพวก บุคลากรขาดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน และ ส่งผลถึงความขัดแย้งภายในองค์กร บรรยากาศการทำงาน ดังกล่าวล้วนแต่ส่งผลให้ประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ ความพึงพอใจ และการพัฒนาองค์กรทั้งสิ้น ดังนั้นเพื่อที่จะทำให้บรรยากาศการทำงาน ของ สถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี สามารถส่งเสริมให้บุคลากรมีแรงจูงใจในการทำงาน มีความรัก ความ สามัคคีและความไว้วางใจซึ่งกันและกัน อันจะนำความรู้กระบวนการปฏิบัติงานที่ดีเป็นไปตามภารกิจ หน้าที่ของกรมราชทัณฑ์ การรับ ถึงบรรยากาศองค์กรสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานีว่าอยู่ในระดับใด และระดับบรรยากาศองค์กรสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ดังกล่าว มีสาเหตุสืบเนื่องจากภาวะผู้นำ เชิงวิสัยทัศน์ มากน้อยเพียงใด จะทำให้ผู้บริหารของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี นำไปใช้เป็น แนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของตนเอง ทั้งในด้านการสร้างวิสัยทัศน์ การเผยแพร่วิสัยทัศน์ การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ และการเป็นแบบอย่างที่ดี เพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีขององค์กรสถานกักขังกลาง จังหวัดปทุมธานีต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี
- 2) เพื่อศึกษาบรรยากาศองค์กรของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี
- 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์กับบรรยากาศองค์กรของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่างจากบุคลากรที่ปฏิบัติงานในสถาน กักขังกลางจังหวัดปทุมธานี จำนวน 51 คน ประกอบด้วย ฝ่ายบริหาร ฝ่ายปกครอง ฝ่ายทัณฑปฏิบัติ และ ฝ่ายพัฒนา เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อ การวิจัยทางสังคมศาสตร์ ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์

ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ถูกพัฒนาจากแนวคิดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง โดยครอบคลุมแนวคิด ภาวะผู้นำแบบต่าง ๆ เช่น ภาวะผู้นำเชิงบริหาร ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ ภาวะผู้นำเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ตั้งแต่ปี ค.ศ.1978 - 2004 จำนวนทั้งสิ้น 10 คน (Bennis, 1978; LeSourd, 1990; Nanus, 1992; Fisher, 1993; Thompson, 2000; Wilmore, 2002 ; Zaccaro & Banks, 2004 อ้างถึงในนิกันชลา ลันเหล็ช, 2554; Hickman & Silva, 1984 อ้างถึงในทัศนีย์ ไชยเจริญ, 2557; Sashkin, 1988 อ้างถึงในสุภาพร ยมหงษ์, 2554; Dubrin, 1998 อ้างถึงในทองจำ พิมพา, 2556) ซึ่งสามารถนำมาจัดพฤติกรรมของผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ ออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 พฤติกรรมเชิงวิสัยทัศน์ 3 องค์ประกอบ (Dubrin, 1998; Zaccaro & Banks, 2004) กลุ่มที่ 2 พฤติกรรมเชิงวิสัยทัศน์ 4 องค์ประกอบ (Sashkin, 1988; Fisher & Wilmore, 2002; Thompson, 2000) กลุ่มที่ 3 พฤติกรรมเชิงวิสัยทัศน์ 5 องค์ประกอบ (LeSourd, 1990; Bennis, 1978) กลุ่มที่ 4 พฤติกรรมเชิง วิสัยทัศน์ 6 องค์ประกอบ (Nanus, 1992) กลุ่มที่ 5 พฤติกรรมเชิงวิสัยทัศน์ 7 องค์ประกอบ (Hickman & Silva, 1984) โดยผู้ศึกษานำแนวคิดผู้ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของ Sashkin (1988) มาเป็นตัวแปร เนื่องจากมี องค์ประกอบของผู้นำเชิงวิสัยทัศน์สอดคล้องกับบริบทของหน่วยงานที่ทำการศึกษา มีรายละเอียดต่อไปนี้

การสร้างวิสัยทัศน์ เป็นการสร้างความฝันที่เป็นจริงหรือเป็นการสร้างพิมพ์เขียว ขององค์การที่มี ความเป็นเลิศในอนาคต วิสัยทัศน์จึงเป็นเรื่องของการสร้างภาพอนาคตที่ผู้นำปรารถนาจะให้องค์การของ ตน เป็นวิธีการที่ตัวอย่างหนึ่งในการสร้างวิสัยทัศน์ ก็คือ การสร้างวิสัยทัศน์โดยการให้มีส่วนร่วม ซึ่งผู้บริหารจะต้องศึกษาองค์การอย่างลึกซึ้ง เข้าใจภารกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์เดิมขององค์การ เข้าใจวัฒนธรรมขององค์การ เข้าใจความต้องการและค่านิยมของสมาชิก และจะต้องวิเคราะห์องค์การเพื่อหา จุดแข็ง และจุดอ่อน ขององค์การ อีกทั้งผู้บริหารยังต้องเข้าใจสภาพแวดล้อม และศึกษาแนวโน้มของ สิ่งแวดล้อมรวม ทั้งวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมเพื่อแสวงหาโอกาส และหลีกเลี่ยงความเสี่ยง

การเผยแพร่ตามวิสัยทัศน์ เป็นพฤติกรรมที่ผู้นำมีความสามารถในการสื่อสารให้บุคลากรและ ผู้เกี่ยวข้องเข้าใจวิสัยทัศน์ได้อย่างชัดเจน ยอมรับ และเต็มใจที่จะปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์นั้น

ซึ่งผู้บริหารต้องมีทักษะในการสื่อสาร รวมถึงพฤติกรรมในการแสดงออกถึงการโน้มน้าว จูงใจ หรือกระตุ้นให้ผู้นับถือเกิดความเข้าใจต่อวิสัยทัศน์ อยากรู้อยากเห็นและทุ่มเทความพยายามมากขึ้นเป็นพิเศษ เชื่อมั่น และยอมรับในวิสัยทัศน์ว่าจะสามารถบรรลุเป้าหมายร่วมกันได้ โดยเห็นคุณค่า และให้ความสำคัญกับองค์การ

การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ เป็นพฤติกรรมแสดงออกของผู้บริหาร ที่แสดงออกถึงความสามารถในการนำวิสัยทัศน์ไปสู่การปฏิบัติได้จริง โดยการเชื่อมโยงและแปลงวิสัยทัศน์ไปสู่นโยบาย เป้าหมาย แผนงาน โครงการขององค์การ รวมถึงการส่งเสริมสนับสนุนให้บุคลากรได้มีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ กระตุ้นการทำงานเป็นทีม กระตุ้นให้บุคลากรได้ใช้ศักยภาพในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ โดยมุ่งเน้นการกระจายและเพิ่มอำนาจแก่บุคลากร

การเป็นแบบอย่างที่ดี เป็นพฤติกรรมแสดงออกของผู้บริหาร ที่แสดงออกถึงการประพฤติตนเป็นแบบอย่างแก่ผู้นับถือ ยึดมั่นในวิสัยทัศน์ มีการปฏิบัติตนตามมาตรฐานคุณธรรมและจริยธรรม สร้างศรัทธา โดยเป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติงาน พัฒนาบุคลากรสู่อนาคตเป็นที่ปรึกษา และให้กำลังใจแก่บุคลากรในการปฏิบัติงาน มีความกระตือรือร้นในการทำงาน มีความเพียรพยายามและมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงานและมีการกระตุ้นให้สร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ โดยอาศัยเทคโนโลยี

แนวคิดบรรยายกาขององค์การ

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า นักวิชาการที่ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับบรรยายกาขององค์การหลายท่าน และแต่ละท่านก็มีมุมมองในองค์ประกอบที่แตกต่างกันไป (Litwin & Stringer, 1968; Likert & Likert, 1976 อ้างถึงในนิรันดร์ญา แซ่ตั้ง, 2559; Litwin & Stringer, 1968; Kelly, 1980 อ้างถึงในอัจฉรา เฉลยสุข, 2556; DuBrin, 1984 อ้างถึงในสิมาภา จันทร์หอมกุล, 2553; French & Others, 1985; Burton & Obel, 1998; อ้างถึงในสรญา มุกดา, 2556; Koy & DeCotiis, 1991; Stringer, 2002 อ้างถึงในอัศวิน แสนสิงห์, 2560; Kelner, 1998 อ้างถึงในฉวีวรรณ เขี่ยมพญา, 2559) อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบองค์ประกอบหรือคุณลักษณะบรรยายกาขององค์การ ที่นักวิชาการแต่ละท่านให้ความหมายแล้ว สามารถนำมาจัดเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 คุณลักษณะบรรยายกาขององค์การ 6 องค์ประกอบ (Likert & Likert, 1976; Kelly, 1980; Stringer, 2002) กลุ่มที่ 2 คุณลักษณะบรรยายกาขององค์การ 7 องค์ประกอบ (DuBrin, 1984; Burton & Obel, 1998) กลุ่มที่ 3 คุณลักษณะบรรยายกาขององค์การ 8 องค์ประกอบ (French & Others, 1985; Koy & DeCotiis, 1991) กลุ่มที่ 4 คุณลักษณะ บรรยายกาขององค์การ 9 องค์ประกอบ (Litwin & Stringer, 1968) กลุ่มที่ 5 คุณลักษณะบรรยายกาขององค์การ 10 องค์ประกอบ (Kelner, 1998) สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับบรรยายกาขององค์การ ตามแนวคิดของ Koy and DeCotiis (1988) มาใช้เป็นแนวทางการศึกษา เนื่องจากเป็นที่นิยมและสามารถอธิบายแต่ละองค์ประกอบได้ชัดเจนกว่าแนวคิดอื่น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การสร้างบรรยากาศเชิงบวก คือ พฤติกรรมของผู้บริหารที่แสดงออกถึง การสร้างบรรยากาศแบบเปิดโดยให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความพึงพอใจในการทำงาน การเสริมสร้างบรรยากาศแห่งมิตรภาพ

การจัดบรรยากาศที่ส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์และ เรียนรู้ร่วมกันการส่งเสริมบรรยากาศการทำงานเป็นทีม และหมู่คณะ และการส่งเสริมบรรยากาศแห่งการสร้างนวัตกรรม

การสร้างควมไว้วางใจซึ่งกันและกัน คือ พฤติกรรมของผู้บริหารที่แสดงออกถึงการสร้างบรรยากาศของความไว้วางใจ และการยอมรับซึ่งกันและกันของบุคลากรในองค์การ บรรยากาศที่เป็นอยู่ระหว่างฝ่ายบริหาร และบุคลากรเป็นไปอย่างไว้วางใจ บุคลากรร่วมแรงร่วมใจกันทำงาน และให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การสร้างความตระหนักและยอมรับในความแตกต่างระหว่างบุคคล และมีการบริหารงานที่เน้นความเป็นเพื่อนร่วมงาน ไม่เน้นสายการบังคับบัญชา

การส่งเสริมให้มีการตัดสินใจร่วม คือ พฤติกรรมของผู้บริหารที่แสดงออกถึงการสร้างบรรยากาศ ความร่วมมือของผู้เกี่ยวข้องตั้งแต่การประชุมปรึกษาหารือกับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ การให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมคิดวางแผนงาน การให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมปฏิบัติงาน การให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมประเมินผลงาน และการให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมปรับปรุงงาน การประชุมปรึกษาหารือกับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมคิดวางแผนงาน ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมปฏิบัติงาน ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมประเมินผลงาน และให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมปรับปรุง

การสร้างแรงจูงใจ คือ พฤติกรรมของผู้บริหารที่แสดงออกถึงการสร้างบรรยากาศองค์การที่มีการจัดกิจกรรม ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคลากรเกิดความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน การจัดสวัสดิการ ค่าตอบแทนที่เหมาะสมแก่บุคลากร การส่งเสริมให้มีตำแหน่งที่สูงขึ้น การกระตุ้นให้บุคลากรริเริ่มสร้างสรรค์ ความเป็นธรรมในการพิจารณาความดี ความชอบ และการกระตุ้นให้บุคลากรกำหนดเป้าหมายการทำงานที่

สมมติฐานการศึกษา

ผู้ศึกษากำหนดสมมติฐานการศึกษา ดังนี้สมมติฐานหลัก ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์มีอิทธิพลต่อบรรยากาศองค์การของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี สมมติฐานย่อย ได้แก่ 1) ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ด้านการสร้างวิสัยทัศน์มีอิทธิพลต่อบรรยากาศองค์การของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี 2) ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์มีอิทธิพลต่อบรรยากาศองค์การของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี 3) ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ด้านการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์มีอิทธิพลต่อบรรยากาศองค์การของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี และ 4) ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ด้านการเป็นแบบอย่างที่ดีมีอิทธิพลต่อบรรยากาศองค์การของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี

ผลการศึกษา

1. ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน (M= 3.93) เรียงตามลำดับได้ดังนี้ การสร้างวิสัยทัศน์ (M= 3.97) การเป็นแบบอย่าง

ที่ดี (M= 3.97) การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (M= 3.91) และการเผยแพร่วิสัยทัศน์ (M= 3.90) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์สถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี

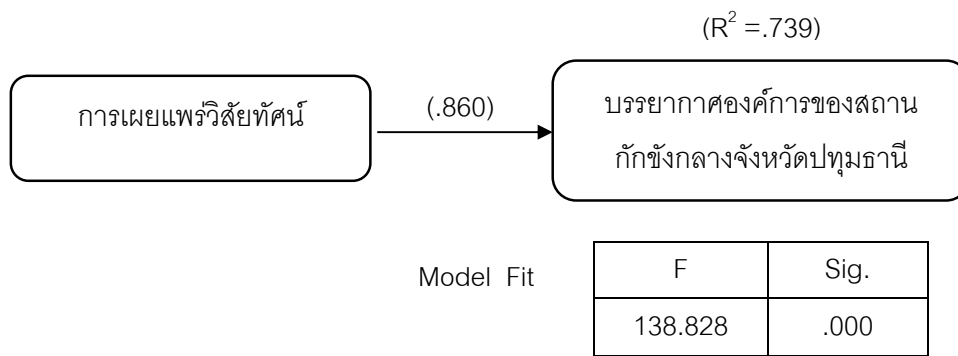
ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์	M	SD	ลำดับ
1.การสร้างวิสัยทัศน์	3.97	.395	1
2. การเผยแพร่วิสัยทัศน์	3.90	.416	4
3. การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์	3.91	.401	3
4. การเป็นแบบอย่างที่ดี	3.97	.237	2
รวม	3.93	.309	

2. บรรยากาศองค์การของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก (M= 3.95) โดยด้านสร้างบรรยากาศเชิงบวก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (M= 4.09) รองลงมาคือ การส่งเสริมให้มีการตัดสินใจร่วม (M= 4.06) การสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกัน (M= 3.93) และการสร้างแรงจูงใจ (M= 3.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 บรรยากาศองค์การของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี

บรรยากาศองค์การ	M	SD	ลำดับ
1.การสร้างบรรยากาศเชิงบวก	4.09	.517	1
2. การสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกัน	3.93	.467	3
3. การส่งเสริมให้มีการตัดสินใจร่วมกัน	4.06	.464	2
4. การสร้างแรงจูงใจ	3.90	.516	4
รวม	3.99	.443	

3. อิทธิพลภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ต่อบรรยากาศองค์การของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี จากการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ สามารถพยากรณ์บรรยากาศองค์การของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ได้ร้อยละ 73.90 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ .860 ส่วนองค์ประกอบด้านการสร้างวิสัยทัศน์ การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ และการเป็นแบบอย่างที่ดี ไม่มีอิทธิพลต่อบรรยากาศองค์การของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก และสมมติฐานย่อยที่ 2 รวมถึงปฏิเสธสมมติฐานย่อยที่ 1,3,4 สามารถแสดงภาพตัวแบบการถดถอยพหุคูณได้ ดังนี้



แผนภาพที่ 1 ตัวแบบการถดถอยพหุคูณของภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ต่อบรรยากาศองค์การ

อภิปรายผล

1. ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์

ผลการศึกษาระดับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน ($M = 3.93$) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิโกญชลา ลั่นเหลือ (2554) ทศนีย์ ไชยเจริญ (2557) ทองคำ พิมพา (2556) เอษรา ฮามิ (2558) และ สมัชชา จันท์แสง (2558) ที่พบว่า ระดับภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์อยู่ในระดับมาก สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การสร้างวิสัยทัศน์ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($M = 3.97$) เนื่องด้วยผู้อำนวยการสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี มีการรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปกำหนดเป็นวิสัยทัศน์สถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ซึ่งการรวบรวมข้อมูลได้นำมาจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งภายในภายนอกองค์การ โดยการศึกษาแผนยุทธศาสตร์ กรมราชราชทัณฑ์ พ.ศ.2559-2562 การเข้าร่วมประชุมรับมอบนโยบาย และแนวทางการบริหารงานจากผู้บริหารระดับสูงของกระทรวงยุติธรรม อีกทั้งเข้าร่วมประชุมร่วมกับกรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน ตำรวจ อัยการและศาล จากนั้นจึงจัดประชุมเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์สภาพการณ์ทั้งภายในและภายนอก กำหนดจุดเด่น จุดด้อย ของการดำเนินงานของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี แล้วนำมากำหนดทิศทางการบริหารจัดการให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เช่น งานปรับปรุงเรือนจำ / ทัณฑสถาน การพัฒนาระบบงานราชทัณฑ์ ที่เกี่ยวกับการควบคุมดูแล การปฏิบัติต่อผู้ต้องขังและแก้ไขปัญหาเสพติด การนำเทคโนโลยี มาสนับสนุนการปฏิบัติงาน และการพัฒนาบุคลากร ของกรมราชทัณฑ์ เป็นต้น อีกทั้ง ผู้อำนวยการสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ยังสร้างการมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์ ด้วยการเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมได้ส่วนเสีย มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เช่น การจัดประชุมประจำเดือนให้แต่ละฝ่ายร่วมเสนอแนวคิด แนวปฏิบัติ ในการรับผู้ต้องขังเข้า

ใหม่ การจัดกิจกรรมสืบสานวัฒนธรรมประเพณีไทย วันสงกรานต์ วันลอยกระทง ฯลฯ การสร้างบรรยากาศที่สนับสนุนบุคลากรมีส่วนร่วมกำหนดทิศทาง เป้าหมายขององค์กร และกระตุ้นให้บุคลากรเกิดความคิดสร้างสรรค์ คิดนอกกรอบในการทำงานให้สำเร็จ และประการสำคัญ ผู้อำนวยการสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานีจะมองปัญหาที่เกิดขึ้นว่าเป็นสิ่งที่ท้าทายที่สามารถพัฒนา และแก้ไขได้ เช่น กรณีพิธีการปล่อยตัว ตามโครงการเตรียมการปล่อยตัวผู้ต้องกักขังได้รับพระราชทานอภัยโทษ พ.ศ. 2562 เนื่องในโอกาสสมหามงคลพระราชพิธีบรมราชาภิเษก มีการประกาศรายชื่อผู้ต้องกักขังให้ญาติ และผู้ต้องกักขังทราบ แต่เกิดปัญหาหมายปล่อยศาลไม่อนุมัติปล่อยตัวจึงเกิดการชุมนุมของญาติ ผู้อำนวยการสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานีได้อธิบายและชี้แจงให้ญาติของผู้ต้องกักขังเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน และสามารถกำหนดวิสัยทัศน์ได้เหมาะสมสอดคล้องกับบริบทของหน่วยงานได้อย่างชัดเจน ได้แก่ การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในแต่ละขั้นตอนของการทำงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานลดภาระของบุคลากร ลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เช่น การจัดทำระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ ใช้ระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพ (VDO Conference) สอดคล้องกับผลการศึกษาของนักฎษา ลั่นเหลือ (2554) พบว่า ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ ด้านการสร้างวิสัยทัศน์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในอันดับแรก

การเผยแพร่วิสัยทัศน์ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($M = 3.90$) เนื่องด้วยผู้อำนวยการสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี สามารถสื่อสารให้บุคลากรเข้าใจวิสัยทัศน์ขององค์กรได้อย่างชัดเจนและยอมรับ เต็มใจที่จะปฏิบัติงานทั้งหลายเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์นั้น มีการจัดประชุมให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าใจแก่นุคลากรได้รับรู้กระบวนการดำเนินงานขององค์กร การจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี เพื่อสร้างความเข้าใจสภาพการณ์ต่าง ๆ ในปัจจุบัน ตลอดจนสามารถคาดการณ์สิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ผู้อำนวยการสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานียังมีการอธิบาย และชี้แจงให้บุคลากรให้เข้าใจทิศทางขององค์กร การชี้แจงวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายขององค์กร ให้บุคลากรได้ทราบอย่างชัดเจน มีการกระตุ้นและการโน้มน้าวใจบุคลากรและผู้ที่เกี่ยวข้องยอมรับ และเต็มที่จะปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุตามวิสัยทัศน์มีการกระตุ้นบุคลากร และผู้ที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอว่าวิสัยทัศน์จะสำเร็จได้หากทุกคนทุกฝ่ายให้ความร่วมมือและยึดมั่นในวิสัยทัศน์ การสร้างความเชื่อมั่นให้บุคลากร และผู้เกี่ยวข้องเห็นว่าสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ได้

การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($M = 3.91$) เนื่องด้วยผู้อำนวยการสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี มีความรู้ ความเข้าใจในขั้นตอนวิธีการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี เมื่อมีปัญหาที่เกิดขึ้น

ระหว่างปฏิบัติงาน ก็สามารถวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ทันเวลาอย่างเหมาะสมผ่านการทำงาน เป็นทีม ดังจะเห็นได้จากโครงการเตรียมการปล่อยตัวผู้ต้องกักขังได้รับพระราชทานอภัยโทษ พ.ศ. 2562 เนื่องในโอกาสมหามงคลพระราชพิธีบรมราชาภิเษก มีการแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อดำเนินงาน การจัดทำ แผน ประชุมคณะกรรมการ กำหนดเป้าหมาย แนวทางในปฏิบัติงานบุคลากรทุกคนร่วมกันรับผิดชอบ และ แก้ไขปัญหาอุปสรรคอย่างเต็มกำลังความสามารถ จนทำให้การจัดโครงการเตรียมการปล่อยตัวผู้ต้อง กักขังได้รับพระราชทานอภัยโทษ พ.ศ. 2562 สำเร็จลุล่วงเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ทั้งผู้อำนวยการสถาน กักขังกลางจังหวัดปทุมธานี กระตุ้นบุคลากรให้มีการทบทวนหรือประเมินตนเอง เช่น ผู้อำนวยการสถาน กักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ออกตรวจเยี่ยมและให้กำลังใจกับบุคลากรในการปฏิบัติงานในแดนชาย แดน หญิง ฝ่ายต่าง ๆ เป็นประจำ เพื่อพัฒนาศักยภาพและวิชาชีพ หลังจากที่ได้ปฏิบัติงานภายใต้วิสัยทัศน์ของ องค์การ

การเป็นแบบอย่างที่ดี พบว่าอยู่ในระดับมาก ($M = 3.97$) เนื่องด้วยผู้อำนวยการสถานกักขังกลาง จังหวัดปทุมธานี เป็นผู้บริหารที่มีความรู้ ความสามารถ มุ่งมั่นในการพัฒนาองค์การให้ก้าวทันการ เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในองค์การ ได้แก่ โครงการพัฒนาระบบสำนักงาน อิเล็กทรอนิกส์ โครงการพัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ เพื่อนำระบบดังกล่าวมาใช้เป็นช่องทางใน การนำเสนอความรู้ ข้อมูล ข่าวสาร และการติดต่อสื่อสารให้กับเจ้าหน้าที่ ให้มีประสิทธิภาพ ทำให้ เกิดความรวดเร็วและลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน ทั้งยังให้ความสำคัญกับการบริการญาติผู้ต้องขังโดยจัด โครงการเยี่ยมญาติผ่านแอปพลิเคชันไลน์ (LINE VISIT) สถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานีให้มีความ ทันสมัย สะดวก สบาย ลดภาระค่าใช้จ่ายในการเดินทางของญาติ นอกจากนี้ ผู้อำนวยการสถานกักขัง กลางจังหวัดปทุมธานี ยังเป็นแบบอย่างดีในการประพฤติปฏิบัติตนตามระเบียบแบบแผนทางราชการ เช่น เข้าร่วมประชุมทุกครั้งเป็นตามเวลาที่กำหนด เข้าร่วมกิจกรรมในวันสำคัญและสืบสานประเพณีวัฒนธรรม ไทย ได้แก่ พิธีถวายพระพรในวันแม่แห่งชาติ และวันพ่อแห่งชาติ งานประเพณีวันสงกรานต์ แห่งเทียน พพรรษา วันออกพรรษา อีกทั้งยังเป็นแบบอย่างในการพัฒนาตนเอง ด้วยการเข้าอบรมหลักสูตรนักบริหาร ระดับสูง: ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม

2. บรรยายภาคองค์การของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี

จากผล การศึกษา บรรยายภาคองค์การของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย การสร้างบรรยากาศเชิงบวก การสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกัน การส่งเสริมการตัดสินใจ การสร้างแรงจูงใจ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.99$) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ทศนีย์ไชย เจริญ (2557) พบว่า บรรยายภาคองค์การของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ใน ระดับมาก อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยตามรายด้าน พบว่า การสร้างบรรยากาศเชิงบวก มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด ($M = 4.09$) รองลงมา คือ การส่งเสริมให้มีการตัดสินใจร่วม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($M = 4.06$)

การสร้างควมไว้วางใจซึ่งกันและกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ (M = 3.93) และการสร้างแรงจูงใจ (M = 3.90) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด จากผลการศึกษสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การสร้างบรรยากาศเชิงบวก ผลการศึกษาพบว่าอยู่ในระดับมาก (M = 4.09) เนื่องด้วยสถาน กักขังกลางจังหวัดปทุมธานี มีการเสริมสร้างบรรยากาศให้บุคลากรมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ทั้งการปรับปรุงสถานที่และภูมิทัศน์ให้มีความสะอาด สบาย สะอาด และมีระเบียบเรียบร้อย ส่วนใดที่มีความ อับทึบก็จัดให้มีความโปร่ง และอากาศถ่ายเทได้สะดวก มีการสร้างปฏิสัมพันธ์ของเพื่อนร่วมงาน และความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งสะท้อนได้จาก การที่บุคลากรรับผิดชอบต่องาน ต่อองค์กร อีกทั้งมีความ ภูมิใจของบุคลากรที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีการส่งเสริมบรรยากาศการทำงานเป็นทีม และการสร้าง นวัตกรรมการทำงานผ่านการให้ความรู้และการรับเข้าใจความรู้ใหม่ ๆ การจัดมุมการเรียนรู้และมุมการ สืบค้นทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้บุคลากรค้นหาข้อมูลที่ตนเองสนใจหรือข้อมูลเกี่ยวกับงาน และสามารถ นำมาใช้ในงานให้มีความก้าวหน้าต่อไป

การสร้างควมไว้วางใจซึ่งกันและกัน ผลการศึกษาพบว่าอยู่ในระดับมาก (M = 3.93) เนื่อง ด้วยผู้อำนวยการสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี สร้างบรรยากาศความไว้วางใจระหว่างฝ่ายบริหารและ บุคลากร โดยการมุ่งเน้นให้ผู้บริหารเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กรที่บุคลากร ทั้งหลายควรจะต้องได้รู้ เช่น เป้าหมายขององค์กร วัตถุประสงค์ แผนกลยุทธ์ขององค์กร แผนงาน/โครงการ หรือการบริการ รวมถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร การเปิดโอกาสให้บุคลากรสอบถามข้อสงสัย ต่าง ๆ การให้เข้าพบเป็นการส่วนตัว การเปิดโอกาสให้บุคลากรถาม หรือเสนอแนวทางในการปฏิบัติงาน ระหว่างการเข้าร่วมประชุมประจำเดือน ประชุมประจำฝ่าย และมีระบบตรวจสอบการดำเนินงานเพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการทำงาน กรณีการส่งอาหารสดเข้าเรือนจำ / สถานกักขัง ก็จัดให้มีคณะกรรมการ ตรวจสอบและดำเนินการตามกระบวนการขั้นตอนการตรวจรับ นอกจากนี้ผู้บริหารร่วมแรงร่วมใจและให้ ความช่วยเหลือแก่บุคลากรผู้ปฏิบัติงานทุกคน

การส่งเสริมให้มีการตัดสินใจร่วมกัน ผลการศึกษาพบว่าอยู่ในระดับมาก (M = 4.06) เนื่องด้วยสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมในการวางแผน การพัฒนา ระบบเครือข่ายข้อมูลสารสนเทศ และเทคโนโลยี อีกทั้งยังมีการตัดสินใจในการจัดทำแผนงบประมาณ และ จัดทำแผนปฏิบัติการ เปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสในการตัดสินใจร่วมกันในการพัฒนาบุคลากร เช่น โครงการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด TO BE NUMBER ONE โดยให้บุคลากรที่ เกี่ยวข้องกับโครงการเข้าร่วมการประชุมเพื่อรายงานการปฏิบัติงาน อุปสรรคหรือปัญหา หรือ เปิดโอกาส ให้กับบุคลากรอื่น ๆ เสนอแนวทางดำเนินงาน และร่วมกันตัดสินใจในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

การสร้างแรงจูงใจ ผลการศึกษาพบว่าอยู่ในระดับมาก (M = 3.90) เนื่องด้วยสถานกักขังกลาง จังหวัดปทุมธานี มีการจัดสวัสดิการ ค่าตอบแทนให้กับบุคลากรที่เหมาะสมและยุติธรรมเป็นไปตาม มาตรฐานการปฏิบัติงานขององค์กร สามารถกำหนดเป้าหมายการปฏิบัติงานของตนเองได้อย่างชัดเจน

นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมบุคลากรเลื่อนขั้นที่สูงขึ้น เช่น มีการสนับสนุนทั้งด้านวิชาการ โดยการแนะนำแนวทางการสอบสัมภาษณ์ ช่วยตรวจสอบข้อมูลในการนำเสนอผลงาน มีการส่งเสริมให้บุคลากรมีความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาวิชาชีพ เช่น การฝึกอบรม สัมมนา การฝึกยุทธวิธีของกรมราชทัณฑ์โดยมีการจัดบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับงานนั้น ได้แก่ งานพัสดุ อบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติงานสำหรับเจ้าหน้าที่พัสดุมือใหม่ สำหรับระบบ e-GP งานฝ่ายทัศนศิลป์ อบรมเกี่ยวกับการใช้งานระบบคอมพิวเตอร์งาน 17 ระบบ ฯลฯ เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้านความเป็นธรรมในการพิจารณาความดีความชอบ โดยพิจารณาจากผลการปฏิบัติงาน เช่น การประเมินผลการปฏิบัติราชการ ตามตัวชี้วัดด้านผลงาน ด้านสมรรถนะหลักตามสายงานและทางการบริหาร โดยประชุมคณะกรรมการแต่ละฝ่ายในการประเมินผลงาน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและยุติธรรมแก่บุคลากรทุกคน ให้เกียรติและยกย่องผู้ปฏิบัติดี ให้บุคลากรกำหนดเป้าหมายการปฏิบัติงานของตนเองให้ชัดเจน เช่น บุคลากรดีเด่นประจำเดือน โดยการลงคะแนนเสียงผู้คุมมีใจบริการผู้คุมแต่งกายเรียบร้อย ผู้คุมมิตรภาพผู้คุมใช้ถ้อยคำสุภาพ เป็นผู้ที่ได้ประพฤติและปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีและมีผลงานดีเด่น ฯลฯ รวมถึงการปิดประกาศยกย่อง ชื่นชมความมานะพยายามของบุคลากร และเพื่อให้เป็นแบบอย่างแก่บุคลากรอื่น ๆ ในการกระตุ้นให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

3. อิทธิพลภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ต่อบรรยากาศองค์การ

จากการทดสอบอิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ที่มีต่อบรรยากาศองค์การ ของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ด้วยสถิติการถดถอยพหุ พบว่า การเผยแพร่วิสัยทัศน์ (Beta= .860) เพียงตัวแปรเดียวก็สามารถพยากรณ์บรรยากาศองค์การของสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ได้ถึงร้อยละ 73.90 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ทั้งนี้ เนื่องจากการเผยแพร่วิสัยทัศน์ เป็นเครื่องมือและเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้บุคลากรในองค์การ ได้รับรู้ รับทราบ มีความเข้าใจถึงเป้าหมายทิศทางการดำเนินงานขององค์การอย่างชัดเจน ตระหนักถึงความสำคัญ คุณค่าของวิสัยทัศน์ขององค์การ และยอมรับปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ เพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนด เมื่อผู้นำมีการเผยแพร่วิสัยทัศน์โดยใช้วิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ประกอบการกระตุ้นโน้มน้าวบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ก็ย่อมส่งผลทำให้เกิดบรรยากาศที่ดีภายในองค์การ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างบรรยากาศเชิงบวก การสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกัน การส่งเสริมให้มีการตัดสินใจร่วม และการสร้างแรงจูงใจ ดังนั้นจะเห็นได้จากผู้อำนวยการสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี มีการประชุมชี้แจงมอบหมายนโยบายที่สำคัญ และมุ่งเน้นการปฏิบัติงานในแต่ละฝ่าย เพื่อบรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ขององค์การอยู่เป็นประจำ รวมถึงส่งเสริมการสื่อสารภายในองค์การให้มีความรวดเร็วทันต่อสถานการณ์ ทั้งการสื่อสารผ่าน Web Site ขององค์การ การสื่อสารผ่านกลุ่มไลน์ (LINE) นอกเหนือจากการสื่อสารช่องทางปกติ ได้แก่ หนังสือแจ้งเวียน ประกาศประชาสัมพันธ์ วิทยุสื่อสาร การติดต่อประสานงานโดยตรงระหว่างบุคคล นอกจากนี้ ผู้อำนวยการสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ยังเปิดโอกาสให้บุคลากรเข้าพบปรึกษาหารือเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน จึงทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี และความ

ไว้วางใจซึ่งกันระหว่างผู้อำนวยการสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานีกับบุคลากรในองค์กร อันเป็นผลทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจทั้งด้านการวางแผน การปฏิบัติ การติดตามประเมินผลการปฏิบัติงาน และสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลังความสามารถของตนเอง สอดคล้องกับ นิบัญญัติ ลั่นเหลือ (2554) ทศนิยม ไชยเจริญ (2557) ทองคำ พิมพา (2556) เฉษฐา ฮามิ (2558) และ สมัชชา จันทร์แสง (2558)

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์

การสร้างวิสัยทัศน์ เนื่องจากที่ผ่านมามีวิสัยทัศน์ของหน่วยงาน ยังยึดกรอบแนวทางการปฏิบัติของกรมราชทัณฑ์เป็นหลักในการดำเนินงาน ดังนั้นผู้อำนวยการสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ควรพิจารณากำหนดวิสัยทัศน์สถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรอย่างแท้จริง

การเผยแพร่วิสัยทัศน์ ผู้อำนวยการสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ควรกระตุ้นให้บุคลากรมีการสื่อสารระหว่างกันเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ทั้งการสื่อสารในที่ประชุม การสื่อสารผ่าน Web Site ขององค์กร กลุ่มไลน์ (LINE) หนังสือแจ้งเวียน วิทยุสื่อสาร เพื่อให้บุคลากรทุกฝ่ายร่วมรับรู้ถึงแผนงานและผลการปฏิบัติงานของแต่ละฝ่าย และส่งผลการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ นโยบาย เป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ ผู้อำนวยการสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ควรจัดตั้งคณะกรรมการประเมินผลการปฏิบัติงานตามโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่สำคัญ เพื่อติดตามและประเมินผลให้บรรลุผลตามตัวชี้วัดและวิสัยทัศน์ขององค์กร หรือหากเกิดความเสี่ยงต่อการบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ ก็สามารถร่วมกันหาแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาอุปสรรคได้อย่างทันท่วงที

การเป็นแบบอย่างที่ดี ผู้อำนวยการสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ควรให้ความสำคัญและแสดงออกถึงการยึดมั่นต่อวิสัยทัศน์ขององค์กร ทั้งการสื่อสาร การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับบุคลากร และมีส่วนร่วมกับการปฏิบัติงานหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อเสริมสร้างขวัญ กำลังใจให้กับบุคลากร

บรรยากาศขององค์กร

การสร้างบรรยากาศเชิงบวก ผู้อำนวยการสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ควรให้ความสำคัญการจัดบรรยากาศที่ส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน โดยเปิดโอกาสให้บุคลากรอาวุโสถ่ายทอดความรู้ และทักษะในการทำงาน หรือการคิดวิเคราะห์ที่ได้จากประสบการณ์แก่บุคลากรอื่นในที่ทำงาน

การสร้างควมไว้วางใจซึ่งกันและกัน ผู้อำนวยการสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ควรให้ความสำคัญกับความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยการสร้างความเข้าใจ การยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ดังนั้นเมื่อเกิดข้อขัดแย้งใด ๆ ระหว่างบุคลากรก็พร้อมประสานงาน ให้เกิดเป็นข้อตกลงร่วมกันและพร้อมปฏิบัติงานเพื่อประโยชน์ขององค์กร

การส่งเสริมให้มีการตัดสินใจร่วมกัน ผู้อำนวยการสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ควรเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมเสนอแนะแนวทางปรับปรุงการปฏิบัติงาน เช่น การจัดประชุมประจำเดือน หรือการจัดทำแผนปฏิบัติการ เพื่อรับฟังความคิดเห็น ร่วมเสนอปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหา และเปิดโอกาสให้ประชาชนผู้เข้ารับบริการแสดงความคิดเห็นโดยติดตั้งกล่องรับร้องเรียน / กล่องรับความคิดเห็น และนำความคิดเห็นมาใช้ในการพัฒนา ปรับปรุงในการปฏิบัติงานให้เหมาะสมสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ นโยบาย วัตถุประสงค์ขององค์กร

การสร้างแรงจูงใจ ผู้อำนวยการสถานกักขังกลางจังหวัดปทุมธานี ควรให้ความสำคัญในการพิจารณาความดีความชอบ โดยนำผลการปฏิบัติงานมาใช้อย่างจริงจัง รวมถึงมีการแต่งตั้งคณะกรรมการติดตาม เพื่อประเมินผลการปฏิบัติงาน โครงการ และกิจกรรมตามกรอบวิสัยทัศน์ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และก่อให้เกิดความเป็นธรรม โปร่งใส และปราศจากความลำเอียง

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ผู้ที่มีความสนใจควรทำการศึกษาระดับผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ในหน่วยงานราชการอื่น ๆ เช่น เรือนจำ ทณฑสถาน สถานกักขัง หรือสถานกักกันอื่น ๆ หรือ ทำการศึกษาภาวะผู้นำวิสัยทัศน์ด้านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ให้ละเอียด ลึกซึ้งยิ่งขึ้น เพื่อนำผลที่ได้รับไปใช้เป็นแนวทางในการเสริมสร้างให้ผู้บริหารมีภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ ในการพัฒนาบรรยากาศขององค์กรที่เหมาะสมและสอดคล้องกับ บุคลากรผู้ปฏิบัติงานต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ฉวีวรรณ เขียมพญา. (2559). **บรรยากาศขององค์กรที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 8 (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาดุษฎีบัณฑิต).** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ทองคำ พิมพา. (2556). **การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวิสัยทัศน์และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดอ่างทอง (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาดุษฎีบัณฑิต).** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ทัศนีย์ ไชยเจริญ. (2557). **ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารกับบรรยากาศองค์การ โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา อำเภอเขาฉกรรจ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาสระแก้ว เขต 1.** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นิกัญชลา ลั่นเหลือ. (2554). **โมเดลสมการโครงสร้างภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษาขั้น พื้นฐาน** (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สมัชชา จันทร์แสง. (2558). **การพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาวะผู้นำ เชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จันทบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- สรญา มุกดา. (2556). **ความสัมพันธ์ของบรรยากาศองค์การกับความผูกพันต่อองค์การ ของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครราชสีมา 2** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- สิมาภา จันท์หอมกุล. (2553). **ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้บรรยากาศองค์การความผูกพันในงานและ ความพึงพอใจในชีวิตของบุคลากร สังกัดกรมสารบรรณทหารบก** (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สุภาพร ยมหงษ์. (2554). **ความชัดเจนในบทบาทและภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตาม บทบาทด้านสาธารณสุข ของนายกองค์การบริหารส่วนตำบล เขตตรวจราชการกระทรวง สาธารณสุข เขต 12** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สัมฤทธิ์ กางเพ็ง. (2557). **ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์: แนวคิด ทฤษฎี และกรณีศึกษา.** (พิมพ์ครั้งที่ 2). มหาสารคาม: อภิชาติการพิมพ์.
- อัคราช แสนสิงห์. (2560). **บรรยากาศองค์การที่มีผลต่อแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของพนักงาน ประจำสำนักงาน บริษัทเดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขานครราชสีมา**(วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- อัจฉรา เฉลยสุข. (2556). **อิทธิพลของบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรคุณภาพ การ ให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าต่อพนักงาน** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เอษรา ฮามี. (2558). **โมเดลสมการโครงสร้างเชิงผลภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา จังหวัดนราธิวาส.** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). นราธิวาส: มหาวิทยาลัยทักษิณ.

การพัฒนาแบบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับพฤติกรรมการเป็นข้าราชการ ตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

The Development of the Relationship Model between Motivation for Working and Good Police
Commissioning Behavior of the Royal Provincial Police Region 4

สุทธิเทพ สายทอง¹

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาแบบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับพฤติกรรม
การเป็นข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ มีวัตถุประสงค์
ของการวิจัย 1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของข้าราชการตำรวจที่ดีของ
กองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใน
การทำงานกับพฤติกรรมการเป็นข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงาน
ตำรวจแห่งชาติ 3. เพื่อสร้างแนวทางในการส่งเสริมและการพัฒนาแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อ
พฤติกรรมการทำงานของข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจ
แห่งชาติ โดยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ ข้าราชการ
ตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ตามทฤษฎีเกี่ยวกับแรงใจ ที่
สอดคล้องกับภารกิจและความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการ
ตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ตาม 2 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีการจูงใจของ Frederick Herzberg
และ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (Maslow's need hierarchy Theory) ประกอบด้วย 1.
ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) 2. ความต้องการของทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow และ
พฤติกรรมการเป็นข้าราชการตำรวจที่ดี ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ข้าราชการตำรวจแสดงออกในการปฏิบัติ
ราชการตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้เป็นประโยชน์ต่องานหน่วยงาน และสังคมเป็นพฤติกรรมที่แสดงให้เห็น
ถึงความมีจริยธรรมในตำรวจทั้งในด้านการปฏิบัติตามหน้าที่และในด้านผลประโยชน์ ได้แก่ 1.
พฤติกรรมภักดีต่อองค์กร 2. พฤติกรรมปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ 3. พฤติกรรมทางจริยธรรม
ของข้าราชการตำรวจ และทั้งนี้สามารถนำความรู้จากการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ในการเสริมสร้างและพัฒนา
แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ
คำสำคัญ: กองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4, แรงจูงใจ, พฤติกรรมการเป็นข้าราชการตำรวจที่ดี

¹ นักศึกษาลัทธิสุทธธรรมบัณฑิตสาขากฎหมายกับการบริหาร คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

Abstract

Research study the development of the relationship between Motivation for working and good police officer's behavior Provincial Police Region 4, Royal Thai Police, which have research objectives 1. To study the level of working Motivation affecting the behavior of good police officers of the Provincial Police Region 4, Royal Thai Police 2. To study the relationship between Motivation for working and good police officers' behavior of the Provincial Police Region 4, Royal Thai Police 3. To create a guideline for promoting and developing work incentives that affect the behavior of good police officers of the Provincial Police Region 4, Royal Thai Police By this research study found that Incentives for performance of police officers Good police officer of the Provincial Police Region 4, Royal Thai Police The theory of Motivation This corresponds to the mission and operational responsibility of the Good Police Commissioner of the Provincial Police Region 4, Royal Thai Police based on two theories: Frederick Herzberg's theory of Motivation and Maslow's need hierarchy theory. They consist of 1: motivation Factors, 2. Needs of Maslow's hierarchy theory, conditions, and behavior to be a good police officer. This is the behavior of the police officers in performing their duties as assigned to benefit the departments. And society is a behavior that shows ethical behavior in the police, both in the performance of duties and in the interests, including 1. Behavior of loyalty to the organization 2. Behavior of police officers 3. Ethical behavior of government officials. Police and the knowledge from this research can be applied to enhance and develop Motivation for the satisfactory performance of the Provincial Police Region 4, Royal Thai Police.

Keywords: Provincial Police Region 4, Motivation, behavior of being a good police official

ที่มาปัญหาและความสำคัญ

ประเทศไทยของเราถือระบอบประชาธิปไตยที่มีกฎหมายรัฐธรรมนูญเป็นกฎหมายสูงสุดในการปกครองประเทศ ซึ่งได้กำหนดถึงสิทธิและเสรีภาพรวมถึงการดำรงชีวิตอยู่ไม่ว่าจะเป็นการพูดการเดินและการกระทำอื่นๆ ที่ไม่ขัดต่อระเบียบข้อบังคับที่ได้กำหนดไว้ มนุษย์ทุกคนจึงมีสิทธิและเสรีภาพเท่าเทียมกัน แต่สิทธิและเสรีภาพที่ว่านั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอยู่อย่างมีระเบียบภายใต้อำนาจข้อบังคับทางสังคมและระเบียบของข้อบังคับที่ว่านั้นก็คือ “กฎหมาย” ที่เป็นแกนกลางในการใช้บังคับของสังคมปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าของโลกทั้งเศรษฐกิจและวิทยาการเทคโนโลยีต่างๆ มีสูงขึ้นทำให้สังคมมีการเปลี่ยนแปลงไปจากสังคมไทยในอดีตที่เคยอยู่กันแบบถ้อยทีถ้อยอาศัยกันและมีน้ำใจต่อกันกลายมาเป็นสังคมที่ต้องมีการแก่งแย่งแข่งขันกันมากขึ้น ทั้งในด้านการงานและการดำรงชีวิตรวมทั้งค่าครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้เกิด

ปัญหาสังคมตามมาอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นปัญหาครอบครัว ปัญหาเศรษฐกิจ ทำให้เกิดอาชญากรรมจากกลุ่มมิจฉาชีพที่กระทำการใดๆ ก็ตามที่ขัดต่อกฎหมายที่ได้วางเอาไว้บ้านเมืองหากจะมีความสงบสุขแล้ว จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการตีกรอบกฎหมายให้เป็นข้อบังคับให้มนุษย์ทุกคนที่อยู่รวมกันในสังคมนั้นๆ ถือปฏิบัติเป็นแบบอย่างเดียวกัน ไม่มีมนุษย์คนใดอยู่เหนืออำนาจกฎหมายและกฎหมายก็จำเป็นที่จะต้องมีส่วนซึ่งทำหน้าที่เปรียบเสมือนผู้ดูแลทุกคนในสังคมนั้นๆ ให้อยู่ในแนวทางเดียวกัน ทำหน้าที่แก้ไขปัญหาดังกล่าว ปรามปรามผู้กระทำความผิดถ่ายทอดเผยแพร่ความรู้ทางด้านกฎหมายให้มนุษย์ในสังคมนั้นๆ เข้าใจในกฎหมายและตระหนักถึงโทษที่จะได้รับเมื่อกระทำความผิดต่อกฎหมาย รวมทั้งเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นในสังคมนั้นๆ ซึ่งก็คือ “ผู้พิทักษ์สันติราษฎร์” หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า “ตำรวจ” (รายุส จินซ้าง, 2555)

การปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของหน่วยงานนั้นทรัพยากรในการบริหาร (Resources) ได้แก่ วัสดุและเครื่องใช้เพื่อประกอบการดำเนินงาน รวมไปถึงความสามารถในการจัดการทรัพยากรในการบริหารสามารถแบ่งแยกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่ คน (Man) คือ ทรัพยากรบุคคลทั้งหมดที่กิจการมีอยู่ไม่ว่าจะเป็นบุคคลระดับบริหารหรือระดับปฏิบัติการ เงินทุน (Money or Capital) คือ เงินทุนที่จะใช้ในการดำเนินกิจการวัสดุอุปกรณ์ (Material) คือ วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็น เช่น เครื่องจักร วัตถุดิบ วัสดุที่ใช้สอยต่างๆ รวมทั้งอาคารและที่ดินและการจัดการ (Management) คือ วิธีการหรือกระบวนการนำเอาปัจจัยทั้ง 3 ประการข้างต้นมาดำเนินการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในปัจจัยทั้ง 4 ประการนี้ คนนับว่าสำคัญที่สุดเนื่องจากว่า คนเป็นตัวการหรือผู้กระทำการถ้าคนไม่กระทำการเสียแล้ว เงินหรือวัสดุอุปกรณ์ย่อมไม่เกิดประโยชน์หรือเกิดคุณค่าขึ้นมาได้ ผู้ปฏิบัติการเป็นคนไม่มีความรู้ขาดกำลังกายกำลังสติปัญญาหรือกิจกรรมนั้นก็ล้มเหลว สรุปได้ว่า ในบรรดาทรัพยากรการบริหารนั้นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่นักวิชาการ ให้ความสำคัญเสมอไม่ว่ายุคใดสมัยใดคือ คน หรือทรัพยากรมนุษย์นั่นเอง (สุนันทา เสาวนันทน์, 2556)

แรงจูงใจมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร ดังนั้นการสร้างแรงจูงใจ จึงเป็นหน้าที่โดยตรงของผู้บริหารทุกระดับที่ต้องสร้างแรงจูงใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชามุ่งมั่นและใช้ศักยภาพในการทำงานเพื่อพัฒนาองค์กร ให้บรรลุผลตามที่วางไว้แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรนับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะหากบุคลากรมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานจะเป็นผลให้บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพพร้อมที่จะอุทิศกำลังกายกำลังใจและกำลังสติปัญญาให้แก่งานที่ทำทั้งยังให้บุคลากรมีสัมพันธภาพอันดีกับบุคคลอื่นภายในหน่วยงานบุคลากรภายนอก ตลอดจนหน่วยงานอื่นที่ห้องประสานงานกันอีกด้วย นอกจากนี้ยังระบุว่า หากผู้ปฏิบัติงาน มีแรงจูงใจโน้มเอียงไปทางบวกการปฏิบัติงานจะมีประสิทธิภาพสูง แต่หากโน้มเอียงไปทางลบ การปฏิบัติงานจะมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในหน้าที่ก็จะเฉื่อยชาลง ดังนั้นในการทำงานใดๆ ก็ตาม หากต้องการให้งานสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์แล้วควรจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีแรงจูงใจในงาน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการวิจัยเรื่องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับพฤติกรรมการเป็นข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

ซึ่งแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นปัจจัยต่างๆ ที่มากระตุ้นพฤติกรรมหรือการกระทำที่แสดงออกของข้าราชการตำรวจสิ่งกระตุ้นพฤติกรรมแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมี 2 ด้าน คือปัจจัยค้ำจุนในการทำงานและปัจจัยจูงใจในการทำงาน และส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นข้าราชการตำรวจที่ดี ได้แก่ พฤติกรรมการรักดีต่อองค์กร พฤติกรรมการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ พฤติกรรมทางจริยธรรมของข้าราชการตำรวจและเพื่อให้เกิดผลดีต่อชุมชน องค์กรประชาชน ตลอดจนประเทศชาติ นั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการศึกษาพฤติกรรมการเป็นข้าราชการที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการนำแรงจูงใจมาพัฒนาพฤติกรรมของข้าราชการตำรวจ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนา ด้านการรักดีต่อองค์กร ด้านจริยธรรมวิชาชีพ การปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจได้อย่างเหมาะสม เพื่อเป็นประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน และประเทศชาติต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับพฤติกรรมการเป็นข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ
3. เพื่อสร้างแนวทางในการส่งเสริมและการพัฒนาแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานของข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม

ตำรวจอยู่ในฐานะเป็น “กลไกของรัฐ” ในด้านการเป็นกลไกปราบปราม อาชญากรรมและการทำผิดกฎหมาย ทั้งนี้การวิเคราะห์รัฐว่าอำนาจรัฐ (State power) นั้นเป็นอย่างหนึ่งและกลไกของรัฐ (State apparatus) ก็เป็นอย่างหนึ่งอำนาจรัฐเป็นความสัมพันธ์ทางอำนาจที่เป็นตัวกลางระหว่างรัฐกับพลังทางสังคมอื่นๆ ซึ่งรูปธรรมในการแสดงออกของพลังอำนาจรัฐก็คือนโยบายและการกระทำต่างๆ ซึ่งจะต้องมีกลไกมารับเพื่อนโยบายไปปฏิบัติกลไกนี้ก็คือ ระบบราชการซึ่งจะทำหน้าที่ด้านการปราบปราม เช่น ทหาร ตำรวจ ศาล และด้านอุดมการณ์ เช่น ศาสนา ศึกษา กฎหมาย การเมือง เป็นต้น (วีรพงษ์ พึ่งเตชะ, 2555)

ปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรงในทุกมิติทั้งทางสังคม เศรษฐกิจการเมืองและเทคโนโลยี สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกประเทศเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนต้องเพิ่มศักยภาพและความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนเพื่อตอบสนองความต้องการของระบบที่เปลี่ยนแปลงไป สำหรับการบริหารงานภาครัฐมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาการจัดการภาครัฐ โดยแก้ปัญหาระบบราชการแบบดั้งเดิมมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการและวิธีการ

ทำงานเพื่อยกระดับขีดความสามารถและมาตรฐานการทำงานของหน่วยงานราชการให้อยู่ในระดับเทียบเท่ามาตรฐานสากล องค์กรที่มีระบบการบริหารงานที่ดีย่อมประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย ขณะเดียวกันองค์กรที่จะประสบความสำเร็จจำเป็นต้องอาศัยบุคลากรภายในที่มีความเต็มใจทุ่มเทความรู้ความสามารถและมีความผูกพันต่อองค์กรที่จะอุทิศตนเองในการทำงาน

ในการบริหารงานขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นองค์กรขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ การพัฒนาทรัพยากรบุคคลถือว่าการลงทุนที่สำคัญในการนำองค์กรไปสู่การบรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยต้องอาศัยทรัพยากรการบริหารที่สำคัญ 4 ประการ คือ บุคลากร (Man) เงินทุน (Money) วัสดุและอุปกรณ์ (Material) และการจัดการ (Management) ในบรรดาทรัพยากรการบริหารเหล่านี้ ทรัพยากรด้าน “บุคลากร” เป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในการบริหารงาน เพราะบุคลากร เป็นผู้จัดหาและใช้ ทรัพยากรบริหารอื่น ๆ คือ เงินทุน วัสดุและอุปกรณ์ ตลอดจนดำเนินการจัดการให้เกิดประสิทธิภาพได้ ดังนั้นผู้บริหารงานจึงต้องคำนึงถึงและให้ความสำคัญแก่บุคลากรขององค์กร ในปัจจุบันการบริหารงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลจึงขึ้นอยู่กับความร่วมมือของบุคลากรทุกคนในองค์กร โดยการส่งเสริมให้บุคลากรมีความรักมีความผูกพันกับองค์กร หากบุคลากรมีความผูกพันต่อองค์กรแล้วสิ่งที่องค์กรจะได้มากกว่างาน คือ ร่างกายและหัวใจการอุทิศตนทุ่มเทความรู้ความสามารถในการทำงานอย่างเต็มกำลังเต็มใจ ปกป้องชื่อเสียงภาพลักษณ์ขององค์กรต้องการให้องค์กรเจริญก้าวหน้าและมั่นคงยิ่งขึ้นไป รวมไปถึงความผูกพันกับองค์กรเกี่ยวข้องกับความสามารถในการรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพเหล่านี้ไว้ให้อยู่กับองค์กรนานที่สุด

การส่งเสริมให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญก่อให้เกิดผลประโยชน์ในฐานะที่บุคลากรเป็นกำลังสำคัญขององค์กร จึงจำเป็นต้องหาหนทางส่งเสริมให้บุคลากรมีความรู้สึกมั่นคงในการทำงาน (Sense of Security) เพื่อส่งเสริมให้การบริหารงานขององค์กรดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ สอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการของ Maslow และทฤษฎีการจูงใจของ Herzberg (1959) พบว่า แรงจูงใจในการทำงานเป็นสิ่งที่มียุทธผลต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรและสมควรได้รับ นอกเหนือจากเงินเดือน ค่าจ้างที่ได้รับตามปกติ โดยธรรมชาติของมนุษย์ เมื่อได้รับการตอบสนองก็ทำให้เกิดความพึงพอใจและแสดงพฤติกรรมในทางบวก ถ้าได้รับแรงจูงใจในการทำงานที่ดีและเหมาะสมก็จะเป็นสิ่งกระตุ้นให้การปฏิบัติงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความผูกพันต่อองค์กรและเต็มใจทำงานอยู่กับองค์กรต่อไป องค์กรจะได้รับประโยชน์จากบุคลากรในด้านคุณภาพของผลการปฏิบัติงานและสามารถพัฒนาองค์กรไปได้ดีอีกด้วยตรงกันข้ามหากบุคลากรได้รับแรงจูงใจในการทำงานที่ไม่เหมาะสมและเพียงพอก็ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในการทำงานเกิดความท้อแท้ขาดขวัญและกำลังใจรู้สึกเบื่อหน่ายหรือสิ้นหวัง การปฏิบัติงานขาดประสิทธิภาพ เกิดการแสวงหารายได้ในทางที่มีชอบ ทุจริตคอร์รัปชันหรือทำงานเพื่อหวังประโยชน์ส่วนตัวส่งผลต่อความเสียหายแก่ประชาชนและองค์กร ดังนั้นหากบุคลากรได้รับแรงจูงใจในการทำงานที่เหมาะสมบุคลากรก็จะทุ่มเทกำลังและสติปัญญาเสียสละกำลังกายอุทิศเวลาให้กับการ

ทำงานทำให้การปฏิบัติงานขององค์กรมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จึงถือว่า แรงจูงใจในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันองค์กร โดยคุณแจสำคัญที่ผู้บริหารใช้ในการบริหารงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการปฏิบัติงาน คือการจูงใจซึ่งเป็นการกระตุ้นปลุกเร้าให้พนักงานในองค์กรมีกำลังใจมีความตั้งใจและเต็มใจที่จะปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถในองค์กรการจูงใจนั้นมีความจำเป็นต่อกระบวนการเพิ่มผลผลิตทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ทั้งนี้เพราะบุคคลที่ได้รับการจูงใจที่ถูกต้องจะทำงานเต็มเวลาเต็มกำลังมีความมุ่งมั่นที่จะให้ผลงานออกมาดีที่สุดใน ซึ่งส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าในองค์กรและความสำเร็จของตนเอง การจูงใจจึงนับได้ว่ามีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมกรรมการแสดงออกและการตอบสนองต่อความต้องการการทำงานของคน การจูงใจสมาชิกขององค์กรจึงเป็นคุณแจสำคัญที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ ด้วยเหตุนี้ผู้บริหารจึงต้องศึกษาหลักการจูงใจเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคลากรในองค์กรให้เกิดความพึงพอใจอันจะนำไปสู่ประสิทธิภาพการทำงานของแต่ละบุคคล

สำหรับแรงจูงใจตามแนวความคิดของมาสโลว์ ปรางทิพย์ ศุภเณม (2559) ได้กล่าวถึง แนวความคิดของมาสโลว์ ซึ่งมองว่า มนุษย์แต่ละคนมีศักยภาพพอสำหรับที่จะชี้นำตัวเอง มนุษย์ไม่อยู่นิ่งแต่จะเปลี่ยนแปลงไปตาม สถานการณ์ต่างๆ ที่แวดล้อมและแสวงหาความต้องการที่จะเข้าใจตนเอง ยอมรับตนเองทั้งในส่วนตัว ส่วนบกพร่อง รู้จักจุดอ่อนและความสามารถของตนเอง นอกจากนี้ มนุษย์ทุกคนมีความต้องการ ที่จะสนองความต้องการให้กับตนเองทั้งสิ้น และความต้องการของมนุษย์มีมากมายหลายอย่างด้วยกัน ซึ่งต้องได้รับความพึงพอใจจากความต้องการพื้นฐานหรือต่ำสุดเสียก่อนจึงจะผ่านขึ้นไป ยังความต้องการขั้นสูงตามลำดับ ความต้องการของมนุษย์เป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อการบริหารงาน องค์กรต่างๆ พฤติกรรมขององค์กรที่ปรากฏเป็นส่วนหนึ่งของความต้องการของบุคคลากร การศึกษา เกี่ยวกับความต้องการและความแตกต่างของมนุษย์ทำให้ทราบว่า ความต้องการเป็นตัวผลักดัน ทำให้มนุษย์ต่อสู้ดิ้นรนและหาทุกอย่างเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยระดับของการต่อสู้ดิ้นรนเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละคนไม่เท่ากัน ดังที่ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ได้กล่าวไว้ว่า มาสโลว์ มองพฤติกรรมความต้องการของมนุษย์ เป็น 3 ลักษณะ ดังนี้ 1) มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอไม่มีที่สิ้นสุด กล่าวคือ สิ่งที่มีมนุษย์ต้องการนั้นขึ้นอยู่กับว่ามีสิ่งนั้นอยู่แล้วหรือยัง เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอย่างอื่นจะเข้ามาแทนที่ความต้องการนี้ไม่มีที่สิ้นสุด และจะเริ่มต้นเกิดขึ้นตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย 2) ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นที่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม 3) ความต้องการมนุษย์เป็นขั้นตอนตามลำดับความสำคัญ หมายถึง เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้อง ให้มีการตอบสนองทันที ตามทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ ได้แบ่งลำดับขั้นของความต้องการ 5 ได้แก่ ลำดับขั้นขั้นที่ 1 ความ ความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคงในชีวิต ขั้นที่ 3 ความต้องการความผูกพันทางสังคม ขั้นที่ 4 ความต้องการมีชื่อเสียงเกียรติยศ ขั้นที่ 5 ความต้องการความสำเร็จ จากแนวคิดความต้องการของมนุษย์ดังกล่าว

ข้างต้น สรุปได้ว่าความต้องการของมนุษย์ ในขั้นแรกเป็นความต้องการเพื่อตอบสนองต่อร่างกาย คือ ปัจจัยสี่ในการดำรงชีวิต (อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค) ดังนั้น ในการจัดสวัสดิการแรงงานในสถานประกอบกิจการ ลูกจ้างต้องได้รับการตอบสนองขั้นพื้นฐานที่ดีและเพียงพอ เพราะหากไม่ได้รับปัจจัยขั้นพื้นฐานที่ จำเป็นและเพียงพอจะส่งผลต่อการปฏิบัติงาน สำหรับความต้องการในลำดับที่สูงขึ้นไปนั้น เป็นความต้องการที่ตอบสนองทางจิตใจ ได้แก่ ความปลอดภัยและความมั่นคงในชีวิต ความ ผูกพันทางสังคม ชื่อเสียงเกียรติยศ ความสำเร็จ

ตำรานั้นเป็นข้าราชการที่จะต้องสัมผัสคลุกคลีอยู่กับประชาชนทั่วไปในทุกระดับอยู่ตลอดเวลา สร้างความพอใจบ้าง ไม่พอใจบ้าง เข้าใจบ้าง ไม่เข้าใจบ้าง จากประชาชนหลากหลายอารมณ์และความคิด แต่อย่างไรก็ตามตำรวจและประชาชนก็ยังคงอยู่คู่กันไปทำงานร่วมกัน พึ่งพาอาศัยกันในการป้องกันปราบปรามอาชญากรรม ซึ่งในการที่จะทำให้ตำรวจรู้จักตนเอง รู้จักประชาชนและประชาชนเข้าใจในหน้าที่ของตนเองและเข้าใจในหน้าที่ของตำรวจเพื่อร่วมกันสร้างความสงบสุขในสังคมให้ดีขึ้น ผู้บังคับบัญชาของหน่วยตำรวจทุกระดับต้องเป็นผู้นำทำการเปลี่ยนแปลงด้วยความเข้มแข็งและความสามารถโดยการเป็นตัวอย่างที่ดีนำไปในทิศทางที่ถูกต้องและจะต้องนำผู้ใต้บังคับบัญชาไปในทิศทางเดียวกัน ด้วยการสร้างคุณลักษณะ เช่น ท่าทีที่ถูกต้องวิธีการที่ถูกต้องวิทยาการที่ถูกต้องความกล้าหาญที่ถูกต้องและการกระทำที่ถูกต้อง โดยไม่ลืมที่จะเรียนรู้ในทุกด้านอยู่เสมอและฝึกอบรมจิตใจตนเองในเรื่องของจริยธรรมคุณธรรม ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องนำมาประกอบใช้ในการปฏิบัติงานของตำรวจ ตำรวจจึงถือว่ามีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการบำบัดทุกข์บำรุงสุขของราษฎร จึงทำให้ผู้บังคับบัญชามีการกำหนดนโยบายในการพัฒนาข้าราชการตำรวจให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจเต็มความสามารถและมีความสุขในการปฏิบัติหน้าที่ซึ่งในหลักพฤติกรรมศาสตร์นั้น บุคคลในองค์กรต่างๆ จะปฏิบัติหน้าที่ของตนด้วยความเต็มใจจำเป็นจะต้องศึกษาถึงแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเพราะแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเป็นรากฐานสำคัญที่จะทำให้คนในองค์กรสามารถทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรได้

ข้าราชการตำรวจเป็นอาชีพที่จะต้องปฏิบัติงานใกล้ชิดกับประชาชนและมีอำนาจหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมาย อันถือว่าเป็นกลุ่มบุคลากรของรัฐที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อกระบวนการสร้างสรรค์และพัฒนาสังคมและประเทศชาติเป็นอย่างสูง เนื่องจากในกระบวนการยุติธรรมนั้น ตำรวจเป็นหน่วยงานแรกที่มีหน้าที่หลักอันสำคัญในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม ในปัจจุบันนี้ อาจกล่าวได้ว่าในกระบวนการปฏิบัติงานของข้าราชการในแต่ละสาขานั้น ตำรวจ คือ ผู้ทำงานเกี่ยวข้องใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุดหน่วยงานหนึ่งเป็นเจ้าพนักงานของรัฐเพียงฝ่ายเดียวที่เข้าไปเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับประชาชนในระดับตลอด 24 ชั่วโมงต่อวัน และ 7 วันต่อสัปดาห์ งานตำรวจเป็นงานที่ต้องปฏิบัติอย่างต่อเนื่องเหนียวยากตรากตรำตลอดเวลาและไม่อาจสะดุดหยุดลงได้ แม้แต่เสี้ยววินาทีนอกจากความสำคัญของงานตำรวจซึ่งต้องปฏิบัติงานอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่องในการบริการสังคมโดยรวมแล้ว ลักษณะในงานของตำรวจยังมีลักษณะพิเศษที่ต้องอาศัยความรู้กำลังและจิตใจพร้อมทั้งมีอุดมคติ มีความมั่นคงในความคิดอย่างสูง

ทุกวันนี้ ตำรวจทำหน้าที่ที่สำคัญกว้างขวางมาก ต้องพิทักษ์รักษาความสงบเรียบร้อยในบ้านเมือง ต้องช่วยเหลือและสนับสนุนประชาชนในการเสริมสร้างสวัสดิภาพให้แก่ตนแก่ท้องถิ่น นอกจากนั้นยังต้องปฏิบัติภารกิจป้องกันปราบปรามศัตรูของแผ่นดินเพื่อรักษาความมั่นคงและอิสรภาพของประเทศด้วย นับว่ามีภารกิจหนักและมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวมอย่างใหญ่ยิ่งผู้ที่จะเป็นตำรวจจำเป็นต้องฝึกฝนอบรมตนเองให้แข็งแกร่งเสมอ ทั้งในด้านความรู้กำลังและจิตใจพร้อมกับมีอุดมคติที่มีความมั่นคงในความคิดอย่างสูง จึงจะสามารถปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพเต็มที่ได้ในภาวะที่สังคมเป็นอยู่ขณะนี้ งานของตำรวจที่จะบริการให้แก่ประชาชนในฐานะผู้คุ้มครองดูแลให้ความอบอุ่นแก่ประชาชนส่วนรวมยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับไม่ถือว่าเป็นการป้องกันอาชญากรรมการจัดสายตรวจประเภทต่างๆ เพื่อกวาดล้างอาชญากรรมยาเสพติดให้โทษแหล่งอบายมุขการกวาดล้างคดีอุกฉกรรจ์คดีสะเทือนขวัญประชาชน มือปืนรับจ้างและอาชญากรรมทางเศรษฐกิจประเภทต่างๆ ดังนั้นการปฏิบัติหน้าที่ของตำรวจ ดังกล่าวจะมีทางที่จะสร้างความนิยมและไว้วางใจให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชนได้เป็นอย่างมากอย่างไรก็ตาม แม้ว่างานตำรวจจะเป็นงานที่มีความยากลำบากและเสี่ยงอันตรายมาก แต่ก็มักตกเป็นเป้าหมายของการถูกโจมตีวิพากษ์วิจารณ์อยู่เสมอ ทั้งนี้เนื่องจากสาเหตุ ของการประพฤติปฏิบัติที่ผิดพลาดบกพร่องของข้าราชการตำรวจเองและทั้งจากปัญหาความขัดแย้งกับบุคคลที่สูญเสียผลประโยชน์จากการทำงานที่ถูกต้องและเข้มงวดตามกฎหมายของข้าราชการตำรวจดังกล่าว

สถานีตำรวจเป็นหน่วยงานระดับปฏิบัติการที่สำคัญที่สุดหน่วยหนึ่งของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ในการที่จะปฏิบัติภารกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ปัจจุบันมีสถานีตำรวจที่เป็นสถานีตำรวจนครบาล สถานีตำรวจภูธรอำเภอและ สถานีตำรวจภูธรตำบลไว้บริการประชาชนทั่วประเทศ ซึ่งได้แบ่งสายการบังคับบัญชาและสายงานการปฏิบัติตามลักษณะและความรับผิดชอบ แบ่งออกเป็น 5 สายงาน ได้แก่ งานสอบสวน งานสืบสวนงานป้องกันและปราบปรามงานจราจร และงานธุรการ สำหรับกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน) ตั้งอยู่ ถนนหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000 มีกองบังคับการตำรวจภูธรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ 1. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดกาฬสินธุ์ 2. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดขอนแก่น 3. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดนครพนม 4. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดบึงกาฬ 5. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดมหาสารคาม 6. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดมุกดาหาร 7. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดร้อยเอ็ด 8. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดเลย 9. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดสกลนคร 10. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดหนองคาย 11. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดหนองบัวลำภู 12. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดอุดรธานี 13. กองบังคับการสืบสวนสอบสวนตำรวจภูธรภาค 4 14. กองบังคับการอำนวยการ

กองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน) มีวิสัยทัศน์ คือ มีมาตรฐานสากล วัตถุประสงค์ด้วยงาน บริการด้วยใจ ความปลอดภัยเป็นเลิศ ค่านิยม 4G ได้แก่ G1 = Good

Global Governance มีมาตรฐานสากล G2 = Good Performance Evaluation วัดผลด้วยงาน G3 = Good Relationship Service บริการด้วยใจ G4 = Good Surveillance and Security ความปลอดภัยเป็นเลิศ แนวคิด ได้แก่ แนวคิดที่ 1 เป็นตำรวจที่มีความจงรักภักดี ปกป้องเทิดทูนและพิทักษ์รักษาสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ แนวคิดที่ 2 เป็นตำรวจที่มีความรู้ ความสามารถ รู้ลึก รู้รอบ รู้จริงในงานที่ทำ ปฏิบัติภารกิจได้อย่างตำรวจมืออาชีพ แนวคิดที่ 3 เป็นตำรวจที่พัฒนาตนเองให้ทันสมัยก้าวไปพร้อมกับสังคมที่เปลี่ยนแปลงแนวคิดที่ 4 เป็นตำรวจที่ดี มีคุณธรรมจริยธรรมดำรงตนอย่างมีเกียรติและศักดิ์ศรี และมียุทธศาสตร์ 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ • ยุทธศาสตร์ที่ 1 ปกป้อง เทิดทูน และพิทักษ์สถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ประกอบด้วย ประกอบด้วย แผนงานที่ 1 พัฒนากลไกการถวายความปลอดภัยให้มีประสิทธิภาพสูงสุด • ยุทธศาสตร์ที่ 2 รักษาความมั่นคงและความสงบเรียบร้อยในสังคม ป้องกันปราบปรามลดระดับอาชญากรรมและแก้ไขปัญหาเสพติดในทุกมิติ ประกอบด้วย แผนงานที่ 1 พัฒนาระบบงานด้านการข่าวให้มีการบูรณาการและประสานการปฏิบัติร่วมกับหน่วยงานด้านการข่าวทั้งภายในและภายนอกประเทศอย่างใกล้ชิด แผนงานที่ 2 พัฒนาขีดความสามารถและสมรรถนะของชุดปฏิบัติการพิเศษและชุดควบคุมฝูงชนตามกฎหมายว่าด้วยการชุมนุมสาธารณะระดับกองบัญชาการและระดับกองบังคับการ แผนงานที่ 3 พัฒนาศักยภาพของตำรวจให้มีความรู้และทักษะในงานป้องกันปราบปรามอาชญากรรมได้มาตรฐานสากล แผนงานที่ 4 เสริมสร้างประสิทธิภาพในการป้องกันปราบปรามอาชญากรรมพัฒนาระบบงานสายตรวจ ศูนย์ควบคุมสั่งการให้ทันสมัยมีความพร้อมในการระงับเหตุและให้บริการประชาชน • ยุทธศาสตร์ที่ 3 ขับเคลื่อนกระบวนการปฏิรูปองค์กรตำรวจในยุคประชาคมอาเซียนและไทยแลนด์ 4.0 ประกอบด้วย แผนงานที่ 1 พัฒนาศักยภาพของตำรวจให้มีความรู้ทักษะทางภาษาอังกฤษภาษาอื่นๆ ของประเทศสมาชิกอาเซียนและความรู้เรื่องการใช้นวัตกรรมในการทำงานของตำรวจในยุคไทยแลนด์ 4.0 แผนงานที่ 2 สร้างเครือข่ายในทุกภาคส่วนทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ทั้งภาคทฤษฎี ภาคปฏิบัติ รวมถึงเครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานของตำรวจ • ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างความสามัคคี และบำรุงขวัญ ข้าราชการตำรวจ ประกอบด้วย แผนงานที่ 1 จัดกิจกรรมละลายพฤติกรรมและเสริมสร้างความสามัคคีในหมู่คณะทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างต่อเนื่อง

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับพฤติกรรมการเป็นข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Methodology Research) ประกอบไปด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสนทนากลุ่ม

(Focus Group Discussion) เพื่อได้พบองค์ความรู้ใหม่ที่ได้พบองค์ความรู้ใหม่ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับพฤติกรรมการเป็นข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ข้าราชการตำรวจชั้นสัญญาบัตร ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน จากกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน) ประกอบไปด้วย 1. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดกาฬสินธุ์ 2. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดขอนแก่น 3. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดนครพนม 4. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดบึงกาฬ 5. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดมหาสารคาม 6. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดมุกดาหาร 7. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดร้อยเอ็ด 8. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดเลย 9. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดสกลนคร 10. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดหนองคาย 11. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดหนองบัวลำภู 12. กองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัดอุดรธานี 13. กองบังคับการสืบสวนสอบสวนตำรวจภูธรภาค 4 14. กองบังคับการอำนวยการ (กองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4, 2563) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ข้าราชการตำรวจชั้นสัญญาบัตร ข้าราชการตำรวจชั้นประทวนจากกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน) จำนวน 400 คน โดย Comrey, (1973) ได้ให้ข้อเสนอแนะขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม โดยกำหนดขอบเขตของตัวอย่าง ควรมีหน่วยตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาไม่ต่ำกว่า 200 ตัวอย่าง (Kline, 2010) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาจากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Krejcie & Morgan (1970) และควรทำการเก็บกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีกร้อยละ 10 เผื่อขาดเหลือ ไม่พบ ไม่ยอมตอบ ฯลฯ ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้มีขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูลทั้งหมดอยู่ที่ 440 คนและใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 9-15 คนเป็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับพฤติกรรมการเป็นข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposing Sampling) และทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Information) การวิจัยเชิงคุณภาพทำการศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิโดยการสัมภาษณ์และทำการดำเนินการโดยการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งทำการศึกษาจาก โดยการขอเข้าสัมภาษณ์ข้าราชการตำรวจชั้นสัญญาบัตร ข้าราชการตำรวจชั้นประทวนจากกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (กองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4, 2563) ในการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ และทางอิเล็กทรอนิกส์แบบเจาะจงรายบุคคล

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับพฤติกรรมการเป็นข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ มีวัตถุประสงค์ของการ

วิจัย 1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับพฤติกรรมการเป็นข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ 3. เพื่อสร้างแนวทางในการส่งเสริมและการพัฒนาแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานของข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ โดยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ ข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ตามทฤษฎีเกี่ยวกับแรงใจที่สอดคล้องกับภารกิจและความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ตาม 2 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีการจูงใจของ Frederick Herzberg และ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (Maslow's need hierarchy Theory) ประกอบด้วย 1. ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) 2. ความต้องการของทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow และพฤติกรรมการเป็นข้าราชการตำรวจที่ดี ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ข้าราชการตำรวจแสดงออกในการปฏิบัติราชการตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้เป็นประโยชน์ต่องานหน่วยงาน และสังคมเป็นพฤติกรรมที่แสดงให้เห็นถึงความมีจริยธรรมในตำรวจทั้งในด้านการปฏิบัติตามหน้าที่และในด้านผลประโยชน์ ได้แก่ 1. พฤติกรรมการรักดีต่อองค์กร 2. พฤติกรรมการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ 3. พฤติกรรมทางจริยธรรมของข้าราชการตำรวจ และทั้งนี้สามารถนำความรู้จากการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ในการเสริมสร้างและพัฒนาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ



ภาพที่ 1 การพัฒนา รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับพฤติกรรมกรเป็นข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

อภิปรายการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนา รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับพฤติกรรมกรเป็นข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ พบว่าองค์ประกอบของแรงจูงใจในการทำงาน เป็นปัจจัยหรือสิ่งต่างๆ ที่เป็นแรงผลักดัน กระตุ้นพฤติกรรมของข้าราชการหรือโน้มน้าวโดยสิ่งจูงใจ เพื่อให้ข้าราชการในองค์กรแสดงพฤติกรรมให้มีความร่วมมือความเต็มใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้องค์กรประสบความสำเร็จ ที่เกิดตามปัจจัยที่ส่งผลจาก 2 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีการจูงใจของ Frederick Herzberg (Herberg, 1959) และ ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของ Maslow (Maslow's need hierarchy Theory) โดยมีรายละเอียดได้แก่ ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรงที่เป็นแรงจูงใจให้ข้าราชการนั้นเกิดความรู้สึกชอบและรักงานที่ปฏิบัติเป็นตัวกระตุ้นทำให้เกิดความพึงพอใจให้แก่ข้าราชการในองค์กรให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพราะเป็นปัจจัยที่สามารถตอบสนองความต้องการภายในของบุคคลได้

ด้วย ประกอบด้วย 1) ความสำเร็จในงาน เป็นการที่ข้าราชการสามารถปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ได้เสร็จสิ้นตามเวลาที่กำหนดและมีความถูกต้อง เมื่อผลงานสำเร็จจะได้รับคำชมเชยอยู่เสมอจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานเสมอรวมทั้งความสามารถในการแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นในขณะปฏิบัติงาน 2) การได้รับการยอมรับ เป็นการที่ผู้บังคับบัญชาเพื่อนร่วมงานและบุคคลทั่วไป ในสังคมให้ความสำคัญยกย่องชมเชยแสดงความชื่นชมยินดีและยอมรับในความรู้ความสามารถเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นได้รับความช่วยเหลือให้คำปรึกษาจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน เกี่ยวกับเรื่องงานรวมทั้งเรื่องส่วนตัว 3) ลักษณะของงาน เป็นความรู้สึกรู้สึกของข้าราชการที่มีต่อลักษณะงาน เช่น งานประจำ งานที่ต้องอาศัยความรู้ ความสามารถคุณลักษณะของงานที่ยากง่าย รวมทั้งปริมาณงานที่น้อยหรือมากเกินไป และเป็นงานที่น่าสนใจและท้าทายในความสามารถเป็นงานสำคัญที่มีคุณค่าเป็นงานที่ต้องใช้ความคิดใหม่ๆ 4) ความรับผิดชอบในงาน เป็นการที่ข้าราชการได้รับเกียรติและความไว้วางใจมอบหมายให้รับผิดชอบงานใหม่ๆ และมีความสำคัญโดยมีอำนาจในการตัดสินใจได้อย่างอิสระเสรีให้โอกาสทำงานและตัดสินใจได้อย่างเต็มที่ โดยผู้บังคับบัญชาไม่มีการตรวจหรือควบคุมมากเกินไป 5) ความก้าวหน้าในงาน เป็นโอกาสที่ข้าราชการจะได้รับการพิจารณาเลื่อนขั้นเลื่อนระดับตำแหน่งในการทำงานให้สูงขึ้น องค์กรมีการเปิดโอกาสในการสับเปลี่ยนสายงานมีโอกาสได้ศึกษาเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมหรือได้รับการฝึกอบรม เสริมทักษะหรือความเชี่ยวชาญ เกี่ยวกับงานทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ (Beauchamp, Tom L. and Bowie, Norman E, 2015; Dewey, John, 2011)

สำหรับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (Maslow's need hierarchy Theory) หมายถึง ความต้องการมนุษย์เป็นขั้นตอนตามลำดับความสำคัญ (Hierarchy of Needs) เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้อง ให้มีการตอบสนองทันที ตามทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ ได้แบ่งลำดับขั้นของความต้องการ จากต่ำไปสูงไว้ 5 ขั้น ดังนี้ 1) ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นแรกหรือ ขั้นต่ำสุดหรือเรียกว่า ขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งความต้องการดังกล่าวเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการอยู่รอด ของชีวิตมนุษย์ที่จะขาดเสียมิได้ 2) ความต้องการด้านความปลอดภัยหรือความมั่นคง (Safety or Security Needs) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองทางด้านร่างกายแล้วตามสมควร มนุษย์ก็จะต้องการในขั้นที่สูงขึ้นต่อไป คือ ความต้องการความปลอดภัยหรือความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สิน 3) ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองตามลำดับ ความต้องการ 2 ขั้น ดังกล่าวแล้ว คือทั้งทางกายภาพและความปลอดภัย ความต้องการทางด้านสังคม ซึ่งเป็นขั้นที่สูงกว่าตามมา นั่นคือ ความต้องการสังคม ซึ่งเป็นความต้องการเข้าสู่สังคม ต้องการความรัก ความห่วงใย ความผูกพันจากผู้อื่นในสังคม ความต้องการที่จะให้สังคมยอมรับตน เข้าเป็นสมาชิกร่วมอยู่ด้วย หรือต้องการที่จะเข้าพวกเข้าหมู่มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ความต้องการ เข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์กรต่าง ๆ รวมทั้งมิตรภาพและความเห็นใจจากเพื่อนมนุษย์ด้วย ทั้งนี้ เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม โดยธรรมชาติมนุษย์จึงต้องอยู่ร่วมกับผู้อื่นเสมอ ในจิตสำนึกจึงมีความกลัวที่จะถูก

ทอดทิ้ง กลัวการอยู่อย่างโดดเดี่ยว ความต้องการขั้นนี้มักจะมองในแง่ที่เกิดความรู้สึก แก่นองว่าเป็นผู้มีความสำคัญคนหนึ่งในกลุ่มและมีบุคคลรักใคร่เชื่อถือตนเอง ผู้บังคับบัญชา จะต้องทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีความรู้สึกว่าเขาเป็นส่วนหนึ่งของงานที่ทำหรือหน่วยงานนั้น โดยให้ ผู้ใต้บังคับบัญชามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานทั้งในด้านการทำงานและในด้านสังคม เช่น ให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีส่วนร่วมในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นต่าง ๆ ในการทำงานให้รู้สึก ว่าตนเป็นส่วนประกอบสำคัญในความสำเร็จของงาน ตลอดจนให้ได้เข้าร่วมในงานสังคมต่าง ๆ 4) ความต้องการการยกย่องและยอมรับนับถือ (Esteem Needs) หรือเรียกว่า ความต้องการ การยอมรับในสังคม ซึ่งความต้องการด้านนี้จะมีความต้องการสูงกว่าความต้องการด้านสังคม คือ นอกเหนือจากมีเพื่อนร่วมกลุ่มในสังคมแล้วยังต้องการให้ตนมีฐานะเด่นในสังคมนั้นด้วย โดยเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีบุคคลอื่นสรรเสริญยกย่องหรือนับหน้าถือตา และนี่คือ ความต้องการ ที่จะมีความมั่นใจเชื่อมั่นในเรื่องของความรู้ ความสามารถของตนและความสำคัญของตนเองมาก ขึ้นนั่นเอง เมื่อบุคคลใดได้รับการยกย่องว่ามีความสำคัญในกิจกรรมต่าง ๆ แล้ว เขาผู้นั้นก็จะเกิด ความภาคภูมิใจเมื่อจะชักชวนให้ทำสิ่งใดก็มักจะร่วมมือด้วยเสมอ 5) ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จ (Needs for self-actualization) เป็นความต้องการ แสดงศักยภาพภายในออกมาให้ปรากฏ และพยายามมุ่งมั่นที่จะทำในสิ่งที่เป็นความมุ่งหวังให้สำเร็จ หรือทำในสิ่งที่เป็นความหวังสูงสุดในชีวิตให้ประสบความสำเร็จ เป็นความต้องการของบุคคลที่จะ บรรลุถึงความสำเร็จในสิ่งต่างๆ ซึ่งถือว่าเป็นความสามารถในระดับที่มนุษย์พึงกระทำได้ ความต้องการ ขั้นนี้จะเกิดขึ้นหลังจากความต้องการต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วทุกขั้นได้รับการตอบสนองแล้ว ถ้าหาก ขาดการตอบสนองความต้องการดังกล่าวข้างต้น โอกาสที่จะทำให้อัน ๆ นั้น สามารถเข้าสู่ศักยภาพ สูงสุดในตนเองไม่มี (Brown, Roger, 2012; Bull, Norman J, 2016).

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ ข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ตามทฤษฎีเกี่ยวกับแรงใจ ที่สอดคล้องกับภารกิจและความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ตาม 2 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีการจูงใจของ Frederick Herzberg และ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (Maslow's need hierarchy Theory) ประกอบด้วย 1. ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) 2. ความต้องการของทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow และพฤติกรรมที่เป็นข้าราชการตำรวจที่ดี ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ข้าราชการตำรวจแสดงออกในการปฏิบัติราชการตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้เป็นประโยชน์ต่องานหน่วยงาน และสังคมเป็นพฤติกรรมที่แสดงให้เห็นถึงความมีจริยธรรมในตำรวจทั้งในด้านการปฏิบัติตามหน้าที่และในด้านผลประโยชน์ ได้แก่ 1. พฤติกรรมการรักดีต่อองค์กร 2. พฤติกรรมการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ 3. พฤติกรรมทางจริยธรรมของข้าราชการตำรวจ และทั้งนี้สามารถนำความรู้จากการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ในการเสริมสร้างและพัฒนาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของที่ดีของกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 4 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สำหรับองค์ประกอบพฤติกรรมกรเป็นข้าราชการตำรวจที่ดี เป็นพฤติกรรมของข้าราชการที่มีต่อองค์กร ได้แก่ พฤติกรรมภักดีต่อองค์กร พฤติกรรมกรปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ พฤติกรรมทางจริยธรรมของข้าราชการตำรวจ โดยมีการยอมรับเป้าหมายค่านิยมขององค์กร พร้อมทั้งทุ่มเทความสามารถเพื่อองค์กร มีความจงรักภักดีต่อองค์กรมีค่านิยมที่กลมกลืนกับสมาชิกคนอื่น ๆ มีการแสดงตนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กรเต็มใจอุทิศกำลังกายและกำลังใจเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมองค์กร ประกอบด้วย 1) ความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าและการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร หมายถึง การที่เป้าหมายขององค์กรและของข้าราชการสามารถรวมไปในทิศทางเดียวกันได้หรือเกิดความสอดคล้องกัน เมื่อข้าราชการพิจารณาแล้วเห็นว่าบรรทัดฐานและระบบค่านิยมขององค์กรเป็นสิ่งที่ยอมรับได้ซึ่งข้าราชการก็จะแสดงตนเองว่าเห็นด้วยกับจุดหมายปลายทางขององค์กรและตั้งใจที่จะยอมรับจุดหมายนั้น ข้าราชการจะประเมินองค์กรและรู้สึกต่อองค์กรในทางที่ดีรู้สึกยินดีและภาคภูมิใจกับการเป็นสมาชิกหรือเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร เชื่อว่าองค์กรจะนำไปสู่ความสำเร็จได้และมองเห็นแนวทางที่จะทำให้องค์กรบรรลุถึง เป้าหมายข้าราชการจะรู้สึกว่าอยู่ในสภาวะที่มีโอกาสและสามารถประสบความสำเร็จในการทำงานได้ 2) ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อองค์กร หมายถึง การแสดงออกถึงความพยายามอย่างเต็มที่เต็มใจและตั้งใจที่จะอุทิศร่างกาย แรงใจ สติปัญญาในการทำงานเพื่อประโยชน์และความก้าวหน้าขององค์กรสร้างสรรค์ให้องค์กรบรรลุเป้าหมายหรืออยู่ในสถานะที่ดี มีการแสดงออกในรูปของพฤติกรรมความสม่ำเสมอ คงเส้นคงวาในการทำงานใช้ความพยายามอย่างมากเพื่อตอบสนองหรือมุ่งสู่เป้าหมายขององค์กรได้สะดวกขึ้น มีความคิดเสมอว่า งานซึ่งตนสามารถทำประโยชน์และทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้ จึงทำให้ข้าราชการแต่ละคนมีผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับที่ดีและเมื่อองค์กรประสบกับปัญหา ก็จะพยายามช่วยแก้ปัญหาให้ผ่านสำเร็จลุล่วงไปได้ 3) ความปรารถนาที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกภาพขององค์กร เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกจงรักภักดีที่ซื่อสัตย์ต่อองค์กร เป็นความต่อเนื่องในการปฏิบัติงาน โดยไม่โยกย้ายเปลี่ยนแปลงที่ทำงาน พยายามที่จะรักษาสมาชิกภาพไว้โดยไม่โยกย้ายไปไหนจะแสดงให้เห็นถึงความไม่เต็มใจหรือปฏิเสธที่จะลาออกจากองค์กรหรือเปลี่ยนงานไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มเงินเดือนรายได้ สถานภาพตำแหน่ง ความมีอิสระทางวิชาชีพ ตลอดจนความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานที่ดีขึ้น เป็นความตั้งใจและความปรารถนาอย่างแน่วแน่ที่จะคงความเป็นสมาชิกภาพต่อไปเพื่อทำงานให้เป้าหมายขององค์กร ไม่คิดที่จะส่ายยกไม่ว่าองค์กรจะอยู่ในสภาวะปกติหรืออยู่ในฐานะวิกฤตการณ์อันเนื่องมาจากสาเหตุต่างๆ

เอกสารอ้างอิง

- จำรัส ดวงธิสาร. (2562). *จริยธรรมในสังคมไทยปัจจุบันในทัศนะของชาวบ้าน*. รายงานการสัมมนา
จริยธรรมในสังคมไทยปัจจุบัน. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- ระวี ภาวิไล. (2560). *แบบจำลองของจิต*. เอกสารเสนอในการสัมมนา “จริยธรรมในสังคมไทยปัจจุบัน”
วันที่ 4-5 กันยายน 2560 ณ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- ลำดวน ศรีมณี, พันตำรวจโท.ดร. (2559). *จริยธรรมและจริยศาสตร์ตะวันออก*. หนังสือค้นคว้าประกอบการ
เรียนการสอนวิชาจริยธรรมตำรวจ, สท (SG)1203 หลักสูตรนักเรียนนายร้อยตำรวจ.
- วิทย์ วิศเวทย์. (2558). *จริยศาสตร์เบื้องต้น*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อักษรเจริญทัศน์.
- อมร กรรณนุช. (มปป). *จริยธรรมและมนุษย์*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ชินอักษรการพิมพ์.
- Beauchamp, Tom L. and Bowie, Norman E. (2015). *Ethical Theory and Business*. (fourth edition).
New Jersey: Prentice Hall.
- Brown, Roger. (2012). *Social Psychology*. New York: The Free Press.
- Bull, Norman J. (2016). *Moral Education*. California: Sage Publication.
- Dewey, John. (2011). *Moral Principles in Education*. New York: Philosophical library.

รูปแบบและกระบวนการสื่อสารสุขภาพจากแนวทางอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านใน
สถานการณ์โควิด-19 ของประเทศไทย¹

The model of health communication and health communication process from the village health
volunteer guidelines in the covid-19 situation in Thailand.

สุเมธ กิติสุรกุลชัย²

Dr.Sumaj Kitisorakulchai

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบและกระบวนการสื่อสารสุขภาพจากแนวทางอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในสถานการณ์โควิด-19 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการสนทนากลุ่ม จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารสุขภาพ จำนวน 5 คน ผู้ทรงคุณวุฒิด้านสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องกับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) จำนวน 5 คน และตัวแทนอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านแบ่งตามเขตบริการสุขภาพทั้งประเทศ 13 เขตสุขภาพ จำนวน 39 คน และการศึกษาเอกสาร (Documentary Analysis) เกี่ยวกับการสื่อสารด้านสุขภาพของอสม. และที่เกี่ยวข้องของกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 10 เรื่อง สรุปผลโดยใช้กรอบแนวคิด ทฤษฎีการสื่อสาร ทฤษฎีการสื่อสารสุขภาพ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับมิติทางสังคมและวัฒนธรรม มาประมวลผลและสังเคราะห์สร้างข้อสรุปแบบอุปนัยในประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์หลักของการวิจัย สรุปผลการศึกษารูปแบบการสื่อสารสุขภาพจากแนวทางอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ได้ว่า “เข้าถึง เป็นมิตร แก้ไขหวัด บอกสิ่งปฏิบัติ” โดย 1) ใช้ทักษะการสื่อสาร สร้างการสื่อสารที่เป็นมิตรต้องมีความไวทางสังคมและวัฒนธรรม แสดงออกให้เห็นออกเห็นใจ สามารถสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้น 2) ให้ความรู้ในการป้องกัน สร้างความเข้าใจในการปฏิบัติตัวเพื่อลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และ 3) สร้างเครือข่าย และแนวร่วมการสื่อสารสุขภาพ ขอความ

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่อง รูปแบบและกระบวนการสื่อสารสุขภาพจากแนวทางอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในสถานการณ์โควิด-19 ของประเทศไทย

² อาจารย์พิเศษ หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต ภาคพิเศษ

ร่วมมือไม่กระจายข่าวลวง (Fake News) ที่สร้างความตระหนักให้เกิดขึ้น โดยประสานผู้นำชุมชนประกาศ/แก้ไขข่าวอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกระบวนการสื่อสารสุขภาพรูปแบบการสื่อสาร S M C R Model มีอสม. เป็นผู้ส่งข้อมูลข่าวสาร ใช้สารและช่องทางที่เหมาะสมกับสถานการณ์และมีประชาชนในชุมชนที่รับผิดชอบ

เป็นผู้รับสาร โดยการสื่อสารสุขภาพมีการปรับเปลี่ยนบทบาทของผู้ส่งสารและผู้รับสารที่มีลักษณะเป็นเชิงรุก (Active) เปลี่ยนจากคอยรอรับข่าวสารเป็นผู้แสวงหาข่าวสารตามทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory)

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย คือ ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นผลสืบเนื่องจากการขาดแคลนองค์ความรู้เรื่องเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ที่เพียงพอสำหรับการสื่อสารในระยะเริ่มต้นของการระบาดเนื่องจากเป็นโรคอุบัติใหม่ แต่หลังจากการระบาดเข้าสู่ระยะที่สองเริ่มมีทิศทางในการจัดการกับภาวะวิกฤตดังกล่าวมากขึ้น โดยมีความพยายามในการปรับแผนการดำเนินงานด้านการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ควรมีการพัฒนาองค์ความรู้การสื่อสารสุขภาพให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางสุขภาพที่เปลี่ยนแปลงอย่างมาก ต้องเผชิญทั้งการเกิดโรคอุบัติใหม่ และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่จะกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ รวมทั้งภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไปเกิดสื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการสื่อสารสุขภาพให้สอดคล้องกับสถานการณ์ดังกล่าวเป็นแนวทางการพัฒนา อสม.

คำสำคัญ: การสื่อสารสุขภาพ; โควิด-19; อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)

Abstract

This research aimed to study the model of health communication and processes from village health volunteer guidelines in the COVID-19 situation. It is qualitative research collects data in structured interviews and group conversations from the key informants, including five health communication experts, five public health experts related village health volunteers and 39 representatives of the village's public health volunteers are divided into 13 health areas. Documentary Analysis on The Health Communication of Inequality and Related Aspects of the Ministry of Health 10 stories, summarized using the conceptual framework. Communication theory, health communication theory, and theories relating to social and cultural dimensions, and theory of processing and synthesis, produces inductive conclusions in key points according to the main objectives of the research. A summary of the results of the study of health communication from the village health volunteer guidelines was "Access, friendly, correct wrong news, tell practice". By 1) use communication skills. Create friendly communication requires social and

cultural sensitivity. 2) Provide knowledge of prevention. Create an understanding of the practice to reduce the covid-19 and 3) epidemics, build networks and health communications, seek cooperation, not spread fake news, create panic by effectively coordinating community leaders to announce/solve news. The health communication process of SMCR model has village health volunteer to send information. Use appropriate messages and channels for the situation and receive the message from the responsible community people. In addition, health communication has changed the role of sender and receiver whom to active, transitioning from supporting news to information seeker by Information Seeking Theory.

The research suggestion is that the problems arise as a result of the lack of knowledge about COVID-19. This is sufficient for communication in the early stages of the outbreak as it is an emerging disease. But after the second phase of the epidemic, there are more directions in dealing with the crisis. With continuous efforts to adjust the communication plan. In addition, health communication knowledge should be developed in line with the changing health situation both emerging diseases and changes in the population structure that will become a complete aging society. As well as the changing media landscape of digital media and social media, factors have an impact on the development and improvement of health media in line with the situation. Used as a guideline for the development and improvement of health communication in accordance with the aforementioned circumstances as a guideline for developing village health volunteers

Keywords: Health Communication; COVID-19; Village Health Volunteers (VHVs)

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากสถานการณ์การระบาดของโรคปอดบวมจากเชื้อไวรัส 2019 หรือ โควิด-19 (COVID-19) ที่ยังคงแพร่ระบาดรุนแรงมากทั่วโลก มีรายงานผู้ติดเชื้อใหม่ประจำสัปดาห์ (23 สิงหาคม 2563) สูงถึง 1.7 ล้านคน เพิ่มขึ้น 5 % และมีจำนวนผู้เสียชีวิต 39,000 คน [1] มีจุดศูนย์กลางการระบาดในเกือบทั่วโลก พร้อมกับเกิดการระบาดระลอกที่สองในหลายประเทศ โดยที่ประเทศไทยมีรายงานของกระทรวงสาธารณสุขยืนยันพบผู้ป่วยติดเชื้อโควิด-19 เป็นรายแรกของโลกนอกประเทศจีน [2] ตั้งแต่วันที่ 13

มกราคม พ.ศ. 2563 เป็นนักท่องเที่ยวหญิงชาวจีน อายุ 61 ปี ที่เดินทางมาจากเมืองอู่ฮั่น [3] จากนั้นมีการยืนยันรายงานการพบการแพร่เชื้อโควิด-19 ในคนไทยรายแรก เมื่อวันที่ 31 มกราคม [4] เป็นคนขับแท็กซี่ อายุ 50 ปี จากการรับผู้โดยสารชาวจีน และเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2563 พบมีผู้เสียชีวิตรายแรกจากโควิด-19 ในประเทศไทย [5] เป็นชายไทย อายุ 35 ปี โดยรัฐบาลไทยได้ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน มีผลวันที่ 26 มีนาคม [6] ประกาศห้ามออกนอกเคหสถานยามวิกาล และให้ชะลอการเดินทางข้ามจังหวัด ตั้งแต่วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2563 ในขณะที่สถานการณ์โควิด-19 ของประเทศไทย จากรายงานสถานการณ์โดยองค์การอนามัยโลกประจำประเทศไทย (5 สิงหาคม 2563) [7] พบว่า มีผู้ติดเชื้อรายเพิ่มขึ้น 5 ราย ในสถานที่กักตัวของรัฐซึ่งเป็นผู้เดินทางมาจากต่างประเทศ และไม่พบมีผู้ป่วยรายใหม่จากในประเทศ ทำให้มียอดผู้ป่วยสะสม 3,328 ราย ยอดผู้เสียชีวิตสะสม 58 ราย หายป่วยสะสม 3,144 ราย โดยศูนย์ควบคุมและป้องกันโรค (CDC) ของประเทศสหรัฐอเมริกา ได้จัดให้ประเทศไทยเป็น 1 ใน 7 ประเทศที่มีความเสี่ยงต่ำจากโรคโควิด-19 [8] จากการประเมินความเสี่ยงเพื่อคำแนะนำการเดินทาง ส่วนอีก 241 ประเทศ หรือดินแดนทั่วโลกยังถูกจัดในเขตที่มีความเสี่ยงสูง แนะนำไม่ให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังพื้นที่ดังกล่าว สอดคล้องกับรายงาน Thailand named safest holiday destination amid Covid-19 pandemic ของ Tourlane [9] เป็นบริษัทด้านการท่องเที่ยวของประเทศเยอรมนี ระบุว่า ประเทศไทยคือสถานที่ที่ปลอดภัยที่สุด ท่ามกลางสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ทั่วโลก โดยใช้เกณฑ์พิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ การแจ้งเตือนการพบผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ในรอบ 14 วันตามมาตรฐานของศูนย์ควบคุมและป้องกันโรคแห่งยุโรป (ECDC) ความหนาแน่นของประชากร รวมถึงศักยภาพด้านสุขอนามัยระหว่างประเทศ (IHR) ทั้งนี้ องค์การอนามัยโลกได้ชื่นชมบทบาทของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน หรือ "อสม." [10] ว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยประสบความสำเร็จในการควบคุมการระบาดของโรคโควิด-19 เพราะ อสม. เป็นกำลังสำคัญของระบบบริการปฐมภูมิ มีการดำเนินการเชิงรุกตั้งแต่ปลายเดือนกุมภาพันธ์ ให้แนวทาง อสม. เคาะประตูบ้านต้านโควิด-19 ตามภารกิจ คือ 1. เคาะประตูบ้านครัวเรือนแล้วถึง 11,856,133 หลังคาเรือน แจ้งข่าว ให้ความรู้ และคำแนะนำ "กินร้อน ล้างมือ สวมหน้ากากอนามัย และย้ำความสำคัญมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม" 2. คัดกรองกลุ่มปกติและกลุ่มเสี่ยง 3. ส่งต่อกลุ่มเสี่ยงให้กับเจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดในพื้นที่ และ 4. เยี่ยมติดตามรายงานผลคัดกรองชุมชนจากอสม. จำนวน 1.4 ล้านคน [11] ที่กระจายตัวอยู่ในชุมชนต่าง ๆ ทั่วประเทศที่ทำให้งานควบคุมและป้องกันโรคระดับชุมชนจาก อสม. เป็นผู้ที่เกี่ยวข้อง ข้อมูล ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวในระดับครัวเรือนเป็นอย่างดี ทำให้การคัดกรองกลุ่มเสี่ยงเพื่อเข้าสู่ระบบรักษาอย่างรวดเร็ว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในสถานการณ์

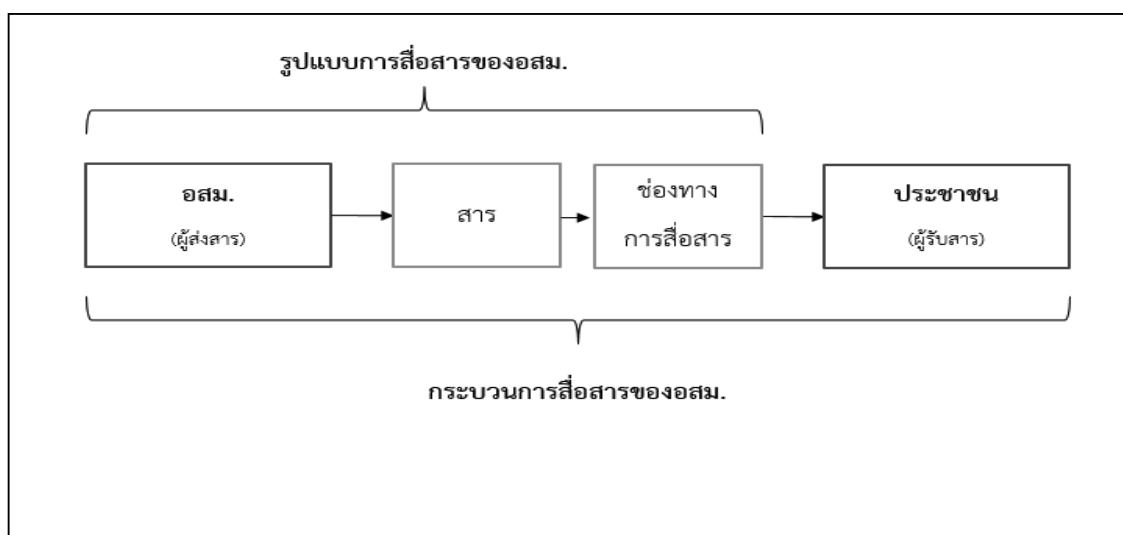
โควิด-19

2. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในสถานการณ์

โควิด-19

กรอบแนวคิด

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารูปแบบและกระบวนการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในสถานการณ์โควิด-19 จากแนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร และทฤษฎีการสื่อสารสุขภาพ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดรูปแบบและกระบวนการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในสถานการณ์โควิด-19

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาารูปแบบและกระบวนการสื่อสารสุขภาพ การกำหนดประเด็นเนื้อหา วิธีการ ช่องทางการสื่อสาร และกลุ่มเป้าหมายของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในกรณีการระบาดของโรคโควิด-19 และการศึกษาเอกสาร (Documentary Analysis) เกี่ยวกับการสื่อสารด้านสุขภาพ

ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน และที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารสุขภาพของกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 10 เรื่อง

ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารสุขภาพ จำนวน 5 คน กลุ่มที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องกับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จำนวน 5 คน และกลุ่มที่ 3 ตัวแทนอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านจาก 13 เขตบริการสุขภาพทั่วประเทศ จำนวน 39 คน รวมจำนวนทั้งหมด 49 คน

ขอบเขตด้านระยะเวลา ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 ถึงเดือน สิงหาคม 2563

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการสนทนากลุ่มจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญตามหลักเกณฑ์ของผู้วิจัย จำนวน 49 คน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารสุขภาพ ซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและหน้าที่ในการสื่อสารสุขภาพ จำนวน 5 คน ประกอบด้วย 1) ผู้เกี่ยวข้องในระดับบริหาร ซึ่งเกี่ยวข้องในฐานะของผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ กำหนดรหัสเป็น A1 2) ผู้เกี่ยวข้องในระดับปฏิบัติการ ซึ่งเกี่ยวข้องในฐานะผู้รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์ กำหนดรหัสเป็น A2 3) ผู้เกี่ยวข้องในปฏิบัติการ ซึ่งเกี่ยวข้องในฐานะผู้รับผิดชอบด้านการสื่อสารสุขภาพ กำหนดรหัสเป็น A3 4) ผู้เกี่ยวข้องด้านการเผยแพร่ กำหนดรหัสเป็น A4 และ 5) ผู้เกี่ยวข้องด้านการประเมินแผนการสื่อสารสุขภาพ กำหนดรหัสเป็น A5 กลุ่มที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องกับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและหน้าที่ด้านสาธารณสุขในระยะเวลาที่เกิดการระบาดโรค จำนวน 5 คน ประกอบด้วย 1) ตัวแทนกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กำหนดรหัสเป็น B1 2) ตัวแทนซึ่งเกี่ยวข้องในฐานะผู้รับผิดชอบด้านการแพทย์และการสาธารณสุข กำหนดรหัสเป็น B2 3) ตัวแทนซึ่งเกี่ยวข้องในฐานะผู้รับผิดชอบด้านการควบคุมและป้องกันโรค กำหนดรหัสเป็น B3 4) ตัวแทนซึ่งเกี่ยวข้องในฐานะผู้รับผิดชอบด้านการเผยแพร่ กำหนดรหัสเป็น B4 และ 5) ตัวแทนซึ่งเกี่ยวข้องในระดับสาธารณสุขจังหวัด กำหนดรหัสเป็น B5 และกลุ่มที่ 3 ตัวแทนอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านจาก 13 เขตบริการสุขภาพทั่วประเทศ โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จากเขตบริการสาธารณสุขทั้ง 13 เขต โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านจากแต่ละเขตบริการ

สุขภาพ มาเขตสุขภาพละ 3 คน รวมจำนวน 39 คน โดยผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการติดต่อนัดหมายสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล และจัดส่งแนวทางการสัมภาษณ์ให้ล่วงหน้า ซึ่งประกอบด้วยคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ และนัดหมายทำการสัมภาษณ์โดยขออนุญาตบันทึกเสียงและถอดคำสัมภาษณ์ใช้ระยะเวลาใน

กรอบคำถามสำหรับผู้ข้อมูล	ประเด็นที่พบ

การสัมภาษณ์อย่างน้อย 1 ชั่วโมงโดยเฉลี่ย ผู้วิจัยใช้แบบบันทึกข้อมูลตามกรอบแนวทางการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ดังที่แสดงในภาพที่ 2

ภาพที่ 2 แสดงแบบบันทึกตามกรอบแนวทางการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์เอกสาร

ข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารด้านสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน และที่เกี่ยวข้องของกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 10 เรื่อง ดังนี้ 1. คู่มือแนะนำสำหรับ อสม. ในการเคาะประตูเยี่ยมบ้านเพื่อสังเกตอาการโควิด-19 กระทรวงสาธารณสุข 2. การจัดระบบ อสม. และภาคประชาชนสำหรับ Local quarantine และ Home quarantine กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข 3. คู่มือ Covid ของจีน (ฉบับแปลไทย) เฉพาะภาษาไทย อสม.com 4. แนวทางปฏิบัติสำหรับ อสม. ในการเฝ้าระวังโรคโควิด-19 กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข 5. แบบรายงานผลการปฏิบัติงานของ อสม. ในการเฝ้าระวังโรคโควิด-19 ในชุมชน กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข 6. แนวทางปฏิบัติการ พลเมืองตื่นรู้ ช่วยชาติสู้ภัยโควิด-19 ระยะฟ นฟูคุณภาพชีวิต สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ (สช.) 7. คู่มือการจัดการโรงเรียนรับมือโควิด-19 กระทรวงสาธารณสุข 8. คู่มือสำหรับเจ้าหน้าที่ เพื่อการยกระดับ อสม. สู่อสม.หมอบประจำบ้าน กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข 9. การเสริมสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพ จาก อสม. สู่อสค. กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข และ 10. สู่! โควิด-19 ไปด้วยกัน คู่มือดูแลตัวเองสำหรับประชาชน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ โดยผู้วิจัยใช้แบบบันทึกข้อมูล เพื่อวิเคราะห์เรื่องความสอดคล้องหรือความแตกต่างกัน จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์และถูกต้องของข้อมูลก่อนนำมาวิเคราะห์ผล โดยใช้ข้อมูลทั้ง 2 ส่วน คือ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามคำถามปลายเปิด (Open-ended questions) ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ตอบคำถามได้สอบถาม หรือบรรยาย ข้อมูลได้ละเอียดมากขึ้น โดยมีการกำหนดคำถามล่วงหน้า แบ่งคำถามออกเป็น 3 ชุด ตามกลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยคำถามแต่ละชุดประกอบด้วยแนวคำถาม ดังต่อไปนี้ 1) รูปแบบการสื่อสารสุขภาพ ด้วยการพรรณนาวิเคราะห์วิธีการสื่อสารที่ใช้ต่อกลุ่มเป้าหมาย และ 2) กระบวนการสื่อสารสุขภาพ ด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ ประเด็นผู้ส่งสาร เนื้อหา วิธีการ ช่องทางการสื่อสาร และกลุ่มเป้าหมาย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ผลการศึกษารูปแบบและกระบวนการสื่อสารสุขภาพจากแนวทางอาสาศึกษาสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในสถานการณ์โควิด-19 ของประเทศไทย ผู้วิจัยใช้ข้อมูลที่ได้จากสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และข้อมูลจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องมาเป็นข้อมูลมาร่วมกันในการวิเคราะห์ เป็นกระบวนการวิจัยโดยการแสวงหาความรู้เชิงอุปนัย (induction) เริ่มต้นจากการสังเกตปรากฏการณ์ และเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ และค้นหาข้อสรุปแล้วนำเสนอข้อมูลแบบพรรณนาความ อธิบายความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แล้วสังเคราะห์ผลโดยอาศัยวัตถุประสงค์หลักในการศึกษา กรอบแนวคิด และ ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร การสื่อสารสุขภาพ และการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับมิติทางวัฒนธรรม มาประมวลผลสร้างข้อสรุปแบบอุปนัยในประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1. วิเคราะห์และสังเคราะห์หารูปแบบการสื่อสารสุขภาพจากแนวทางอาสาศึกษาสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในสถานการณ์โควิด-19 และ 2. วิเคราะห์และสังเคราะห์หากระบวนการสื่อสารสุขภาพจากแนวทางอาสาศึกษาสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในสถานการณ์โควิด-19 โดยแสดงถึงข้อเท็จจริงในการดำเนินการสื่อสารสุขภาพ รวมทั้งปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น เป็นแนวทางสำหรับการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

ผลการวิจัย

รูปแบบและกระบวนการสื่อสารสุขภาพจากแนวทางอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านสถานการณ์โควิด-19 จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มโดยนำเสนอด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ดังนี้
ผลการสัมภาษณ์ตัวแทน อสม.คนที่ 1

กรอบคำถามสำหรับผู้ข้อมูล	ประเด็นที่พบ
รูปแบบและกระบวนการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในสถานการณ์โควิด-19	“อสม.ไม่ใช่แค่เพียงอาชีพ การที่จะดูแลใคร หรือใครจะวางใจเล่าเรื่องป่วยไข้ หรือเรื่องสุขภาพ โรคภัยไข้เจ็บของเขาให้เราฟัง จะต้องอาศัยความไว้วางใจกันเหมือนญาติ ต้องใช้เวลาในการสร้างขึ้นมา เป็นงานที่ต้องสัมพันธ์ผูกพันกับชุมชน ช่วงโควิด-19 อสม.ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ทำความเข้าใจกับชุมชน ทำงานร่วมกับหมอ และสาธารณสุข ออกเคาะประตูบ้านให้ความรู้ ย้ำความสำคัญมาตรการการเว้นระยะห่าง ให้การควบคุมและป้องกันมีประสิทธิภาพมากขึ้น”

ผลการสัมภาษณ์ตัวแทนอสม. คนที่ 2

กรอบคำถามสำหรับผู้ข้อมูล	ประเด็นที่พบ
รูปแบบและกระบวนการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในสถานการณ์โควิด-19	“ตอนนี้เราลงทุกพื้นที่เพื่อตรวจโควิดเลยคะ ทุกพื้นที่ เราต้องค้นหาเรื่องของคนที่ไปต่างจังหวัดหรือไปต่างประเทศ หรือกลุ่มเสี่ยง เราจะค้นว่าบ้านนี้มีกี่คน อย่างสมมติว่าบ้านนี้มีสี่คน เราก็ค้นให้ครบเรียบร้อย ตรวจดูว่ามีใครเป็นไข้ไหม ป่วยไหม แล้วต้องถามเลยว่าคุณไปไหนมาบ้าง เราลงพื้นที่มาหมดทุกบ้านเลย”

ผลการสัมภาษณ์ตัวแทนอสม. คนที่ 3

กรอบคำถามสำหรับผู้ข้อมูล	ประเด็นที่พบ
รูปแบบและกระบวนการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในสถานการณ์โควิด-19	“ช่วงโควิด-19 มาถึง ออกไปตามจุดคัดกรองที่เป็นช่วงรอยต่อ ไปช่วยผู้ใหญ่บ้านและสาธารณสุขคัดกรองคนไข้ตามบ้านและตลาดนัด ทำความเข้าใจให้ความรู้กับชาวบ้านว่าควรปฏิบัติตัวอย่างไร การดูแลและป้องกัน แนะนำว่าต้องกักตัว ต้องดูอาการ วัดไข้ยังไง เพราะชาวบ้านเขาไว้วางใจเรา รอฟังข่าวจากเรา ทุกคนมีความกลัว กลัวเป็นโรค กลัวรักษาไม่หาย หรือบางคนกลัวว่าถ้าต้องกักตัวก็จะได้เจอหน้าครอบครัว”

ผลการสัมภาษณ์ตัวแทนอสม. คนที่ 4

กรอบคำถามสำหรับผู้ข้อมูล	ประเด็นที่พบ
รูปแบบและกระบวนการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในสถานการณ์โควิด-19	“อสม. ถือว่าเป็นด่านหน้าในการเข้าถึงกลุ่มเสี่ยง เป็นคนดูแลสุขภาพคนในชุมชน 1 คนต่อ 10-15 หลังคาเรือน รู้จักทุกหลังคา ทุกคน ทุกซอย ทุกคุ่ม ลูกหลานใครทำงานที่ไหน กลับบ้านมาเมื่อไหร่ ไกล่ชิด คั้นเคย เรียกว่า “คนบ้านเดียวกัน” คือหัวใจสำคัญที่จะช่วยกระตุ้นพฤติกรรมของคนในชุมชน ที่ช่วยกันในการเฝ้าระวังในชุมชน ลดการระบาดของโรค”

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยครั้งนี้ 2 ประเด็น ตามวัตถุประสงค์ คือ

1) รูปแบบการสื่อสารสุขภาพจากแนวทางอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในสถานการณ์โควิด-19 โดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร และกรอบทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับมิติทางวัฒนธรรม สรุปได้ดังนี้

1.ใช้ทักษะการสื่อสาร สร้างการสื่อสารที่เป็นมิตรต้องมีความไวทางสังคมและวัฒนธรรม แสดงออกอย่างเห็นอกเห็นใจ สามารถสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้น 2.ให้ความรู้ในการป้องกันโรคที่จำเป็น สร้างความเข้าใจในการปฏิบัติตัวเพื่อลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ใส่หน้ากาก รักษาระยะห่าง และล้างมือบ่อยๆ และ 3.สร้างเครือข่าย และแนวร่วมการสื่อสารสุขภาพ ขอความร่วมมือไม่ปล่อยข่าวลวง (Fake News) ที่สร้างความตระหนกเกิดขึ้นในพื้นที่ การจัดการแก้ไขข่าวลวงโดยการประสานผู้นำชุมชนให้มีการประกาศ/แก้ไขข่าวอย่างมีประสิทธิภาพ สรุปได้เป็น “เข้าถึง (เคาะประตูบ้าน เข้าถึงทุกคน) เป็นมิตร (สร้างความไว้วางใจ น่าเชื่อถือ) แก้ไขผิด (แก้ไขข้อมูลข่าวสารปลอม) บอกสิ่งปฏิบัติ (ให้ความรู้ในการป้องกัน และสร้างความเข้าใจในการปฏิบัติตัวลดการแพร่ระบาดของโรค)” หรือ “เข้าถึง เป็นมิตร แก้ไขผิด บอกสิ่งปฏิบัติ” ใช้การสื่อสารแบบสองทาง (Two way Communication) มีการสื่อสารโต้ตอบกลุ่มเป้าหมาย เลือกใช้สื่อต่าง ๆ ผสมผสานกันเป็นสื่อผสม (Mixed Media) ทั้งสื่อบุคคลคือตัวอสม. สื่อเฉพาะกิจ และสื่อใหม่ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้รับสารก่อให้เกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์ได้

2) กระบวนการสื่อสารสุขภาพจากแนวทางอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในสถานการณ์โควิด-19 โดยกระบวนการสื่อสารสุขภาพ การอธิบายกระบวนการสื่อสารสุขภาพจากแนวทางอาสาสมัคร

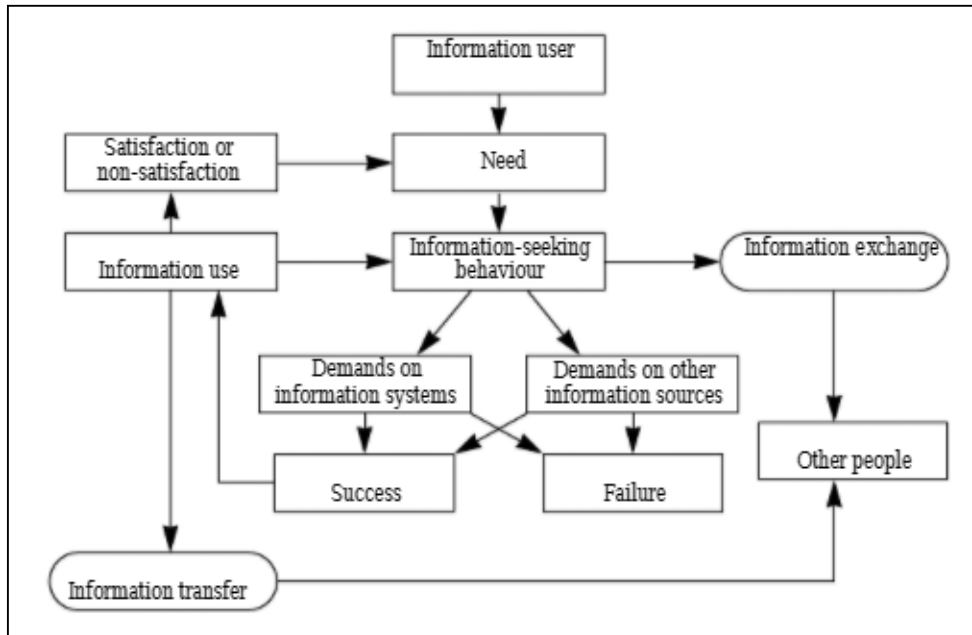
สาธารณสุขประจำหมู่บ้านในสถานการณ์โควิด 19 ตามรูปแบบการสื่อสาร S M C R Model ของ เดวิด เค. เบอร์โล (David K. Berlo) [12] มีองค์ประกอบ ดังนี้ 1. ผู้ส่ง หรือ S (Sender) โดย สื่อสารจาก อสม. ร่วมกับ ผู้นำชุมชน ร่วมเจ้าหน้าที่สาธารณสุข 2. ข้อมูลข่าวสาร หรือ M (Message) ในการกำหนดประเด็นเนื้อหา แบ่งเป็น 1-การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สถานการณ์การระบาดของโรค ซึ่งแจ้งมาตรการควบคุมป้องกันของรัฐ 2-การสื่อสารให้ความรู้เรื่องโรคและข้อปฏิบัติพฤติกรรมสุขภาพและอนามัยในการป้องกันโควิด-19 สำหรับตนเอง และครอบครัว การปฏิบัติตัว ล้างมือให้บ่อย ๆ สวมหน้ากากอนามัย เว้นระยะห่างทางสังคม หลีกเลี่ยงกลุ่มแออัด 3-สร้างความมั่นใจในชุมชนที่มีกลุ่มเสี่ยงพักอาศัยกักกันตัว สื่อสารการอยู่ร่วมในชุมชนได้ แยกอยู่คนละบ้านก็ไม่ติดเชื้อ 3. ช่องทางในการส่งสาร หรือ C (Channel) = สื่อ/ช่องทาง เลือกใช้สื่อต่าง ๆ ผสมผสานกัน ทั้งสื่อบุคคลคือตัวอสม. สื่อเฉพาะกิจ และสื่อใหม่ การรณรงค์ในชุมชน และข่าวสารถ่ายทอดต่อชุมชนในพื้นที่ มีการใช้โซเชียลมีเดีย ผ่าน Facebook ของหน่วยงาน และกลุ่ม Line ของกลุ่มแกนนำชุมชน 4. ผู้รับ หรือ R (Receiver) โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือประชาชนในชุมชนที่ความรับผิดชอบ และกลุ่มเสี่ยงที่เดินทางกลับเข้ามาในชุมชน แสดงให้เห็นถึงการสื่อสารแบบเดิม ซึ่งผู้ส่งสารจะส่งเนื้อหาข่าวสารด้านสุขภาพผ่านสื่อต่าง ๆ ผู้รับสาร แต่การสื่อสารสุขภาพในสถานการณ์โควิด-19 พบว่า ประชาชนมีการค้นหาข่าวสารด้านสุขภาพของชุมชนผู้รับสารที่มีความต้องการสารผ่านสื่อต่าง ๆ จากผู้ส่งสาร ซึ่งแสดงถึงความใส่ใจและต้องการข่าวสารสุขภาพเกี่ยวกับสถานการณ์การระบาด และข้อมูล การปฏิบัติตน เพื่อประโยชน์ในการดูแลป้องกันตนเองและครอบครัวพวกเขาเอง ทำให้การสื่อสารสุขภาพมีการปรับเปลี่ยนบทบาทของผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยผู้รับสารมีลักษณะเป็นเชิงรุก (Active) เปลี่ยนจากคอยรอรับข่าวสารเป็น “ผู้แสวงหาข่าวสาร” สุขภาพในสถานการณ์โควิด-19 เป็นที่โรคใหม่ และมีหลายอย่างที่ยังไม่รู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตนเองและครอบครัวในการระวังและป้องกันโรค รวมถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

อภิปรายผล

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัย ทำให้ทราบถึงรูปแบบการสื่อสารสุขภาพและกระบวนการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในสถานการณ์โควิด-19 ว่ามีความสอดคล้องหรือตรงกับแนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบการสื่อสารสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในสถานการณ์โควิด-19 เป็นการสื่อสารแบบภาวะการณ์ด้านหน้าซึ่งเป็นการสื่อสารแบบเข้าถึงตัว ที่มาจากความไว้วางใจของชุมชน เป็นการสื่อสารแบบที่มีความเห็นอกเห็นใจบวกกับการสื่อสารในภาวะวิกฤต สอดคล้องกับ เคนนิส มอร์ส (Morse) และคณะ [13] ที่อธิบายถึงองค์ประกอบของความเข้าใจ (Morse's components of empathy) ได้แก่ อารมณ์ (Emotive) ความคิด (Cognitive) และพฤติกรรม (Behavioral) ดังเช่น กรณีเหตุการณ์จังหวัดระยองที่ไม่ใช่เพียงการสื่อสารอธิบายถึงโรคภัยไข้เจ็บเท่านั้น แต่เป็นการสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนไม่เกิดความตื่นตระหนก และความหวาดกลัวการระบาดของโรคโควิด-19 จนกระทบกับการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งที่มาของความโกรธของประชาชนมาจากสาเหตุของการติดเชื้อ ต้องคำนึงถึงความเข้าใจเกี่ยวกับชนบประเพณีของสังคมและระบบสังคม (Cultural Awareness) [14] ซึ่งการเข้าใจในความคิดและการแสดงออกของบุคคล เข้ากันได้กับวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ย่อมมีความแตกต่างกันไป เฉพาะถิ่น เฉพาะกลุ่ม สิ่งสำคัญคือต้องใช้การสื่อสารแบบสองทาง (Two way Communication) กลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารควรจะมีการสื่อสารโต้ตอบ เลือกใช้สื่อต่าง ๆ ผสมผสานกันเป็นสื่อผสม (Mixed Media) ทั้งสื่อบุคคลคือตัวอสม. สื่อเฉพาะกิจ และสื่อใหม่ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้รับสาร ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์ได้

2. การอธิบายกระบวนการสื่อสารสุขภาพจากแนวทางอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในสถานการณ์โควิด-19 ตามแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารของ เดวิด เค. เบอร์โล (David K. Berlo) [12] เป็นอธิบายการสื่อสารในด้านกระบวนการสื่อสารว่า ผู้ส่งจะส่งสารอย่างไร ผู้รับจะรับและแปลความหมาย และมีการโต้ตอบกับสารนั้นอย่างไร โดยรูปแบบการสื่อสาร S M C R Model ประกอบด้วย 1. ผู้ส่ง หรือ S (Sender) 2. ข้อมูลข่าวสาร หรือ M (Message) 3. ช่องทางในการส่งสาร หรือ C (Channel) และ 4. ผู้รับ หรือ R (Receiver) คือ ผู้รับสาร เมื่อนำมาใช้ในการสื่อสารสุขภาพ ต้องมีองค์ประกอบให้เหมาะสมกับสถานการณ์เริ่มจากการผู้ส่งสารอสม. มีเป้าหมายอะไร “ผู้รับสารคือใคร” มีลักษณะอย่างไร จากนั้นจึงค่อยออกแบบเนื้อหาและเลือกใช้ช่องทางการสื่อสาร/เลือกสื่อที่เหมาะสม อย่างไรก็ตามการสื่อสารสุขภาพในสถานการณ์โควิด-19 เป็นที่โรคใหม่ และมีความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนบทบาทผู้รับสารโดยผู้รับสารพยายามแก้ปัญหาการขาดข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเปลี่ยนเป็น “ผู้แสวงหาข่าวสาร” ตามทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารในการแก้ปัญหาของวิลสัน (Wilson's model (1999) of Information Seeking Behavior) [15] ดังแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร ตามทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารในการแก้ปัญหาของวิลสัน (Wilson's model (1999) of Information Seeking Behavior)

3. การสื่อสารสุขภาพมีความเป็นมนุษยนิยมที่การผสมผสานระหว่างการสื่อสารและสุขภาพ ซึ่งครอบคลุมเรื่องการสื่อสาร การสร้างค่านิยม แรงบันดาลใจ เมื่อนำมาใช้โดยอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน "อสม." หรือ Village Health Volunteers "VHVs" ที่เป็นจิตอาสาได้รับการฝึกอบรมจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขเป็นระยะเวลากว่า 30 ปี [16] เป็นแกนนำสำคัญทั้งในเชิงรุกและรับในการดูแลส่งเสริมสนับสนุนการจัดกิจกรรม การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดูแลสุขภาพประชาชน และเป็นกลไกสำคัญในการดูแลและเฝ้าระวังการระบาดโควิด-19 ในชุมชน โดยการเยี่ยม ติดตาม ให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง เน้นการค้นหาเชิงรุกที่แตกต่างจากชาติอื่น และเป็นผู้สังเกตอาการ ณ ที่พักอาศัยในแนวทาง (Home quarantine) พร้อมทั้งให้รายงานผลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการทำงานของ อสม. เป็นรูปแบบหนึ่งในการสื่อสารสุขภาพ ทั้งนี้การสร้างความเข้มแข็งในการเฝ้าระวังโรคของชุมชนเป็นกลยุทธ์สำคัญที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์เตรียมความพร้อมและตอบโต้การระบาดของโควิด-19 ซึ่งองค์การอนามัยโลก (WHO) ได้นำองค์ความรู้ในระยะเวลาที่ผ่านมาสังเคราะห์เป็นแผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อให้ประเทศภาคีเครือข่ายนำไปใช้จัดทำแผนปฏิบัติการได้ [17] โดยแนวทางหนึ่งที่ระบุไว้ในแผน คือ การสื่อสารความเสี่ยงและการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยประเทศต่าง ๆ ควรเตรียมความพร้อมเพื่อให้สามารถสื่อสารกับประชาชนทั่วไปได้อย่างรวดเร็ว สม่่าเสมอ

รวมถึงการยกระดับระบบการเฝ้าระวังเหตุการณ์จากชุมชน (Community event-based surveillance) [18] และจัดให้มีการค้นหาผู้ป่วยในชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ประเด็นปัญหาการสื่อสารสุขภาพที่เกิดขึ้นเป็นผลสืบเนื่องจากการขาดแคลนองค์ความรู้เรื่องเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ที่เพียงพอสำหรับการสื่อสารในระยะเริ่มต้นของภาวะระบาดเนื่องจากเป็นโรคอุบัติใหม่ แต่หลังจากการระบาดเข้าสู่ระยะที่สองเริ่มมีทิศทางในการจัดการกับภาวะวิกฤตดังกล่าวมากขึ้น โดยมีความพยายามในการปรับแผนการดำเนินงานด้านการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ควรมีการพัฒนาองค์ความรู้การสื่อสารสุขภาพให้สอดคล้องกับเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสถานะการณ์ทางสุขภาพที่เปลี่ยนแปลงอย่างมาก ทั้งการเผชิญกับการเกิดโรคอุบัติใหม่ และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่จะกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ รวมทั้งภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไปเกิดสื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการสื่อสารสุขภาพให้สอดคล้องกับสถานะการณ์ดังกล่าวเป็นแนวทางการพัฒนา

เอกสารอ้างอิง

1. World Health Organization. (2020). Coronavirus disease (COVID-19) Weekly Epidemiological Update, as of 10 am CEST 23 August 2020. https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200824-weekly-epi-update.pdf?sfvrsn=806986d1_4
2. ABC NEWS. Australians. (2020). Thailand had the world's first coronavirus case outside China. <https://www.abc.net.au/news/2020-06-22/thailand-defies-odds-to-successfully-manage-coronavirus-pandemic/12359632>
3. World Health Organization. (2020). Novel Coronavirus – Thailand (ex-China). <https://www.who.int/csr/don/14-january-2020-novel-coronavirus-thailand-ex-china/en/>
4. World Health Organization. (2020). WHO Thailand Situation Report – 3 / 8 February 2020. https://www.who.int/docs/default-source/searo/thailand/20200208-tha-sitre-03-ncov-final.pdf?sfvrsn=f2aa5c07_0

5. World Health Organization. (2020). WHO Thailand Situation Report – 14 / 5 March 2020. https://www.who.int/docs/default-source/searo/thailand/20200305-tha-sitrep-14-covid-19-final.pdf?sfvrsn=f7f754df_0

6. The International Monetary Fund, or IMF. (2020). POLICY RESPONSES TO COVID-19. Thailand. <https://www.imf.org/en/Topics/imf-and-covid19/Policy-Responses-to-COVID-19#T>

7. World Health Organization. (2020). WHO Thailand Situation Report – 99 / 5 August 2020. https://www.who.int/docs/default-source/searo/thailand/2020-08-5-tha-sitrep-99-covid19-r03.pdf?sfvrsn=50b497a_2

8. Centers for Disease Control and Prevention, or CDC. (2020). COVID-19 Travel Recommendations by Destination. Thailand. <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/travelers/map-and-travel-notice.html>

9. Malay mail. (2020). Thailand named safest holiday destination amid Covid-19 pandemic. <https://www.malaymail.com/news/life/2020/08/13/thailand-named-safest-holiday-destination-amid-covid-19-pandemic/1893426>

10. ROYAL THAI GOVERNMENT. (2020). POLICY RESPONSES TO COVID-19. Thailand. <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/29780>

11. World Health Organization. (2020). Coronavirus disease 2019 (COVID-19). WHO Thailand Situation Report – 12 April 2020. https://www.who.int/docs/default-source/searo/thailand/2020-04-12-tha-sitrep-50-covid19-final0161210534642308b23a2965a57a44c.pdf?sfvrsn=5150506c_0

12. Berlo, David K. The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice. New York: Holt, Rinehart & Winston, 1960.

13. Morse, J.M., Anderson G, Bottorff, J.L, Yonge, O., O'Brien, B., & Solberg, S., McIlveen, K.H. Exploring empathy: a conceptual fit for nursing practice. Journal of nursing scholarship 1992; 24(4); 273-280.

14. William B. Gudykunst, Young Yun Kim. Communicating with Strangers: An Approach to Intercultural Communication. McGraw-Hill, 2003.

15. T.D. WILSON. Journal of Documentation, vol. 55, no. 3, June 1999, pp. 249–270. The Association for Information Management, Staple Hall, Stone House Court, London.

16. Primary Health Care Division (กองสนับสนุนสุขภาพภาคประชาชน), Ministry of Public Health (กระทรวงสาธารณสุข). (2018). ระเบียบกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน พุทธศักราช 2554. http://phc.moph.go.th/www_hss/data_center/dyn_mod/2580.pdf

17. World Health Organization. (2020). 2019 NOVEL CORONAVIRUS (2019-nCoV) STRATEGIC PREPAREDNESS AND RESPONSE PLAN FOR THE SOUTH-EAST ASIA REGION. https://www.who.int/docs/default-source/searo/whe/coronavirus19/covid-19-sprp-whe-searo-feb-2020.pdf?sfvrsn=9ee49760_2

19. International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies. (2017). Community-Based Surveillance: guiding principles. https://media.ifrc.org/ifrc/wp-content/uploads/sites/5/2018/03/CommunityBasedSurveillance_Global-LR.pdf

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ประกันภัยการท่องเที่ยวของธุรกิจประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยว
ในประเทศไทย

Travel Insurance Product Strategy of the Tourist Insurance Business in Thailand

สุรพงษ์ วีระศิลป์ชัย¹

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ประกันภัยการท่องเที่ยวของธุรกิจประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ประกันภัยการท่องเที่ยวของธุรกิจประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย 2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบกลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจ ในธุรกิจประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Methodology Research) ประกอบไปด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กับกลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9-15 ท่าน ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นนักท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 400 ราย โดยสรุปผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้ มีองค์ประกอบได้แก่ การกลยุทธ์การขายช่องทางที่หลากหลาย กลยุทธ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย กลยุทธ์พันธมิตร กลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพของช่องทางขาย กลยุทธ์การรักษาลูกค้า กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด กลยุทธ์บุคลากร นำมาสร้างเป็นองค์ความรู้เรื่องกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ประกันภัยการท่องเที่ยวของธุรกิจประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย

คำสำคัญ: กลยุทธ์, ประกันภัยการท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยว

Abstract

Subject research Travel Insurance Product Strategy for Tourist Insurance Business in Thailand Objectives of the research: 1. To study the tourism insurance product strategy of the tourist insurance business in Thailand 2. To analyze the business's competitive strategy component in the tourist insurance business in Thailand, this research is a combination of research (Mixed-Methodology Research) consisting of quantitative research. (Quantitative

¹ นักศึกษาหลักสูตรดุริยางค์บัณฑิตสาขาวิชาภูมิคุ้มกันกับการบริหาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

Research) and qualitative research (Qualitative Research) with a sample of 9-15 experts. The population used in the quantitative research. There were 400 tourists in Thailand, with a summary of objectives as follows. There are elements including Various sales channel expansion strategies, the multiple product design strategies Alliance strategy Strategies for increasing the potential of sales Customer retention strategy Marketing communication strategy Personnel strategy. This is used to create knowledge about tourism insurance product strategies of the insurance business for tourists in Thailand.

Keywords; strategy, travel insurance, tourists

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์ท่องเที่ยวไทย (มกราคม-มีนาคม 2563) ตลาดต่างประเทศในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2563 สถานการณ์ท่องเที่ยวไทยเผชิญกับอุปสรรคใหญ่หลายประการ ตั้งแต่เดือนมกราคมอย่างต่อเนื่อง แต่อุปสรรคสำคัญที่ส่งผลกระทบต่ออย่างมาก คือ การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ซึ่งจุดให้การเดินทางในเอเชียและไทยลดลงอย่างต่อเนื่อง คาดว่าวิกฤตการณ์ดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อมากกว่าการระบาดของโรคซาร์ส เมื่อปี 2546 เนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัส ทำให้ตลาดจีนหดตัวอย่างรุนแรง และภาคการท่องเที่ยวของไทยก็พึ่งพาตลาดจีนในสัดส่วนที่สูงกว่าอดีต ทั้งนี้คาดว่าไตรมาสแรกปี 2563 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวไทยจะลดลงมากกว่าร้อยละ 20 และจะหดตัวต่อเนื่องไปถึงไตรมาสถัดไป

สำหรับตลาดในประเทศท่องเที่ยวในประเทศไตรมาสที่ 2/2563 แม้ว่าจะมีวันหยุดยาวติดต่อกันหลายช่วงและปิดภาคเรียนฤดูร้อน ที่กลุ่มตลาดหลักชาวไทยคือ กลุ่มครอบครัว กลุ่มเพื่อน ส่วนใหญ่จะนัดหมายออกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนี้ แต่เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจภายในประเทศที่ฟื้นตัวช้า ปัญหาค่าครองชีพส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยระมัดระวังการใช้จ่าย นอกจากนี้ การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่ยังแพร่กระจายในวงกว้าง และไม่มีที่ท่าว่าจะคลี่คลาย ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดภาวะตื่นกลัว วิตกกังวลกลัวการติดเชื้อและหลีกเลี่ยงที่จะเดินทางไปในพื้นที่เสี่ยง ส่งผลให้ภาพรวมท่องเที่ยวในประเทศ มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยลดลงร้อยละ 4 หรือประมาณ 40.31 ล้านคน-ครั้ง และรายได้ลดลงร้อยละ 3 หรือประมาณ 2.51 แสนล้านบาท โดยพื้นที่เมืองหลักมีแนวโน้มจำนวนผู้เยี่ยมเยือนท่องเที่ยวลดลง ในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 5 เนื่องจากเป็นพื้นที่ยอดนิยมของนักท่องเที่ยวคนไทย เมื่อมีปัจจัยลบเกิดขึ้น จึงส่งผลกระทบต่อ

ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนในสต็อกสินค้า การจ้างงาน หรือการจัดกิจกรรมการตลาดที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ประกันภัยการท่องเที่ยวของธุรกิจประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ประกันภัยการท่องเที่ยวของธุรกิจประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบกลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย

แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม

ยุทธศักดิ์ สุภสร (2563) กล่าวว่า การคาดการณ์แนวโน้มการท่องเที่ยวปี 2564 ไว้ภายใต้ 3 สมมติฐาน ในกรณีสถานการณ์เลวร้ายสุดจะมีรายได้ 675,700 ล้านบาท และสถานการณ์ดีที่สุดจะมีรายได้ 1.5 ล้านล้านบาท โดยมีรายละเอียด คือ 1.สถานการณ์การฟื้นตัวเร็ว ในช่วงไตรมาส 2 ของปี 2564 จะมีรายได้จากการท่องเที่ยว 1.52 ล้านล้านบาท แบ่งเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 977,000 ล้านบาท จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 20.5 ล้านคน จากตลาดระยะใกล้จากเอเชียและในอาเซียนเป็นหลัก ด้านนักท่องเที่ยวคนไทย 89.24 ล้านคน/ครั้ง คาดจะสร้างรายได้ 548,341 ล้านบาท 2.ฟื้นตัวระดับปานกลางหรือช่วงไตรมาส 3 ปี 2564 จะมีรายได้จากการท่องเที่ยว 1.1 ล้านล้านบาท เริ่มเปิดให้เที่ยวบินพาณิชย์เข้าไทยในไตรมาส 3 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 12.5 ล้านคน สร้างรายได้ 617,500 ล้านบาท ส่วนนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยคาดมีจำนวน 84.92 ล้านคน/ครั้ง สร้างรายได้ทางการท่องเที่ยว 491,000 ล้านบาท โดยต่างชาติจะมาจากตลาดระยะใกล้เป็นหลัก 3.สถานการณ์ไม่ฟื้นตัวหรือฟื้นตัวช่วงไตรมาส 4 ของปี 2564 เริ่มเปิดให้เที่ยวบินพาณิชย์เข้าไทยบนสถานการณ์แพร่ระบาดทั่วโลกไม่สามารถควบคุมได้ เศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก จะส่งผลให้รายได้ท่องเที่ยวอยู่ที่ 675,700-754,800 ล้านบาท แบ่งเป็นต่างประเทศ 296,000 ล้านบาท จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 6.14 ล้านคน ขณะที่คนไทยแบ่งเป็น 2 กรณี กรณีที่ 1 ล็อกดาวนบางจังหวัดท่องเที่ยวหลัก หรือเมืองรอง เศรษฐกิจภาพรวมไตรมาส 2 ติดลบ 3% เทียบกับปี 2562 มีจำนวนนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทย 76.20 ล้านคน/ครั้ง รายได้ 458,800 ล้านบาท กรณีที่ 2 ล็อกดาวนทั้ง

ประเทศ และเศรษฐกิจปี 2564 ติดลบ 8% เทียบกับปี 2563 คาดจะมีนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยประมาณ 68.40 ล้านคน/ครั้ง สร้างรายได้ 379,700 ล้านบาท

สำหรับการประกันรับลูกค้าสายล่อความ “เปิดประเทศ” ดึงต่างชาติเที่ยวไทย ชงโมเดลทำประกัน “โควิด-19” กรณีรัฐจ่ายค่าเบี้ยอยู่ที่ราว 1,550-2,100 บาทต่อหัว คุ่มครอง 3 ล้านบาท ซึ่งหากเลือกแนวทางให้นักท่องเที่ยวซื้อเองต้องคิดเบี้ยแพงกว่า เมษายนนี้ยังไม่มียุทธศาสตร์ต้องรอ คปภ. ททท. ขอเบ็ดเตล็ดการรับประกันให้ชัดเจนอีกที่แหล่งข่าวจากสมาคมประกันวินาศภัยไทย เปิดเผย “ประชาชาติธุรกิจ” ว่า เมื่อวันที่ 19 มิ.ย. 2563 สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ได้หารือร่วมกับสมาคมประกันภัยไทยและสมาคมประกันวินาศภัยไทย เพื่อหาแนวทางทำประกันให้นักท่องเที่ยวต่างชาติตามข้อเสนอการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) นโยบายรัฐที่เตรียมเปิดประเทศเพื่อท่องเที่ยวอย่างจำกัด (travel bubble) โดยให้นักท่องเที่ยวบางประเทศที่สามารถควบคุมดูแลโรคติดต่อได้ดีเข้ามากลุ่มแรก ทั้งนี้ แนวทางเบื้องต้นจะมีกรรมวิธีประกันภัยคุ้มครองเฉพาะไวรัสโควิด-19 โดยทางสมาคมประกันวินาศภัยไทยได้เสนออัตราเบี้ยที่ 50 เหรียญสหรัฐต่อราย (ประมาณ 1,550 บาท) คุ่มครองค่ารักษาพยาบาลขั้นโคม่า 1 แสนเหรียญสหรัฐต่อราย (ประมาณ 3 ล้านบาท) ขณะที่สมาคมประกันภัยไทยเสนออัตราเบี้ยที่ 70 เหรียญสหรัฐต่อราย (ประมาณ 2,100 บาท) คุ่มครองที่ 1 แสนเหรียญสหรัฐต่อรายเท่ากัน ซึ่งแนวทางดังกล่าวเป็นกรณีให้รัฐเป็นผู้จ่ายเบี้ยเหมาหรือซื้อแจก ส่วนกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติจ่ายค่าเบี้ยเอง อัตราเบี้ยประกันจะต้องแพงขึ้น

เนื่องจากอัตราเบี้ยที่คำนวณไว้แล้วนั้น เป็นกรณีบริษัทประกันไม่ต้องออกกรมธรรม์ไม่มีค่าใช้จ่ายในการรับประกัน มีแค่ค่าใช้จ่ายในการทำเคลม ฉะนั้น ถ้านักท่องเที่ยวต่างชาติจ่ายเบี้ยเองจะเป็นอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งต้องไปคิดระบบว่าจะซื้อประกันอย่างไร ใครจะรับประกัน และใครจะเป็นคนตรวจสอบ โดยจากการประชุมยังไม่มียุทธศาสตร์ ซึ่งสมาคมขอให้ คปภ. ไปพูดคุยกับ ททท. ให้ชัดเจนก่อนว่าต้องการรูปแบบไหน ใครจะเป็นคนจ่ายเบี้ย และจะให้เสนอเบี้ยความคุ้มครองกี่วัน จำนวนนักท่องเที่ยวเท่าใด รวมถึงรัฐจะมีมาตรการพื้นที่กักกันโรคหรือไม่ ทั้งนี้ สิ่งที่ต้องกำหนดให้ชัดเจนก็คือ เงื่อนไขระยะเวลารอคอย (waiting period) หรือระยะที่ไม่คุ้มครอง เพราะโรคโควิด-19 ไม่ได้แสดงผลตั้งแต่วันแรก ซึ่งเงื่อนไขข้อนี้สำคัญเพราะจะสะท้อนอัตราเบี้ยประกันว่าจะถูกหรือแพง อยู่ที่รัฐจะให้กำหนดกี่วัน ถ้ายิ่งวันน้อยเบี้ยก็แพง อย่างไรก็ตามคงต้องเคาะแนวทางให้ชัดเจนมาก่อน แต่น่าจะทัน สอดรับกับมาตรการ travel bubble เพราะหากได้ข้อสรุปทั้งสองสมาคมก็สามารถนำข้อเสนอมาดำเนินการได้แค่ในเวลา 3-7 วัน

สุทธิพล ทวีชัยการ (2563) กล่าวว่า เบื้องต้นเข้าใจว่านักท่องเที่ยวต่างชาติต้องเป็นคนจ่ายเบี้ยประกันเอง แต่ก็ถือเป็นมาตรการที่จะเป็นประโยชน์ต่อประเทศ ถ้าจะเปิดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจในประเทศ โดยการประกันภัยในลักษณะนี้ ก็ต้องขอความร่วมมือภาคธุรกิจ ทั้งเงื่อนไขความคุ้มครอง การกำหนดอัตราเบี้ยประกันภัย และระยะเวลาที่จะรับประกัน และอานนท์ วัจวสุ (2563)กล่าวว่า การเข้าไปรับประกันภัยคงขึ้นอยู่กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเปิดให้เข้ามาด้วย โดยหากเปิดให้เข้ามาภาคธุรกิจประกันก็อาจรับไม่ไหว เพราะมีความเสี่ยงในการขาย (acquisition risk) สูง ซึ่งอาจจะกระทบความพอเพียงของเงินกองทุน กรณีนี้เทียบกับสมัยที่มีการเดินขบวนประท้วงที่ปิดสนามบิน และตอนรัฐประหารใหม่ ๆ ที่มีกฎอัยการศึก แล้วนักท่องเที่ยวไม่กล้าเข้ามาประเทศไทยเพราะเป็นข้อยกเว้นของกรมธรรม์ประกันภัย ทางรัฐบาลก็ตัดสินใจจะซื้อประกันแจก ซึ่งตอนนั้นมองว่าความเสี่ยงต่ำ แต่ปัจจุบันความเสี่ยงสูงมาก ประกันจึงต้องรับเบี้ยแพง

คณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (2563) กล่าวว่า การบูรณาการหน่วยงานภาครัฐ และภาคธุรกิจประกันภัย 16 ราย ได้เสนอกรมธรรม์โควิด-19 รับประกันภัยนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้วยเบี้ยฯ 1,600-43,200 บาทต่อความคุ้มครอง 3.2 ล้านบาท ซึ่งตามที่ศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) กำหนดให้ชาวต่างชาติสามารถเดินทางเข้ามาในประเทศไทยได้ โดยต้องทำประกันภัยเพื่อคุ้มครองโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยตลอดระยะเวลาที่อยู่ในประเทศไทย ดังนั้น เพื่อรองรับนโยบายภาครัฐดังกล่าว สำนักงาน คปภ. จึงได้หารือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงการต่างประเทศ กรมควบคุมโรค สมาคมประกันวินาศภัยไทย และสมาคมประกันภัยไทย เพื่อจัดทำกรมธรรม์ประกันภัยรองรับกลุ่มชาวต่างชาติที่สามารถเดินทางเข้ามาในประเทศไทย สำหรับนายทะเบียนได้ลงนามในคำสั่งทะเบียน เรื่อง ให้ใช้แบบ ข้อความ และอัตราเบี้ยประกันภัยของกรมธรรม์ประกันภัยคุ้มครองชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2563 โดยการดำเนินการขายจะกระทำผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (Online) และเน้นให้ความสำคัญคุ้มครองกลุ่มชาวต่างชาติที่มีคุณสมบัติเป็นผู้ถือหนังสือที่รับรองว่าเป็นบุคคลที่เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรได้ (Certificate of Entry) มีใบรับรองแพทย์ที่ยืนยันว่าผู้เดินทางมีสุขภาพเหมาะสมต่อการเดินทาง (Fit to Fly Health Certificate/ Fit to Travel Health Certificate) และมีใบรับรองแพทย์ที่ยืนยันว่าผู้เดินทางดังกล่าวไม่มีเชื้อโรคโควิด-19 ด้วยวิธี RT-PCR โดยมีระยะเวลาไม่เกิน 72 ชั่วโมงก่อนการเดินทาง ซึ่งเริ่มต้นให้ความคุ้มครอง เมื่อผู้เอาประกันภัยเดินทางถึงประเทศไทยและผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองขาเข้า

ของประเทศไทยแล้ว สำหรับความคุ้มครองตามกรมธรรม์ประกันภัย จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1. กรณีการเสียชีวิต ที่มีสาเหตุมาจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยให้ความคุ้มครองกรณีผู้เอาประกันภัยที่เสียชีวิตด้วยโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) บริษัทจะจ่ายผลประโยชน์/ค่าทดแทน เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดการงานศพ และค่าใช้จ่ายในการส่งศพหรืออัฐิลับประเทศ เท่ากับวงเงินเอาประกันภัย จำนวน 3,200,000 บาท และ 2. การรักษาพยาบาลจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยให้ความคุ้มครองผู้เอาประกันภัย ที่ได้รับการวินิจฉัยจากแพทย์ว่า ป่วยจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) จนเป็นเหตุให้ต้องได้รับการรักษาพยาบาลและรักษาพยาบาลต่อเนื่อง ซึ่งเกิดขึ้นในระยะเวลาที่คุ้มครองสำหรับการรักษาในโรงพยาบาล สถานพยาบาล หรือคลินิก ไม่ว่าจะในฐานะผู้ป่วยในหรือผู้ป่วยนอก ซึ่งบริษัทจะจ่ายผลประโยชน์หรือค่าทดแทน สำหรับค่าใช้จ่ายที่จำเป็นและสมควร ตามความจำเป็นและมาตรฐานทางการแพทย์ ตามจำนวนเงินที่ต้องจ่ายจริง แต่ไม่เกินวงเงินเอาประกันภัย จำนวน 3,200,000 บาท โดยชาวต่างชาติที่มีความประสงค์จะเดินทางเข้ามาในประเทศไทย และมีคุณสมบัติตามที่กำหนด ต้องจ่ายค่าเบี้ยประกันภัยตามระยะเวลาคุ้มครองเริ่มต้น ตั้งแต่ระยะเวลาไม่เกิน 30 วัน ไปจนถึงสูงสุดไม่เกิน 1 ปี และแบ่งตามความเสี่ยงของประเทศต้นทาง ได้แก่ ประเทศที่มีความเสี่ยงต่ำ มีอัตราเบี้ยประกันภัยระหว่าง 1,600 – 14,400 บาท ประเทศที่มีความเสี่ยงปานกลาง มีอัตราเบี้ยประกันภัยระหว่าง 2,560 – 23,040 บาท และประเทศที่มีความเสี่ยงสูง มีอัตราเบี้ยประกันภัยระหว่าง 4,800 – 43,200 บาท ทั้งนี้อัตราเบี้ยประกันภัยดังกล่าวได้รวมอากรแสตมป์และภาษีแล้ว

ในส่วนของการรับประกันภัย เป็นการดำเนินการร่วมกันระหว่างบริษัทประกันวินาศภัย และบริษัทประกันภัยในรูปแบบ Co-Insurance จำนวน 16 บริษัท ประกอบด้วย บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) บริษัท ซันเบิร์กประกันภัย จำกัด (มหาชน) บริษัท นวกิจประกันภัย จำกัด (มหาชน) บริษัท ประกันภัยไทยวิวัฒน์ จำกัด (มหาชน) บริษัท แปซิฟิก ครอสประกันสุขภาพ จำกัด (มหาชน) บริษัท ฟอลคอนประกันภัย จำกัด (มหาชน) บริษัท มิตรแท้ประกันภัย จำกัด (มหาชน) บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด (มหาชน) บริษัท สิ้นมั่นคงประกันภัย จำกัด (มหาชน) บริษัท อาคเนย์ประกันภัย จำกัด (มหาชน) บริษัท เอเชียประกันภัย 1950 จำกัด (มหาชน) บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ไทยสมุทรประกันภัย จำกัด (มหาชน) สำหรับการพัฒนารูปแบบกรมธรรม์ประกันภัย ที่ให้ความคุ้มครองชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เป็นการนำระบบประกันภัยเข้ามาบริหารความเสี่ยง เพื่อรองรับ

นโยบายภาครัฐ ภายใต้มาตรการผ่อนปรนแต่ละระยะ โดยดำรงไว้ซึ่งมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศในสถานการณ์ปัจจุบัน ความสำคัญของการประกันภัยนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่ง ดังนั้น บริษัทประกันภัยจึงแข่งขันกันออกผลิตภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้เพิ่มมากขึ้น และลดข้อจำกัดเงื่อนไขในการทำประกันภัยการท่องเที่ยว

วิธีการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจประกันภัยการท่องเที่ยวของธุรกิจประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนี้ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Methodology Research) ประกอบไปด้วย

1. ขั้นตอนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9-15 ท่าน และด้วยเทคนิคการสนทนากลุ่ม เป็นผู้จัดการฝ่ายขาย และ พนักงานขาย ที่เป็นตัวแทนประกันภัย และมีผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องทางด้านพฤติกรรมการตัดสินใจประกันภัยการท่องเที่ยวของธุรกิจประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 7 ท่าน

2. ขั้นตอนการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาและพัฒนาพฤติกรรมการตัดสินใจประกันภัยการท่องเที่ยวของธุรกิจประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทยนำมาสร้างเป็นองค์ความรู้เรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจประกันภัยการท่องเที่ยวของธุรกิจประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นนักท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 400 ราย

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จำกัดขอบเขตการศึกษาเฉพาะการวางแผนทำประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการตัดสินใจประกันภัยการท่องเที่ยวของธุรกิจประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยศึกษาจากรูปแบบ กรมธรรม์ประกันภัยที่ได้รับความนิยมแพร่หลายของบริษัทประกันภัย 3 บริษัท คือ บริษัท เอไอเอ จำกัด บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ศึกษาการวางแผนทำประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการตัดสินใจประกันภัยการท่องเที่ยวของธุรกิจประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย และกลยุทธ์ในการแข่งขันของประกันภัย

สำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ การกลยุทธ์การขยายช่องทางการขายที่หลากหลาย กลยุทธ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย กลยุทธ์พันธมิตร กลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพของช่องทางการขาย กลยุทธ์ การรักษาลูกค้า กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด กลยุทธ์บุคลากร วิเคราะห์รูปแบบกิจกรรมของบริษัท ประกันภัยจำนวน 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท เอ ไอ เอ จำกัด บริษัท เมืองไทย ประกันชีวิต จำกัด(มหาชน) บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) พบว่า การวางแผนการทำประกันภัย เป็นการวางแผนทำประกันภัย รวมถึง ความรู้ ความเข้าใจ และการให้ความสำคัญในการทำประกันภัยของธุรกิจประกันภัยสำหรับ นักท่องเที่ยวในประเทศไทยในกรุงเทพมหานคร กลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจประกันภัย เป็นแนวทางที่ ทำให้ธุรกิจประกันภัยประสบความสำเร็จหรือเกิดการได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ ประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นการวิเคราะห์สิทธิประโยชน์ ความคุ้มครอง รายละเอียด เงื่อนไขของผลิตภัณฑ์ประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย กลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจ ประกันภัย เป็นแนวทางที่ทำให้ธุรกิจประกันภัยประสบความสำเร็จหรือเกิดการ ได้เปรียบทางการแข่งขัน กลยุทธ์การขยายช่องทางการขายที่หลากหลาย (Multi-Channel Strategy) เป็นช่องทางการขายประกันภัย นอกจากช่องทางการขายเดิมที่ขายผ่านช่องทางตัวแทน ประกันภัยเป็นหลัก ได้แก่ช่องทางการขายผ่าน โทรศัพท์ ช่องทางการขายผ่านทางธนาคาร ช่อง ทางการขายผ่านทางอีเมล อินเทอร์เน็ต ช่องทางการขาย ผ่านนายหน้า ช่องทางการขายผ่านพันธมิตร คู่ค้า ช่องทางการขายให้พนักงานองค์กร ช่องทางการขายทาง โทรศัพท์ เป็นต้น กลยุทธ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย (Multi Product Strategy) เป็นการออกแบบ ผลิตภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ ของบริษัทประกันภัย เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของ ลูกค้าที่มีความ หลากหลายเนื่องจากปัจจัยทางสังคม สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สาธารณสุข ทำให้ความ ต้องการของผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์ประกันภัยแตกต่างกันออกไป ลูกค้าคนเดียวกันหากซื้อผ่าน ช่องทางที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมการซื้อและความต้องการไม่เหมือนกัน ผู้บริโภคจะมีการทบทวนความ ต้องการแบบประกันภัยให้สอดคล้อง เหมาะสมกับช่วงระยะเวลา บริษัทประกันภัยจึงจำเป็นต้องมี ความเข้าใจความต้องการของลูกค้าเพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย กลยุทธ์พันธมิตร (Alliance Strategy) เป็นการ มองหาพันธมิตรทางธุรกิจ ของบริษัทประกันภัยเพื่อร่วมกันสร้างการเติบโตทางรายได้ให้กับทั้งบริษัท ประกันภัยเองและและ พันธมิตร ซึ่งปัจจุบันบริษัทประกันภัยร่วมกับธนาคารในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผ่านทางธนาคาร กลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพของช่องทางการขาย (Existing-Channel Growth Strategy) เป็นการพัฒนาให้ผู้ขายสามารถจูงใจให้ลูกค้าหรือผู้เอาประกันซื้อประกันมากขึ้น หรือซื้อหลายแบบมากขึ้น เป็นการสร้างรายได้ให้แก่บริษัทมากขึ้น การพัฒนาให้พนักงานขายมี ผลงานขายอย่างสม่ำเสมอ รวมถึง

การคัดเลือกพนักงานขายใหม่ ๆ กลยุทธ์การรักษาลูกค้า (Customer Retention Strategy) เป็นการรักษาลูกค้าเดิมให้คงอยู่กับบริษัทประกันภัยเป็นสิ่งท้าทาย การได้ลูกค้ารายใหม่โดยไม่สนใจลูกค้ารายเดิม ย่อมไม่เป็นผลดีต่อการเติบโตของบริษัทประกันภัย เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการหาลูกค้ารายใหม่จะสูง กว่าลูกค้าเดิม การต่ออายุของลูกค้ารายเดิมบริษัทประกันภัยจะเริ่มมีกำไร ยิ่งลูกค้าอยู่กับบริษัท นานก็ยิ่งเพิ่มโอกาสในการสร้างกำไร ดังนั้น การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ดี จึงจำเป็นสำหรับการ รักษาลูกค้า บริษัทประกันภัยต้องทำความรู้จักและเข้าใจลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่อยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้บริษัทยังมีโอกาสในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยเพิ่มเติมได้อีกด้วย กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่นำมาใช้เพื่อสร้างยอดขายให้ได้ตามที่วางแผนไว้ และครองส่วนแบ่ง การตลาดเพิ่มขึ้น กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดที่นิยมใช้ ประกอบด้วยด้านการโฆษณา (Advertising) ด้านการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ด้านการขาย โดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) ด้านการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ด้านการตลาดทางตรง (Direct Marketing) และด้านการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) ภายใต้สภาพการแข่งขันที่รุนแรงใน ตลาดประกันภัยที่เป็นตลาดขนาดใหญ่ รวมทั้งการออกผลิตภัณฑ์ประกันภัยของแต่ละบริษัทที่มี ความคล้ายคลึงกัน บริษัทประกันภัยจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการบริหารและเครื่องมือการ สื่อสารการตลาดเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อของลูกค้า และสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขันได้อีกทางหนึ่ง กลยุทธ์บุคลากร (Human Resource Strategy) เป็นการพัฒนากุณภาพของฝ่ายขายของบริษัทประกันภัยให้มีความน่าเชื่อถือ เป็นที่ไว้วางใจของลูกค้า ปฏิบัติให้เป็นไปตาม จรรยาบรรณของตัวแทนประกันภัยและการสร้างคุณภาพการบริการที่ดี



ภาพที่ 1 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ประกันภัยการท่องเที่ยวของธุรกิจประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีองค์ประกอบได้แก่ การกลยุทธ์การขยายช่องทางขายที่หลากหลาย กลยุทธ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย กลยุทธ์พันธมิตร กลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพของช่องทางการขาย กลยุทธ์การรักษาลูกค้า กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด กลยุทธ์บุคลากร นำมาสร้างเป็นองค์ความรู้ เรื่องกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ประกันภัยการท่องเที่ยวของธุรกิจประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่ประเทศไทย แนวคิดการเปิดให้ชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยอย่างค่อยเป็นค่อยไปเป็นสัญญาณเริ่มต้นที่ดีต่อธุรกิจภาคการท่องเที่ยวเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2563 ที่ผ่านมา คณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบหลักการแนวทางการเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในไทย

เพิ่มเติม ได้แก่ กลุ่มชาวต่างชาติที่ต้องการเดินทางมาพำนักระยะยาว ประเภทพิเศษ หรือ Special Tourist Visa (STV) ซึ่งสามารถอาศัยอยู่ในประเทศไทยได้ 90 วัน และสามารถขอต่อวีซ่าได้อีก 2 ครั้ง ครั้งละ 90 วัน รวมเป็นระยะเวลา 270 วัน โดยในเบื้องต้นจะเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในเดือนตุลาคม 2563 นี้ โดยเบื้องต้นจะมีการกำหนดจำนวนชาวต่างชาติที่จะเดินทางเข้ามาในประเทศไทยสัปดาห์ละ 100-300 คน แต่นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา ยังคงต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ทางการกำหนด เช่น การยินยอมกักตัวในห้องพักเป็นเวลา 14 วัน และต้องผ่านหลักเกณฑ์ตามที่กระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนด โดยใช้บังคับตั้งแต่วันประกาศจนถึงวันที่ 30 กันยายน 2564 ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2563) พบว่า แนวทางดังกล่าว นับเป็นผลดีต่อภาคการท่องเที่ยวของไทยที่ปัจจุบันภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและแรงงานกำลังเผชิญกับปัญหาอย่างหนัก จากรายได้ที่หดหายไป (การระบาดของโควิด-19 ทำให้ประเทศสูญเสียโอกาสจากการใช้จ่ายของชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2563 นี้ เป็นมูลค่าประมาณ 7.87 แสนล้านบาท) แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาในแต่ละเดือนยังจำกัด แต่ก็ช่วยให้เกิดกิจกรรมหมุนเวียนในธุรกิจท่องเที่ยวได้บ้าง เพราะเป็นกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง อย่างไรก็ตาม ยังคงต้องติดตามรายละเอียดข้อกำหนด หลักการปฏิบัติและการกำหนดพื้นที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ ซึ่งขณะนี้ทางหน่วยงานภาครัฐและผู้เกี่ยวข้องอยู่ระหว่างการวางแผนเตรียมความพร้อมเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชน สำหรับโครงการ STV ล่าสุดนี้ แม้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอาจจะไม่มากเมื่อเทียบกับช่วงก่อนเกิดการระบาดของโควิด-19 และหากในช่วง 2 เดือนสุดท้ายของปีนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาตามเป้าหมายก็อาจจะสร้างรายได้เพิ่มขึ้นเป็นมูลค่าประมาณ 1,500-2,200 ล้านบาท ซึ่งประมาณการภายใต้สมมติฐานที่ขึ้นอยู่กับระยะเวลาและความพร้อมของทางการ โดยคาดว่านักท่องเที่ยวต่างชาติอาจจะเดินทางเข้ามาในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2563 นี้เป็นต้นไป

สรุป

การวางแผนทำประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อให้ทราบความเข้าใจและ ความต้องการทำประกันภัยนักท่องเที่ยว และกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ประกันภัยการท่องเที่ยวที่ธุรกิจประกันภัยมองเห็นช่องทางในการสร้างผลกำไร ขยายฐานธุรกิจ เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวในประเทศไทยในอนาคตจะมีจำนวนมากขึ้นเกิด การประหยัดจากขนาดในการดำเนินธุรกิจ การแข่งขันกันออกผลิตภัณฑ์ประกันภัยนักท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ มา ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ากลุ่มประกันภัยนักท่องเที่ยวที่มีกลุ่ม

ใหญ่มากขึ้นในอนาคต แต่ละบริษัทประกันภัยต่าง มุ่งแข่งขัน และนำเสนอจุดเด่นผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อจูงใจให้ลูกค้ากลุ่มประกันภัยนักท่องเที่ยวได้ตระหนัก และเห็นความสำคัญในการทำประกันภัยนักท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับผู้ที่กำลังมองหาประกันภัยนักท่องเที่ยวในแบบที่ต้องการ ซึ่งปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ประกันภัยนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องตลาดมีอยู่มากมาย หลากหลาย ประเภท เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า บริษัทประกันภัยแต่ละบริษัทจะใช้กลยุทธ์ใดบ้างในการแข่งขันขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยนักท่องเที่ยวตลอดจนวิเคราะห์รูปแบบกรรมวิธีประกันภัยนักท่องเที่ยว ที่แข่งขันกันออกมานั้น เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้นักท่องเที่ยวในประเทศไทยเกิดทางเลือกในการทำ ประกันภัยนักท่องเที่ยวที่ตรงตามความต้องการ ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ธุรกิจประกันจะเข้ามามีบทบาทในการรองรับสถานะการประกันภัยนักท่องเที่ยวในอนาคต ซึ่งถือได้ว่าเป็นความท้าทายใหม่กับตลาดธุรกิจประกันภัย เพราะนอกจากจะเป็นการสร้างผลประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับองค์กร แล้ว ถือว่ายังเป็นภาระหลักประกันสุขภาพที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวในประเทศไทยอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

บุญใจ ศรีสถิตยัณราภรณ์. (2550). **ระเบียบวิธีการวิจัย: แนวทางปฏิบัติสู่ความสำเร็จ**. กรุงเทพฯ: ยูแอนดีไอ อินเตอร์ มีเดีย.

ยุพาวรรณ วรณวนาณิชย์. (2549). **การตลาดบริการ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฎ์ และคณะ (2553) **การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic management**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: อินเฮาส์ โนว์โลจ.

สุกัลยา ฉัตรงามวิจิตร. (2541). **การศึกษาลักษณะตลาดและภาวะการแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Kotler, Philip. (1997). **Definition of Marketing & Service**. New Jersey: Asimmon&Schuster.

John A Perce, and Richard B. Robinson. **Formulation, Implementation, and Control of Competitive Strategy**. 11th ed. New York: McGraw-Hill, 2009.

Pitts, Robert A. and Lei, David. (2000). **Strategic Management: Building and Sustaining Competitive Advantage**. 2nd U.S.A.: South-Western Publishing.

Robins, S.P. and Coulter, M. (2002). **Management**. New Jersey: Prentice-Hall.

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บังคับกองพันทหารสารวัตร
กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหารสารวัตร¹
STRATEGIC LEADERSHIP COMMANDER OF THE INSPECTORATE BATTALION AND WORK
PERFORMANCE OF MILITARY INSPECTOR

สุรศักดิ์ กลัญชัย (Surasak Karunchai)²
อุษณี มงคลพิทักษ์สุข (Usanee Mongkolpitaksuk)³

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ 2) ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และ 3) สหสัมพันธ์ของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหารสารวัตร จำนวน 66 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการศึกษา พบว่า ค่าเฉลี่ยภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหารสารวัตรอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บังคับกองพันทหารสารวัตร มีสหสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหารสารวัตร ($r = .457$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ / ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

Abstract

This article aimed to study 1) strategic leadership 2) work performance and 3) the correlation between strategic leadership and work performance of military inspector. The sample was 66 officers who selected through random simple sampling. Data were collected by questionnaire. The hypotheses were analyzed using Pearson's Correlation. The result showed that the mean score of strategic leadership and work performance were the average level. An analysis of hypotheses found that the statistically significant correlation between strategic leadership and work performance ($r = .457$) at .01.

Keyword: Strategic Leadership/ Work Performance

¹บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์เรื่อง “ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บังคับกองพันทหารสารวัตรกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหารสารวัตร”

²นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

³อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

บทนำ

เหล่าทหารสารวัตรได้ชื่อว่าเป็นหนึ่งในเหล่าสายงานเทคนิค และเป็นฝ่ายกิจการพิเศษของกองทัพอันเนื่องมาจากลักษณะเฉพาะของภารกิจที่มีความแตกต่างจากทหารเหล่าอื่น โดยทั่วไปอย่างเห็นได้ชัดจากการฝึกอบรมที่มีลักษณะเฉพาะเหล่าหลายประการ เช่น ความรู้ด้านกฎหมาย ทักษะการใช้อาวุธประจำกาย การต่อสู้ด้วยมือเปล่า การอารักขาบุคคลสำคัญ การให้การจราจรและการนำขบวน ที่ได้กำหนดไว้ในหลักสูตรของเหล่า ได้แก่ หลักสูตรพลสารวัตร นายสิบชั้นต้น นายสิบอาวุโส ชั้นนายร้อย ชั้นนายพัน

สำหรับ กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย เมื่อมีภารกิจที่ได้รับมอบหมายจากหน่วยที่ขอรับการสนับสนุน เจ้าหน้าที่ทหารสารวัตร รถนำขบวน ก็จะมีการเรียกประชุมเพื่อจัดกำลังพล ทั้งนายทหารชั้นประทวนและชั้นสัญญาบัตร จากส่วนต่างๆ เพื่อจัดหัวหน้าชุดเพื่อประสานงานและควบคุมการปฏิบัติ ทั้งนี้ ก่อนออกคำสั่งให้กำลังพลของหน่วยไปปฏิบัติหน้าที่ตามการร้องขอ จักต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้บังคับกองพันเสียก่อนจึงจะสามารถออกไปปฏิบัติหน้าที่ได้ ซึ่งที่ผ่านมามีการปฏิบัติให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ส่วนหนึ่งจึงขึ้นอยู่กับภาวะผู้นำของผู้บังคับกองพัน โดยเฉพาะด้านภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ด้วยเหตุที่ว่า ผู้บังคับกองพันมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จในการปฏิบัติภารกิจของผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งคุณลักษณะสำคัญของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์นั้น ประกอบด้วย ความเข้าใจระดับสูง ในการจัดการรวบรวมข้อมูลที่หลากหลายมาทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ กำหนดแนวทางในการพัฒนา การสร้างโอกาสสำหรับอนาคตโดยมีการวางแผนแบ่งเป็นระยะสั้น ยาว การจัดลำดับความเร่งด่วนของปัญหาได้อย่างมีระบบ มีการทำงานเชิงรุก หรือแนวคิดเชิงปฏิวัติ คือ มีการคิดนอกกรอบเพื่อช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทั้งวิถีคิดและวิธีการปฏิบัติ ตลอดจนมีเทคนิคใหม่ที่มีความทันสมัย

กระนั้นก็ดี การที่ผู้บังคับกองพันจะต้องมีปรับเปลี่ยนโยกย้ายตามวาระโยกย้ายประจำปีของกองทัพ ซึ่งการโยกย้ายแต่ละครั้งระบบได้เปิดช่องให้ผู้บังคับบัญชาระดับสูงเป็นผู้พิจารณา ซึ่งมักใช้ระบบอุปถัมภ์และการโยกย้ายข้ามสายงานอยู่เป็นเนืองๆ ผู้บังคับกองพันหรือผู้บังคับบัญชาที่เข้ารับหน้าที่ในตำแหน่งใหม่ จึงทำงานไม่ตรงกับความสามารถ หรือความชำนาญ อาทิ ผู้บังคับหน่วยที่มีความสามารถในด้านการคุมกำลังรบถูกปรับย้ายไปปฏิบัติหน้าที่ด้านงานสารบัญ ผู้บังคับหน่วยที่มีความชำนาญในการพัฒนาพื้นที่ การก่อสร้าง ถูกปรับย้ายไปทำงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ฯลฯ อันนำมาซึ่งการขาดประสิทธิภาพในการบังคับบัญชาในที่สุด

การศึกษาว่าภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บังคับกองพันในปัจจุบันว่าอยู่ในระดับใด และภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บังคับกองพันมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน ของกองพันทหารสารวัตรหรือไม่ มากน้อยเพียงใด จะเป็นผลทำให้สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย นำข้อมูลที่ได้รับไปใช้เพื่อพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บังคับกองพันได้อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1) เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บังคับกองพันทหารสารวัตร 2) เพื่อศึกษาประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหารสารวัตร 3) สหสัมพันธ์ของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหารสารวัตร

วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นกำลังพลกองพันทหารสารวัตร ได้แก่ นายทหารสัญญาบัตร นายทหารชั้นประทวน จำนวน 66 นาย ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ สถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product-moment correlation)

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ เป็นรูปแบบของผู้นำที่จะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการ วางแผน คิดวิธีการ และเทคนิคใหม่ๆ เพื่อใช้พัฒนากลยุทธ์ โดยเอาปัจจัยทั้งภายในและภายนอกมาประกอบการตัดสินใจ เพื่อสร้างโอกาสสำหรับอนาคต ทำให้เกิดการ ทำงานร่วมกัน กำหนดทิศทางขององค์กรที่ชัดเจน พร้อมปรับตัวให้เพื่อรองรับกับสถานการณ์ต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ทำให้เกิดการดำเนินงานที่เป็นระบบ มีการตัดตัดสินใจที่ถูกต้อง สร้างความเข้าใจให้กับผู้ร่วมงาน รู้ว่าต้องการให้องค์กรเป็นอย่างไร ทำให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมาย ผู้ศึกษาได้เลือกใช้แนวคิดภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของ Dubrin (2004) เนื่องจากเป็นแนวคิดที่มีความเหมาะสมกับบทบาท หน้าที่ของผู้บังคับกองพันในการบริหารจัดการกับภารกิจที่ได้รับมอบหมาย ให้สอดคล้องกับนโยบายที่รัฐบาลและกองบัญชาการกองทัพไทยกำหนดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ Dubrin (2004) มีองค์ประกอบ 5 ประการ ดังนี้ 1) มีความคิดความเข้าใจระดับสูง 2) การนำปัจจัยนำเข้ามากำหนดกลยุทธ์ 3) ความคาดหวัง และสร้างโอกาสสำหรับอนาคต 4) วิธีคิดเชิงปฏิวัติ 5) การกำหนดวิสัยทัศน์

ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน ด้วยกองบัญชาการกองทัพไทย ได้จัดทำรูปแบบการประเมินผลการปฏิบัติงานของกำลังพล โดยการประเมินผลสัมฤทธิ์ของการปฏิบัติราชการ ตลอดจนบุคคลลักษณะทางทหาร พฤติกรรมการปฏิบัติราชการ รวมทั้งสมรรถนะในการปฏิบัติราชการของกำลังพล กองบัญชาการกองทัพไทย ให้เป็นไปตามรูปแบบการประเมินผลการปฏิบัติราชการ เพื่อให้การประเมินผลการปฏิบัติราชการกำลังพล เป็นไปด้วยความเรียบร้อย โปร่งใส เป็นธรรม และสร้างความเชื่อมโยงผลงานจากระดับกองบัญชาการกองทัพไทย ไปสู่ระดับส่วนราชการจนถึงระดับบุคคล นำไปสู่การพัฒนาให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

กองบัญชาการกองทัพไทย จึงกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการประเมินผลการปฏิบัติราชการของกำลังพล กองบัญชาการกองทัพไทย โดยการพิจารณาจากตัวชี้วัดผลงาน และค่าเป้าหมายของผู้ปฏิบัติงานและผู้บังคับบัญชา โดยพิจารณาจากองค์ประกอบ 2 ด้าน ได้แก่ 1) สมรรถนะในการปฏิบัติราชการของกำลังพล พิจารณาจาก ความมีวินัย เสียสละ จริยธรรม มุ่งผลสัมฤทธิ์ ความร่วมแรงร่วมใจ การส่งมอบความเชี่ยวชาญ และ 2) ผลการปฏิบัติงาน ที่พิจารณาจากปริมาณงาน คุณภาพของงาน เวลาที่งานสำเร็จหรือทันเหตุการณ์ และความประหยัดและคุ้มค่าในการใช้ทรัพยากร

สมมติฐานการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษากำหนดสมมติฐานหลักคือ ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บังคับกองพันทหาร สรรวัตร มีสหสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานกำลังพลกองพันทหารสรรพวัตร สมมติฐานย่อย ได้แก่ 1) ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ด้านมีความคิดความเข้าใจระดับสูง มีสหสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหารสรรพวัตร 2) ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ด้านการนำปัจจัยนำเข้าต่างๆ มา กำหนดกลยุทธ์ มีสหสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหารสรรพวัตร 3) ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ด้านความคาดหวังและการสร้างโอกาสสำหรับอนาคต มีสหสัมพันธ์เชิงบวกกับ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหารสรรพวัตร 4) ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ด้านวิสัยทัศน์เชิงปฏิบัติ มี สหสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหารสรรพวัตร 5) ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ มีสหสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหาร สรรวัตร

ผลการศึกษา

1. ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บังคับกองพันทหารสรรพวัตร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อ พิจารณาตามรายด้าน สามารถเรียง ลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ (M = 4.33) ด้าน ความสามารถในการนำปัจจัยนำเข้าต่างๆ มากำหนดกลยุทธ์ (M = 4.28) ด้านผู้นำที่มีความคิดความเข้าใจ ระดับสูง (M = 4.28) ด้านความคาดหวังและสร้างโอกาสสำหรับอนาคต (M = 4.27) และด้านการคิดเชิง ปฏิบัติ (M = 4.22) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์	M	SD	ลำดับ
ผู้นำที่มีความคิดความเข้าใจระดับสูง	4.28	0.51	3
ความสามารถในการนำปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ มากำหนดกลยุทธ์	4.28	0.51	2
ความคาดหวังและสร้างโอกาสสำหรับอนาคต	4.27	0.49	4
การคิดเชิงปฏิวัติ	4.22	0.52	5
การกำหนดวิสัยทัศน์	4.33	0.48	1
ค่าเฉลี่ยรวม	4.27	0.50	มากที่สุด

2. ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหารสารวัตร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.18$, $SD = 0.57$) โดยด้านสมรรถนะการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า ($M = 4.34$, $SD = 0.44$) ด้านผลการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($M = 3.99$, $SD = 0.46$)

ตารางที่ 2 ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหารสารวัตร

ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน	M	SD	ลำดับ
ผลการปฏิบัติงาน	3.99	0.73	2
สมรรถนะการปฏิบัติงาน	4.34	0.44	1
รวม	4.18	0.57	มากที่สุด

3. สหสัมพันธ์ของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหารสารวัตร จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์มีสหสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหารสารวัตรระดับปานกลาง ($r = .457^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยการนำปัจจัยนำเข้าต่างๆ มากำหนดกลยุทธ์ ความคาดหวังและสร้างโอกาสสำหรับอนาคต วิธีคิดเชิงปฏิวัติ การกำหนดวิสัยทัศน์ เป็นด้านที่มีสหสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำ ส่วนด้านมีความคิดความเข้าใจระดับสูงมีสหสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหารสารวัตรระดับต่ำมาก

ตารางที่ 3 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพล กองพันทหารสารวัตร

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์	ประสิทธิผล
มีความคิดความเข้าใจระดับสูง	.283*
การนำปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ มากำหนดกลยุทธ์	.455**
ความคาดหวังและสร้างโอกาสสำหรับอนาคต	.359**
วิธีคิดเชิงปฏิบัติ	.474**
กำหนดวิสัยทัศน์	.393**
รวม	.457**

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

1. ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บังคับกองพันทหารสารวัตร การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษานำแนวคิดภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของ Dubrin (2004) มาสร้างเป็นกรอบแนวคิด ประกอบด้วย การมีความคิดความเข้าใจระดับสูง การนำปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ มากำหนดกลยุทธ์ ความคาดหวังและสร้างโอกาสสำหรับอนาคต วิธีคิดเชิงปฏิบัติ และการกำหนดวิสัยทัศน์ ผลการศึกษา พบว่า ข้าราชการสังกัดกองพันทหารสารวัตรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บังคับกองพัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิศรา หงษา และสุรศักดิ์ ชะมารัมย์ (2560) และ อภิษฎา ไชยนวล (2561) ด้วยผู้บังคับกองพันทหารสารวัตรใช้ทักษะความมีภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ในด้านการวางแผน นำแผนไปสู่การปฏิบัติ ควบคุมและติดตามประเมินผล สร้างแรงจูงใจ ส่งเสริม สนับสนุนให้มีการพัฒนาความสามารถของกำลังพล โดยจัดทำแผนการฝึกอบรมประจำปีและส่งเข้าศึกษาในหลักสูตรที่โรงเรียนทหารสารวัตรกำหนดในระดับต่าง ๆ ตั้งแต่หลักสูตร พลอาสา นายสิบชั้นต้น นายสิบอาวุโส และในระดับสัญญาบัตร คือ หลักสูตรชั้นนายร้อยและชั้นนายพัน เป็นการเพิ่มขีดความสามารถและสร้างโอกาสให้กับกำลังพลให้มีความก้าวหน้าในอาชีพราชการ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ความสามารถในการนำปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ มากำหนดกลยุทธ์ ผู้นำที่มีความคิดความเข้าใจระดับสูง ความคาดหวังและสร้างโอกาสสำหรับอนาคต และด้านการคิดเชิงปฏิบัติเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การกำหนดวิสัยทัศน์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บังคับกองพันทหารสารวัตรเป็นผู้ที่มีความเข้าใจโครงสร้าง สายการบังคับบัญชา กฎ ระเบียบ ขั้นตอนการปฏิบัติงานของกองพันทหารสารวัตรเป็นอย่างดี จึงสามารถจัดระเบียบและสร้างความเข้าใจที่ตรงกันให้กับผู้ใต้บังคับบัญชารับรู้ถึงขั้นตอนที่ต้องปฏิบัติอย่าง

ชัดเจน โดยจะเรียกประชุมเพื่อชี้แจงและเปิดโอกาสให้กำลังพลร่วมคิด ร่วมตัดสินใจแก้ปัญหา โดยใช้ความรู้ ความชำนาญที่แต่ละคนมี ทั้งยังให้กำลังพลสามารถวิจารณ์โดยไม่ระบือชื่อ เพื่อชี้ให้เห็นข้อบกพร่อง หรือให้เสนอแนวทางแก้ไข ปรับปรุง เพื่อให้เกิดวิธีการทำงานที่หลากหลาย ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ ไม่เพียงทำให้เห็นความแตกต่างของทักษะ ความสามารถ ตลอดจนความคิดเห็นในหลายแง่มุมซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการทำงาน แต่ยังสามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมอีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจากภารกิจการทำงานของกองพันทหารสารวัตร ไม่ว่าจะเป็นด้านการรักษาบุคคลสำคัญ การนำขบวน และภารกิจการรักษาความปลอดภัยนั้น ไม่สามารถปฏิบัติงานได้ลำพังเพียงคนเดียว การจัดเก็บข้อมูลต่างๆ ที่กำลังพลได้นำเสนอ ยังส่งผลทำให้ผู้บังคับกองพันนำข้อมูลเหล่านั้น มาคัดเลือกบุคคลที่มีความเหมาะสมในการปฏิบัติงานในชุดอารักขาหรือนำขบวน รวมถึงมอบหมายหน้าที่ ความรับผิดชอบตามสายการบังคับบัญชา เพื่อขจัดปัญหาการทำงานซ้ำซ้อนและจัดระเบียบวิธีการทำงาน เพื่อให้กำลังพลฝ่ายต่าง ๆ ร่วมมือกันปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กมล ไสววาปี (2556) นิศรา หงษา และสุรศักดิ์ ชะมารัมย์ (2560) อภิขญา ไชยนวน (2561) ที่พบว่า ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เพราะผู้บริหารมีความสามารถในการกำหนดวิสัยทัศน์ที่มีความชัดเจน สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงเป้าหมายของหน่วยงานและนำไปปฏิบัติได้จริง

ความสามารถในการนำปัจจัยนำเข้าต่างๆ มากำหนดกลยุทธ์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บังคับกองพันทหารสารวัตรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ วิธีการทำงานการรักษาความปลอดภัยให้กับบุคคล สถานที่ เอกสาร ซึ่งจากเดิมจะใช้กำลังพลของหน่วยเข้าไปตรวจตรา ตรวจสอบ ควบคุมด้วยตนเอง แต่ในปัจจุบันมีการพัฒนาระบบการรักษาความปลอดภัยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยนำเทคโนโลยีกล้องวงจรปิด (CCTV) ที่มีความทันสมัยมาใช้ในการปฏิบัติ เพื่อเฝ้าระวังความปลอดภัย ทำให้สามารถมองเห็นจากพื้นที่ระยะไกล รวมถึงพื้นที่ที่มีความเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดอันตรายได้ เช่น ในพื้นที่ที่มีแสงสว่างไม่เพียงพอ พื้นที่ที่มีความคับแคบ หรือเป็นจุดลับสายตาต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้บังคับกองพันยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาขีดความสามารถของกำลังพล จึงจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ กำหนดประเด็นปัญหา หรือ เหตุการณ์ที่ต้องการความเร่งด่วน เช่น “เราจะแก้ปัญหามาสายของกำลังพลอย่างไร” เพื่อเปิดโอกาสให้กำลังพล แสดงความคิดเห็น หรือเสนอวิธีการแก้ปัญหาร่วมกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ งามตา ธาณีวรรณ (2553) วันวิสาข์ ทองติง (2555) ศษาภรณ์ เสริมศรี (2557) ที่พบว่า ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะผู้บริหารมีการส่งเสริมการให้ความรู้และเปิดโอกาสให้กับบุคลากรที่มีส่วนร่วมได้แสดงความคิดเห็น

ผู้นำที่มีความคิดความเข้าใจในระดับสูง ผลการศึกษาพบว่า ผู้บังคับกองพันทหารสารวัตร เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในงานที่เกี่ยวข้องกับทหารสารวัตร รวมถึงขอบเขตและอำนาจต่างๆ ตามข้อกำหนด ทั้งการจับกุม ตรวจค้น การใช้อาวุธเข้าระงับยับยั้งเหตุการณ์ ที่เกิดขึ้นในเขตพื้นที่รับผิดชอบ นอกจากนี้ยังเป็นผู้คอยให้คำปรึกษา แนะนำการปฏิบัติที่ถูกต้องให้กับกำลังพล โดยเฉพาะเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง แก้ไข

เพิ่มเติม ระเบียบข้อบังคับและกฎหมายต่าง ๆ ตามที่ทางราชการกำหนดหรือแก้ไขใหม่ ผู้บังคับกองพันก็จะทำการสรุปเนื้อหาที่มีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับงานในหน้าที่ ก่อนนำไปชี้แจง ทำความเข้าใจกับกำลังพลทุกระดับ เพื่อให้เป็นแนวทางกำหนดแผนงานเมื่อต้องออกไปปฏิบัติหน้าที่ เมื่อกำลังพลประสบเหตุการณ์หรือสถานการณ์ฉุกเฉินในขณะปฏิบัติหน้าที่ ผู้บังคับกองพันก็สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างทันท่วงที โดยจัดทำแผนเผชิญเหตุ เพื่อรองรับ วิเคราะห์ ประเมินสถานการณ์ และป้องกันเหตุที่อาจจะเกิดขึ้น เช่น การก่อการจลาจล หรือมือปืนที่จะเข้ามาในพื้นที่กองบัญชาการกองทัพไทย การป้องกันการบาดเจ็บของกำลังพล รวมถึงเป็นการลดความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับอาคาร สถานที่ เอกสารต่าง ๆ เป็นต้น ประกอบกับผู้บังคับกองพันเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ มีวิธีคิดที่หลากหลาย สามารถผสมผสานความรู้ ทักษะ วิธีการที่ทันสมัยด้านการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่มาปรับใช้ เพื่อลดอุปสรรคและพัฒนาการปฏิบัติงานให้มีความคล่องตัว ประกอบด้วยการส่งเสริม สนับสนุนให้กำลังพลเข้ารับการฝึกอบรมการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ มนสิชา ธรรมรักษ์ (2561) ที่พบว่าภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เพราะผู้บริหารมีความสามารถในการรวบรวมแนวคิดที่มีความหลากหลาย นำมาผสมผสานจนเกิดแนวความรู้ใหม่ และนำมาปรับใช้เพื่อให้ได้วิธีการที่ดีที่สุดในการปฏิบัติงาน

ความคาดหวังและสร้างโอกาสสำหรับอนาคต ผลการศึกษาพบว่า ผู้บังคับกองพันทหารสารวัตรมีความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการวางแผนให้สอดคล้องกับเป้าหมาย ผู้บังคับกองพันจึงนำเทคนิค 5W 1H มาใช้เป็นแนวทางกำหนดแผนงาน และทำให้กำลังพลเห็นภาพรวมของปัญหาได้ชัดเจน เช่น การปฏิบัติภารกิจอารักขานุคคลสำคัญ เมื่อนำเทคนิค 5W 1H มาใช้ จะทำให้ทราบถึงรายละเอียดว่า บุคคลสำคัญคือใคร (Who) หน้าที่ของแต่ละคนต้องทำอะไร (What) สถานที่ที่จะต้องนำบุคคลสำคัญไปคือที่ไหน (Where) การแจ้งกำหนดการและเวลาในการปฏิบัติ (When) การแจ้งให้ทราบถึงความสำคัญของภารกิจ (Why) และชี้แจงขั้นตอนการปฏิบัติว่าต้องทำอย่างไร (How) เพื่อให้กำลังพลคาดการณ์สิ่งที่อาจจะเกิดขึ้นล่วงหน้าได้ ตลอดจนพัฒนากำลังพลของหน่วยให้มีอุปนิสัยในการคิดและทำงานอย่างเป็นระบบ ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้บัญชาการทหารสูงสุดที่ต้องการให้กำลังพลพัฒนาขีดความสามารถในการปฏิบัติงานตามตำแหน่งอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของ นพวรรณ เจริญสุข (2561) ที่พบว่า ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เพราะผู้บริหารมีความสามารถในการวางแผนและการดำเนินการบริหารจัดการได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยสามารถพัฒนาและผลิตนักเรียนให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สูงขึ้น

ด้านการคิดเชิงปฏิวัติ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บังคับกองพันทหารสารวัตรมีความคิดนอกกรอบในการปรับลดระเบียบ ข้อบังคับที่มีเคร่งครัด เพื่อสร้างความยืดหยุ่นในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นอย่างรวดเร็ว ดังจะเห็นได้จากการติดต่อหน่วยงานต่างๆ จากเดิมต้องรอหนังสือราชการในการตอบกลับ ก็มีการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ควบคู่กับหนังสือราชการแบบเดิม เป็นการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

เพื่อสร้างความรวดเร็ว ในส่วนภารกิจการรักษาความปลอดภัย อารักขาบุคคลสำคัญ และการนำขบวน ได้มีการนำเอาคอมพิวเตอร์มาทำแบบจำลองให้เห็นภาพและรูปแบบในการปฏิบัติได้ชัดเจน รวมทั้งการใช้อุปกรณ์แนะนำเส้นทางหรือกูเกิลแมปส์ (Google Maps) เพื่อรับทราบสภาพการจราจรที่เป็นปัจจุบัน สอดคล้องกับการศึกษาของ เกศรา สิทธิแก้ว (2560) นพวรรณ เจริญสุข (2561) ที่พบว่า ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะผู้บริหารมีการปรับเปลี่ยนได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง มีความยืดหยุ่น สนับสนุนให้นำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในในการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ระดับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลทหารตำรวจ จากผลการศึกษาระดับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลทหารตำรวจ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.18$) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศศิวิมล สุขทนารักษ์ (2554) กมล ไสวาลี (2556) วิราพร ดีบุญมี (2556) สุภัทรา สงครามศรี (2558) อภิษฎา ไชยนวน (2561) ที่พบว่า ประสิทธิผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูง แต่เมื่อพิจารณาตามองค์ประกอบกับพบว่า สมรรถนะในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านผลงาน ($M = 4.34$ และ 3.99 ตามลำดับ) สามารถอธิบายผลได้ ดังนี้

ด้านสมรรถนะการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.34$) ด้วยกองบัญชาการกองทัพไทย มีการจัดทำแผนการพัฒนากองทัพบก โดยมุ่งเน้นไปที่การยกระดับคุณภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร ให้สอดคล้องกับพระราชกฤษฎีกาการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี ตามหลักธรรมาภิบาล โดยเฉพาะการปลูกฝัง ระเบียบวินัย จริยธรรม คุณธรรม และความเป็นทหารอาชีพให้กับกำลังพล และเป็นแนวทางในการพัฒนาสู่การเป็นระบบราชการ 4.0

ด้วยเหตุนี้ กองพันทหารตำรวจซึ่งเป็นหน่วยงานที่ขึ้นตรงกับกองบัญชาการกองทัพไทย จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนากำลังพลดังกล่าว ในการปฏิบัติภารกิจ การอารักขาบุคคลสำคัญ การนำขบวนต่างๆ ให้ประสบความสำเร็จและเกิดข้อบกพร่องน้อยที่สุด ด้วยการพัฒนากำลังพลให้เป็นผู้มีสมรรถนะด้านความรู้ ความสามารถ มีทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า โดยแต่ละปีกองพันทหารตำรวจ จะได้รับการสนับสนุนงบประมาณเพื่อบรรจุกำลังพลและงบประมาณปรับปรุงหลักสูตรการศึกษา การฝึกอบรมให้ทันสมัย สอดคล้องกับองค์ความรู้ที่ต้องการพัฒนา ให้กำลังพลมีสมรรถนะการทำงานร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนรวมทั้งการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปฏิบัติภารกิจ ด้วยการฝึกแบบเสมือนจริง (3D) เพื่อพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงสูง โดยไม่ต้องเสี่ยงกับสถานการณ์จริงหรือฝึกฝนการใช้ยุทธโศปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อเกิดความชำนาญก่อนปฏิบัติหน้าที่ การขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมนำขบวน ซึ่งที่ผ่านมาพบว่า การอบรมด้วยการฝึกแบบเสมือนจริงสามารถส่งเสริมให้กำลังพลมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติภารกิจให้ประสบความสำเร็จได้ด้วยดี

อนึ่ง สมรรถนะของกำลังพลกองพันทหารตำรวจ ยังเกิดขึ้นจากการทำงานเป็นทีมด้วย เนื่องจากการปฏิบัติภารกิจการอารักขาบุคคลสำคัญ ต้องมีการประสานงานกับบุคคลหลายฝ่ายทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบของทีมงาน (หัวหน้าชุด / ผู้ปฏิบัติ) เพื่อประชุม

วางแผนและรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงาน ที่มีความรู้ ประสบการณ์ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ถึงแนวคิด วิธีการต่างๆ ที่มีความหลากหลายจากเพื่อนร่วมงาน จึงนำไปสู่การปฏิบัติที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล รวมถึงทำให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีระหว่างสมาชิกในที่มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การเสริมสร้าง สมรรถนะยังปรากฏให้เห็นจาก การประพฤติตนอยู่ในกฎ ระเบียบ แบบธรรมเนียมทหาร โดยกำลังพลทหาร สारว้ตรทุกคนจะได้รับการปลูกฝังให้ประพฤติปฏิบัติตนอยู่ในกฎ ระเบียบ ที่ทางราชการกำหนด ด้วยการไม่ ยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติดทุกประเภท มีความซื่อสัตย์ สุจริต ซื่อตรงต่อตนเองและหน่วยงาน ไม่ละทิ้งหน้าที่ ขณะปฏิบัติงาน หรือใช้เวลาราชการไปทำประโยชน์ส่วนตัว โดยกองบัญชาการกองทัพไทยมีระบบตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงานของกำลังพล เพื่อป้องปรามและป้องกันมิให้เกิดการทุจริตในหน้าที่ ทั้งยัง ส่งเสริมให้กำลังพลมีความจงรักภักดี ต่อชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ด้วยการน้อมนำพระบรมราโชวาท และคำสัถย์ปฎิญาณในการปฏิบัติราชการ มาใช้ในการปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จ พร้อมทุ่มเทกำลัง ความสามารถโดยไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคหรือความยากลำบาก มีความรับผิดชอบต่อผลที่เกิดขึ้นจากการ กระทำ และสามารถปรับปรุง แก้ไขตนเองเพื่อปฏิบัติหน้าที่ให้ดีขึ้นตลอดเวลา สอดคล้องกับปรานี รั้วทอง (2557) พบว่า สมรรถนะด้านการบริหารจัดการ การตัดสินใจ ด้านการใช้เทคโนโลยี สามารถสนับสนุน ส่งเสริมให้ผู้บังคับบัญชามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและแก้ไขปัญหาได้ดี รวมถึงการประยุกต์ใช้ ความรู้ความชำนาญทางเทคโนโลยีจัดการปฏิบัติงานให้เกิดผลสัมฤทธิ์

ด้านผลการปฏิบัติงาน พบว่า กำลังพลสามารถปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิผลด้านคุณภาพ ควบคู่ ไปด้วย ประหยัด และ ปริมาณงาน ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องมาจากกองพันทหารสารวัตร ให้ความสำคัญต่อการบริหาร จัดการและการกระจายปริมาณงาน ให้กำลังพลอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับสถานการณ์และการ เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม ดังจะเห็นได้จากการมอบหมายให้แต่ละกองร้อยจัดทำตารางเวรใน การปฏิบัติงานนำส่งฝ่ายยุทธการ เพื่อจัดกำลังพลปฏิบัติงานตามภารกิจและหน้าที่ แต่เมื่อใดก็ตามที่กำลัง พลของหน่วยต้องฝึกภาคสนามตามวงรอบการฝึกประจำปี อันเป็นผลให้กองร้อยต้องจัดเวรสำรองเพื่อรองรับ ภารกิจที่มีตลอดเวลา ฝ่ายยุทธการก็จะปรับกระบวนการทำงานให้มีความสอดคล้องกับจำนวนกำลังพลที่มี อยู่ ด้วยการขอรับการสนับสนุนกำลังพล และยุทธโปกรณ์จากหน่วยทหารสารวัตรของกลาโหมหรือเหล่าทัพ เพื่อให้การปฏิบัติภารกิจของกำลังพลสำเร็จลุล่วง ตามกำหนดระยะเวลาที่กำหนด สอดคล้องกับหนึ่งฤทัย ศศอุบล(2555 อ้างถึงใน กรวิชญ์ กลิ่นอุบล 2558) พบว่า การบริหารงานหน่วยงาน เจ้าหน้าที่ได้ยึดตามแบบ แผนที่ทางราชการกำหนด หน่วยงานมีการจัดสรรและแต่งตั้งบุคลากรตามความรู้ความสามารถ โดยเน้นให้ หน่วยงานมีการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ประกอบกับเพิ่มความสะดวกในการทำงาน ลดการใช้งบประมาณใน ส่วนที่ไม่จำเป็น

นอกจากนี้ กองบัญชาการกองทัพไทย ได้มีมาตรการประหยัดพลังงานของ กองบัญชาการกองทัพ ไทย ฉบับปี พ.ศ. 2555 และแก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 1 เพื่อให้ส่วนราชการใน กองบัญชาการกองทัพไทย ใช้ ปฏิบัติในการลดใช้พลังงานมาถึงปัจจุบัน โดยมีสำนักนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงานเป็นผู้

ประเมินผลดังกล่าว รวมถึงการจัดทำมาตรการ ประหยัดพลังงาน (ไฟฟ้าและน้ำมันเชื้อเพลิง) ฉบับปี พ.ศ. 2562 เพื่อให้ส่วนราชการในกองบัญชาการกองทัพไทยนำไปปฏิบัติ ให้มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้พลังงานของเจ้าหน้าที่ กองบัญชาการกองทัพไทยทุกระดับ ซึ่งกองพันทหารสารวัตรก็นำแนวทางดังกล่าวมา กำหนดเป็นมาตรการให้กำลังพลนำไปปฏิบัติเช่นกัน ดังนี้ การกำหนดเวลา เปิด-ปิด เครื่องปรับอากาศที่ชัดเจน (เปิด 08.30 น. ปิด 16.00 น.) การปิดเครื่องปรับอากาศเวลา 12.00 น. – 13.00 น. และก่อนเวลาเลิกงาน 30 นาที รวมถึงการปิดเครื่องปรับอากาศทุกครั้งเมื่อไม่ได้ใช้งานเกิน 30 นาที ด้านการประหยัดเชื้อเพลิง จัดให้มีการปรนนิบัติบำรุงรถยนต์ตามคู่มือการใช้งานอย่างเคร่งครัด เช่น ตรวจเช็คระดับน้ำมันเครื่อง ระดับน้ำในหม้อน้ำ ตรวจเช็คคลมยาง ทำความสะอาดไส้กรองอากาศอย่างสม่ำเสมอทุก 2,500 กิโลเมตร หรือทุก 1 เดือน และเปลี่ยนใหม่ทุก 20,000 กิโลเมตร รวมถึงวางแผนเส้นทางก่อนเดินทาง ด้วยการให้พลขับศึกษาเส้นทางก่อนการปฏิบัติทุกครั้ง ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า

3. สหสัมพันธ์ของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหารสารวัตร จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บังคับกองพัน มีสหสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหารสารวัตร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยตัวแปรด้านการนำปัจจัยนำเข้ามากำหนดกลยุทธ์ เป็นด้านที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงที่สุด อันเป็นการแสดงให้เห็นว่า ผู้บังคับกองพันนำปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น มาวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง และใช้ในการปรับแก้ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ให้สอดคล้องกับการปฏิบัติงานปัจจุบัน รวมถึงนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ เพื่อสร้างโอกาสการบรรลุเป้าหมายของการปฏิบัติงาน และทำให้กำลังพลมีความชำนาญในงานที่ทำ กระทั่งสามารถบริหารจัดการกับปริมาณงานที่มีอยู่อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับบรรพวรรณ เจริญสุข (2561) ที่พบว่า ผู้บริหารสามารถวางแผนและดำเนินการบริหารจัดการ ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ มีความยืดหยุ่น และสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม ผลการทดสอบสมมติฐานยังพบองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บังคับกองพันอีก 4 ด้าน ที่มีสหสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของกำลังพล คือ 1) ด้านการคิดเชิงปฏิวัติ โดยผู้บังคับกองพันมีการปรับปรุงวิธีปฏิบัติงานให้ทันสมัย จัดสรรงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนด้วยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการประสานงานทั้งภายใน และภายนอก จัดทำระบบศูนย์กลางการติดต่อประสานงานแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) เพื่อให้บริการข้อมูลและขยายขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน โดยไม่จำเป็นต้องไปติดต่อกับหน่วยราชการหลายแห่ง อันเป็นการลดขั้นตอนที่มีความซ้ำซ้อน ทำให้กำลังพลปฏิบัติงานได้รวดเร็วและลดการเกิดข้อผิดพลาดได้เป็นอย่างดี 2) ด้านการมีวิสัยทัศน์ พบว่า ผู้บังคับกองพันมีความสามารถในการทำให้กำลังพลมีความเข้าใจขั้นตอน วิธีการปฏิบัติงาน ซึ่งไม่เพียงส่งผลให้ผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้นและผู้ปฏิบัติเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับเป้าหมายของหน่วยงานว่า จะต้องทำอะไร ให้สำเร็จ ในเวลาใด เหตุใดจึงต้องทำสิ่งนั้น แต่ผู้ปฏิบัติงานยังรับทราบเป้าหมายของการปฏิบัติของตนเองอย่างชัดเจนตั้งแต่ต้น ทำให้เห็นความเชื่อมโยงของงานที่รับผิดชอบกับผลสำเร็จของการปฏิบัติงาน ทั้งยังสามารถแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องในการทำงาน อันจะ

นำไปสู่การปรับเปลี่ยนแนวทาง วิธีการปฏิบัติงานตามแผนงานที่แต่ละคนกำหนด ทั้งระยะสั้น กลาง และ ยาว สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จึงนำมาสู่ผลการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง เรียบร้อย เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้

3) ด้านการคาดหวังและสร้างโอกาสสำหรับอนาคต พบว่า การที่ผู้บังคับกองพันมีความพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลง มีการทำงานเชิงรุก และสามารถประเมินสถานการณ์ได้อย่างถูกต้องในการเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถของกำลังพล จึงได้ส่งกำลังพลเข้ารับการฝึกอบรมอยู่เสมอ ทำให้กำลังพลมีความรู้ ความเข้าใจ พัฒนาการทำงาน จนเกิดความชำนาญและเกิดความเชื่อมั่นว่าการปฏิบัติงานสามารถบรรลุผลสำเร็จได้

4) ด้านความคิดความเข้าใจระดับสูง พบว่า ผู้บังคับกองพันเป็นผู้ที่แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงด้วยการไปศึกษาดูงานยังหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีลักษณะงานด้านการอารักขาและการรักษาความปลอดภัยทั้งภาครัฐและเอกชน พร้อมกับนำความรู้ที่นำมาถ่ายทอดแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อพัฒนาการทำงาน ทั้งยังสามารถวิเคราะห์ และแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการทำงานได้เป็นอย่างดี จึงส่งผลทำให้กำลังพลนำความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดมาปรับใช้กับการทำงานให้สอดคล้องกับแผนงานที่วางไว้ ทั้งด้านการตัดสินใจ การแก้ไขปัญหาได้ถูกต้อง ตลอดจนการลดการสูญเสียทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ มนสิชา ธรรมรักษ์ (2561) ที่พบว่า ผู้บริหารมีความสามารถในการรวบรวมแนวคิดที่มีความหลากหลาย นำมาผสมผสานและปรับใช้เพื่อให้ได้วิธีที่ดีที่สุดในการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

แม้ผลการศึกษาคั้งนี้จะพบว่า ผู้บังคับกองพันมีภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์อยู่ในระดับมาก อันนำมาสู่ผลการปฏิบัติงานที่ดีของกำลังพล แต่ผู้ศึกษาเห็นว่ากำลังพลสามารถปฏิบัติงานให้มีผลงานและสมรรถนะที่สูงยิ่งขึ้น จึงมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลกองพันทหารสารวัตร ดังนี้

1. ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์

ด้านความคิดความเข้าใจระดับสูง กองบัญชาการกองทัพไทย ควรจัดทำหลักสูตรให้กับนายทหารระดับผู้บังคับงานหน่วยเข้ารับการอบรม โดยเน้นให้ผู้เข้ารับการอบรมได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ แสดงความคิดเห็น ผ่านการแสดงสถานการณ์จำลอง และจัดให้มีวิทยากรคอยให้คำแนะนำ เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความเข้าใจ สามารถวิเคราะห์ ประยุกต์ เลือกใช้เทคนิคในการแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม

ความสามารถในการนำปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ มากำหนดกลยุทธ์ ควรจัดหลักสูตรอบรมเพื่อเสริมสร้างความรู้ ความชำนาญในการใช้ รูปแบบการวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส ภัยคุกคาม (SWOT) เพื่อเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างศักยภาพในการปฏิบัติงานของกำลังพล ทำให้ทราบจุดอ่อน จุดแข็งนำไปสู่การตัดสินใจกำหนด และเลือกใช้กลยุทธ์ในการปฏิบัติงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์

ความคาดหวังและสร้างโอกาสสำหรับอนาคต โดยการมุ่งเน้นให้มีฝึกการคิดวิเคราะห์ แยกแยะปัญหา ซึ่งควรเป็นปัญหาที่ไม่เคยเจอมาก่อน เพื่อสร้างการเรียนรู้ และเตรียมรับมือกับปัญหาที่

อาจจะเจอในอนาคต ทำให้มีวิธีการแก้ไขปัญหาที่มีความหลากหลายในการแสวงหาแนวทางแก้ปัญหาและพัฒนาหน่วยงานได้

การคิดเชิงปฏิวัติ ควรจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างทักษะ และความรู้ใหม่ๆ ปลุกฝังความกล้าที่จะทำสิ่งที่แปลกใหม่ การค้นหาข้อบกพร่องเพื่อปรับปรุงและพัฒนา โดยเชื่อมโยงกับรูปแบบการคิดที่ไม่คุ้นเคยให้เกิดเป็นเทคนิคใหม่ๆ ในการแก้ปัญหา เพื่อเพิ่มโอกาสให้กำลังพลได้เรียนรู้และแสดงความคิดเห็นมากขึ้น

การกำหนดวิสัยทัศน์ สำหรับผู้ที่จะไปดำรงตำแหน่งผู้บังคับหน่วย ควรได้รับการส่งเสริมให้มีความเข้าใจในการนำดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (Key Performance Indicator) มาใช้ เพื่อปรับปรุงวิธีการวางแผนงาน การวัดผลการปฏิบัติงานของกำลังพล ตลอดจนการตรวจสอบข้อบกพร่อง แก้ไข เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่หน่วยงานต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ด้านผลการปฏิบัติงาน ควรมีมาตรฐานให้กำลังพลทุกคนทบทวนขั้นตอน วิธีการ ก่อนที่จะออกปฏิบัติภารกิจร่วมกับหัวหน้าหน่วยหรือหัวหน้าชุด เพื่อสร้างความเข้าใจแก่กำลังพลให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างถูกต้องและมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ด้านสมรรถนะการปฏิบัติงาน ควรส่งเสริมให้มีการเพิ่มทักษะในการปฏิบัติงานให้มีความสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง ด้วยการสอนการใช้เครื่องมือที่มีความทันสมัยและฝึกอบรมร่วมกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เพื่อเพิ่มความคล่องตัวและประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บังคับบัญชาการในหน่วยทหารสารวัตรของ กองทัพบก กองทัพเรือ กองทัพอากาศ เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้เปรียบเทียบถึงความแตกต่างของคุณลักษณะของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของกำลังพลแต่ละเหล่าทัพ รวมถึงการใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อทราบรายละเอียดเชิงลึกของคุณลักษณะภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์แต่ละด้าน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และประสิทธิผลของกำลังพลกองพันทหารสารวัตรต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กมล ไสวาปี. (2556). ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความมีประสิทธิภาพของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุตรธานี เขต 3 (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต).

ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

กรวิชัย กลิ่นบุญ. (2558). ระบบราชการกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการกองบัญชาการหน่วยบัญชาการทหารพัฒนา (สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.

- เกศรา สิทธิแก้ว. (2558). **ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน ประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- คชภรณ์ เสริมศรี. (2557). **ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 1** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- งามตา ธาณีวรรณ. (2553). **ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลโรงเรียนสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษายโสธร** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นพวรรณ เจริญสุข. (2561). **ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหาร สถานศึกษากับประสิทธิผลของสถานศึกษา จังหวัดฉะเชิงเทรา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 6** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นริศรา หงษา และสุรศักดิ์ ชะมารมย์. (2560). **ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อการพัฒนาองค์กร :การก้าวเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม 7(2), 64-71.**
- ปราณี รื่นทอง. (2557). **สมรรถนะของหัวหน้าหอผู้ป่วย ในโรงพยาบาลแห่งหนึ่ง สังกัดกรุงเทพมหานคร** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยคริสเตียน.
- มนสิชา ธรรมรักษ์. (2561). **ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในเครือข่ายคุณลาภวิทยาลัย** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี .
- กองบัญชาการกองทัพไทย. (2562). **มาตรการประหยัดพลังงาน กองบัญชาการกองทัพไทยฉบับปี พ.ศ. 2562.**
- วันวิสาข์ ทองติง. (2555). **ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารกับประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5** (สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). เลย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- วิภาพร ดีบุญมี. (2556). **ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดเทศบาลนครขอนแก่น** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุภัทรา สงครามศรี. (2558). **แบบจำลองความสัมพันธ์ของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ประสิทธิภาพการจัดการทรัพยากรมนุษย์และผลการปฏิบัติงานของสถาบันการอาชีวศึกษา** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อภิชญา ไชยนวน. (2561). **ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์กับประสิทธิผลของโรงเรียนในอำเภอเวียงสา สังกัดสำนักงาน**

เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยเกริก.

การพัฒนาารูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุน ในจังหวัดปราจีนบุรี

The development of a model of convenience and promotion for foreign investors to invest
in Prachinburi Province.

สุระศักดิ์ รุประมาณ¹

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี มีวัตถุประสงค์การศึกษา 1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการสำหรับการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 3. เพื่อพัฒนารูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี โดยการวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) พบว่า การสร้างรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี โดยทำการตรวจสอบองค์ประกอบและเนื้อหา ร่วมกับการสร้างและพัฒนารูปแบบและทดลองใช้ โดยพัฒนาสร้างรูปแบบตามองค์ประกอบดังต่อไปนี้ ได้แก่ 1. หลักการจัดรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 2. การจัดกิจกรรมส่งเสริมเกี่ยวกับรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 3. การจัดปัจจัยส่งเสริมรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 4. การเรียนรู้จากประสบการณ์และการมีส่วนร่วมของนักลงทุนกับรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี

คำสำคัญ: รูปแบบอำนวยความสะดวก, นักลงทุนต่างชาติ, ปราจีนบุรี

Abstract

Subject research: The development of a convenience and promotion model for foreign investors to invest in Prachinburi Province. Have an educational objective 1. To study the condition, problems, and requirements for facilitating and promoting foreign investors investing in Prachinburi Province. 2. To study the composition, forms of

¹ นักศึกษาหลักสูตรดุสิตบัณฑิตศึกษากฎหมายกับการบริหาร คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

convenience, and promotion for foreign investors to invest in Prachinburi Province. 3. To develop a model of comfort and promotion for foreign investors to invest in Prachinburi Province. This research is quantitative. (Quantitative Research) and Qualitative Research (In-Depth Interview) found that creating a facilitation and promotion model for foreign investors investing in Prachin Buri Province. By examining the composition and content in conjunction with the construction and development of designs and trials. By developing a pattern according to the following components: 1. Principles of formatting, facilitating, and promoting foreign investors to invest in Prachin Buri Province. 2. Organizing promotional activities on a model of convenience and promotion for foreign investors investing in Prachinburi Province. 3. Arrangement of factors promoting the model of convenience and promotion for foreign investors investing in Prachinburi Province. 4. Learning from the experience and participation of investors and models of facilitation and promotion for foreign investors investing in Prachinburi Province.

Keywords; convenience model, foreign investor, Prachinburi

ที่มาและความสำคัญ

ภาวะเศรษฐกิจโลกในปี 2562 ที่ผ่านมา ทดุดตัวลงค่อนข้างมาก เนื่องจากความไม่แน่นอนด้านนโยบายการค้า ความตึงเครียด จากการเมืองโลก ความไม่สงบทางสังคมในหลายประเทศ จากการประมาณการของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund: IMF) มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม ภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ของโลก ในปี 2562 ขยายตัวเพียงร้อยละ 2.9 เมื่อเทียบกับร้อยละ 3.6 ของปีก่อนหน้า โดยหากพิจารณาเป็นรายกลุ่ม จะพบว่า กลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว (Advanced Economies) มีการขยายตัว ของ GDP อยู่ที่ร้อยละ 1.7 เมื่อเทียบกับร้อยละ 2.2 ของปีก่อนหน้า และกลุ่มประเทศตลาดใหม่และประเทศกำลังพัฒนา (Emerging Market and Developing Economies) มีอัตราการขยายตัวของ GDP ร้อยละ 3.7 เมื่อเทียบกับร้อยละ 4.5 ของปีก่อนหน้า

การคาดการณ์เศรษฐกิจโลกในปี 2563 IMF คาดการณ์ว่า ในปี 2563 เศรษฐกิจโลกจะขยายตัวสูงขึ้นร้อยละ 3.3 และได้คาดการณ์การขยายตัวของ GDP ของแต่ละทวีป ดังนี้

ภาพรวมการลงทุนโลกในปี 2562 มูลค่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศทั่วโลกยังคงทรงตัวอยู่ใน ระดับใกล้เคียงกับปี 2561 โดยอยู่ที่ 1.39 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ เมื่อเทียบกับ 1.41 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2561 เนื่องจากสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่เปราะบาง ความไม่แน่นอนเชิงนโยบาย ด้านการลงทุนและความตึงเครียดทางการค้า การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในทวีปยุโรป และประเทศกำลังพัฒนาในทวีปเอเชียลดลง ขณะที่การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในภูมิภาค ละตินอเมริกาและ

แคว้นเปียน ทวีปแอฟริกา และกลุ่มประเทศที่เศรษฐกิจอยู่ระหว่างการเปลี่ยนผ่าน เพิ่มขึ้น ส่วนการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในทวีปอเมริกาเหนืออยู่ในระดับทรงตัว

ภาวะการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในแต่ละภูมิภาค สำหรับทวีปเอเชีย (Developing Asia) ในปี 2561 เงินลงทุนไหลเข้าสู่ทวีปเอเชียเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จาก ปี 2560 มาอยู่ที่ 512 พันล้านเหรียญสหรัฐ ส่วนใหญ่มาจาก การลงทุนไหลเข้าสู่จีน ฮองกง อินเดีย ตุรกี สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และประเทศอื่นในอาเซียน โดยมีจีนเป็นแหล่งรองรับการลงทุน รายใหญ่ที่สุดในภูมิภาค ด้วยมูลค่าเงินลงทุนไหลเข้า 139 พันล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากปี 2560 แม้ว่าในช่วงที่ผ่านมา จีนจะประสบปัญหาความตึงเครียดจากสงครามการค้าระหว่าง จีนกับสหรัฐอเมริกา แต่จีนก็สามารถดึงดูดการลงทุนโดยตรงจาก ต่างประเทศได้อย่างน่าพอใจ และส่งผลให้การลงทุนไหลเข้าสู่ ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 4 มาอยู่ที่ 280 พันล้านเหรียญสหรัฐในส่วนของเงินลงทุนไหลเข้าสู่ภูมิภาค เอเชียตะวันออกเฉียงใต้พบว่า เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 มาอยู่ที่ 149 พันล้านเหรียญสหรัฐ เป็นการเพิ่มขึ้นติดต่อกันเป็นปีที่ 3 ปัจจัยหลักมาจากการขยายตัวของการลงทุนในภาคการผลิต และภาคบริการหลายสาขาของประเทศสมาชิกอาเซียน เช่น สิงคโปร์ อินโดนีเซีย เวียดนาม ไทย เป็นต้น ทำให้ภูมิภาคเอเชีย ยังคงครองตำแหน่งแหล่งรองรับการลงทุนอันดับ 1 ของโลกได้ โดยมีสัดส่วนของเงินลงทุนไหลเข้าสู่ภูมิภาคนี้ต่อเงินลงทุนไหล เข้าทั่วโลกเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 33 ในปี 2560 เป็นร้อยละ 39 ในปี 2561 ในปี 2562 จากประมาณการขั้นต้น เงินลงทุนไหลเข้าสู่ภูมิภาค เอเชียลดลงประมาณร้อยละ 6 เหลือ 473 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยมีปัจจัยหลักมาจากความตึงเครียดทางการค้าระหว่างจีน กับสหรัฐอเมริกาและความไม่สงบในฮ่องกง ซึ่งส่งผลให้การลงทุน จากต่างประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ลดลงถึงร้อยละ 21

กลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว (Developed Economies) ในปี 2561 กลุ่มประเทศพัฒนาแล้วมีมูลค่าการลงทุนโดยตรงจาก ต่างประเทศต่ำที่สุดนับตั้งแต่ปี 2547 กล่าวคือ ลดลงจาก 759 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2560 เหลือ 557 พันล้าน เหรียญสหรัฐ ในปี 2561 หรือลดลงร้อยละ 27 โดยการลงทุน ไหลเข้าสู่ทวีปยุโรปลดลงมากกว่าร้อยละ 50 จากปีก่อนหน้า เหลือเพียง 172 พันล้านเหรียญสหรัฐ มีสาเหตุหลักมาจากกฎหมายปฏิรูปภาษี (Tax Reform) ที่สหรัฐอเมริกาประกาศใช้ เมื่อปลายปี 2560 ส่งผลให้บริษัทข้ามชาติของสหรัฐอเมริกา ที่ดำเนินธุรกิจในประเทศ (โดยเฉพาะในทวีปยุโรป) ส่ง กำไรสะสมในต่างประเทศกลับมายังสหรัฐอเมริกา ในส่วนของ การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในทวีปอเมริกาเหนือพบว่า ลดลงจากปีก่อนหน้าเพียงร้อยละ 4 มาอยู่ที่ 291 พันล้าน เหรียญสหรัฐ ในส่วนของการลงทุนโดยตรงจาก ต่างประเทศ ในออสเตรเลียในปี 2561 นั้น เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 43 มาอยู่ที่ 60 พันล้านเหรียญสหรัฐ สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการเติบโต ของรายได้จากการลงทุนที่ช่วยผลักดันให้เกิดการนำกำไรกลับ มาลงทุน ซึ่งมีมูลค่า 25 พันล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มมากขึ้น จากปีก่อนหน้า จากประมาณการขั้นต้น ในปี 2562 การลงทุนโดยตรงจาก ต่างประเทศในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วลดลงจากปี 2561 ประมาณร้อยละ 6 เหลือ 643

พันล้านเหรียญสหรัฐ โดย การลงทุนโดยตรงไหลเข้าสหภาพยุโรปลดลงร้อยละ 15 ในขณะที่ การลงทุนไหลเข้าอเมริกาเหนือยังคงที่

กลุ่มประเทศที่เศรษฐกิจอยู่ระหว่างการเปลี่ยนผ่าน (Transition Economies) เงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศไหลเข้าสู่ประเทศในแถบ ตะวันออกเฉียงใต้ของยุโรปและประเทศในเครือรัฐเอกราช (Commonwealth of Independent States: CIS) ในปี 2561 ยังคงลดลงอย่างต่อเนื่องจากปี 2560 โดยลดลงร้อยละ 28 เหลือเพียง 34 พันล้านเหรียญสหรัฐ สาเหตุหลักมาจากการลงทุน โดยตรงจากต่างประเทศในแหล่งรองรับการลงทุนหลัก 4 แห่ง ของเครือรัฐเอกราช ได้แก่ รัสเซีย อาเซอร์ไบจาน คาซัคสถาน และยูเครน ค่อนข้างซบเซา อันจะเห็นได้จากเงินลงทุน ไหลเข้าสู่รัสเซียซึ่งเป็นแหล่งรองรับการลงทุนขนาดใหญ่ที่สุด ของกลุ่มฯ ลดลงถึงร้อยละ 50 จาก 26 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2560 เหลือเพียง 13 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2561 เนื่องจากภาวะการเมืองและการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัว นอกจากนี้ นโยบาย Inner Offshore Zones ของรัสเซียส่งเสริม ให้เกิดการส่งเงินทุนกลับจากบริษัทข้ามชาติของรัสเซียที่ตั้งสำนักงานใหญ่อยู่ในต่างประเทศ เช่น ไชปรัส และไอร์แลนด์ เป็นต้น ก็เป็นสาเหตุอีกประการหนึ่งที่ทำให้การลงทุนไหลเข้าสู่ รัสเซียลดลง ในส่วนของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ของยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เซอร์เบียและนอร์มาซีโดเนียเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากประมาณการขึ้นต้น ในปี 2562 การลงทุนโดยตรงจาก ต่างประเทศในกลุ่มประเทศที่เศรษฐกิจอยู่ระหว่างการเปลี่ยนผ่านเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 65 เป็น 57 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยมี สาเหตุหลักมาจากนโยบายส่งเสริมการลงทุนในประเภทกิจการ ใหม่ ๆ และการใช้จ่ายด้านโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มเติมของรัสเซีย ซึ่งคาดว่าจะส่งผลต่อการลงทุนจากต่างประเทศในภูมิภาคนี้ รวมทั้งการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศในกลุ่ม และราคาทรัพยากรธรรมชาติที่มีเสถียรภาพมากขึ้น

สำหรับศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาพัฒนาพื้นที่ของอำเภอบึงนารางและอำเภอศรีมหาโพธิ์ แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1.ด้านประชากรอำเภอบึงนารางและอำเภอศรีมหาโพธิ์เป็นที่ตั้งถิ่นของประชากร จำนวนมากในจังหวัดพิจิตรบุรี และมีการขยายตัวของขนาดประชากรเป็นสัดส่วนสูงกว่าจังหวัดและประเทศ เนื่องจากการขยายตัวของสถานประกอบการอุตสาหกรรมเข้ามาในทั้งสองอำเภอ 2.ด้านกายภาพจังหวัดพิจิตรบุรีเป็นพื้นที่รอยต่อระหว่างภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จึงมีสภาพภูมิประเทศเป็นรอยต่อระหว่างที่ราบสูงกับที่ราบลุ่ม อีกทั้งยังเป็นเส้นทางเชื่อมโยงกับพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญหลายทิศทาง เมื่อพิจารณาองค์ประกอบทาง กายภาพของพื้นที่ในประเด็นต่าง ๆ แล้วพบว่ามีการคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขนส่งทาง ถนน สีแยกกบึงนารางบุรีเป็นหนึ่งในสีแยกอินโดจีน เนื่องจากเป็นจุดตัดระหว่าง ระเบียงเศรษฐกิจอาเซียนสองสาย ได้แก่ Southern Corridor ส่วนเหนือ (ทาง หลวงแผ่นดินหมายเลข 33) และ Central Corridor ส่วนตะวันตก (ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 304) จึงเป็นพื้นที่ที่มีการขนส่งสินค้าเป็นจำนวนมาก อีกทั้งการ เป็นทางร่วมทางแยกของศูนย์กลางทางเศรษฐกิจทั้งสี่ทิศทาง จึงมีสถาน ประกอบการอุตสาหกรรมจำนวนมากเข้ามาตั้งถิ่นฐานใน

พื้นที่เพื่ออาศัยความได้เปรียบของความสะดวกในการคมนาคมขนส่ง นอกจากนี้ยังมีเส้นทางรถไฟสาย ตะวันออกที่สามารถพัฒนาให้เป็นเส้นทางขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพสูงต่อไปได้ ส่วนการขนส่งทาง น้ำ เป็นระบบการคมนาคมหลักในอดีตที่ให้จังหวัดปราจีนบุรีมี ความสำคัญในระดับประเทศ แต่ปัจจุบันไม่ มีการใช้งานเส้นทางดังกล่าวเพื่อการขนส่งแต่อย่างใด พื้นที่ตั้งอยู่บนระเบียบอุตสาหกรรม (Industrial Corridor) ของ ประเทศ เป็นส่วนหนึ่งของย่านอุตสาหกรรมกลุ่มปิโตรเคมี ที่มีที่ตั้งต้นบริเวณย่าน อุตสาหกรรมชายฝั่งทะเลตะวันออก ขยายตัวขึ้นไปทางตอนเหนือตามแนวทางหลวง แผ่นดินหมายเลข 304 ไปยังภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่อไปยัง สปป.ลาว และ เวียดนาม 3. ด้านเศรษฐกิจ สถานการณ์ด้าน เศรษฐกิจของพื้นที่ขยายตัวขึ้นเป็นอย่างมาก เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงฐานการผลิตหลักจากภาค เกษตรกรรมไปสู่ภาคอุตสาหกรรม ในช่วง 10 ปีหลัง จังหวัดปราจีนบุรีมีผลิตภัณฑ์มวลรวมเพิ่มขึ้นถึง 2.75 เท่า แต่เมื่อพิจารณาในรายสาขาการผลิตแล้ว พบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมใน ภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นถึง 3.26 เท่า ในขณะที่ผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคเกษตรแทบ จะไม่เปลี่ยนแปลง ส่วนภาคการค้าและบริการมี ผลิตภัณฑ์มวลรวมเพิ่มขึ้น 1.69 เท่า ซึ่งเป็นภาคการผลิตที่ให้บริการกับประชาชนในพื้นที่เป็นหลัก เมื่อ ภาคอุตสาหกรรม ขยายตัวขึ้นก็ย่อมต้องการการค้าและบริการเพิ่มขึ้นตามไปด้วย สำหรับรายได้ต่อหัว ประชากรเพิ่มขึ้น 2.47 เท่า แต่มีความไม่สม่ำเสมอในการ ขยายตัว แรงงานภาคเกษตรกรรมมีรายได้ เพิ่มขึ้นไม่มากนัก ส่วนแรงงาน ภาคอุตสาหกรรมมีรายได้เพิ่มขึ้นมาก อีกทั้งยังมีประชากรแฝงจำนวนมาก ส่งผลให้ รายได้ต่อหัวประชากรอาจสูงกว่าความเป็นจริงได้ พื้นที่เป็นแหล่งอุตสาหกรรมสำคัญของจังหวัด โดยมีสัดส่วนแรงงาน อุตสาหกรรมถึง 82.99% ของจังหวัด มีจำนวนโรงงาน 70.69% และมีจำนวนเงิน ลงทุนถึง 94.13% ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า โรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่เป็นโรงงานอุตสาหกรรม ขนาดใหญ่ ใช้เงินลงทุนมาก และใช้แรงงานจำนวนมาก 4.ด้านสังคมการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพและ เศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมา ส่งผลให้สภาพทางสังคมในพื้นที่เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย จากสังคมชนบทและ เกษตรกรรมมาสู่การเป็น สังคมเมืองและอุตสาหกรรม วิถีชีวิตของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจจะทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี จากการศึกษาทบทวนและ ประมวลผลนโยบาย แผนงาน และโครงการที่เกี่ยวข้องและมีอิทธิพลต่อการพัฒนาจังหวัดปราจีนบุรี รวมถึง อำเภอกบินทร์บุรี และศรีมหาโพธิ์ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มี ความสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศและ ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ต่อไปในอนาคต จากการวิเคราะห์ทิศทางการพัฒนาในอนาคตของจังหวัด ปราจีนบุรี อำเภอกบินทร์บุรีและ อำเภศรีมหาโพธิ์ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของการเป็นแหล่งที่ตั้ง อุตสาหกรรมบริเวณพื้นที่ชานมหา นครระดับโลก (กรุงเทพมหานครและปริมณฑล) ที่ต้องการพื้นที่ อุตสาหกรรมการผลิตบางประเภท ที่ ไม่ก่อให้เกิดมลพิษให้กับมหานคร แต่ต้องการพื้นที่ขนาดใหญ่ และ ต้องใช้วัตถุดิบจากพื้นที่นอกเขต มหานครมาเป็นฐานการผลิต โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เป็นสินค้าที่ใช้ในมหา นครและภูมิภาค รวมถึง ตลาดในระดับโลกอีกด้วย และด้วยความเป็นพื้นที่ชานมหานคร จึงเป็นพื้นที่ที่มี

คุณภาพของ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมดี จึงต้องการการพัฒนาควบคู่ไปกับการอนุรักษ์อย่างสมดุล สำหรับอุตสาหกรรมจังหวัดปราจีนบุรี หมายถึง เขตประกอบการอุตสาหกรรม ตั้งอยู่ในจังหวัดปราจีนบุรี พื้นที่ 21,248 ไร่ จำนวน 265 โรงงาน สำหรับอุตสาหกรรม 4 แห่งที่เปิดดำเนินการคือ 1. สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ กบินทร์บุรี ตั้งอยู่ในตำบลนนทรีและตำบลวังดาล อำเภอ กบินทร์บุรี มีพื้นที่ 3,500 ไร่ จำนวนโรงงาน 35 โรงงาน ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ประเภทกิจการอุตสาหกรรม โดยอยู่ในเขตส่งเสริมการลงทุนที่ 3 2.เขตนิคมอุตสาหกรรมกบินทร์บุรี ตั้งอยู่ที่ ต.หนองก่ อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี มีเนื้อที่ 4,273 ไร่ จำนวนโรงงาน 79 โรงงาน เป็นเขตการส่งเสริมการลงทุน ซึ่งได้รับสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน 3.สวนอุตสาหกรรม 304 อินดัสเตรียลปาร์ค ตั้งอยู่ใน ต.ท่าตุม อำเภอศรีมหาโพธิ มีพื้นที่ 7,500 ไร่ จำนวนโรงงาน 124 โรงงาน เป็นเขตส่งเสริมการลงทุนหรือ BOI ZONE3 4. สวนอุตสาหกรรมโรจนะ ปราจีนบุรี2 ตั้งอยู่ใน ต. หัวหว้า อำเภอศรีมหาโพธิ์และตำบลเขาโคกไทย อำเภอศรีมหาโพธิ มีพื้นที่ 4,900 ไร่ จำนวน โรงงาน 27 โรงงาน 5 . นิคมอุตสาหกรรมไฮเทค กบินทร์บุรี ตั้งอยู่ในตำบลลาดตะเคียน อำเภอ กบินทร์บุรี พื้นที่ 1,075 ไร่ จำนวน 8 โรงงาน นิคมอุตสาหกรรมที่กำลังเกิดขึ้นใหม่ มี 2 โครงการ 1. นิคมอุตสาหกรรมบ่อทอง 33 ตั้งอยู่ที่ ต.บ่อทอง อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี เนื้อที่ ประมาณ 1,700 ไร่ ภายใต้การลงทุน 1,710.52 ล้านบาท เพื่อรองรับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและชิ้นส่วน อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน อุตสาหกรรมแปรรูปเกษตรอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกชีวภาพ และอุตสาหกรรมการเบา โดยจุดเด่นของการโครงการดังกล่าวสามารถเชื่อมโยง เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก หรือ EEC และเขตชายแดน ไทย-กัมพูชา ได้เป็นอย่างดี ซึ่งคาดว่า ถ้าโครงการนี้แล้วเสร็จ จะก่อให้เกิดการลงทุนมูลค่าเงินลงทุนไม่น้อยกว่า 49,456 ล้านบาท และก่อให้เกิดการจ้างงานไม่น้อยกว่า 11,240 คน ที่เดียว 2. นิคมอุตสาหกรรมยูต้า ตั้งอยู่ในตำบลหนองก่ อำเภอ กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี มีเนื้อที่ประมาณ 500 ไร่ กำลังดำเนินการขออนุญาต

วัตถุประสงค์การศึกษา

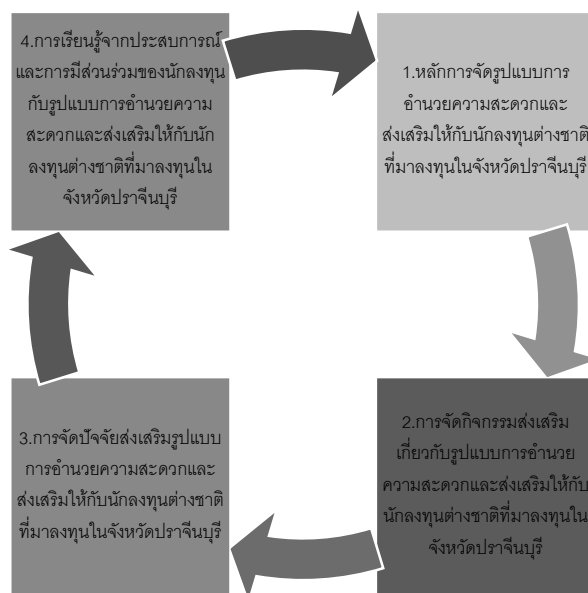
- 1.เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการสำหรับการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี
- 2.เพื่อศึกษาองค์ประกอบรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี
- 3.เพื่อพัฒนารูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี

ผลการวิจัย

รูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี เป็นรูปแบบที่มีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ ได้แก่ 1. หลักการจัดรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 2. การจัดกิจกรรมส่งเสริมเกี่ยวกับรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 3. การจัดปัจจัยส่งเสริมรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 4. การเรียนรู้จากประสบการณ์และการมีส่วนร่วมของนักลงทุนกับรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี

สำหรับการสำรวจข้อมูลเพื่อนำไปใช้พัฒนารูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี โดยมีประเด็นที่สำคัญ ได้แก่ 1. ปัญหาเศรษฐกิจและสังคมของนักลงทุนต่างชาติที่จะมาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 2. ความต้องการ การได้รับการส่งเสริมการลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 3. การจัดบริการอำนวยความสะดวกพื้นฐานในด้านการลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 4. ความต้องการพัฒนารูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี และการดำเนินการสำหรับการวิเคราะห์ให้แนวคิดในบริบทต่าง ๆ ของการศึกษารูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี โดยทำการศึกษา ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี ซึ่งมีประเด็นสำคัญ ได้แก่ 1. การศึกษารูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี ความหมาย ลักษณะ ประเภท และรูปแบบการจัดการส่งเสริมการลงทุน และโปรแกรมส่งเสริมการอำนวยความสะดวกและการลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 2. การจัดการข้อมูลอุตสาหกรรมที่สำคัญในจังหวัดปราจีนบุรีในปัจจุบันในการจัดการรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 3. รูปแบบยุทธศาสตร์ในการจัดการรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี รวมทั้งการสร้างรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี โดยทำการตรวจสอบองค์ประกอบและเนื้อหาพร้อมกับการสร้างและพัฒนารูปแบบและทดลองใช้ โดยพัฒนาสร้างรูปแบบตามองค์ประกอบดังต่อไปนี้ ได้แก่ 1. หลักการจัดรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 2. การจัดกิจกรรมส่งเสริมเกี่ยวกับรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 3. การจัดปัจจัยส่งเสริมรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 4. การเรียนรู้จากประสบการณ์และการมีส่วนร่วมของนักลงทุนกับรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี และการประเมินผลการพัฒนารูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนใน

จังหวัดปราจีนบุรี มีหลักการสำคัญ ได้แก่ กำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดเกณฑ์การประเมิน กำหนดกลุ่มตัวอย่าง รวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยทำการนำเสนอรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี



ภาพที่ 1 การพัฒนารูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี มีวัตถุประสงค์การศึกษา 1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการสำหรับการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 3. เพื่อพัฒนารูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี โดยการวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) พบว่า การสร้างรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี โดยทำการตรวจสอบองค์ประกอบและเนื้อหาพร้อมกับการสร้างและพัฒนารูปแบบและทดลองใช้ โดยพัฒนาสร้างรูปแบบตามองค์ประกอบดังต่อไปนี้ ได้แก่ 1. หลักการจัดรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 2. การจัดกิจกรรมส่งเสริมเกี่ยวกับรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 3. การจัดปัจจัยส่งเสริม

รูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี 4. การเรียนรู้จากประสบการณ์และการมีส่วนร่วมของนักลงทุนกับรูปแบบการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมให้กับนักลงทุนต่างชาติที่มาลงทุนในจังหวัดปราจีนบุรี สำหรับกิจการบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการเพิ่มความสามารถ ในการแข่งขัน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ได้ปรับปรุงเพิ่มเติมนโยบายสำหรับการส่งเสริมการลงทุนใน กิจการบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูง โดยในปี 2562 ได้มีการปรับปรุงและ เพิ่มเติมนโยบายที่เกี่ยวกับการสนับสนุนการท่องเที่ยว และ ให้ส่งเสริมการลงทุนในกิจการศูนย์กลางธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business Center: IBC) โดยมีรายละเอียด ดังนี้ การส่งเสริมการลงทุนสำหรับกิจการศูนย์กลางธุรกิจระหว่างประเทศ ตั้งแต่ปี 2558 รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนให้ประเทศไทย เป็นศูนย์กลางการลงทุน โดยมีเป้าหมายเพื่อดึงดูดให้เกิด การจัดตั้งสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มแรงจูงใจและสนับสนุนกิจการดังกล่าว ภาครัฐ จึงได้มีการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงาน และกำหนด การให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ (ทั้งด้านภาษีและที่ไม่เกี่ยวข้องกับภาษี) รวมถึงการอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจ ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน: ให้สิทธิและประโยชน์ที่ไม่เกี่ยวกับด้านภาษี กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง: ให้สิทธิและประโยชน์ ด้านภาษี กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์: อำนวยความสะดวกในการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทและออกหนังสือ รับรองการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว ธนาคารแห่งประเทศไทย: สนับสนุนการจัดตั้ง ศูนย์บริหารเงิน (Treasury Center) คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจึงได้เปิดให้การส่งเสริมในกิจการ สำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ (International Headquarters: IHQ) สถิติผู้ได้รับการส่งเสริมตั้งแต่เดือนมกราคม 2558 ถึง เดือนธันวาคม 2561 มีผู้ได้รับการส่งเสริมจำนวน 229 โครงการ (รวมโครงการกิจการ ROH ที่ได้รับการส่งเสริมไปก่อนปี 2558 ซึ่งต่อมาขอเปลี่ยนประเภทกิจการเป็น IHQ)

ในปี 2561 กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง ได้ปรับเปลี่ยน การให้สิทธิและประโยชน์ทางด้านภาษี และเงื่อนไขของกิจการสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ (IHQ) โดยปรับเปลี่ยนจากมาตรการ ส่งเสริมกิจการสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ (IHQ) เป็นการส่งเสริม กิจการศูนย์กลางธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business Center: IBC) เพื่อประกอบกิจการให้บริการด้านบริหาร บริการ ด้านเทคนิค บริการสนับสนุน หรือบริการด้านการบริหารเงิน แก่วิสาหกิจในเครือ หรือการประกอบกิจการการค้าระหว่าง ประเทศ ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับการปรับปรุงนโยบายดังกล่าว ของกรมสรรพากร คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจึงปรับปรุง ประเภทกิจการโดยให้การส่งเสริมในกิจการศูนย์กลางธุรกิจ ระหว่างประเทศ (International Business Center: IBC) โดย ให้สิทธิและประโยชน์เฉพาะในส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องกับด้านภาษี ปัจจุบันมีผู้ได้รับการส่งเสริมในกิจการศูนย์กลางธุรกิจระหว่าง ประเทศ (IBC) จำนวน 57 โครงการ รวมมูลค่าการลงทุนประมาณ 1,076 ล้านบาท และเปลี่ยนประเภทกิจการจากกิจการ ROH หรือ IHQ เป็น IBC จำนวน 36 โครงการ ส่วนใหญ่จะเป็นการลงทุน จากประเทศญี่ปุ่น (ร้อยละ 36) ประเทศสิงคโปร์ (ร้อยละ 10) และ ประเทศเยอรมนี (ร้อยละ 9) ตามลำดับ ซึ่งเป็นการบริการ สนับสนุนในกลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น ยาน

ยนต์ ปิโตรเคมี เคมีภัณฑ์และพลาสติก เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ อาหาร และเครื่องดื่ม และบริการ เป็นต้น จังหวัดปราจีนบุรีเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายของทรัพยากรและมีแนวโน้มการพัฒนาในด้านต่างๆ มาอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมที่จะเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจหลัก ของจังหวัดต่อไปในอนาคตเนื่องจากมีที่ตั้งอยู่บนระเบียงเศรษฐกิจอาเซียนถึง 2 สายได้แก่ Central Corridor จากท่าเรือน้ำลึกแหลมฉบังตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 304 ผ่านทั้งอำเภอศรีมหาโพธิ์และอำเภอกบินทร์บุรี ไปยังภาคตะวันออกเฉียงเหนือของ ประเทศไทย ออกไปยังนครเวียงจันทร์ สปป.ลาว และไปต่อกับNorth-South Corridor ที่เมืองบ่อเต็น สปป.ลาว และ Southern Corridor จากท่าเรือทะวาย สหภาพเมียนมาร์ ผ่านภาคมหานครของ ประเทศ ไปยังอำเภอกบินทร์บุรี และประเทศกัมพูชา ออกไปยังท่าเรือน้ำลึกในประเทศ เวียดนาม ด้วยความได้เปรียบในทำเลที่ตั้งระดับนานาชาติดังกล่าว ผนวกกับการเป็นพื้นที่ส่งเสริม อุตสาหกรรมเขต 3 ที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานครมากที่สุด ตามประกาศของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ส่งผลให้อำเภอกบินทร์บุรีและอำเภอศรีมหาโพธิ์เป็นที่ตั้งของเขตอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ นำมาสู่การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินดังนั้นในบริเวณที่มีแนวโน้มการขยายตัวและมีการเปลี่ยนแปลงการใช้พื้นที่ของจังหวัดปราจีนบุรี จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อการวาง กรอบนโยบายการพัฒนาและการใช้พื้นที่ ทั้งพื้นที่ชุมชน พื้นที่เกษตรกรรมและพื้นที่อุตสาหกรรม ให้ สามารถพัฒนาควบคู่กันไปได้อย่างยั่งยืน ในขณะเดียวกัน การวางกรอบการพัฒนาดังกล่าว จำเป็นต้องมีการวางแผนและพัฒนาระบบโลจิสติกส์ เพื่อให้สอดคล้องและเชื่อมโยงกับระบบ โครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งหลักของประเทศ เพื่อรองรับการเปิดประตูการค้าสู่ประชาคมอาเซียน

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จังหวัดปราจีนบุรีเป็นพื้นที่ที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน มีความสมดุลทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีความสอดคล้องกับนโยบายการใช้ที่ดินตามแนวทางของจังหวัดปราจีนบุรีและประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด ในการส่งเสริมการเพิ่มขีดความสามารถ ทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมสีเขียวรองรับ AEC และตลาดโลก เพื่อให้มีการพัฒนาพื้นที่ใช้เป็นกรอบนโยบาย แนวทางมาตรการในการจัดระเบียบการใช้ ประโยชน์ที่ดิน ในด้านการพัฒนาเมืองและชนบท การรองรับการตั้งถิ่นฐานของชุมชน การลงทุน พื้นที่เสี่ยงภัย พื้นที่สงวนและอนุรักษ์การส่งเสริมและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก และการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ เพื่อรองรับความเจริญ และ สนับสนุนการดำเนินการพัฒนาท้องถิ่นให้สอดคล้องเชื่อมโยงกันทั้งในระดับพื้นที่ โครงการ และในระดับจังหวัดอย่างเป็นระบบ และเพื่อให้มีการพัฒนาพื้นที่ใช้เป็นแนวทาง มาตรการในการป้องกันและบรรเทาปัญหาเชิง พื้นที่ อันเนื่องมาจากการลงทุนและการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดิน ภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ทั้งปัญหาภัยแล้ง น้ำท่วม และดินถล่ม การกำหนดพื้นที่เสี่ยงภัยต่างๆ หรือพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมกับการตั้งถิ่นฐาน พื้นที่รับน้ำ พื้นที่แก้มลิง สำหรับการป้องกันหรือบรรเทาการเกิดอุทกภัย เพื่อให้

มีแผนและยังเป็นกรอบนโยบายที่สามารถนำไปใช้เป็นกรอบดำเนินการวางแผนในระดับชุมชน การจัดทำแผนงานโครงการพัฒนาส่วนท้องถิ่น การออก ข้อบังคับหรือเทศบัญญัติขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่เฉพาะหรือพื้นที่มีความสำคัญ การประสานความร่วมมือและการขอรับการจัดสรรงบประมาณพัฒนาท้องถิ่น ที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และใช้เป็นเครื่องมือในการบูรณาการ โครงการและแผนงานการลงทุนทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อกำหนดพื้นที่ประเภท และชนิดของการลงทุนภาคการผลิตที่มีความเหมาะสมต่อพื้นที่ และเพื่อออกแบบระบบโลจิสติกส์ให้มีความสอดคล้องกับบทบาทและแนวทางการพัฒนาจังหวัด รวมทั้งการลงทุนภาคการผลิต

เอกสารอ้างอิง

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2562). THAILAND INVESTMENT YEAR WHAT'S NEW? SEMINAR มาตรการบีไอไอเพื่อปีแห่งการลงทุน. *BOI e-Journal*. 2(1): 1-29.

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2562). THAILAND INVESTMENT YEAR WHAT'S NEW? SEMINAR มาตรการบีไอไอเพื่อปีแห่งการลงทุน. *BOI e-Journal*. 2(2): 1-29.

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2563). บีไอไอกับมาตรการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก. 3(1): 1-29.

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2563). มาตรการบีไอไอรับมือโควิด-19. *BOI e-Journal*. 3(3): 1-29.

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน¹

STRATEGIC LEADERSHIP AND EFFECTIVENESS OF PERFORMANCE

OF BANGKHEN DISTRICT CIVIL SERVANT

สุรัตน์ เปี่ยมศิริ (Surat Piamsiri)²

อุษณี มงคลพิทักษ์สุข (Usanee Mongkolpitaksuk)³

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้อำนวยการเขต 2) ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน 3) อิทธิพลภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 97 คน ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขนอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์สามารถพยากรณ์ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน ได้ร้อยละ 61.30 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีองค์ประกอบด้านการควบคุมความสมดุลในองค์การมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน (Beta= .783) ส่วนองค์ประกอบด้านอื่น ๆ ไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05
คำสำคัญ: ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์/ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

Abstract

This article aimed to study 1) strategic leadership of Bangkok District director 2) effectiveness of performance of Bangkok District civil servant 3) the effect of strategic leadership on effectiveness of performance of Bangkok District civil servant. The sample was 97 of Bangkok District civil servant. Hypothesis was analyzed by the multiple regression. The results found that the mean of strategic leadership and effectiveness of performance of Bangkok District civil servant were high level. The result of the hypothesis showed that strategic leadership can be predicted effectiveness performance of Bangkok District civil servant. The overall R² was .613, a large effect, at statistically significant level .05. Establishing balanced organizational controls factor had effect on effectiveness performance of Bangkok District civil servant (Beta = .783). However, the other factors had not effect on performance of Bangkok District civil servant at a statistically significant level .05

Keyword: Strategy Leadership/ Effectiveness of performance

¹บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์ เรื่อง ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน

²นักศึกษาลัทธิรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษร

³อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษร

บทนำ

ในศตวรรษที่ 21 การดำเนินธุรกิจและการบริหารจัดการภาครัฐ ต่างเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง อยู่ตลอดเวลา ทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี คู่แข่งขัน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย องค์กรต่าง ๆ ทุกองค์การต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด และสร้างรายได้เปรียบต่อคู่แข่งกัน ขณะเดียวกันต้องสนองตอบ ความต้องการผู้รับบริการ ทั้งทางด้านความรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ การบริหารจัดการแบบเดิมที่มุ่งเน้นให้ ความสำคัญเฉพาะการบริหารงานภายใน ไม่สนใจต่อสภาพแวดล้อมภายนอก จึงมีอาจนำมาใช้ให้ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาวะการณ์ของยุคโลกาภิวัตน์ในปัจจุบันอีกต่อไป องค์กรทั้งภาคเอกชน และภาครัฐจึงพยายามนำแนวคิดการจัดการสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในองค์กรของตน ซึ่งการจัดการเชิง กลยุทธ์ถือเป็นหนึ่งในการบริหารจัดการที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เนื่องจากการจัดการ เชิงกลยุทธ์จะช่วยปรับเปลี่ยนและพัฒนาผู้นำองค์กรให้มีคุณสมบัติหรือความสามารถเชิงกลยุทธ์ เพื่อ กำหนดทิศทางองค์กรที่จะก้าวไป มีการสื่อสารวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัด เป้าหมาย กลยุทธ์ แผนงาน โครงการ และใช้อิทธิพลกระตุ้นจูงใจให้บุคลากรปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่กำหนด รวมทั้งติดตามควบคุมและประเมินผลกลยุทธ์ เพื่อให้้องค์การบรรลุวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ (พิบูล ที่ปะปาล และธนวัฒน์ ที่ปะปาล, 2559; เขมมารี รักษาชีพ, 2556; ชลัช ชรัญญชัย, 2559)

การบริหารจัดการภาครัฐของประเทศไทยในปัจจุบัน รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 65 บัญญัติให้รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติ เป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนใน ระยะยาวตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่าง ๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกัน เพื่อให้เกิดเป็นพลังผลักดันร่วมกันไปสู่เป้าหมายดังกล่าว โดยการตราพระราชบัญญัติการจัดทำ ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ.2560 และประกาศใช้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) นับตั้งแต่วันที่ 8 ตุลาคม 2561 เป็นต้นไป เป็นแผนแม่บทการพัฒนาประเทศ ที่กำหนดกรอบและแนวทางการพัฒนาให้ หน่วยงานของรัฐทุกหน่วยมีหน้าที่ดำเนินการ รวมทั้งจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีให้สอดคล้องกับ แผนแม่บท เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ " ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการ พัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง"

ไม่เว้นแม้แต่กรุงเทพมหานคร ในฐานะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษและเป็นเมือง หลวงของประเทศไทย มีอำนาจหน้าที่บริหารจัดการเมืองให้เหมาะสมกับการเจริญเติบโตของเมือง และการ เปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี สามารถสนองตอบความต้องการของประชาชน ได้อย่างทั่วถึง รวมทั้งสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ของเมืองมหานครได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งต้อง ดำเนินการพัฒนากรุงเทพมหานคร ให้สอดคล้องกับแผนแม่บทยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และเป็นไปตาม แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2556 - 2575) เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ "กรุงเทพมหานครเป็น มหานครแห่งเอเชีย ในปี พ.ศ. 2575" และยังใช้เป็นกรอบแนวทางให้หน่วยงานต่าง ๆ ในสังกัด กรุงเทพมหานครนำไปจัดทำแผนปฏิบัติราชการประจำปีของแต่ละหน่วยงานอีกด้วย

เช่นเดียวกัน สำนักงานเขตบางเขนเป็นหน่วยงานหนึ่งของกรุงเทพมหานคร ได้นำแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี แผนพัฒนากรุงเทพมหานครประจำปี และยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี มาใช้เป็นกรอบแนวทางในการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี เพื่อสนองต่อความต้องการและประโยชน์สุขของประชาชนในพื้นที่เขตบางเขน โดยมีผู้อำนวยการเขตเป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุดและเป็นผู้นำที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการปฏิบัติการ ให้บรรลุเป้าหมายตามแผนที่กำหนด ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งต่อการบรรลุเป้าหมายตามตัวชี้วัดการประเมินผลการปฏิบัติการ ขึ้นอยู่กับผู้อำนวยการเขตต้องมีภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และส่งเสริมสนับสนุนการปฏิบัติงานของข้าราชการ ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อันส่งผลในภาพรวมต่อการประเมินผลการปฏิบัติการของหน่วยงาน

จากผลการประเมินผลการปฏิบัติการของสำนักงานเขตบางเขน ในช่วงปี พ.ศ.2557-2561 มีค่าเฉลี่ยลดลง สาเหตุสำคัญสืบเนื่องมาจากตำแหน่งผู้อำนวยการเขตจะมีการโยกย้ายตามวาระ หรือมีการแต่งตั้งล่าช้า ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งมาดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการเขตบางเขน จะมีวิสัยทัศน์และภาวะผู้นำแตกต่างกันไป ปัญหาอีกประการหนึ่ง คือ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการ อันมีสาเหตุมาจากการโยกย้าย หรือบรรจุแต่งตั้งข้าราชการใหม่มาทดแทนผู้ที่เกษียณอายุราชการ ต้องใช้เวลาปรับตัวและศึกษาพื้นที่ เรียนรู้งานในหน้าที่ รวมทั้งข้าราชการที่ปฏิบัติงานมาเป็นเวลานาน ขาดความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย เช่น ในบางปีงบประมาณ พบว่า สำนักงานเขตบางเขนไม่สามารถเบิกจ่ายงบประมาณ ตามโครงการหรือกิจกรรมที่บรรจุไว้ในแผนปฏิบัติการประจำปี ได้ตามเป้าหมายที่กำหนด เป็นข้อบ่งชี้ว่ายังขาดการควบคุมกำกับติดตามที่มีประสิทธิภาพ และไม่มีการแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นอย่างทันท่วงที เมื่อประกอบกับการขาดประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการ ในการปรับตัวให้เข้ากับการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งทางด้านกฎหมาย ข้อบัญญัติ ระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน รวมทั้งระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่นำมาใช้ในระบบราชการ เพื่อสนองต่อความต้องการ ความคาดหวังจากผู้รับบริการ ก็เป็นสาเหตุหนึ่งทำให้การปฏิบัติงานของข้าราชการไม่มีประสิทธิผลเท่าที่ควร

การรับรู้ถึงภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้อำนวยการเขต และประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการ สำนักงานเขตบางเขนว่าอยู่ในระดับใด และภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ดังกล่าว มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขนอย่างไร จะทำให้กรุงเทพมหานครหรือสำนักงานเขตบางเขนสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริม และพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้อำนวยการเขตและพัฒนาศักยภาพข้าราชการของสำนักงานเขตบางเขน ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อันจะส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมาย ตามแผนปฏิบัติการประจำปีของสำนักงานเขตบางเขน แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2556 - 2575) และตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1) เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้อำนวยการเขต 2) เพื่อศึกษาประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่างจากข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน จำนวน 97 คน ประกอบด้วย ฝ่ายปกครอง ฝ่ายทะเบียน ฝ่ายโยธา ฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ ฝ่ายรายได้ ฝ่ายรักษาความสะอาดและสวนสาธารณะ ฝ่ายการศึกษา ฝ่ายการคลัง ฝ่ายเทศกิจ ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (Strategic Leadership) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดทิศทางองค์กรหรือการวางแผนในระยะยาว โดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร การกำหนดกลยุทธ์ การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ การติดตามประเมินผล และยังต้องมีความยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของโลกในยุคปัจจุบัน ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและส่งผลกระทบต่อองค์กร เป็นบทบาทหน้าที่ของผู้บริหารระดับสูงจะต้องสื่อสารถ่ายทอดวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และใช้อิทธิพลโน้มน้าวชักจูงให้ผู้อื่นปฏิบัติตามกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรที่กำหนด ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของ Hitt, Ireland and Hosskisson (2013) มาใช้ในการศึกษา เนื่องจากมีองค์ประกอบสอดคล้องเหมาะสมกับบทบาทอำนาจหน้าที่ผู้อำนวยการเขต ที่ต้องรับผิดชอบการบริหารราชการให้บรรลุเป้าหมายตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิผลมีองค์ประกอบ 5 ประการ ได้แก่

1. การกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์
2. การบริหารจัดการทรัพยากรขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ
3. การสนับสนุนวัฒนธรรมองค์กรที่มีประสิทธิผล
4. การมุ่งเน้นการปฏิบัติตามหลักจริยธรรม
5. การควบคุมความสมดุลในองค์กร

แนวคิดประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

คณะกรรมการข้าราชการกรุงเทพมหานครและบุคลากร (ก.ก.) ได้กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการประเมินผลการปฏิบัติราชการระดับบุคคลของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ เพื่อให้ผู้บังคับบัญชาทุกหน่วยงานในสังกัดใช้เป็นเครื่องมือในการติดตามและประเมินผลความก้าวหน้า หรือผลสำเร็จของการดำเนินงาน รวมทั้งผลกระทบบที่อาจเกิดขึ้น เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติราชการ และนำผลการประเมินไปประกอบการพิจารณาความดีความชอบ การพัฒนาเพิ่มพูนประสิทธิภาพการปฏิบัติราชการ โดยให้ใช้หลักเกณฑ์และวิธีการประเมินผลดังกล่าว ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ.2555 เป็นต้นไป แต่เนื่องจากหลักเกณฑ์และวิธีการประเมินผลดังกล่าวข้างต้น ยังมีปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน คณะกรรมการข้าราชการกรุงเทพมหานครและบุคลากร (ก.ก.) ได้มีมติครั้งที่ 4/2557 ให้ใช้หลักเกณฑ์และวิธีการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนสามัญ ของสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2544) มาใช้ประกอบการพิจารณาเลื่อนขั้นเงินเดือนจนกว่าจะมีหลักเกณฑ์ใหม่ที่เหมาะสมกับสภาพการณ์ของกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาจากองค์ประกอบ 2 ด้าน ได้แก่

1. ด้านผลงาน พิจารณาจากปริมาณงาน คุณภาพของงาน ความทันเวลา ผลลัพธ์ ประโยชน์ การนำไปใช้และประสิทธิผลของงาน การประหยัดทรัพยากรหรือความคุ้มค่าของผลงาน
2. ด้านคุณลักษณะการปฏิบัติงาน พิจารณาจากความสามารถและความอุตสาหะในการปฏิบัติงาน การรักษาวินัย การปฏิบัติตนให้เหมาะสมกับการเป็นข้าราชการ

สมมติฐานการศึกษา

ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษากำหนดสมมติฐานหลักและสมมติฐานย่อย ดังนี้

1. สมมติฐานหลัก ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน
2. สมมติฐานย่อยที่ 1 การกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน
3. สมมติฐานย่อยที่ 2 การบริหารจัดการทรัพยากรขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน
4. สมมติฐานย่อยที่ 3 การสนับสนุนวัฒนธรรมองค์การที่มีประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน
5. สมมติฐานย่อยที่ 4 การมุ่งเน้นการปฏิบัติตามหลักจริยธรรม มีอิทธิพลต่อกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน
6. สมมติฐานย่อยที่ 5 การควบคุมความสมดุลในองค์การ มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน

ผลการศึกษา

1. ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน (M= 3.80) เรียงตามลำดับได้ดังนี้ การมุ่งเน้นการปฏิบัติตามหลักจริยธรรม (M= 3.91) การควบคุมความสมดุลในองค์การ (M= 3.88) การบริหารจัดการทรัพยากรขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ (M= 3.80) การกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ (M= 3.71) และการสนับสนุนวัฒนธรรมขององค์การที่มีประสิทธิภาพ (M= 3.70)

ตารางที่ 1 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์	M	SD	แปลผล	ลำดับ
1.การกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์	3.71	.660	มาก	4
2. การบริหารจัดการทรัพยากรขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ	3.80	.645	มาก	3
3. การสนับสนุนวัฒนธรรมขององค์การที่มีประสิทธิภาพ	3.70	.643	มาก	5
4. การมุ่งเน้นการปฏิบัติตามหลักจริยธรรม	3.91	.694	มาก	1
5. การควบคุมความสมดุลในองค์การ	3.88	.612	มาก	2
รวม	3.80	.581	มาก	

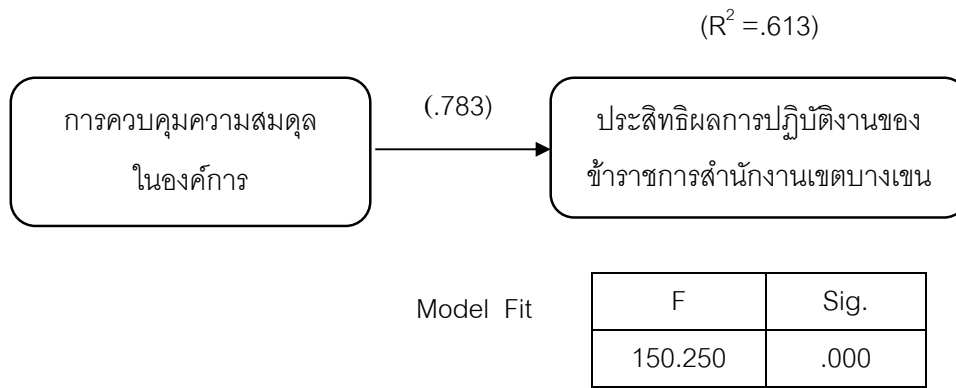
2. ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน (M= 3.95) โดยด้านคุณลักษณะในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า (M= 4.00) ด้านผลงาน (M= 3.91)

ตารางที่ 2 ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน	M	SD	แปลผล	ลำดับ
1. ผลงาน	3.91	.570	มาก	2
2. คุณลักษณะในการปฏิบัติงาน	4.00	.627	มาก	1
รวม	3.95	.576	มาก	

3. อิทธิพลภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ด้านการควบคุมความสมดุลในองค์การ สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน ได้ร้อยละ 61.30 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ .783 ส่วนองค์ประกอบด้านการกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ การบริหารจัดการทรัพยากรขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ

การสนับสนุนวัฒนธรรมองค์การที่มีประสิทธิผล และการมุ่งเน้นการปฏิบัติตามหลักจริยธรรม ไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก และสมมติฐานย่อยที่ 5 และปฏิเสธสมมติฐานย่อยที่ 1,2,3,4 สามารถแสดงภาพตัวแบบการถดถอยพหุคูณได้ ดังนี้



แผนภาพที่ 1 ตัวแบบการถดถอยพหุคูณของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน

อภิปรายผล

1. ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์

ผลการศึกษา ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน ($M = 3.80$) เรียงตามลำดับดังนี้ การมุ่งเน้นการปฏิบัติตามหลักจริยธรรม ($M = 3.91$) การควบคุมความสมดุลในองค์การ ($M = 3.88$) การบริหารจัดการทรัพยากรขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ ($M = 3.80$) การกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ ($M = 3.71$) และการสนับสนุนวัฒนธรรมองค์การที่มีประสิทธิผล ($M = 3.70$) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรรัมภา เนืองพุท (2557), เครือวัลย์ ไชยสินธุ์ (2559), นิศรา หงษา และสุรศักดิ์ ชะมารัมย์ (2560) ที่พบว่า ระดับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การมุ่งเน้นการปฏิบัติตามหลักจริยธรรม ผลการศึกษา พบว่า อยู่ในระดับมาก ($M = 3.91$) เนื่องจากผู้อำนวยการเขตเป็นผู้นำและผู้บริหารสูงสุดของหน่วยงาน ต้องประพฤติปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ข้าราชการและบุคลากรในหน่วยงาน ทั้งด้านคุณธรรมและตามหลักธรรมของศาสนา โดยผู้อำนวยการเขตจะเป็นผู้นำข้าราชการและลูกจ้างไปร่วมทำบุญตักบาตร บำเพ็ญประโยชน์พัฒนาและทำความสะอาดวัดในพื้นที่เขตบางเขน เนื่องในวันสำคัญทางศาสนาเป็นประจำ นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้ข้าราชการประพฤติปฏิบัติตน ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม และหลักจรรยาบรรณของข้าราชการในการปฏิบัติงานในหน้าที่ เพื่อป้องกันปัญหาข้อร้องเรียน และปัญหาทุจริตในหน่วยงาน ซึ่ง

จะเน้นย้ำในการประชุมข้าราชการประจำเดือนทุกครั้ง และยังเปิดโอกาสให้ข้าราชการทุกคนเข้าพบ เพื่อขอคำปรึกษาหรือหาหรือแนวทางการแก้ไขปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วงตามแผนหรือเป้าหมายที่กำหนด อย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน ทำให้ข้าราชการรู้สึกเชื่อมั่นไว้วางใจ และได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่ถูกเลือกปฏิบัติ

การควบคุมความสมดุลในองค์การ ผลการศึกษา พบว่า อยู่ในระดับมาก ($M= 3.88$) เนื่องด้วยผู้อำนวยการเขตจะติดตามความคืบหน้าผลการดำเนินงานโครงการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ให้เป็นไปตามแผนปฏิบัติราชการ และควบคุมติดตามการเบิกจ่ายงบประมาณให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดในการประชุมคณะผู้บริหารเขตประจำสัปดาห์ โดยให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องชี้แจงความคืบหน้าการดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรค ข้อขัดข้อง และเร่งรัดให้ดำเนินการให้แล้วเสร็จตามแผนที่กำหนด นอกจากนี้ ผู้อำนวยการเขทยังให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงภายในหน่วยงาน ในการดำเนินงานตามแผนงานต่าง ๆ โดยจะพิจารณาความเสี่ยงและแนวทางป้องกันความเสี่ยง ก่อนจะอนุมัติโครงการหรือกิจกรรม เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการหรือกิจกรรมนั้น ๆ ผู้อำนวยการเขทยังมีการบริหารงานด้วยความยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป มีการบริหารจัดการใช้ทรัพยากรของหน่วยงานให้เป็นไปอย่างคุ้มค่า มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงการปรับแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ เช่น การป้องกันแก้ไขปัญหาน้ำท่วมขังในพื้นที่เขตบางเขนช่วงฝนตกหนัก ได้สร้างความเดือดร้อนแก่ประชาชนในพื้นที่จุดเสี่ยง ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา เนื่องจากมีเศษวัสดุสิ่งกีดขวางทางระบายน้ำในคลองระบายน้ำระหว่างการก่อสร้างเขื่อน ผู้อำนวยการเขตได้ประชุมและประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเร่งดำเนินการขนย้ายสิ่งกีดขวางออกจากทางระบายน้ำติดตั้งเครื่องสูบน้ำเพิ่มขึ้น จัดเจ้าหน้าที่ประจำจุดพร้อมปฏิบัติงานในพื้นที่จุดเสี่ยง กระทั่งทำให้สามารถระบายน้ำท่วมขังในพื้นที่ให้ลดระดับได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

การบริหารจัดการทรัพยากรขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ ผลการศึกษา พบว่า อยู่ในระดับมาก ($M= 3.80$) เนื่องด้วยผู้อำนวยการเขตให้ความสำคัญกับบุคลากรในหน่วยงาน โดยวางแผนอัตรากำลัง สรรหา บรรจุแต่งตั้งตามขอบเขตที่กฎหมายกำหนด เพื่อให้ได้มาซึ่งบุคลากรที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการปฏิบัติงานในฝ่ายต่าง ๆ ขณะเดียวกันก็สามารถทดแทนตำแหน่งที่ว่าง เนื่องจากการโยกย้ายและไม่มีมีการบรรจุแต่งตั้งมาทดแทน ผู้อำนวยการเขตก็น่าจะมีคำสั่งบรรจุแต่งตั้งข้าราชการระดับปฏิบัติการหรือระดับปฏิบัติงานในสังกัดสำนักงานเขตบางเขน ที่มีความประสงค์และมีคุณสมบัติเฉพาะตรงตามตำแหน่ง ในอัตราที่ว่างภายในสำนักงานเขตบางเขน เป็นต้น และยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร โดยส่งเสริมให้ข้าราชการสมัครเข้ารับการฝึกอบรม สัมมนา ศึกษาดูงานตามหลักสูตรต่าง ๆ ที่สถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานครเป็นผู้จัด เช่น การฝึกอบรมหลักสูตรการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน การฝึกอบรมหลักสูตรเทคนิคทางการบริหาร การฝึกอบรมหลักสูตรสอนงานเพื่อพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงาน การฝึกอบรมปฐมนิเทศข้าราชการกรุงเทพมหานคร ฯลฯ เพื่อให้

ข้าราชการมีสมรรถนะทั้งด้านความรู้ และความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ต่าง ๆ ให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น อีกทั้งได้จัดทำคำสั่งมอบหมายงาน หน้าที่ความรับผิดชอบเป็นรายบุคคลอย่างชัดเจน และเป็นผู้อนุมัติแผนการดำเนินงาน แผนการเบิกจ่ายเงินงบประมาณตามโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้รับอนุมัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี ให้เป็นไปตามแนวทางและนโยบายของกรุงเทพมหานคร เช่น ค่าใช้จ่ายหมวดค่าครุภัณฑ์ ต้องก่องหน้ผู้กัณฑ์ให้แล้วเสร็จภายในเดือนธันวาคมของปีงบประมาณ นอกจากนี้ ผู้อำนวยการเขตยังใช้ความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอก ภาคเอกชนและภาคประชาชน ให้เข้ามามีส่วนร่วมกับการดำเนินโครงการหรือและกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กิจกรรมทำความสะอาดปรับปรุงภูมิทัศน์ พัฒนาคูคลอง แหล่งน้ำในพื้นที่เขตบางเขน ในปี พ.ศ.2562 ตามโครงการจิตอาสา “เราทำความดี ด้วยหัวใจ” ได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานทหาร องค์การภาคเอกชน สถานศึกษา ชุมชนต่าง ๆ และจิตอาสา ทำให้การปฏิบัติงานตามกิจกรรมดังกล่าวสำเร็จลุล่วงเป็นไปด้วยดีทุกครั้ง

การกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ ผลการศึกษา พบว่า อยู่ในระดับมาก (M= 3.71) เนื่องจากผู้อำนวยการเขตในฐานะเป็นผู้นำสูงสุดของหน่วยงาน ต้องมีวิสัยทัศน์และกำหนดทิศทางการพัฒนาเขต โดยใช้ความสามารถในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อคาดการณ์สิ่งที่จะเกิดขึ้นและกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาพื้นที่ ให้สอดคล้องกับแผนปฏิบัติราชการประจำปีของกรุงเทพมหานคร และแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี ซึ่งที่ผ่านมากการกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ของสำนักงานเขตบางเขน ส่วนหนึ่งมาจากวิสัยทัศน์ของผู้อำนวยการเขต และอีกส่วนหนึ่งมาจากผู้อำนวยการเขตเปิดโอกาสให้แต่ละฝ่ายได้เสนอโครงการ หรือกิจกรรมที่สร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมใหม่ด้วย เช่น โครงการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ที่ข้าราชการในแต่ละฝ่ายที่รับผิดชอบจัดทำแผนปฏิบัติราชการประจำปี ต่างช่วยกันนำเสนอแนวปฏิบัติ ด้วยการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุเข้ามาใช้บริการ โดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารผ่านทางแอปพลิเคชัน “เพื่อนสูงวัย @ บางเขน” บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งเป็นช่องทางบริการความรู้ คำปรึกษา ด้านสุขภาพ ให้กับผู้สูงอายุในพื้นที่เขตบางเขนได้อย่างสะดวกรวดเร็วเพิ่มขึ้น จนทำให้โครงการนี้เป็นโครงการให้บริการที่ดีที่สุด (Best Service) ประจำปี พ.ศ.2562 ของสำนักงานเขตบางเขน นอกจากนี้ ในการประชุมข้าราชการประจำเดือนช่วงต้นปีงบประมาณ ผู้อำนวยการเขตจะชี้แจงนโยบาย วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี ให้หัวหน้าฝ่ายและข้าราชการได้รับรู้เพื่อเตรียมวางแผนการดำเนินงาน อีกทั้งยังกระตุ้นให้ข้าราชการทุ่มเทปฏิบัติงานอย่างเต็มศักยภาพ หรือเกินกว่าศักยภาพที่มีอยู่ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามตัวชี้วัดของแผนปฏิบัติราชการ ซึ่งมีผลต่อการจัดสรรเงินรางวัลประจำปีของหน่วยงาน และการจ่ายเงินรางวัลให้กับข้าราชการด้วย อีกทั้งผู้อำนวยการเขตยังมีส่วนร่วมปฏิบัติงานกับข้าราชการ เช่น การออกตรวจสถานประกอบการอาหาร ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานอาหารปลอดภัยของกรุงเทพมหานคร การลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมชุมชนเพื่อรับฟังปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน เป็นต้น

การสนับสนุนวัฒนธรรมองค์การที่มีประสิทธิผล ผลการศึกษา พบว่า อยู่ในระดับมาก ($M = 3.70$) ทั้งนี้ เนื่องจากผู้อำนวยการเขตส่งเสริมและสนับสนุนให้ข้าราชการยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมที่ดีของหน่วยงาน เช่น ให้ข้าราชการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต เพื่อป้องกันปัญหาการทุจริตและข้อร้องเรียนต่าง ๆ โดยการประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านการทุจริต สร้างจิตสำนึกไทยไม่โกง ซึ่งถือว่าเป็นการสื่อสารให้ประชาชนทั่วไปรับทราบ และให้ข้าราชการทุกคนยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติ การมุ่งเน้นรักษาคุณภาพการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชนที่มาติดต่อใช้บริการงานทะเบียน ซึ่งสำนักงานทะเบียนท้องถิ่นเขตบางเขน ได้รับรางวัลสำนักงานทะเบียนที่มีผลงานดีเด่น จากกระทรวงมหาดไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2549 จนถึงปี พ.ศ.2561 แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมและมาตรฐานการให้บริการที่มีเอกลักษณ์และโดดเด่น สร้างชื่อเสียงให้กับสำนักงานเขตบางเขนอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ผู้อำนวยการเขตยังมึนโยบายให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานให้แล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยควบคุมพฤติกรรมของข้าราชการ กระทั่งกลายเป็นวัฒนธรรมและค่านิยมใหม่ของสำนักงานเขตบางเขนที่ข้าราชการทุกคนต้องยึดถือและปฏิบัติตาม

2. ระดับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้หลักเกณฑ์และวิธีการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนสามัญ ของสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2544) จำนวน 2 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลงาน และด้านคุณลักษณะการปฏิบัติงาน ผลการศึกษาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.95$) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิเชียร จันทะเนตร (2559) และอาภัสรา เชื้อไทย (2559) ที่พบว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยตามรายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยด้านคุณลักษณะการปฏิบัติงาน มีค่ามากกว่าค่าเฉลี่ยด้านผลงาน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านคุณลักษณะการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($M = 4.00$) มีสาเหตุสำคัญสืบเนื่องมาจากข้าราชการสำนักงานเขตบางเขนส่วนใหญ่รับราชการมาเป็นเวลานาน จึงมีประสบการณ์ ความสำเร็จ ความเข้าใจ รวมทั้งขั้นตอนวิธีการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี ดังนั้น เมื่อมีปัญหาใดที่เกิดขึ้นในระหว่างปฏิบัติงานก็สามารถวิเคราะห์ และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ทันเวลาและเหมาะสม เช่น การรับลงทะเบียนเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุในแต่ละปี จะมีการประชุมวางแผนซักซ้อมทำความเข้าใจขั้นตอนการปฏิบัติงาน และเตรียมการรองรับปัญหาที่อาจเกิดขึ้น ทำให้การรับลงทะเบียนเป็นไปด้วยความเรียบร้อย นอกจากนี้ ข้าราชการสำนักงานเขตบางเขนยังประพฤติปฏิบัติตนอยู่ภายใต้กรอบของวินัย จรรยาบรรณของข้าราชการ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ทำให้ข้าราชการทุกคนต่างปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบแบบแผนทางราชการ ไม่เบี่ยงเบนด้วยอคติ หรือผลประโยชน์ส่วนตน เช่น ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุให้เป็นไปตามระเบียบ และพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 อย่างเคร่งครัด และมีความตั้งใจ กล้าหาญ ไม่หวั่นไหว พร้อมฝ่าฟันต่อปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน แต่พร้อมให้บริการแก่ประชาชนให้งานเกิดผลสัมฤทธิ์โดยไม่

หัวหน้าต่ออธิบดีพลใด ๆ เช่น การดำเนินงานบางเรื่องได้รับอิทธิพลจากฝ่ายการเมือง แต่ข้าราชการทุกคนก็จะยึดถือการปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบแบบแผนทางราชการ และตั้งใจมุ่งมั่นทำงานที่ได้รับมอบหมาย ไม่ละเลยทอดทิ้ง จนเกิดความเสียหายแก่ทางราชการ มีความอดทน อดกลั้น ขยันหมั่นเพียร ในการทำงานตามภารกิจหน้าที่ให้สำเร็จลุล่วง อุทิศเวลาและเสียสละความสุขส่วนตน เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ทางราชการ เช่น การมาปฏิบัติงานตามภารกิจ กิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่ได้รับมอบหมายในช่วงวันหยุดราชการ และยังคงเต็มใจถ่ายโอนรับผลจากการปฏิบัติงานร่วมกัน ทั้งผลดีและผลเสียโดยไม่โทษผู้อื่น ซึ่งจะเห็นได้จากการจัดการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในปี พ.ศ.2562 ของสำนักงานเขตบางเขนที่ผ่านมา ข้าราชการทุกคนต่างช่วยเหลือและประสานการปฏิบัติงานร่วมกันรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมาย และแก้ไขปัญหาอุปสรรคร่วมกันอย่างเต็มที่กำลังความสามารถ จนทำให้การจัดการเลือกตั้งสำเร็จลุล่วงเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

ด้านผลงาน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M= 3.91$) ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้ เนื่องจากข้าราชการสำนักงานเขตบางเขนได้รับมอบหมายงานและหน้าที่ความรับผิดชอบเหมาะสมกับความรู้ความสามารถของตนเอง จึงทำให้สามารถปฏิบัติงานตามภารกิจที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงเป็นไปด้วยดี ประกอบกับในปัจจุบันระบบราชการมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้สนับสนุน เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบแบบแผน ก็ยิ่งทำให้ข้าราชการสามารถปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ตามเป้าหมายและมาตรฐานงานที่กำหนด เช่น การจัดทำระบบเพิ่มรหัสชุมชนในระบบทะเบียนบ้านเขตบางเขน ทำให้สามารถนำข้อมูลจำนวนบ้านและข้อมูลด้านประชากรในชุมชนต่าง ๆ มาจัดทำแผนพัฒนาชุมชน หรือจัดทำบัญชีรายชื่อผู้มีสิทธิเลือกตั้งกรรมการชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้น ผลการศึกษายังพบว่า ข้าราชการส่วนใหญ่สามารถใช้ทรัพยากรของหน่วยงานได้อย่างเหมาะสม ประหยัด คุ่มค่า และบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนด ส่งผลให้ข้าราชการสำนักงานเขตบางเขนผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน ซึ่งส่วนใหญ่ผ่านเกณฑ์การประเมินในระดับดีเด่นและระดับดีมาก

3. อิทธิพลภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน

การศึกษาเรื่อง “ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน” พบว่า ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน โดยภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ด้านการควบคุมความสมดุลในองค์การ ($Beta= .783$) เพียงตัวแปรเดียวก็สามารถพยากรณ์ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน ได้ถึงร้อยละ 61.30 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เนื่องจากผู้อำนวยการเขตมีบทบาทอำนาจหน้าที่ ในการบริหารจัดการและควบคุมติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานของข้าราชการ ซึ่งจะครอบคลุมมิติด้านประสิทธิผลตามพันธกิจ ในประเด็นผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติราชการตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี และมิติด้านประสิทธิภาพการ

ปฏิบัติราชการในประเด็นประสิทธิภาพการปฏิบัติราชการในการใช้จ่ายงบประมาณ ทำให้ผู้อำนวยการเขต ต้องควบคุม ติดตามผลความคืบหน้าการปฏิบัติงานของข้าราชการ ให้เป็นไปตามตัวชี้วัดของแผนปฏิบัติ ราชการประจำปีจากแบบรายงานติดตามความก้าวหน้าตัวชี้วัดตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี เป็นราย ไตรมาสทุกสามเดือน การติดตามผลความคืบหน้าการเบิกจ่ายงบประมาณในที่ประชุมผู้บริหารเขตประจำ สัปดาห์ การติดตามผลการดำเนินงานและการเบิกจ่ายงบประมาณจากรายงานในระบบ Daily Plan ประจำเดือน ฯลฯ จึงทำให้ผู้อำนวยการเขตทราบความคืบหน้าการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม หรือ โครงการตามแผนงานต่าง ๆ ว่ามีการดำเนินงานถึงขั้นตอนใด การเบิกจ่ายงบประมาณเป็นไปตามแผนที่ กำหนด หรือมีปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน อันเป็นเหตุทำให้เกิดความเสี่ยงไม่สามารถดำเนินงาน บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดหรือไม่ และมีผู้ใดเกี่ยวข้องกับดำเนินงานในขั้นตอนต่าง ๆ ด้วย ซึ่งระบบการควบคุมติดตามผลความคืบหน้าการดำเนินงานดังกล่าว ได้กระตุ้นให้ข้าราชการที่รับผิดชอบ การดำเนินงานแต่ละเรื่อง ต้องใช้ความรู้ ความสามารถและศักยภาพของตนเอง ปฏิบัติงานที่ได้รับ มอบหมายให้แล้วเสร็จเพื่อให้มีผลงานเป็นไปตามมาตรฐานของงาน หากมีปัญหาอุปสรรคในการ ดำเนินงานใด ๆ ผู้อำนวยการเขตก็จะอำนวยความสะดวก สั่งการ เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที จึงส่งผลให้ข้าราชการสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษา ของ นิศรา หงษา และสุรศักดิ์ ชะมารัมย์ (2560) ที่พบว่า ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ด้านการควบคุมความ สมดุลในองค์การ เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของบุคลากร ที่เกี่ยวข้อง กับการก้าวเป็นองค์การที่มีสมรรถนะสูงของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด เนื่องจาก ผู้บริหารสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การบริหารงานเพื่อให้กระบวนการ ทำงานได้มาตรฐาน สามารถจัดการให้บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และมี คุณภาพการให้บริการ ทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร

อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า องค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่ไม่สามารถ พยากรณ์ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขนได้ ได้แก่ การกำหนดทิศทาง เชิงกลยุทธ์ การบริหารจัดการทรัพยากรขององค์การที่มีประสิทธิผล การสนับสนุนวัฒนธรรมองค์การที่มี ประสิทธิภาพ และการมุ่งเน้นการปฏิบัติตามหลักจริยธรรม ทั้งนี้ สืบเนื่องมาจากการกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ เป็นบทบาทหน้าที่ของผู้อำนวยการเขต ต้องดำเนินการในขั้นตอนจัดทำแผนปฏิบัติราชการประจำปีให้ สอดคล้องกับแผนปฏิบัติราชการประจำปีกรุงเทพมหานคร แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร 20 ปี และ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ดังนั้น ไม่ว่าจะมีการกำหนดแผนปฏิบัติราชการประจำปีไว้อย่างไร ข้าราชการทุกคน ก็ล้วนมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามแผนดังกล่าวอยู่แล้ว เช่นเดียวกับ ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ ทรัพยากรขององค์การที่มีประสิทธิผล และการสนับสนุนวัฒนธรรมองค์การที่มีประสิทธิผล ผู้อำนวยการเขต มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารงานบุคคล บริหารงบประมาณ ส่งเสริมสนับสนุนและสร้างวัฒนธรรมที่ดีของ หน่วยงาน การใช้เครือข่ายทุนทางสังคมมาสนับสนุนการดำเนินงานกิจกรรมของสำนักงานเขต แต่

เนื่องจากกระบวนการปฏิบัติงานของข้าราชการ มีกฎหมาย ระเบียบแบบแผนทางราชการ กำหนดแนวทาง และวิธีการปฏิบัติงานไว้แล้ว เมื่อประกอบกับข้าราชการส่วนใหญ่รับราชการมานาน แต่ละคนจะมีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการทำงาน จึงทำให้สามารถปฏิบัติงาน ที่ได้รับมอบหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้น ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรขององค์กรที่มี ประสิทธิภาพ และด้านการสนับสนุนวัฒนธรรมองค์กรที่มีประสิทธิภาพ จึงไม่มีอำนาจในการอธิบาย ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และภาวะ ผู้นำเชิงกลยุทธ์ด้านการมุ่งเน้นการปฏิบัติตามหลักจริยธรรม ถึงแม้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด แต่ไม่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน สาเหตุอันเนื่องมาจากปัจจุบันมีการ ตรวจสอบการปฏิบัติงานทั้งจากหน่วยงานภายในกรุงเทพมหานคร หน่วยงานภายนอก และภาคประชาชน หากปรากฏว่ามีการทุจริตหรือละเว้นการปฏิบัติหน้าที่ หรือทำให้ราชการเกิดความเสียหาย จะมีบทลงโทษ ตามกฎหมายที่กำหนด ดังนั้น ข้าราชการทุกคนล้วนต้องปฏิบัติตามกรอบของกฎหมาย ระเบียบที่ เกี่ยวข้อง ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และปฏิบัติตนอยู่ในวินัยและจรรยาบรรณของข้าราชการอย่างเคร่งครัด อยู่แล้ว เพื่อมิให้เกิดความเสียหายต่อตนเอง หน้าที่การงาน และหน่วยงานในที่สุด ดังนั้น แม้ว่าจะเห็นด้วย ที่ผู้อำนวยการเขตจะมีการปฏิบัติตามหลักจริยธรรม แต่การมีสำนึกในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการ เองมากกว่า จึงเป็นผลทำให้ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ด้านการมุ่งเน้นการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม ไม่มีอำนาจใน การทำนายประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตบางเขน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ข้อเสนอแนะ

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์

การกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ ผู้อำนวยการเขตควรกระตุ้นให้ข้าราชการทุกคนได้เสนอ แนวคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงาน และมีส่วนร่วมในขั้นตอนการจัดทำ แผนปฏิบัติราชการประจำปี ให้ครอบคลุมยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ตามแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ทั้ง 7 ด้าน อย่างเป็นรูปธรรมเพิ่มมากยิ่งขึ้น เช่น การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น หรือจัดทำแบบสอบถาม ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากข้าราชการทุกคน เพื่อนำไปใช้ประกอบจัดทำแผนปฏิบัติราชการประจำปี ทั้งนี้ เนื่องจากที่ผ่านมาจะมีข้าราชการในแต่ละฝ่ายเพียงบางส่วนเท่านั้น ที่มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบและ มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนปฏิบัติราชการประจำปี

การบริหารจัดการทรัพยากรขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้อำนวยการเขตควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรทุกคนให้มีสมรรถนะทั้งด้านความรู้ และความสามารถในการปฏิบัติ หน้าที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยสำรวจความต้องการฝึกอบรมในหลักสูตรต่าง ๆ เพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะในการ ปฏิบัติงานให้ตรงกับความต้องการของข้าราชการ และจัดให้มีการฝึกอบรมตามหลักสูตรดังกล่าว ทั้งนี้ เนื่องจากถึงแม้สถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานคร จะจัดการฝึกอบรมในหลักสูตรต่าง ๆ ให้กับ

ข้าราชการกรุงเทพมหานครแล้วก็ตาม แต่มีข้อจำกัดจำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม หรือเป็นหลักสูตรที่ไม่ตรงกับความต้องการของข้าราชการ จึงทำให้ข้าราชการทุกคนไม่สามารถเข้ารับการฝึกอบรมตามความประสงค์ได้อย่างทั่วถึง นอกจากนี้ ผู้อำนวยการเขตควรให้แต่ละฝ่ายพิจารณาทบทวนคำสั่งมอบหมายงานให้มีปริมาณงานและมีความเหมาะสมกับความรู้ ความสามารถของข้าราชการแต่ละราย เพื่อข้าราชการสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากยิ่งขึ้น

การสนับสนุนวัฒนธรรมองค์การที่มีประสิทธิผล ผู้อำนวยการเขตควรปรับเปลี่ยนและบูรณาการวัฒนธรรมของหน่วยงาน ให้สอดคล้องกับการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ ซึ่งวัฒนธรรมเดิมของหน่วยงานที่ข้าราชการยึดถือและปฏิบัติ จะเป็นวัฒนธรรมแบบราชการที่มุ่งเน้นยึดถือวิธีการและการปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบแบบแผนทางราชการ ความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้น ผู้อำนวยการเขตจึงควรเป็นผู้นำสร้างวัฒนธรรมแบบปรับตัว ด้วยการกระตุ้นให้ข้าราชการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ กล้าคิด กล้าตัดสินใจ มีความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงานเพื่อสนองต่อความต้องการของประชาชน และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป แต่ยังคงยึดถือผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด และมีความถูกต้องตามกฎหมายและระเบียบแบบแผนทางราชการ

การมุ่งเน้นการปฏิบัติตามหลักจริยธรรม ผู้อำนวยการเขตควรส่งเสริม ติดตาม ควบคุมให้ข้าราชการใช้หลักจริยธรรมและหลักจรรยาบรรณข้าราชการ ในกระบวนการใช้ดุลพินิจ ตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในหน้าที่เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เพื่อป้องกันความเสี่ยงภายใน และป้องกันปัญหาข้อร้องเรียน ปัญหาการทุจริตประพฤติมิชอบของข้าราชการ อีกทั้งยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงานอีกทางหนึ่งด้วย

การควบคุมความสมดุลในองค์การ ผู้อำนวยการเขตควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรของหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลมากที่สุด เนื่องจากทรัพยากรต่าง ๆ และงบประมาณของหน่วยงานมีอยู่อย่างจำกัด ด้วยการส่งเสริมให้ข้าราชการปฏิบัติงานด้วยความรอบคอบ ใช้เครื่องมืออุปกรณ์ วัสดุสำนักงานและครุภัณฑ์ต่าง ๆ ตามคู่มือการใช้งาน และให้ยึดถือปฏิบัติตามนโยบายประหยัดพลังงาน รวมทั้งใช้มาตรการควบคุมและตรวจสอบภายในอย่างเคร่งครัด เพื่อลดความสิ้นเปลือง และป้องกันการรั่วไหลการใช้ทรัพยากรของหน่วยงาน

ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

ด้านผลงาน ควรเพิ่มประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านผลงานให้มากขึ้น โดยเฉพาะในด้านปริมาณงาน ผู้บังคับบัญชาควรพิจารณาการมอบหมายงานให้กับข้าราชการแต่ละราย ให้มีปริมาณที่เหมาะสมเท่าเทียมกัน เช่น การมอบหมายงานตามนโยบายของรัฐบาล หรือตามนโยบายผู้บริหารกรุงเทพมหานครที่นอกเหนือจากคำสั่งมอบหมายงานปกติ ผู้บังคับบัญชาควรกระจายหรือมอบหมายให้มีผู้รับผิดชอบหลายคนร่วมกัน เพื่อมิให้คนใดคนหนึ่งมีปริมาณงานในความรับผิดชอบมากเกินไป จนส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการ

ด้านคุณลักษณะการปฏิบัติงาน ควรส่งเสริมสร้างขวัญกำลังใจให้กับข้าราชการ ให้เกิดความรู้สึกเชื่อมั่นในตนเอง มีขวัญกำลังใจที่ดี มีความกล้าหาญ ตั้งใจปฏิบัติงานได้อย่างไม่ย่อท้อต่อปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการทำงาน โดยผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้น ต้องดูแลเอาใจใส่ ให้คำปรึกษากับผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างใกล้ชิด อีกทั้งยกย่องเชิดชูเกียรติ ให้รางวัลแก่ผู้ที่มีความประพฤติดี ตั้งใจปฏิบัติงาน และมีผลงานอันโดดเด่นอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม

เอกสารอ้างอิง

- เขมมาวี รัชชชีพ. (2556). **การบริหารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: ทริปเฟล็ด เอ็ดดูเคชั่น.
- เครือวัลย์ ไชยสินธุ์. (2559). **ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารกับสมรรถนะของครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาภูเก็ท** (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชลัช ชรัญญชัย. (2559). **ภาวะผู้นำกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ในภาครัฐกิจ**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นริศรา หงษา และสุรศักดิ์ ชะมารัมย์. (2560). **ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อการพัฒนาองค์การ: การก้าวเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด.วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม, 7(2), 64-71**
- พิบูล ทีปะปาล และธวัชมนั ทีปะปาล. (2559). **การจัดการเชิงกลยุทธ์ (ปรับปรุงใหม่)**. กรุงเทพฯ: อมรรการพิมพ์.
- วิเชียร จันทะเนตร. (2559). **วัฒนธรรมองค์การกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลในเขตปริมณฑล** (สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการกรุงเทพมหานคร, กองระบบงาน. (2555). **คู่มือการประเมินผล การปฏิบัติราชการระดับบุคคลของข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ ประจำปีงบประมาณ 2555**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2544). **หลักเกณฑ์และวิธีการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนสามัญ**. สืบค้น 15 มีนาคม 2562, จาก https://www.ocsc.go.th/sites/default/files/attachment/circular/w5-2544_0.pdf.
- อามัศรา เชื้อไทย. (2559). **ภาคีเครือข่ายกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการและพนักงานเทศบาลตำบลสุวรรณภูมิ อำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด** (สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.

อรรัมภา เนื่องพุก. (2556). **ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของพยาบาลหัวหน้าหอผู้ป่วย กับผลลัพธ์ทางการพยาบาล ของโรงพยาบาลสังกัดกองทัพบกส่วนภูมิภาคตามการรับรู้ของพยาบาลหัวหน้าหอผู้ป่วย** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

Hitt , M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2013). **Strategic management: Competitiveness and globalization, concepts and cases** (10th ed). Canada: South-Western, Cengage Learning.

อิทธิพลเชิงคุณภาพที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น)

Qualitative influence on the strategic development model of the heat exchanger (plate type) maintenance business

สุราษฎร์ เศรษฐกิจศึกษา¹

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลเชิงคุณภาพที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) มีวัตถุประสงค์การวิจัย 1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) 2. เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงคุณภาพที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) 3. เพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) พบว่า มีองค์ประกอบได้แก่ 1. เพิ่มผลิตภาพ (Productivity) 2. ยกกระดับมาตรฐาน (Standardize) 3. พัฒนานวัตกรรม (Innovation) 4. สร้าง Green Growth Enterprise 5. สร้าง Cultural & Creative Enterprise 6. ทักษะดิจิทัล Digital Skill ดังนั้น การวิจัยนี้ทำให้ทราบอิทธิพลเชิงคุณภาพที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้อย่างมีคุณค่า

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์, เครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น), อิทธิพลเชิงคุณภาพ

Abstract

Research study Qualitative influence on the heat exchanger's strategic development model (plate type) maintenance business has research objectives. 1. To study the problem condition of the heat exchanger maintenance business (plate type), 2. To study the qualitative influence on the strategic development model of the heat exchanger maintenance business (plate type), 3. To create a strategic development model of the heat exchanger maintenance business (plate type) found, that the following elements are: 1. Increase productivity (Productivity) 2. Raise the standard. (Standardize) 3. Develop innovation (Innovation) 4. Create a Green Growth Enterprise 5. Create Cultural & Creative Enterprise 6. Digital Skill Digital Skill. Therefore, this

¹ นักศึกษาลัทธิสุทธธุฎฐิบัณฑิตสาขาภาควิชาการกับการบริหาร คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

research reveals the qualitative influence on the strategic development model of the business. Maintain the heat exchanger (plate type) and be valuable to develop a successful business. Keywords; strategy, heat exchanger (plate type), qualitative influence.

ที่มาปัญหาและความสำคัญ

ประเทศไทยได้มีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยในระยะแรกเน้นการขับเคลื่อนประเทศด้วยเกษตรกรรมจากความอุดมสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและหลากหลายทางชีวภาพ ต่อมาจึงพัฒนาอุตสาหกรรมเบาเพื่อทดแทนการนำเข้า ตามด้วยการพัฒนาอุตสาหกรรมหนักที่เน้นการผลิตเพื่อการส่งออก เช่น สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ปิโตรเคมี ยานยนต์ และชิ้นส่วนต่าง ๆ มาเป็นลำดับ อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันประเทศไทยต้องเผชิญกับ 3 ก้นดักที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโต คือ 1. ก้นดักประเทศรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap) 2. ก้นดักความไม่เท่าเทียม (Inequality Trap) และ 3. ก้นดักความไม่สมดุลของการพัฒนา (Imbalance Trap) อีกทั้งยังมีปัญหาเชิงโครงสร้างที่สะสมมาเป็นเวลานาน ส่งผลให้ขีดความสามารถในการแข่งขันต่ำ โดยหากพิจารณาผลการพัฒนา ภาคอุตสาหกรรม ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา พบว่า การเติบโตของ GDP ภาคอุตสาหกรรมเฉลี่ยอยู่ที่เพียงร้อยละ 3 ต่อปี การลงทุนเติบโตเฉลี่ยเพียงร้อยละ 2 ต่อปี มูลค่าการส่งออกภาคอุตสาหกรรมขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.4 ต่อปี และผลิตภาพรวม (Total Factor Productivity: TFP) ภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นเฉลี่ยเพียงร้อยละ 0.7 ต่อปี เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการขับเคลื่อนการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมไทย ซึ่งเป็นเครื่องยนต์สำคัญ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ในระยะ 20 ปีข้างหน้า ตามกรอบการพัฒนาประเทศไทย 4.0 กระทรวงอุตสาหกรรม โดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม จึงได้จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนากอุตสาหกรรม ไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) ขึ้น ภายใต้วิสัยทัศน์ “มุ่งสู่อุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญาและ เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก” โดยตั้งเป้าหมายในระยะ 20 ปีข้างหน้า (พ.ศ. 2560 - 2579) ให้ภาคอุตสาหกรรมไทย มีอัตราการเติบโตของ GDP เฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 4.5 ต่อปี การลงทุนเติบโตเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อ ปี มูลค่าการส่งออกขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 8 ต่อปี และ TFP เติบโตเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 2.0 ต่อปี ซึ่งเป็น อัตราการขยายตัวที่จะส่งผลให้ประเทศไทยสามารถขยับสู่การเป็นประเทศรายได้สูงภายในปี 2579 ตาม เป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติ

ทั้งนี้เนื้อหาของยุทธศาสตร์ฯ ฉบับนี้ประกอบไปด้วย แนวคิดในการขับเคลื่อนประเทศไทยตามโมเดลการพัฒนาประเทศไทย 4.0 ยุทธศาสตร์การพัฒนากอุตสาหกรรมไทยในระยะ 20 ปี และแผนที่ นำทางการพัฒนากอุตสาหกรรมไทยในระยะ 20 ปีข้างหน้า โดยกำหนดเป้าหมาย และแนวทางการพัฒนากอุตสาหกรรมของประเทศไทยในอนาคต ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากอุตสาหกรรมไทยในการเพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพทางการแข่งขันในระดับนานาชาติ เพื่อเป็นการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ และ

เป็นการสร้างงานให้แก่ประชาชน รวมถึงเป็นการพัฒนาสังคมของประเทศไทยให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน บรรลุผลสำเร็จของการพัฒนาประเทศตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปีต่อไป

การพัฒนาของเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมในระดับโลกมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การติดต่อสื่อสาร และการคมนาคมขนส่งที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การแลกเปลี่ยนสินค้า และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ระหว่างประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก กระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกและพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปเป็น ปัจจัยสำคัญในการกำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศ ซึ่งแต่ละประเทศต่างก็มีการ เตรียมพร้อมในการปรับวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับบริบทต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป สำหรับประเทศไทยได้มีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการ พัฒนากลไกเพื่อการขับเคลื่อนความมั่งคั่งของประเทศมาตลอด ในระยะแรกมีการใช้โมเดลประเทศไทย 1.0 ที่ เน้นการขับเคลื่อนประเทศด้วยเกษตรกรรม เนื่องจากประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจในยุคนี้จึงมีการพึ่งพาการใช้ ทรัพยากรธรรมชาติเป็นหลัก โดยมีการส่งออกสินค้าเกษตรของไทยไปยังต่างประเทศ ระยะต่อมาเมื่อประเทศไทยเข้าสู่ยุคของอุตสาหกรรมจึงมีการใช้โมเดลประเทศไทย 2.0 ซึ่งเน้นในด้าน การพัฒนาอุตสาหกรรมเบา เริ่มจากอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า ตามด้วยโมเดลประเทศไทย 3.0 ที่เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมหนัก เน้นการผลิตเพื่อการส่งออกมากขึ้น เช่น สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ปิโตรเคมี ยานยนต์ และชิ้นส่วนต่าง ๆ ซึ่งเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยภาคอุตสาหกรรมที่เน้นการพัฒนาประสิทธิภาพ ในการผลิตและการให้บริการขั้นพื้นฐานในการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ

ภายใต้โมเดล ประเทศไทย 3.0 ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ประเทศไทยกำลังเผชิญกับปัญหาภัยกับดักประเทศ รายได้ขนาดปานกลาง (Middle Income Trap) ความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้หรือปัญหาความ ไม่เท่าเทียมกัน (Inequality Trap) และปัญหาภัยกับดักความไม่สมดุลของการพัฒนา (Imbalance Trap) อีกทั้ง ยังมีขีดความสามารถในการแข่งขันต่ำ โดยจากผลการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของสถาบันระหว่าง ประเทศ เช่น IMD WEF และ World Bank พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาประเทศหลายด้าน อาทิ การลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนา ศักยภาพของโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ผลผลิตภาพและประสิทธิภาพการผลิต รวมถึงประสิทธิภาพของภาครัฐ ยังอยู่ในระดับต่ำ และหากพิจารณาผลการ พัฒนภาคอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา พบว่า การเติบโตของ GDP ภาคอุตสาหกรรมเฉลี่ยอยู่ที่เพียงร้อยละ 3 ต่อปี การลงทุนเติบโตเฉลี่ยเพียงร้อยละ 2 ต่อปี มูลค่าการส่งออกภาคอุตสาหกรรมขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.4 ต่อปี และผลิตภาพรวม (Total Factor Productivity: TFP) ภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นเฉลี่ยเพียงร้อยละ 0.7 ต่อปี ซึ่งถือว่ายังอยู่ในระดับต่ำและยังไม่ มากพอที่จะนำไปสู่การขับเคลื่อนประเทศให้ก้าวสู่การเป็นประเทศรายได้สูงภายในปี 2579 ได้ตามเป้าหมาย ของยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี

ดังนั้น ในการที่จะก้าวข้ามปัญหาดังกล่าวจำเป็นต้องมีการปฏิรูปประเทศอีกครั้งด้วยความร่วมมือของทุกภาคส่วนโดยใช้ โมเดลประเทศไทย 4.0 เป็นเครื่องมือในการนำประเทศให้ก้าวไปสู่การเป็นประเทศใน โลกที่หนึ่งที่มีความมั่งคั่งและยั่งยืน พัฒนาจากประเทศรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศรายได้สูง โดยจะต้องมีการ ปรับเปลี่ยนจากการขับเคลื่อนด้วยประสิทธิภาพ เป็นการขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม และ ปรับเปลี่ยนจากการให้บริการพื้นฐานเป็นบริการที่ต้องใช้ทักษะขั้นสูง

โมเดลประเทศไทย 4.0 ต้องมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจจากเดิมที่ขับเคลื่อนด้วยการพัฒนา ประสิทธิภาพในการผลิตภาคอุตสาหกรรม ไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Innovation Drive Economy) โดยต้องขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน 3 มิติที่สำคัญ ได้แก่ 1. เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม 2. เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม 3. เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น

จากแนวคิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างดังกล่าว ประเทศไทย 4.0 จะต้องมีการเปลี่ยนผ่านทั้งระบบใน 4 องค์ประกอบสำคัญ คือ 1. เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิม (Traditional Farming) ในปัจจุบัน ไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) โดยเกษตรกรต้องมีรายได้มากขึ้น และ เป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) 2. เปลี่ยนจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบบเดิม (Traditional SMEs) ที่รัฐต้องให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา ไปสู่การเป็น Smart Enterprises และ Startups ที่มีศักยภาพสูงและ เป็นวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation Driven Enterprises: IDE) 3. เปลี่ยนจากการให้บริการแบบเดิม (Traditional Services) ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำ ไปสู่การบริการที่สร้างมูลค่าสูง (High Value Services) 4. เปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะสูง

กลไกการขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 สำหรับ 3 กับดักสำคัญที่ประเทศกำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน อันประกอบด้วย กับดักประเทศรายได้ ปานกลาง (Middle Income Trap) กับดักความเหลื่อมล้ำ (Inequality Trap) และกับดักความไม่สมดุลของการพัฒนา (Imbalance Trap) ถือเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาประเทศ ดังนั้น จึงต้องมีการสร้างโมเดลใหม่ในการพัฒนาประเทศขึ้นมา คือ โมเดลประเทศไทย 4.0 ซึ่งจะสามารถพัฒนาประเทศไทยให้หลุดพ้นทั้ง 3 กับดัก พร้อมกับการนำประเทศมุ่งสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรมได้ โดยโมเดลประเทศไทย 4.0 จะประกอบด้วยกลไกในการขับเคลื่อนความมั่งคั่ง (Engines of Growth) เพื่อสามารถพัฒนาประเทศไปสู่ ความมั่งคั่งได้ ดังต่อไปนี้ 1. กลไกการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เป็นกลไกขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมเพื่อการยกระดับผลิตภาพ (Productive Growth Engine) มี เป้าหมายสำคัญเพื่อปรับเปลี่ยนประเทศไทยจากประเทศที่มีรายได้ปานกลาง (Middle Income Country) ไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง (High Income Country) ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ปัญญา เทคโนโลยี และ ความคิดสร้างสรรค์ กลไกนี้ประกอบไปด้วย การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในรูปแบบ

ประชารัฐ การบริหาร จัดการสมัยใหม่ การสร้างคลัสเตอร์ทางด้านเทคโนโลยี การพัฒนาขีดความสามารถ ด้านการวิจัยและพัฒนา การพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม กิจกรรมร่วมทุนรัฐและเอกชนใน โครงการขนาดใหญ่ รวมถึง การบ่มเพาะธุรกิจด้านเทคโนโลยี เป็นต้น กลไกขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม จึงเป็น การตอบโจทย์ความพยายามใน การก้าวข้าม “กับดักประเทศรายได้ปานกลาง” ที่ประเทศไทยกำลังเผชิญ อยู่ 2. กลไกการขับเคลื่อนด้วยการสร้างการมีส่วนร่วม เป็นกลไกขับเคลื่อนที่คนส่วนใหญ่มีส่วนร่วมอย่าง เท่าเทียมและทั่วถึง (Inclusive Growth Engine) มีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ การสร้างโอกาส และความมั่งคั่งอย่างเท่าเทียมเพื่อตอบโจทย์ ประเด็นปัญหาและความท้าทายทางสังคมในมิติต่าง ๆ โดย กลไกนี้ประกอบด้วย การสร้างคลัสเตอร์เศรษฐกิจระดับกลุ่มจังหวัด การพัฒนาเศรษฐกิจระดับฐานรากใน ชุมชน การส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม การสร้าง สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจ การส่งเสริม และสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แข็งแรงและสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก การสร้าง แรงงานที่มีทักษะและความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อรองรับการ เปลี่ยนแปลงในอนาคต การยกระดับขีด ความสามารถ การเสริมสร้างทักษะและการเติมเต็มศักยภาพของประชาชนให้ทันกับพลวัตการ เปลี่ยนแปลงจากภายนอก และการจ่ายภาษีให้แก่ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดแบบมีเงื่อนไข (Negative Income Tax) เป็นต้น กลไกการขับเคลื่อนด้วยการสร้างการมีส่วนร่วม จึงเป็นการตอบโจทย์ ความพยายามในการก้าวข้าม “กับดักความเหลื่อมล้ำ” ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน 3. กลไกการขับเคลื่อนที่เป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นกลไกการขับเคลื่อนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (Green Growth Engine) เนื่องจาก การสร้างความมั่งคั่งของประเทศไทยในอนาคต จะต้องคำนึงถึงการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีที่ เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม ซึ่งกลไกนี้ประกอบไปด้วย การมุ่งเน้นการใช้พลังงานทดแทน การปรับแนวคิดจาก เดิมที่คำนึงถึง ความได้เปรียบเรื่องต้นทุน (Cost Advantage) เป็นหลัก มาสู่การคำนึงถึงประโยชน์ที่ได้จาก การลดความ สูญเสียที่เกิดขึ้นทั้งระบบ (Lost Advantage) โดยมีหัวใจสำคัญอยู่ที่การพัฒนากระบวนการ ผลิตให้ส่งผล กระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด อันจะเกิดประโยชน์กับประเทศและประชาคมโลกด้วยใน เวลาเดียวกัน กลไก การขับเคลื่อนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นการตอบโจทย์การหลุดออกจาก “กับดัก ความไม่สมดุลของการ พัฒนา” ระหว่างคนกับสภาพแวดล้อมที่กำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน

ทั้ง 3 กลไกขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 จะปรับเปลี่ยนประเทศไทย ให้ก้าวไปสู่ประเทศที่มี รายได้สูง มีการกระจายความมั่งคั่งอย่างทั่วถึง ตลอดจนเป็นระบบเศรษฐกิจสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อันเป็น คุณลักษณะสำคัญของการเป็น “ประเทศโลกที่หนึ่ง” ในศตวรรษที่ 21 นี้ สำหรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ภายใต้เงื่อนไขและสภาพแวดล้อมของการพัฒนาในช่วง 5 ปี ต่อจากนี้ ประเทศไทยจำเป็นต้องมี การปฏิรูปเพื่อแก้ปัญหาฐานสำคัญที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดของ ประเทศที่สั่งสมมานาน ในขณะเดียวกัน ก็ ต้องดำเนินยุทธศาสตร์เชิงรุกเพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งและ จุดเด่นของประเทศให้เกิดผลต่อการพัฒนาประเทศ อย่างเต็มที่ ทั้งนี้ เนื่องจากการพัฒนาในช่วง 5 ปี ภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 นับเป็น 5 ปีแรกของการขับเคลื่อน ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 -

2579) ผู้การปฏิบัติ ดังนั้น การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 จึงมุ่งเน้นประเด็นการพัฒนาที่จะเป็นการวางพื้นฐานที่สามารถสานต่อการพัฒนาในระยะต่อไป เพื่อนำไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี

สำหรับเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่น (Plate Heat Exchanger) หรือ (PHE) ได้ถูกนักวิจัยชาวอังกฤษ ชื่อ Dr. Richard Seligman ประดิษฐ์ขึ้นในปี ค.ศ.1923 เป็นเครื่องแรกเพื่อใช้ในอุตสาหกรรม ต่อมาในปี ค.ศ. 1930 ได้มีการนำแผ่นเหล็กกล้าไร้สนิมมาใช้ผลิตแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อน และมีการพัฒนาความดันใช้งานเพิ่มขึ้นจากประมาณ 1 kg/cm² เพิ่มขึ้นเป็น 20 kg /cm² จนกระทั่งปัจจุบันได้มีการพัฒนา PHE อย่างต่อเนื่อง อาทิ พัฒนารูปแบบใหม่ขึ้นมาเพื่อสามารถใช้งานได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น และมีประสิทธิภาพสูงขึ้น การใช้ PHE ในปัจจุบันเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งในด้านให้ความร้อน ให้ความเย็น และการนำความร้อนกลับมาใช้อีก ดังเช่นแขนงงานดังต่อไปนี้ อุตสาหกรรมเคมี โรงไฟฟ้า อุตสาหกรรมกระดาษ อุตสาหกรรมเหล็ก อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมจักรกล ระบบปรับอากาศ (HVAC) อุตสาหกรรมน้ำมันก๊าซ

เครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่น ประกอบด้วยชุดแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อน มีลักษณะเป็นลอนนึ่งเป็นตัวกลางแลกเปลี่ยนความร้อนของของไหลสองด้าน ชุดแผ่นนี้จะถูกประกอบอยู่ระหว่างเฟรมหน้า และเฟรมอัด โดยมีชุดสลักยึดให้แน่นอีกที่หนึ่ง บนแผ่นโลหะนี้จะมีปะเก็นอยู่รอบแผ่น เพื่อป้องกันการรั่วออก และบังคับทิศทางของไหลของของไหล การกำหนดจำนวนแผ่นที่ใช้จะขึ้นอยู่กับอัตราการไหล คุณสมบัติกายภาพของของไหล ความดันลดและอุณหภูมิเข้า – ออกที่ต้องการ โดยลักษณะที่แผ่นจะเป็นลอนซึ่งจะก่อให้เกิดการไหลแบบปั่นป่วนหรือฟุ้งฟล่านและทนความดันได้สูง สำหรับชุดแผ่นและเฟรมอันแขวนอยู่บนคานแขวนบน และตั้งอยู่บนคานรับล่าง ซึ่งคานทั้งสองจะติดอยู่กับขาตั้งข้างหลัง โดยมีท่อเข้า-ออกอยู่บนเฟรมหน้า แต่อาจจะอยู่บนทั้งสองเฟรมก็ได้ ถ้ามีการจัดการไหลในชุดแผ่นมากกว่าหนึ่งรอบ แผ่นแลกเปลี่ยนความร้อน ของเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่นนี้เป็นชิ้นส่วนสำคัญทำให้ PHE ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประหยัดพลังงานนั้น คือ ลักษณะที่เป็นลอนฟูกของแผ่น PHE จะก่อให้เกิดการไหลแบบปั่นป่วนและทนความดันได้สูง โดยมีปะเก็น ทำหน้าที่ซีลระหว่างแผ่น PHE และเป็นตัวกำหนดทิศทางของไหลของของไหลให้ไหลสลับกันระหว่างแผ่น นอกจากนี้บริเวณช่องว่างระหว่างปะเก็นที่แบ่งทิศทางก็จะมีปะเก็นที่มีรูระบายเพื่อป้องกันของไหลไหลปะปนกัน กรณีที่มีการรั่วไหล วัสดุที่ใช้ทำปะเก็นจะพิจารณาจากคุณสมบัติทางกายภาพของของไหล อุณหภูมิ และความดัน และจะต้องเป็นวัสดุพวกยึดหยุ่นได้ สำหรับเฟรม จะประกอบด้วยเฟรมหน้าและเฟรมอัด ทำหน้าที่ประกอบชุดแผ่น PHE เข้าด้วยกันโดยมีคานแขวนบนและคานรับล่างเป็นตัวประคองให้ประกอบกันเป็นชุด ความแข็งแรงของเฟรมเกิดจากการยึดเฟรมด้วยสลักยึด ดังนั้นจึงทำให้สามารถถอดประกอบชิ้นส่วนเมื่อมีการเพิ่มหรือลดขนาดความจุของ PHE เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงหรือตรวจซ่อม และทำความสะอาด

ประโยชน์จากการใช้ Plate Heat Exchanger ได้ค่าถ่ายความร้อนมากขึ้น 5 เท่า ด้วยลักษณะของแผ่นสองรูปแบบ คือ แบบลายกระดาศักผ้า ลักษณะนี้จะสร้างการไหลแบบปั่นป่วน โดยการเปลี่ยนทิศทางการไหลและความเร็ว ส่วนแผ่นลายก้างปลา เมื่อประกอบเข้าด้วยกัน จะมีจุดสัมผัสของส่วนนูนทำให้เกิดการไหลแบบควงส่ววนขึ้น ลักษณะทั้งสองรูปแบบ จะสร้างการไหลแบบปั่นป่วน ซึ่งจะจัดการเกิดตะกอนได้

แผ่นแลกเปลี่ยนความร้อน เป็นแผ่นโลหะบาง ที่มีพื้นผิวเป็นคลื่น หรือเป็นรอนบนแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อน จะมีปะเก็น (gasket) อยู่รอบแผ่น เพื่อป้องกันการรั่วออก และบังคับทิศทางการไหลของของไหลใช้เป็นตัวกลาง ที่กั้นระหว่างของเหลวสองชนิดที่มีอุณหภูมิแตกต่างกัน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความร้อนกัน ตัวกลางและอาหารที่แลกเปลี่ยนความร้อนไม่มีการสัมผัสกันโดยตรง ขนาดและจำนวนแผ่นของแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อน จะถูกออกแบบให้มีพื้นที่แลกเปลี่ยนความร้อนเพียงพอตามวัตถุประสงค์การใช้งาน พื้นผิวของแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนซึ่งเป็นคลื่น หรือรอน แบบแตกต่างกัน เพื่อเพิ่มพื้นที่แลกเปลี่ยนความร้อน และทำให้ของเหลวเกิดการไหลแบบปั่นป่วน (turbulent flow) ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการแลกเปลี่ยนความร้อนและลดการเกิดคราบตะกอน (fouling) วัสดุที่ใช้ทำแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร เป็นพื้นผิวที่ต้องสัมผัสกับอาหารโดยตรง (food contact surface) จะทำจาก stainless steel

สำหรับคุณลักษณะของเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนที่สัมผัสกับอาหารโดยตรงส่วนต่างๆ ของอุปกรณ์เครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่นที่ใช้สัมผัสกับอาหาร (food contact surface) โดยตรงจะต้องออกแบบให้ถูกสุขลักษณะ (hygienic design) วัสดุที่ใช้ ทั้งแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อน ปะเก็น (gasket) และชิ้นส่วนที่สัมผัสอาหาร ต้องปลอดภัย ตัวแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนทำด้วยเหล็กกล้าไร้สนิม (stainless steel) คุณภาพสูง วัสดุทุกชนิดที่สัมผัสอาหารต้องสามารถทนความร้อนในช่วงอุณหภูมิใช้งาน ไม่เกิดการปนเปื้อนกับอาหาร ไม่รั่วซึม สามารถล้างทำความสะอาดได้ง่าย หรือทำความสะอาดด้วยระบบการล้างแบบไม่แยกชิ้นส่วน (cleaning in place) ได้ การเกิดตะกอนบนเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่นระหว่างการใช้งาน เครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่น จะเกิดคราบตะกอน (fouling) บริเวณผิวของแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อน ทำให้ประสิทธิภาพของการแลกเปลี่ยนความร้อนลดลง และเป็นแหล่งสะสมของจุลินทรีย์

การประยุกต์ใช้เครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่นในอุตสาหกรรมสระว่ายน้ำด้วยการพัฒนาทางเศรษฐกิจและมลพิษทางสิ่งแวดล้อมที่รุนแรงข้อกำหนดของประเทศ&ในการปกป้องสิ่งแวดล้อมนั้นเข้มงวดขึ้นเรื่อย ๆ ป้อนความร้อนจะค่อยๆแทนที่หม้อไอน้ำในอุตสาหกรรมการพักผ่อนและความบันเทิงเช่น สระว่ายน้ำชาวน้ำสระน้ำพุร้อนสระว่ายน้ำและสระว่ายน้ำอุณหภูมิคงที่ในการให้ความร้อนไอออนคลอไรด์และไอออนคาร์บอนอิสระในน้ำที่มีฤทธิ์กัดกร่อนมีการกัดกร่อนและการปรากฏตัวของไอออนออกซิเจนที่ละลายอย่างมากช่วยเพิ่มการกัดกร่อนและการทำลายของท่อโลหะเหล่านี้บางส่วน of เครื่องแลกเปลี่ยน

ความร้อนแผ่นมีความเค็มสูงและยังมีการกัดกร่อนกับโลหะ หากพวกเขาเข้าสู่ระบบโดยตรงผลการกัดกร่อนของพวกเขาจะลดอายุการใช้งานของเครื่องอย่างมากหากระดับความเค็มลดลงจากการบำบัดน้ำ ค่าใช้จ่ายจะสูงมากโดยปกติแล้วแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนจะถูกติดตั้งเพื่อแลกเปลี่ยนความร้อน ตรงกลางเพื่อแยกน้ำแหล่งน้ำออกจากระบบยูนิตเพื่อให้ระบบยูนิตสัมผัสกับแหล่งน้ำน้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้และลดการกัดกร่อน สำหรับแหล่งน้ำที่มีฤทธิ์กัดกร่อนในระบบปั๊มความร้อนจำเป็นต้องเพิ่มเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนสแตนเลสที่มีฤทธิ์กัดกร่อนหรือแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนแผ่นไทเทเนียมลงในระบบ มิฉะนั้นหากระบบปั๊มความร้อนมีการปรับขนาดและสักร่อนการทำความสะอาดและบำรุงรักษาระบบปั๊มความร้อนจะเพิ่มขึ้นอย่างมากเมื่อความเค็มของแหล่งน้ำคือ 150-500mg / L เครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนแผ่นสแตนเลสสามารถติดตั้งได้ เมื่อความเค็มของแหล่งน้ำมากกว่า 500 mg / L ควรใช้แผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่นโลหะผสมไทเทเนียมที่ป้องกันการกัดกร่อน แผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนมีขนาดเล็กขนาดเล็กประสิทธิภาพการแลกเปลี่ยนความร้อนสูงบำรุงรักษาง่ายและต้นทุนต่ำ

การประยุกต์ใช้แผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนในอุตสาหกรรมกระดาษเป็นหนึ่งในสี่สิ่งประดิษฐ์ที่ยิ่งใหญ่ในประเทศจีนโบราณ, papermaking ได้มีบทบาทที่ดีในการส่งเสริมการพัฒนาของอารยธรรมและสังคมควมคืบ หลังจากเกือบสองพันปีของการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตกระดาษสมัยใหม่ได้ยาวแตกต่างจากเทคโนโลยีการผลิตกระดาษเพียงเกิดทั้งในแง่ของเทคโนโลยีการผลิตและคุณภาพของกระดาษที่ผลิตมนุษย์ได้ใช้ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีที่ทันสมัยในกระบวนการผลิตกระดาษและแลกเปลี่ยนความร้อนแผ่นเป็นหนึ่งในพวกเขา แลกเปลี่ยนความร้อนแผ่นเป็นชนิดใหม่ของสูง-ประสิทธิภาพการแลกเปลี่ยนความร้อนที่เกิดขึ้นโดยข้อจุดของแผ่นโลหะที่มีรูปร่างลูกฟูกบางของ ช่องสี่เหลี่ยมบางจะเกิดขึ้นระหว่างแผ่นต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความร้อนผ่านแผ่น มันมีลักษณะของประสิทธิภาพการแลกเปลี่ยนความร้อนสูงสูญเสียความร้อนขนาดเล็กโครงสร้างที่มีขนาดกะทัดรัดและมีน้ำหนักเบาขนาดเล็กลดติดตั้งง่ายและทำความสะอาดและอายุการใช้งานนาน ดังนั้นสิ่งที่เป็นขั้นตอนเฉพาะของการประยุกต์ใช้แลกเปลี่ยนความร้อนแผ่นในอุตสาหกรรมกระดาษ โดย 1.แผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนที่ใช้สำหรับการประมวลผลเยื่อกระดาษของ 2.แผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนที่ใช้ในกระบวนการ papermakingของการประยุกต์ใช้เครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่นในเทคโนโลยีทำความเย็นตั้งแต่การประยุกต์ใช้อุปกรณ์แลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่นไปยังอุปกรณ์ทำความเย็นประสิทธิภาพในการใช้งานและโอกาสในการพัฒนาของพวกเขาได้รับความสนใจความสนใจจากคนในวงการ เป็นเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมยังคงเติบโตได้เปรียบการประยุกต์ใช้การแลกเปลี่ยนความร้อนแผ่นในเทคโนโลยีทำความเย็นนอกจากนี้ยังเกิดขึ้นใหม่ เมื่อเทียบกับเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนแบบดั้งเดิมเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่นสำหรับทำความเย็นมีข้อได้เปรียบในการพัฒนาที่ชัดเจนมาก เนื่องจากการใช้งานในอุปกรณ์ทำความเย็นใน 1970 s มันได้รับความสนใจจากผู้คนมากขึ้นเรื่อย ๆ ตัวอย่างเช่นสหรัฐอเมริกาญี่ปุ่นและออสเตรเลียต่างก็ให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิจัยและการประยุกต์ใช้เครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนแบบ

แผ่นสำหรับทำความเย็น ใน 1980 s ญี่ปุ่นเริ่มศึกษาแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนสำหรับทำความเย็นและได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ดีในการใช้อุปกรณ์ทำความเย็นหลังจากเข้าสู่ 1990 s การพัฒนาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่นสำหรับ ระบบทำความเย็นแอมโมเนียนำไปสู่การพัฒนาต่อไปของแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนสำหรับเครื่องทำความเย็น การพัฒนาที่ประสบความสำเร็จของการแลกเปลี่ยนความร้อนแอมโมเนียไม่เพียง แต่ขยายช่วงการประยุกต์ใช้การแลกเปลี่ยนความร้อนแผ่นในเทคโนโลยีทำความเย็น แต่ยังมีผลสำคัญเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการประยุกต์ใช้ สำหรับสิ่งแวดล้อมของการแลกเปลี่ยนความร้อนแผ่นสำหรับเครื่องทำความเย็นในประเทศจีนยังคงอยู่ในวัยเด็ก ในปัจจุบันผู้ผลิตเครื่องทำความเย็นจำนวนมากได้นำแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนสำหรับเครื่องทำความเย็นในผลิตภัณฑ์ของตน ผู้เชี่ยวชาญเชื่อว่า 'ตลาดผู้บริโภค' s ความเข้าใจและความเข้าใจของแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนสำหรับเครื่องทำความเย็น, แผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนจะมีมากขึ้นอย่างกว้างขวางใช้ในอุปกรณ์เครื่องทำความเย็นเนื่องจากการที่มีประสิทธิภาพสูงของพวกเขาจากการถ่ายเทความร้อน, โครงสร้างขนาดเล็ก ฟังก์ชันการประหยัดพลังงาน และรักษาสีแวดล้อม กระบวนการผลิตเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่นนั้นเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนเป็นเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนที่มีประสิทธิภาพสูงที่เกิดขึ้นจากการเชื่อมชุดแผ่นโลหะที่มีรูปร่างลูกฟูกสี่เหลี่ยมบางช่องเกิดขึ้นระหว่างแผ่นต่าง ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความร้อนผ่านแผ่น กระบวนการผลิตของแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนได้แก่ (1) การเลือกการออกแบบเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน ก่อนการผลิตและการแปรรูปเราต้องเลือกตัวแลกเปลี่ยนความร้อน การเลือกส่วนใหญ่จะกำหนดชนิดของแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อน (2) การแปรรูปเพลท หลังจากเลือกชนิดของแผ่นแล้วการประมวลผลของแผ่นส่วนใหญ่จะครอยที่สอดคล้องกันบนแผ่นผ่านกระบวนการบีม ควรสังเกตว่าการกดแผ่นจะต้องเกิดขึ้นในครั้งเดียวเพื่อให้แน่ใจว่าคุณภาพของแผ่น (3) การบีมและการขึ้นรูป แผ่นที่ติดตั้งถูกประทับตราเพื่อให้สัมผัสระหว่างแผ่นและวัสดุพันธะได้อย่างสมบูรณ์ (4) ประกอบแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อน เช็ดชิ้นส่วนให้สะอาดใช้กาวยางสังเคราะห์กับร่องจานแล้วกดลงในปะเก็น แผ่นควรหมุนอีกครั้งโดย 180 ° สำหรับการวางซ้อนและไม่อนุญาตให้ติดตั้งผิด ควรขันสลักเกลียวยึดให้แน่นจนกว่าความยาวของแผ่นยึดถึงค่าที่คำนวณได้ (5) กระบวนการเชื่อม ตามความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าอินเทอร์เฟซและอุปกรณ์เสริมชนิดต่าง ๆ ถูกเชื่อมเข้ากับเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่น (6) การตรวจจับการรั่วและการทดสอบความดัน บีมแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนไปยังสถานะสุญญากาศเพื่อทำการตรวจจับการรั่วไหล เครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่นที่ตรวจสอบการรั่วไหลจะต้องผ่านการทดสอบแรงดันที่สูงกว่าข้อกำหนดของของลูกค้า โดยทั่วไปแล้ววิธีทดสอบจะใช้แรงดันไนโตรเจนจากนั้นนำไปวางในถังเก็บน้ำเพื่อรักษาแรงดันเพื่อตรวจสอบรอยรั่ว (7) การอบแห้งและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองหลังจากการตรวจสอบมาตรฐานสูงจะถูกทำให้แห้งเพื่อขจัดความชื้นและสิ่งสกปรกออกและบรรจุในที่สุดการจัดส่ง

สำหรับทิศทางการพัฒนาในอนาคตของเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่น Plate Heat Exchanger เป็นอุปกรณ์ที่ใช้กันทั่วไปในหลายภาคอุตสาหกรรมและดำรงตำแหน่งสำคัญในการผลิต ในปี

ที่ผ่านมาอุตสาหกรรมเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนได้ตระหนักถึงแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ ประสิทธิภาพสูงและการประหยัดพลังงานในแง่ของผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี ปัญหาหลักที่มีอยู่ในเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่นในปัจจุบัน(1) ปะเก็นแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อนมีอายุได้งายและไม่สามารถทนต่ออุณหภูมิสูงและความดันสูงได้ (2) แผ่นทำความเย็นไม่สามารถแก้ปัญหาของสื่อที่มีความหนืดสูง (3)เครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนไม่สามารถตอบสนองความต้องการของโครงการขนาดใหญ่สุดได้ในคราวเดียวและต้องการต้นทุนจำนวนมาก (4) อุปกรณ์แลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่นปัจจุบันยังมีข้อจำกัด ในมุมมองของปัญหาหลักข้างต้นทิศทางการวิจัยและพัฒนาของเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่นจะเป็นหนึ่งในสาขาในสาขานี้ (1) พัฒนาวาล์วใหม่ของปะเก็นเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน ปรับปรุงกระบวนการหลอมโลหะอย่างต่อเนื่องของการทดลองความร้อนซึ่งสามารถตอบสนองสภาพการทำงานที่สูงกว่า 170°C และค่อยๆเปลี่ยนข้อบกพร่องของการทำความสะอาดและการบำรุงรักษาที่เกิดจากการเชื่อมแบบเต็ม (2) กำลังมองหาวัสดุสแตนเลสที่เหมาะสมกว่าสำหรับเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่นออกแบบแผ่นที่มีช่องทางการไหลที่กว้างที่สุดผ่านการกีดที่มีความแม่นยำสูงปรับปรุงโครงสร้างแผ่นลูกฟูกและใช้และเสริมขนาดเล็ก; แบบ (3) สำหรับโรงไฟฟ้าอาคารสูงระฟ้าและสถานีทำความร้อนจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนบอร์ดใหม่หลายครั้งหรือมากกว่า เราจำเป็นต้องพัฒนาแผ่นแลกเปลี่ยนที่มีขนาดใหญ่ขึ้นและเพิ่มพื้นที่แลกเปลี่ยนความร้อนของการติดตั้งครั้งเดียวที่มีขนาดใหญ่ขึ้น มันส่วนใหญ่ต้องเผชิญกับสภาพการทำงานพิเศษและความต้องการสำหรับกลุ่มลูกค้า (4) ด้วยความรุนแรงของอุตสาหกรรมสแตนเลสในปัจจุบันไม่สามารถตอบสนองการพัฒนาของแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อน เราจำเป็นต้องพัฒนาอุปกรณ์ใหม่เพื่อตอบสนองอุตสาหกรรมใหม่และทำให้มาตรฐานที่ไม่แข็งเป็นมาตรฐานที่เข้มงวด ดังนั้นการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จึงทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลเชิงคุณภาพที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น)
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงคุณภาพที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น)
3. เพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น)

วิธีการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าอิทธิพลเชิงคุณภาพที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการศึกษา สามารถนำมา

กำหนดเป็นขอบเขตการวิจัยที่สำคัญได้ โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Methodology Research) ประกอบไปด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อศึกษาและพัฒนาอิทธิพลเชิงคุณภาพที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) นำมาสร้างเป็นองค์ความรู้เรื่องอิทธิพลเชิงคุณภาพที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9-15 ท่าน ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะ ผู้บริหาร พนักงานหรือบุคลากรในกลุ่มธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยเทคนิคการสนทนากลุ่ม เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญด้านอิทธิพลเชิงคุณภาพที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) จำนวน 7 ท่าน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลเชิงคุณภาพที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) มีองค์ประกอบได้แก่ 1. เพิ่มผลิตภาพของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) ส่งเสริมการนำทักษะองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการใหม่ ๆ มาช่วยใน กระบวนการผลิตและการประกอบ การวางแผนการผลิต การบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ การควบคุม สินค้าคงคลัง การออกแบบเชิงวิศวกรรม การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพสินค้า ธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) เป็นต้น 2. ยกกระดับมาตรฐานการผลิตและผลิตภัณฑ์ มาตรฐานอุตสาหกรรมของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในการถ่ายทอดแนวทางปฏิบัติที่ดีของภาคอุตสาหกรรม (Best Practices) และชี้แนะแนวทางการจัดการของภาคธุรกิจของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการนำผลิตภัณฑ์ใหม่และกระบวนการผลิตใหม่มาสู่ภาคธุรกิจ ภาคอุตสาหกรรม จึงจำเป็นต้องมีการยกระดับมาตรฐานของสินค้าและบริการเพื่อยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์ของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) รวมทั้งมีการจัดทำเกณฑ์มาตรฐานอุตสาหกรรมในด้านต่าง ๆ เพื่อรองรับการพัฒนาอย่างเหมาะสม 3. พัฒนานวัตกรรมของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการวิจัยทางด้านเทคโนโลยีและ นวัตกรรม โดยสร้างช่องทางและเครือข่ายเพื่อร่วมกันนำเสนอโจทย์ปัญหาการวิจัยสู่ภาครัฐ ส่งเสริมการจัดการ

เครือข่ายเงินทุนและสนับสนุนเงินทุน ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมภายใน และพัฒนางานวิจัยและนวัตกรรมสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ ตลอดจนการสร้างสรรค์ นวัตกรรมใหม่เพื่อ ยกกระตือรือร้นมูลค่าผลิตภัณฑ์ของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) 4. ส่งเสริมการ พัฒนาอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Growth) ของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยน ความร้อน (ชนิดแผ่น) โดยการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีการรีไซเคิล การใช้พลังงาน ทดแทน หรือพลังงานทางเลือกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การให้ ความรู้และแนวทางปฏิบัติในการรักษา สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และสนับสนุนธุรกิจที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมแล สร้างความยั่งยืนในการประกอบการอุตสาหกรรม 5. การ สร้างการเติบโตของวิสาหกิจด้านความคิดสร้างสรรค์ และด้านวัฒนธรรม (Cultural & Creative) เพื่อเป็น การนำทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางความคิดมาสร้างคุณค่าในเชิงเศรษฐกิจ โดยการ ส่งเสริมการวิจัยและ พัฒนาเชิงออกแบบเพื่อสร้างและประยุกต์ใช้องค์ความรู้จากวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ร่วมกับการ สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และผู้ประกอบการในของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่อง แลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) ที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ 6. ทักษะดิจิทัล Digital Skill เป็นการพัฒนา ทักษะบุคลากรในองค์กรในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลมาช่วยในการติดต่อสื่อสารในองค์กร สื่อสารกับลูกค้าและคู่ค้า เพิ่มความเร็วในการประสานงาน และพัฒนาทักษะบุคลากรในองค์กรในการ นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยอำนวยความสะดวกและเพิ่ม ประสิทธิภาพการทำงาน เช่น การใช้โปรแกรม ซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ทั้งโปรแกรมด้านบัญชี การวางแผนการผลิต บริหารคลังสินค้า การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า การบำรุงรักษา

อิทธิพลเชิงคุณภาพที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนาอุตสาหกรรมของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น)	เพิ่มผลิตภาพ (Productivity)	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มการใช้ระบบ Automation และ Robotic ช่วยในการผลิต ควบคุมการผลิต บำรุงรักษา เครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) ใช้ระบบสารสนเทศในการออกแบบเชิงวิศวกรรม การบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ การจัดการการผลิตควบคุมสินค้าคงคลังของเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) พัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อปรับปรุงคุณภาพของเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) ใช้เทคโนโลยีในการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของสินค้า
	ยกระดับมาตรฐาน (Standardize)	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำเกณฑ์ มาตรฐานอุตสาหกรรมในด้านต่าง ๆ ในด้านการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) ถ่ายทอดองค์ความรู้และส่งเสริมให้มีการนำมาตรฐานมาปรับใช้ในด้าน การบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น)
	พัฒนานวัตกรรม (Innovation)	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนการวิจัยทางด้านเทคโนโลยี และพัฒนานวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) สร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Pilot) และพัฒนางานวิจัยและนวัตกรรมสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ พัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในด้านบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น)
	สร้าง Green Growth Enterprise	<ul style="list-style-type: none"> ใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยีการ Recycle พัฒนาพลังงานทดแทน พลังงานทางเลือกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้ความรู้เกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ผ่านการใช้สื่อออนไลน์ Social Media สนับสนุนการประกอบธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	สร้าง Cultural & Creative Enterprise	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ส่งเสริมการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ในด้านการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) ส่งเสริมผลิตภัณฑ์เครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น) ที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ส่งเสริมการบริการด้านบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น)
	ทักษะดิจิทัล Digital Skill	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาทักษะบุคลากรในองค์กรในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลมาช่วยในการติดต่อสื่อสารในองค์กร สื่อสารกับลูกค้าและคู่ค้า เพิ่มความรวดเร็วในการประสานงาน พัฒนาทักษะบุคลากรในองค์กรในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยอำนวยความสะดวกและเพิ่ม ประสิทธิภาพการทำงาน เช่น การใช้โปรแกรมซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ทั้งโปรแกรมด้านบัญชี การวางแผนการผลิต บริหารคลังสินค้า การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า การบำรุงรักษา

ภาพที่ 1 อิทธิพลเชิงคุณภาพที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนาอุตสาหกรรมของธุรกิจการบำรุงรักษาเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (ชนิดแผ่น)

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2559). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (2560-2579)*. กระทรวงอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ
- พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์ นาขวัญ สายเสน บงกชธรรม พบหิรัญโสภณ และ วาริรัตน์ ทรงคา. (2554). อุปกรณ์แลกเปลี่ยนความร้อนแบบแผ่นในอุตสาหกรรมอาหาร. *วารสารอาหาร*. 31(1). 85 - 93.
- ปานมนัส ศิริสมบุญ พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์ และ สาทิป รัตนภาสกร. (2557). *สมบัติทางกายภาพและวิศวกรรมของชีวัสตู*. สำนักพิมพ์คณะวิศวกรรมศาสตร์ สจล.
- Porchaloempong, P., Balaban, M.O., Chau, K.V., and Teixeira, A.A. 2013. *Optimization of quality retention in conduction-heating foods of conical shape*. Journal of food process engineering. Vol25 (6) 557-570.
- Porchaloempong, P., Balaban, M.O., Chau, K.V., and Teixeira, A.A. 2013. *Numerical simulation of conduction heating in conically shaped bodies*. Journal of food process engineering. Vol25 (6), 539-555.

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการ
ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Factors Affecting Customers' Decision to Use Food Delivery Applications in

Hat Yai District, Songkhla Province

สุลิตา คามวารีย์¹ ภัทรชกมล จิรานุกรม² สกุนตน์ฐ์ แผ่นนพานก³ และ เฉษฐา นกน้อย⁴

Sulita Kamwaree, Phatchakamon Jiranukrom,

Sakunnat Peannapakanok and Chetsada Noknoi

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 2) ระดับการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และ 3) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่เคยใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ จำนวน 385 คน เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ กระบวนการให้บริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย การยอมรับเทคโนโลยี ลักษณะทางกายภาพ ราคา และการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยทั้ง 6 ปัจจัยส่งผลให้การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่เพิ่มมากขึ้น และสามารถอธิบายการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้ร้อยละ 70.6

คำสำคัญ : การตัดสินใจใช้; แอปพลิเคชัน; จัดส่งอาหารถึงที่; แอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่

1-3 นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการและการจัดการ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

⁴รองศาสตราจารย์ ดร., คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Abstract

This research aims to study 1) the level of technology adoption of food delivery application users in Hat Yai District, Songkhla Province; 2) the level of customers' decision to use the food delivery application in Hat Yai District, Songkhla Province; and 3) factors affecting customers' decision to use food delivery applications in Hat Yai District, Songkhla Province. The sample comprised some 385 consumers in Hat Yai District, Songkhla Province, who used to order food through applications. The research instrument was a questionnaire, which was then analyzed according to mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The findings revealed the overall technology adoption was at a high level. The overall consumers' decision to use the food delivery application in Hat Yai District, Songkhla Province was at a high level. The factors most affecting customers' decision to use food delivery applications in Hat Yai District, Songkhla Province including, sorted from high to low, process, place, technology adoption, physical evidence, price, and promotion. Process, conformity with place, technology adoption, physical evidence, price, and promotion were positively associated with customers' decision to use food delivery applications in Hat Yai District, Songkhla Province. Altogether, the six factors considered explain 70.6% of the variance in the level of consumers' decision to use the food delivery application in Hat Yai District, Songkhla Province.

Keywords : Decision to Use; Application; Food Delivery; Food Delivery Application

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตมนุษย์ การเติบโตของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) และเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างก้าวกระโดด และได้เปลี่ยนวิถีการสื่อสารของคนในสังคม การดำเนินชีวิต รวมถึงการดำเนินธุรกิจอีกด้วย โทรศัพท์มือถือนับเป็นอุปกรณ์สื่อสารที่เข้ามามีบทบาทและสร้างผลกระทบต่อการดำรงชีวิต เพราะนอกจากจะสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลข่าวสารแล้ว ผู้ใช้เองก็มีกิจกรรมอื่นเพิ่มขึ้นจากการใช้งานโทรศัพท์มือถือด้วย ทั้งนี้เป็นผลมาจากแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน (Smart Phone) ทำให้ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟนมีแนวโน้มในการใช้แอปพลิเคชันต่างๆ เพื่อตอบสนององกิจกรรมในชีวิตประจำวัน เช่น ทำธุรกรรมทางการเงิน เชื่อมต่อและสืบค้นข้อมูลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ชมภาพยนตร์ ฟังเพลง หรือแม้แต่การเล่นเกม (เทอดรัฐ แววงศ์ดี, 2556)

จากพฤติกรรมของคนไทยที่เร่งรีบและข้อจำกัดด้านเวลาที่เกิดขึ้นในแต่ละวันทำให้ไม่มีเวลาในการซื้อสินค้าบริโภคจากร้านค้าและห้างร้าน ทำให้คนไทยมีแนวโน้มเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารถึงที่ (Food

Delivery) เพิ่มมากขึ้น เพราะทุกคนต้องทานข้าวทุกวัน แต่เดิมการบริการจัดส่งอาหารมีเฉพาะร้านอาหารเครือข่าย (Food Chain) ที่มีบริการนี้ เช่น Pizza Company และ KFC ซึ่งเป็นธุรกิจฟาสต์ฟู้ด โดยเป็นบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการบริโภคได้เป็นอย่างดี ประกอบกับการเข้ามาของโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟนทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกในการใช้บริการมากขึ้น ผู้บริโภคสามารถเลือกใช้บริการที่ให้ความสะดวกและรวดเร็วมากที่สุด จึงทำให้จำนวนการสั่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ทั้งทางเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ทั้งจากช่องทางที่ผู้ประกอบการพัฒนาขึ้นเองหรือผ่านตัวกลางให้บริการสั่งอาหารออนไลน์ โดยข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทยระบุว่า ตลาดบริการจัดส่งอาหารถึงที่โตขึ้นจากปี 2561 ถึงร้อยละ 41 และคาดว่าจะทะลุ 3.5 หมื่นล้านบาท (วิวัฒน์ บัณฑิตวงศ์, 2562) อำเภอดำรงวิทยะปรีชา จังหวัดสงขลา เป็นพื้นที่ซึ่งมีประชากรอาศัยอยู่ค่อนข้างหนาแน่น ทำให้หลายบริษัทมองเห็นโอกาสที่จะเข้ามาเป็นตัวกลางในการร่วมมือกับร้านค้าและร้านอาหารเพื่อเข้ามาทำการตลาดเพื่อให้บริการรับส่งอาหารถึงที่ผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งทางเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ซึ่งปัจจุบันมีผู้ประกอบการที่พัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อให้บริการรับส่งอาหารในอำเภอดำรงวิทยะปรีชา จังหวัดสงขลา 2 ราย คือ Grab Food และ Food Panda งานวิจัยนี้จึงสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอดำรงวิทยะปรีชา จังหวัดสงขลา เพื่อให้ผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาระบบได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ในอำเภอดำรงวิทยะปรีชา จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอดำรงวิทยะปรีชา จังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอดำรงวิทยะปรีชา จังหวัดสงขลา

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา (Mobile Application)

แอปพลิเคชัน คือ ระบบปฏิบัติการหรือแพลตฟอร์มที่พัฒนาในยุคที่ 3G เริ่มพัฒนามากขึ้นและขยายตัวอย่างรวดเร็ว จากเดิมที่สื่อสารทางเสียงอย่างเดียวเป็นการให้บริการด้านข้อมูล ซึ่งเป็นโอกาสของผู้ประกอบการที่เห็นช่องทางและพร้อมพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อให้บริการ เช่น เป็นตัวเลือกการบริการทางด้านเนื้อหาพร้อมทั้งพัฒนาแพลตฟอร์มประยุกต์สำหรับอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาเพื่อทำหน้าที่

ตอบสนองของความต้องการ 2 ประเภท คือ ด้านความบันเทิง (Entertainment Application) และด้านการใช้งานเชิงธุรกิจ (Business Application) ส่งผลให้อุตสาหกรรม สื่อสารโทรคมนาคม และอุตสาหกรรมเพื่อการสื่อสารพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Holzer and Ondrus, 2011)

ลลิตา ณ หนองคาย (2560) กล่าวว่า แอปพลิเคชันบนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา (Mobile Application) คือ การดาวน์โหลดแอปพลิเคชันและติดตั้งลงบนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา ซึ่งผู้ใช้จะต้องเข้าไปยังส่วนสำหรับดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน เช่น Apple's App Store หรือ Play Store เป็นต้น ซึ่งสามารถค้นหาและดาวน์โหลดแอปพลิเคชันต่างๆ เพื่อติดตั้งบนระบบปฏิบัติการของอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาดังกล่าวได้ หลายแอปพลิเคชันมีการดึงข้อมูลต่างๆ จากเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญจากบริษัท Gartner ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยด้านธุรกิจและเทคโนโลยี กล่าวว่า ในอนาคตตลาดของโมบายแอปพลิเคชันจะเข้าสู่ความเป็นตลาดที่เป็นลูกค้าเฉพาะกลุ่มมากขึ้น (Guseva, 2008)

แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

การยอมรับเทคโนโลยีเป็นระดับความเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีใหม่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคคลได้โดยที่ผู้ใช้ไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการเรียนรู้ โดยที่การรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานนั้นจะส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี (Park and Kim, 2014) ทั้งนี้ สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยีเป็นองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี คือ 1) พฤติกรรม 2) ทักษะที่มีต่อเทคโนโลยี และ 3) การใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น

Rogers and Shoemaker (1971) ได้อธิบายเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นภายในจิตใจจนนำไปสู่การยอมรับและใช้เทคโนโลยี กระบวนการนี้มีลักษณะคล้ายกับกระบวนการเรียนรู้และการตัดสินใจ โดยได้แบ่งกระบวนการยอมรับเทคโนโลยีออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นตระหนักรู้ (Awareness Stage) 2) ขั้นสนใจ (Interest Stage) 3) ขั้นประเมินผล (Evaluation Stage) 4) ขั้นทดลอง (Trial Stage) และ 5) ขั้นยอมรับ (Adoption Stage)

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นชุดเครื่องมือทางการตลาดที่กิจการดำเนินเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมาย จำแนกเครื่องมือออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ๆ ซึ่งเรียกว่า 4P's ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) แต่แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ (Marketing Mix of Service) ต้องให้ความสนใจปัจจัยอื่นเพิ่มเติม โดยการนำอีก 3P's มาใช้กับธุรกิจบริการ ได้แก่ บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) (Kotler and Keller, 2016)

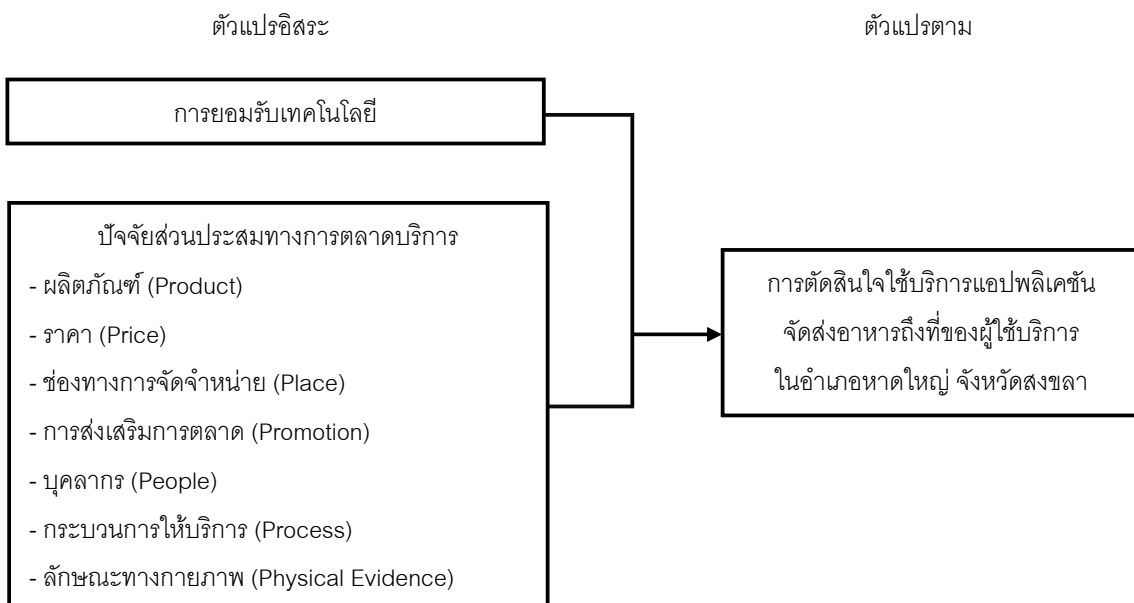
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภค

การตัดสินใจ (Decision Making) เป็นขั้นตอนหนึ่งของการเลือกสินค้าของผู้บริโภคซึ่งมีตั้งแต่สองทางเลือกขึ้นไป (Schiffman and Kanuk, 2004) ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปัทวานิช (2546) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค ทั้งนี้ Kotler and Keller (2016) กล่าวว่า กระบวนการของการตัดสินใจประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น 2) การแสวงหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ และ 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจจัดส่งอาหารถึงที่

ช่วง 2-3 ปีมานี้เรียกได้ว่าเป็นช่วงที่ดีที่สุดของธุรกิจจัดส่งอาหารถึงที่ จากปัจจัยต่างๆ ที่เอื้ออำนวยให้ขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคออนไลน์ หรือเทคโนโลยีที่ทำให้แอปพลิเคชันต่างๆ สามารถตอบโจทย์ความต้องการผู้ใช้ได้ดีขึ้น ธุรกิจอาหารเองก็ได้รับผลกระทบจากสิ่งนี้ไม่น้อย ธุรกิจจัดส่งอาหารถึงที่เริ่มเข้ามาให้บริการจัดส่งอาหารมากขึ้น ด้วยความต้องการของผู้บริโภคที่มีอยู่อย่างมากมายประกอบกับตลาดมีขนาดใหญ่ ซึ่งนอกจากผู้ที่ทำธุรกิจนี้อยู่แล้วและมีมากกว่า 5 ปีอย่าง Food Panda ธุรกิจใหญ่ๆ และรายใหม่ก็เข้ามาเล่นในตลาดนี้อย่างจริงจังด้วย ทั้ง LINE MAN, Grab Food และมีผู้เล่นใหม่ๆ ใฝ่เข้ามามากมาย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาวิจัยนี้ คือ ผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่เคยใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ ได้แก่ Grab Food และ Food Panda ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ Cochran (1977) โดยกำหนดสัดส่วนประชากรไว้ที่ 0.5 และระดับความเชื่อมั่นใจร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือและวิธีสร้างเครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 การยอมรับเทคโนโลยี ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยที่ 1 หมายถึง น้อยที่สุด และ 5 หมายถึง มากที่สุด

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยที่ 1 หมายถึง น้อยที่สุด และ 5 หมายถึง มากที่สุด

ตอนที่ 3 การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยที่ 1 หมายถึง น้อยที่สุด และ 5 หมายถึง มากที่สุด

วิธีสร้างเครื่องมือการวิจัย

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จให้อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยตรวจสอบ และนำมาแก้ไขปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์

3. ทดสอบเครื่องมือก่อนดำเนินการเก็บข้อมูล ซึ่งมีวิธีการดังนี้

- 3.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบข้อคำถามและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม แล้วนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence : IOC) โดยข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 แสดงว่าข้อคำถามนั้นใช้ได้ ซึ่งพบว่าข้อคำถามทั้งหมดใช้ได้

- 3.2 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด ไปทดลองใช้ (Try out) แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha : α) โดยใช้สูตรของ Cronbach (1970) ซึ่งมาตรวัดที่ใช้ได้จะต้องมีค่า α ไม่น้อยกว่า 0.7 ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของมาตรวัดที่ใช้ในการวิจัยนี้ พบว่า มาตรวัดการยอมรับ

เทคโนโลยี มาตราวัดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และมาตราวัดการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น .80 .82 และ .81 ตามลำดับ ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับระดับดี

4. นำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยต่อไป

วิธีการเก็บข้อมูล

1. ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยนำแบบสอบถามไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างและเก็บแบบสอบถามกลับคืนด้วยตัวเองจากผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่เคยใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ ระหว่างเดือนเมษายน – พฤษภาคม 2563

2. ตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม เมื่อทุกฉบับมีความสมบูรณ์แล้วจึงนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยี ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การวิเคราะห์การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การยอมรับเทคโนโลยี

กลุ่มตัวอย่างมีการยอมรับเทคโนโลยีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ แอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่มีประโยชน์ต่อผู้ที่ไม่ต้องการเดินทางออกจากที่พักอาศัย แอปพลิเคชันรับส่งอาหารถึงที่ใช้งานง่าย ในการใช้งานแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ไม่จำเป็นต้องใช้ความจำหรือความพยายาม แอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ช่วยให้ผู้ใช้มีเวลาเพิ่มขึ้นเพื่อไปทำกิจกรรมอื่น ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ไม่มีความเสี่ยงจากการใช้บริการ และแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ช่วยให้สามารถเลือกอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การยอมรับเทคโนโลยี

การยอมรับเทคโนโลยี	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. แอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่มีประโยชน์ต่อผู้ที่ไม่ต้องการเดินทางออกจากที่พักอาศัย	4.098	0.922	มาก
2. แอปพลิเคชันรับส่งอาหารถึงที่ใช้งานง่าย	4.048	0.828	มาก
3. ในการใช้งานแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ไม่จำเป็นต้องใช้ความจำหรือความพยายาม	4.010	0.867	มาก
4. แอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ช่วยให้ผู้ใช้มีเวลาเพิ่มขึ้นเพื่อไปทำกิจกรรมอื่น	3.990	0.906	มาก
5. ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ไม่มีความเสี่ยงจากการใช้บริการ	3.898	0.871	มาก
6. แอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ช่วยให้สามารถเลือกอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น	3.845	0.859	มาก
รวม	3.988	0.662	มาก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อบัญชีส่วนประสมทางการตลาดบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย ลักษณะทางกายภาพ บุคลากร ผลิตภัณฑ์ กระบวนการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด และราคา ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.981	0.719	มาก
ลักษณะทางกายภาพ	3.898	0.711	มาก
บุคลากร	3.851	0.793	มาก
ผลิตภัณฑ์	3.771	0.687	มาก
กระบวนการให้บริการ	3.768	0.721	มาก
การส่งเสริมการตลาด	3.761	0.776	มาก
ราคา	3.730	0.737	มาก
รวม	3.822	0.734	มาก

การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ เจอสินค้าและบริการตรงกับความคาดหวังทำให้สามารถตัดสินใจได้ทันที พิจารณาทางเลือกอย่างรอบคอบก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน และใช้บริการแอปพลิเคชันเดิมอีกในการสั่งซื้อ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. เจอสินค้าและบริการตรงกับความคาดหวังทำให้สามารถตัดสินใจได้ทันที	4.015	0.881	มาก
2. พิจารณาทางเลือกอย่างรอบคอบก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน	3.987	0.811	มาก
3. ใช้บริการแอปพลิเคชันเดิมอีกในการสั่งซื้อ	3.975	0.714	มาก
รวม	3.989	0.673	มาก

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

การวิเคราะห์พหุสัมพันธ์ โดยการตรวจสอบค่า Tolerance และค่า VIF ของตัวแปรพยากรณ์ พบว่า ค่า Tolerance ของตัวแปรพยากรณ์ทุกตัวแปร มีค่าอยู่ระหว่าง 0.292 - 0.966 และค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 1.035 - 3.423 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ของ Hair, Black, Babin and Anderson (2010) ที่กำหนดให้ค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.01 และค่า VIF ที่ไม่เกิน 10 แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ทุกตัวแปรไม่เกิดปัญหาความเป็นพหุสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าตัวแปรพยากรณ์ทุกตัวแปรเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

จากการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ กระบวนการให้บริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย การยอมรับเทคโนโลยี ลักษณะทางกายภาพ ราคา และการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยทั้ง 6 ปัจจัยส่งผลให้การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่

เพิ่มมากขึ้น และสามารถอธิบายการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการใน
อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้ร้อยละ 70.6 ดังตารางที่ 4 และสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$N = 0.471 + 0.128 (\text{การยอมรับเทคโนโลยี}) + 0.093 (\text{ราคา}) + 0.237 (\text{ช่องทางการจัดจำหน่าย}) + 0.073 (\text{การส่งเสริมการตลาด}) + 0.278 (\text{กระบวนการให้บริการ}) + 0.109 (\text{ลักษณะทางกายภาพ})$$

สามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$N = 0.124 (\text{การยอมรับเทคโนโลยี}) + 0.107 (\text{ราคา}) + 0.254 (\text{ช่องทางการจัดจำหน่าย}) + 0.087 (\text{การส่งเสริมการตลาด}) + 0.311 (\text{กระบวนการให้บริการ}) + 0.118 (\text{ลักษณะทางกายภาพ})$$

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ตัวแปร	Unstandardized	Coefficients	Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficient Beta		
(Constant)	0.471	0.165		2.857	0.005*
การยอมรับเทคโนโลยี	0.128	0.049	0.124	2.625	0.009*
ผลิตภัณฑ์	-0.034	0.047	-0.036	-0.721	0.471
ราคา	0.093	0.035	0.107	2.668	0.008*
ช่องทางการจัดจำหน่าย	0.237	0.048	0.254	4.882	0.000*
การส่งเสริมการตลาด	0.073	0.037	0.087	1.981	0.048*
บุคลากร	0.008	0.040	0.009	0.189	0.850
กระบวนการให้บริการ	0.278	0.042	0.311	6.536	0.000*
ลักษณะทางกายภาพ	0.109	0.047	0.118	2.295	0.022*

R = 0.840, R² = 0.706, Adjusted R² = 0.696

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทสรุป

สรุป

กลุ่มตัวอย่างมีการยอมรับเทคโนโลยีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน

การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ กระบวนการให้บริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย การยอมรับเทคโนโลยี ลักษณะทางกายภาพ ราคา และการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยทั้ง 6 ปัจจัยส่งผลให้การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่เพิ่มมากขึ้น และสามารถอธิบายการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้ร้อยละ 70.6

อภิปรายผล

กลุ่มตัวอย่างมีการยอมรับเทคโนโลยีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีใหม่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิต โดยที่ผู้ใช้ไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการเรียนรู้ ซึ่งการรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานนั้นจะส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี (Park and Kim, 2014) ส่งผลให้บุคคลสามารถเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีใหม่ได้ด้วยตนเอง (Camarero, Antón and Rodríguez, 2013) ทั้งนี้ผลการวิจัยของ ยูพเรศ พิธิพลพงศ์ (2558) พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีด้านระบบสัญญาณและความเร็วของอินเทอร์เน็ต

การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยข้อจำกัดด้านเวลาที่เกิดขึ้นในแต่ละวันทำให้ผู้บริโภคไม่มีเวลาในการซื้อสินค้าบริโภคจากร้านค้าและห้างร้าน ทำให้คนไทยมีแนวโน้มเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารถึงที่ (Food Delivery) เพิ่มมากขึ้น (วิวัฒน์ บัณชวังกูร, 2562) ประกอบกับการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ยิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อลดระยะห่างทางสังคม โดย ชวกร อมรมนิต (2559) กล่าวว่า ผู้บริโภคจะมีการหาข้อมูลเพื่อนำมาเปรียบเทียบบก่อนการตัดสินใจใช้บริการ เพื่อตอบสนองของความต้องการที่มีความเร่งรีบ มีเวลาที่จำกัด และไม่ยากออกจากบ้าน ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการธุรกิจจัดส่งอาหารถึงที่มากขึ้น ทั้งนี้ผลการวิจัยของ ขวัญพงศ์ พันธุ์เจริญวรกุล (2558) พบว่า สิ่ง que ผู้บริโภคพึงพอใจในการใช้บริการโปรแกรมสั่งอาหารอันดับแรกๆ คือ การใช้เวลาไม่นานในการให้บริการ ใช้งานง่าย และสามารถใช้เวลากับการเลือกสินค้าได้นานตามต้องการ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ของผู้ใช้บริการในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ กระบวนการให้บริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย การยอมรับเทคโนโลยี ลักษณะทางกายภาพ ราคา และการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ สอดคล้องกับ Lovelock and Wright (2007) ที่กล่าวว่า กระบวนการนั้นจะต้องมีการออกแบบและจัดการกระบวนการ

อย่างมีประสิทธิภาพ ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือที่ทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการมักประกอบด้วยหลายขั้นตอน ขั้นตอนเหล่านั้นจึงต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจลูกค้าได้ ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นจะต้องพิจารณาถึงความสะดวกสบายในการรับบริการ การส่งมอบสู่ลูกค้า สถานที่และเวลาในการส่งมอบ โดยลูกค้าควรจะเข้าถึงได้ง่ายที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ในเวลาและสถานที่ที่ลูกค้าเกิดความสะดวกที่สุด ขณะที่ลักษณะทางกายภาพเป็นองค์ประกอบของธุรกิจบริการที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้และใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาและตัดสินใจซื้อบริการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สะท้อนถึงรูปแบบและคุณภาพของกิจการ ถึงแม้ว่าจะอาจไม่มีส่วนช่วยให้การบริการมีประสิทธิภาพสูงขึ้นมากนัก แต่จะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า และสะท้อนถึงรสนิยมของลูกค้าด้วย (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2547) ในส่วนของราคานั้นธุรกิจจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ ทั้งนี้เพราะหากตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งมาก แต่บริการของธุรกิจไม่ได้มีคุณภาพที่สูงกว่าคู่แข่งมากเท่ากับราคา ที่เพิ่ม ย่อมทำให้ลูกค้าไม่มาใช้บริการกับธุรกิจนั้นอีกต่อไป แต่หากธุรกิจตั้งราคาต่ำก็จะนำมาซึ่งสงครามราคาเนื่องจากคู่แข่งรายอื่นสามารถลดราคาตามได้ในเวลาอันรวดเร็ว (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2547) สำหรับการส่งเสริมการตลาดจะช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าทำตามในสิ่งที่ผู้ประกอบการคาดหวัง ได้แก่ การรู้จักและตระหนักถึงตัวผลิตภัณฑ์ เกิดความต้องการใช้ ตัดสินใจซื้อ และซื้อมากขึ้น (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2547) ขณะที่การยอมรับเทคโนโลยีเป็นองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี (สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2555) โดยเฉพาะการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิต สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ขวัญพงศ์ พันธุ์เจริญ วรกุล (2558) ที่พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดและการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารที่ใช้โปรแกรมสั่งอาหารอัตโนมัติในกรุงเทพมหานคร ขณะที่ผลการวิจัยของ จุฑารัตน์ เกียรติศรีศรี (2558) พบว่า ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชนเศถลักษณ์ พันธุ์ภักดี (2560) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล คือ ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพ และช่องทางการจัดจำหน่าย ขณะที่ผลการวิจัยของ ปิยะมาภรณ์ ช่วยชูหนู (2559) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

1. กระบวนการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งอาหารถึงที่จึงควรออกแบบขั้นตอนในการสั่งซื้ออาหารที่สะดวกและไม่ยุ่งยาก มี

ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย มีระบบตรวจสอบสถานะการจัดส่งแบบ Real Time สามารถจัดส่งได้ตามเวลาที่แจ้งไว้ทุกครั้ง และในกรณีที่เกิดปัญหาสามารถติดต่อผู้ให้บริการได้อย่างสะดวก

2. ช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งอาหารถึงที่จึงควรออกแบบแอปพลิเคชันให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย สั่งซื้อได้โดยสะดวก แอปพลิเคชันสามารถจดจำได้ง่าย และสามารถกำหนดเวลาการจัดส่งล่วงหน้าได้อย่างแม่นยำ

3. การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งอาหารถึงที่จึงควรชี้ให้ผู้บริโภคเห็นว่าแอปพลิเคชันรับส่งอาหารถึงที่นั้นใช้งานง่าย ไม่จำเป็นต้องใช้ความความจำหรือความพยายาม มีประโยชน์ต่อผู้ที่ไม่ต้องการเดินทางออกจากที่พักอาศัย ช่วยให้ผู้ใช้มีเวลาเพิ่มขึ้นเพื่อไปทำกิจกรรมอื่น และไม่มีความเสี่ยงจากการใช้บริการ

4. ลักษณะทางกายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งอาหารถึงที่จึงควรจัดประเภทอาหารในแอปพลิเคชันให้เป็นหมวดหมู่ มีรูปภาพอาหารที่สวยงามน่ารับประทาน มีข้อมูลของอาหารและร้านอาหารอย่างครบถ้วน และพนักงานขนส่งอาหารควรแต่งกายสะอาดเรียบร้อย

5. ราคาส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งอาหารถึงที่จึงควรกำหนดการสั่งซื้อขั้นต่ำต่อการจัดส่งแต่ละครั้งให้มีความเหมาะสม ราคาไม่ควรสูงกว่าการสั่งรับประทานที่ร้านมากนัก และจะต้องสมเหตุสมผล

6. การส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงที่ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจจัดส่งอาหารถึงที่จึงควรมีการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ มีการแนะนำเมนูใหม่ๆ รวมถึงมีคูปองหรือส่วนลดในการสั่งอาหารและกิจกรรมแจกของรางวัลที่น่าสนใจ

เอกสารอ้างอิง

ขวัญพงศ์ พันธุ์เจริญวรกุล. (2558). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารที่ใช้โปรแกรมสั่งอาหารอัตโนมัติในกรุงเทพมหานคร**. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

จุฑารัตน์ เกียรติศิริคมี. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2547). **การจัดการและการตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : ส.เอเซียเพรส.

ชวกร อมรมณีมิตร. (2559). **การทำตลาดตามรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ธุรกิจเดลิเวอรี่อาหารแบบบริการถึงบ้านของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชเนศลักษณ์ พันธุ์ศักดิ์. (2560). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- เทอดรัฐ แววงศ์ดี. (2556). **การยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อแอปพลิเคชันสำหรับสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ , กรุงเทพฯ.
- ปิยมภรณ์ ช่วยชูหนู. (2559). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์**. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ยูพรศ พิธิพลพงศ์. (2558). **ปัจจัยและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้โมบายแอปพลิเคชันซื้อสินค้า**. (8 มีนาคม 2563) สืบค้นจาก <http://gscm.nida.ac.th/public-action/Proceeding/2558/3-1.pdf>
- ลลิตา ณ หนองคาย. (2560). Mobile website VS mobile application แบบไหนคือทางเลือกสำหรับองค์กรคุณ. **วารสาร TPA News** ข่าว ส.ส.ท., 20(230), 10-12.
- วีรวัฒน์ ปันตวงกูร. (2562). **การเติบโตอย่างโดดเด่นของตลาดบริการจัดส่งอาหารถึงที่ (Food delivery)**. (8 มีนาคม 2563) สืบค้นจาก <https://bit.ly/2Isr9bE>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญา ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : ดวงกมลสมัย.
- สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). **ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**. **วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศลาดกระบัง**, 1(1), 1-21.
- Camarero, C., Antón, C. & Rodríguez, J. (2013). Technological and ethical antecedents of e-book piracy and price acceptance. **Journal of the Electronic Library**, 32(4), 542–566.
- Cochran, W. G. (1977). **Sampling techniques**. New York : John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. J. (1970). **Essentials of psychological test**. New York : Harper Collins.
- Guseva, I. (2008). **Gartner : 2009 top 10 strategic technologies**. (13 October 2020) Retrieved from <https://www.cmswire.com/cms/enterprise-20/gartner-2009-top-10-strategic-technologies-003348.php>
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). **Multivariate data analysis**. New Jersey : Prentice Hall.
- Holzer, A & Ondrus, J. (2011). Mobile application market : A developer's perspective. **Telematics and Informatics**, 28(1), 22-31
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). **Marketing management**. Edinburgh : Pearson Education.

- Lovelock, C. & Wright, L. (2007). **Service marketing**. New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Park, E., & Kim, K. J. (2014). An integrated adoption model of mobile cloud services : Exploration of key determinants and extension of technology acceptance model. **Telematics and Informatics**, 31, 376–385.
- Rogers, E. M. & Shoemaker, F. F. (1971). **Communication of innovation : A Cross-cultural approach**. New York : The Free Press.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2004). **Consumer behavior**. New Jersey : Pearson Education International.

ความเป็นไปได้ในการพัฒนาชุมชนเมือง กลุ่มรายได้ 40%ล่าง ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ:

กรณีศึกษา ชุมชนบุรพา 18 ดอนเมือง กรุงเทพฯ

The Possibility in developing Urban Community, the group with 40% low income with information technology: A case study of Burapha 18 Community, Don Mueang, Bangkok

สุวิมล วงศ์สิงห์ทอง (Suwimon Vongsingthong)¹

นงนาท นพคุณ (Nongnat Nopakun)²

นิรันฎ งามเกิด (Nirun Ngamkerd)³

บทคัดย่อ

การบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ากับการบริหารจัดการชุมชนเมือง อาจเป็นเรื่องยากสำหรับชุมชนรายได้น้อย ด้วยสมาชิกชุมชนขาดความพร้อมทั้งด้านงบประมาณและความรู้ จึงเป็นเรื่องท้าทายในการศึกษากระบวนการในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในชุมชน การศึกษาครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวคิดด้าน 1) การศึกษาความเป็นไปได้ในการถอดแบบการบริหารจัดการชุมชนเมืองเป็นระบบสารสนเทศ 2) การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ เผยแพร่ข้อมูลภูมิปัญญาชุมชน กิจกรรมและโครงการที่สามารถขยายให้รองรับ การสั่งจองสินค้าและบริการ และ 3) การจัดทำระบบสื่อสารข้อมูลชุมชน ผ่านโทรศัพท์มือถือ เพื่อแจ้งเตือนกิจกรรมชุมชน รายงานผลการจัดกิจกรรม/โครงการ และตัวเลขทางบัญชี โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในการทำงานร่วมกับชุมชน โดยให้ ชุมชนบุรพา 18 เขตดอนเมือง เป็นพื้นที่นำร่องประโยชน์ที่ได้ไม่เพียงเป็นการเสนอแนวทางแก้ปัญหาให้ชุมชนด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ แต่ยังเป็นการสร้างศักยภาพให้กับ “ชุมชนเมือง” ที่เป็นรากฐานในการพัฒนาประเทศไทยเข้าสู่ Thailand 4.0

คำสำคัญ : ความเป็นไปได้ ชุมชนเมือง เทคโนโลยีสารสนเทศ

Abstract

Integrating Information Technology into urban community management is difficult with low-income community as people in the community have lacked both revenue and knowledge. Therefore, it is a challenge to study the process of applying information technology into the community. The objective of this study is to present the concept of 1) the feasibility study of converting urban management into information system; 2) the development of website design and development to disseminate community wisdom, activities and projects which can be

¹ อาจารย์ประจำ สาขาวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เกริก

² อาจารย์ประจำ สาขาวิชา คอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เกริก

³ อาจารย์ประจำ สาขาวิชา คอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เกริก

expanded to accommodate product and service order; and 3) the establishment of a mobile phone urban communication system to alert community activity, activity / project results and accounting information in form of report via participation process. Burapha 18 Community, Don Muang district is focused as a pilot site. The benefits are not only to provide information technology solution to the community but also to build a potential urban community which is the foundation for the development of Thailand 4.0.

Keywords : feasibility, urban community, Information Technology

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงที่มีประชากรมากที่สุดของประเทศไทย เป็นมหานครใหญ่อันดับที่ 15 ของโลก ที่เพียบพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกทางสังคม และระบบสาธารณูปโภคที่ครบถ้วน สมบูรณ์จึงกลายเป็นศูนย์กลางในหลายๆด้าน เช่น การปกครอง การศึกษา การคมนาคมขนส่ง การเงินการธนาคาร การพาณิชย์ การสื่อสาร ฯลฯ จึงมีประชากรจำนวนมากย้ายถิ่นฐานเข้ามาทำงาน โดยหลักฐานทะเบียนราษฎรและการสำรวจทะเบียนประชากรแฝง ทำให้ในพ.ศ. 2558 มีประชากรพักอาศัยในกรุงเทพฯ มากกว่า 10 ล้านคน (วัชรารภรณ์ จุ้ยลำเพ็ญ, 2559) เป็นเหตุให้พื้นที่เมืองต้องขยายตัวออกไปสู่พื้นที่รอบนอกถึง 10 เท่าในเวลา 52 ปี (พ.ศ. 2510- 2562) (งานศูนย์ข้อมูลสารสนเทศ, 2563) โดยทิศทางการขยายตัวของเมืองได้ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดต่างๆ ในบริเวณปริมณฑลและแนวทางด้านตะวันออกและด้านเหนือ ทำให้พื้นที่เดิมที่เป็นพื้นที่เกษตรกรรมถูกเปลี่ยนมาเป็นพื้นที่พาณิชยกรรม อุตสาหกรรม และที่อยู่อาศัย

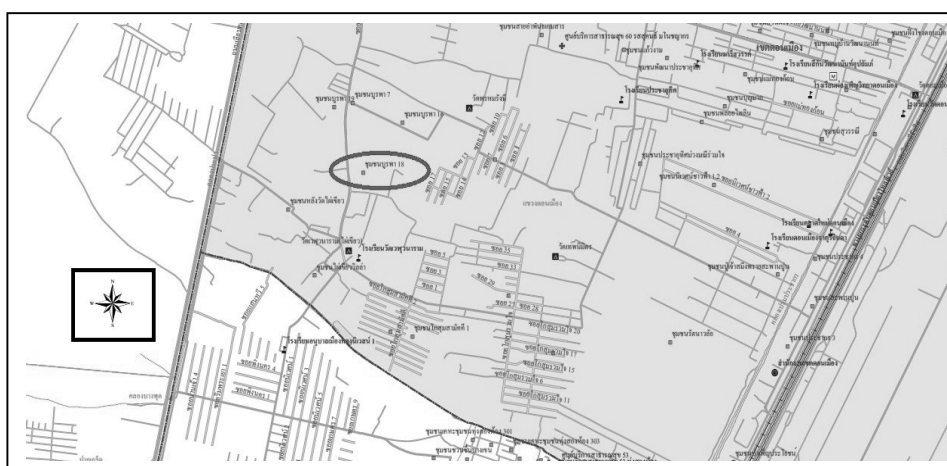
เพื่อให้เกิดความใกล้ชิดกับประชาชน ระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2558 จึงต่างจากพื้นที่อื่น โดยแบ่งการปกครองออกเป็น 50 เขต แต่ละเขตกำกับดูแลโดยเขตและสภาเขต เพื่อแก้ปัญหาเมืองขนาดใหญ่ที่มีปัญหาหลากหลาย เช่น รายได้ไม่เพียงพอ ยาเสพติด บริโภคทรัพยากรเกินความจำเป็น ทรัพยากรสาธารณสุขขาดการดูแลรักษา สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม ทำให้คำจำกัดความของ “เมืองอัจฉริยะ” สำหรับกรุงเทพฯยังเป็นไปได้ยาก เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ด้านการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ประโยชน์

ความจำเป็นในการพัฒนากรุงเทพฯให้เป็น “เมืองอัจฉริยะ” หรือ “Smart City” ถูกเพาะบ่มมาจากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญคือ 2 ใน 3 ของประชากรอาศัยอยู่ในชุมชนเมือง ทำให้เมืองมีขนาดใหญ่และซับซ้อน ในขณะที่ทรัพยากรจำกัดและก่อให้เกิดปัญหา จึงมีความจำเป็นในการส่งเสริมให้ชุมชนเมืองมี ระบบการบริหารจัดการที่ดี และมีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีสุขภาพอนามัยที่ดี มีคุณภาพชีวิตที่ดี ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย รองรับสังคมในอนาคต

อย่างไรก็ตาม หลายภาคส่วนล้วนมีความพยายามในการเริ่มต้นขับเคลื่อนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากรุงเทพฯไปในทิศทางที่ต้องการ เป็นต้นว่า สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอพนมทวน (กระทรวงมหาดไทย, 2561) พัฒนาศารสนเทศตำบลต้นแบบเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนตำบลหนองสาหร่าย อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี ผ่านกระบวนการ 1) สร้างความเข้าใจร่วมกัน 2) กำหนดความต้องการร่วมกัน 3) ร่วมกันจัดทำสารสนเทศ 4) แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และ 5) เผยแพร่และบำรุงรักษา ด้วยโปรแกรม CIA (Community Information Radar Analysis) โดยจัดกิจกรรมพัฒนาชุมชน ได้แก่ ให้ความรู้การจัดทำบัญชี จัดกิจกรรมลดความเสี่ยง และ ส่งเสริมการประกอบอาชีพเสริม สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดระยอง (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดระยอง, 2562) ทำโครงการระบบสารสนเทศชุมชนจัดการความเสี่ยงให้กับ ตำบลสำนักท้อน อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง กาญจนฯ แก้วทอง และคณะ (กาญจนฯ แก้วทอง, กัลยาณี_ทองเหลี่ยมณาค, จันทิรา_ภุมมา, ภัทรวินัย_สุขเขียว, & นภาพร_เทพรักษา, 2560) พัฒนาเว็บไซต์ เผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่น การส่งของสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่น และบริการ และ ระบบซื้อขายสินค้า โดยใช้ภาษา PHP และฐานข้อมูล MySQL ระบบสารสนเทศให้ร้านค้าชุมชนบ้านช้างให้ ตำบลคลองขวาง อำเภอนาหวี จังหวัดสงขลา (เทพชัย ทรัพย์นิธิ และคณะ, 2560) พัฒนาต้นแบบการถ่ายทอดองค์ความรู้ (model) ในการสร้างพิพิธภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์และระบบนำชมพิพิธภัณฑ์ให้กับชุมชน และจัดทำเว็บไซต์ร่วมกับชุมชน นำเสนอผ่านแอปพลิเคชัน Museum Pool เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน Center for Community Development Solutions (Solutions, 2012) นำชุดเครื่องมือวางแผนชุมชน (CBUPT) มาใช้เสริมสร้างการวางแผนเมืองแบบมีส่วนร่วมเพื่อปรับปรุงบริการในเขตเมืองและชานเมืองของซีเอ็มบีวี ผ่านขั้นตอน 1) ศึกษาบริบทของชุมชน 2) สร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3) จัดทำแผนที่ 4) เตรียมการ 5) วางแผน 6) บูรณาการแผนชุมชนกับแผนเทศบาล 7) สร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและภาคเอกชน 8) ทบทวนการมีส่วนร่วมของแผนยุทธศาสตร์ของรัฐ 9) จัดสรรงบประมาณ 10) อำนวยความสะดวกในการพัฒนาแผนปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม 11) พัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลแบบมีส่วนร่วม 12) ประเมินประสิทธิภาพของรัฐและแก้ไข 13) จัดระเบียบแนวปฏิบัติที่ดี 14) เผยแพร่แนวทางปฏิบัติให้กับชุมชนอื่นๆ 15) สร้างการยอมรับมีผลการศึกษามากมายที่แสดงให้เห็นความพยายามในการนำเครื่องมือสารสนเทศมาใช้พัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชน เพื่อขับเคลื่อนเข้าสู่ความเป็นเมืองอัจฉริยะในอนาคต ทว่าไม่มีงานศึกษาใดให้ความสำคัญกับการยกระดับการบริหารจัดการภายในชุมชนด้วยระบบสารสนเทศ ด้วยไม่เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ จึงเป็นช่องว่างที่น่าสนใจด้วยหากสามารถกระตุ้นและปลูกจิตสำนึกให้ชุมชนเมืองย่อยๆที่เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ผนึกกำลังกันพัฒนาชุมชนเล็กๆของตนให้เป็นชุมชนที่ทันสมัย มีการนำเทคโนโลยีในรูปแบบใหม่ ๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์กับชุมชน ย่อมนำไปสู่การพัฒนากรุงเทพฯเป็น smart community อย่างยั่งยืน

ลักษณะทางกายภาพของชุมชนบุรพา 18 เขตดอนเมือง

เขตดอนเมืองมีเนื้อที่รวม 42 ไร่ ดังแสดงในรูปที่ 1 มีชุมชนหมู่บ้านจัดสรรรวม 60 ชุมชน แบ่งเป็น ชุมชนแออัด 15 ชุมชน ชุมชนชานเมือง 3 ชุมชน ชุมชนเมือง 2 ชุมชน และชุมชนริมคลองเปรมประชากร 11 ชุมชน มีจำนวนครัวเรือนที่พักอาศัยทั้งสิ้น 385 ครอบครั้ว (สำนักงานเขตดอนเมือง, 2563) ประชากรรวม 1,224 คน เป็นชาย 594 คน หญิง 630 คน ส่วนใหญ่เป็นโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่ดำเนินการตามระเบียบการพัฒนาที่อยู่อาศัย คือ จัดให้มีสาธารณูปโภคส่วนกลาง สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ระบบระบายน้ำ ระบบบำบัดน้ำเสีย ถนน และบริการสาธารณะ เช่น สวนสาธารณะ สนามเด็กเล่น และพื้นที่ส่วนกลาง เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้พักอาศัยซึ่งในการบริหารจัดการ



รูปที่ 1 ที่ตั้งชุมชนบุรพา 18

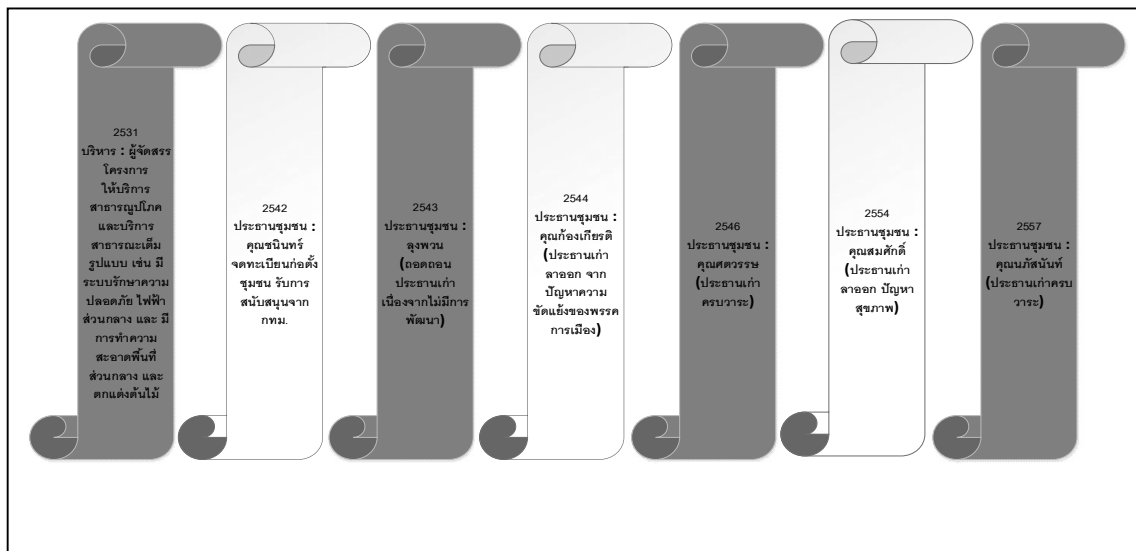
ที่มา แผนที่กรุงเทพมหานคร เขตดอนเมือง

http://www.niems.go.th/th/Upload/File/255612021025265002_MKuKjEVisSo3Oe5v.pdf

ชุมชนบุรพา 18 เป็น 1 ในชุมชนเมืองที่อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานเขตดอนเมือง ลักษณะบ้านเป็นทาวเฮาส์ชั้นเดียว ขนาด 2 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ เนื้อที่ประมาณ 22.5 -30 ตารางวา มีพื้นที่ใช้สอยประมาณ 90 ตารางเมตร มีพื้นที่ส่วนกลาง สำหรับทำกิจกรรม ถนน และระบบสาธารณูปโภค มีทั้งหมด 14 ซอย ซอยละประมาณ 20 หลัง ราคาหลังละประมาณ 300,000 บาท จุดเด่นของชุมชน คือ เป็นพื้นที่ทำเลใกล้รถไฟฟ้าสายสีแดง และสนามบินดอนเมือง จึงเป็นทำเลที่เจริญแบบก้าวกระโดด และเป็นตัวเลือกอันดับต้นๆ สำหรับคนที่มองหาที่อยู่อาศัย แต่ปัญหาหลักของพื้นที่ดังกล่าว คือ เป็นพื้นที่เสี่ยงน้ำท่วม เนื่องจากมีเพียงคลองเปรมประชากรที่รองรับการระบายน้ำลงสู่แม่น้ำเจ้าพระยา อีกทั้งเป็นเส้นทางหลักในการขนย้ายยาเสพติดเข้ามายังกรุงเทพฯ

บริบทของชุมชนบูรพา 18

ชุมชนบูรพา 18 เป็นชุมชนเก่า อายุประมาณ 30 ปี สมาชิกชุมชนประกอบด้วยคน 3 วัย คือ ผู้สูงอายุ (40%) วัยทำงาน: ส่วนใหญ่อาชีพรับจ้าง (40%) และเยาวชน (20%) การบริหารจัดการพื้นที่ ส่วนกลางและสาธารณูปโภคของชุมชน ช่วงแรกอยู่ในความดูแลของบริษัทผู้จัดสรรที่ดิน จึงเป็นชุมชนนำ อยู่ มีสภาวะแวดล้อมดี มีบริการสาธารณะที่ครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็นการรักษาความปลอดภัย ไฟฟ้าส่องสว่าง ระบบ กำจัดขยะ พื้นที่ส่วนกลางที่สวยงาม ถนน ทางระบายน้ำ ต่อมาเมื่อผู้จัดสรรปิดโครงการ จึงได้ส่งมอบ สาธารณูปโภคส่วนกลางให้ชุมชนเพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกัน แต่เนื่องจากชุมชนมีรายได้ต่ำ (40% ล่าง) สมาชิกไม่ต้องการชำระค่าบริการรักษาสาธารณูปโภคส่วนกลาง จึงยกสาธารณูปโภคให้ฝ่ายพัฒนาชุมชน เขตดอนเมือง กทม.ตามมาตรา 43 แห่งพระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน ทำให้ได้รับสิทธิขออนุมัติเบิกจ่าย งบประมาณบำรุงรักษาทรัพย์สินส่วนกลางจาก กทม. ซึ่งระเบียบการขอรับสวัสดิการ กำหนดให้ชุมชน จัดตั้งคณะกรรมการชุมชนเป็นตัวแทนในการประสานงานกับเขตดอนเมือง เพื่อขอรับงบประมาณ สนับสนุนกิจกรรม ทำให้ตั้งแต่ปี 2542 เป็นต้นมา ชุมชนบูรพา 18 บริหารจัดการโดยคณะกรรมการชุมชน ดัง timeline รูปที่ 2



รูปที่ 2 TIMELINE การเปลี่ยนแปลงคณะกรรมการชุมชน

ช่วงเปิดโครงการ ในปี พ.ศ. 2431-2532 มีครอบครัวพักอาศัยประมาณ 10 หลังคาเรือน บ้านหลายหลังที่เป็นบ้านว่างกลายเป็นที่อยู่ของมิชชันนารี แหล่งช้อปปิ้งยามเสด็จ และบ่อนการพนัน ทั้งผู้พักอาศัยทั้งในและนอกชุมชน ยังรुकล้ำพื้นที่ส่วนกลางเพื่อทิ้งขยะ ทำให้เกิดบ่อขยะขนาดใหญ่และขยายบริเวณออกไปเรื่อยๆ จนในปี 2542 ผู้พักอาศัยย้ายเข้ามามากขึ้น จนเพิ่มเป็น 115 ครัวเรือน สมาชิกจึงรวมกลุ่มกันยื่นเรื่องจดทะเบียนก่อตั้ง "ชุมชนหมู่บ้านจัดสรร" กับสำนักงานเขต (ราชกิจจานุเบกษา, 2556)

(เกณฑ์: จำนวนบ้านที่ประชาชนมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านไม่น้อยกว่า 100 หลังคาเรือน) และจดทะเบียนได้ แล้วเสร็จในปี พ.ศ.2543 ซึ่งประธานชุมชน ของคณะกรรมการชุมชนชุดแรก คือ คุณชนินทร์ แผ้วชนะ ต่อมาเมื่อบริหารงานระยะหนึ่ง (ตามมติ คณะกรรมการชุมชนมีวาระครั้งละ 2 ปี) สมาชิกชุมชนรวมกลุ่มกัน ขับไล่เนื่องจากไม่เห็นการพัฒนาที่ชัดเจน

ในปี 2543 คุณพวน นามเอี่ยม ได้รับเลือกเป็นประธานชุมชน แต่ด้วยความขัดแย้งทางการเมืองไทยขณะนั้น ทำให้คุณพวน ไม่ได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกชุมชน และผู้จัดสรรโครงการซึ่งเป็นสภา เขตกรุงเทพมหานคร (ส.ข.) ทำให้เกิดความขัดแย้ง จึงต้องลาออก

ในปี 2544 คุณก้องเกียรติ ปรีชาเปรม ผู้มีชื่อเสียงในชุมชน ได้รับการคัดเลือกเป็นประธานชุมชน และได้ทำงานบริหารชุมชนโดยไม่มีข้อขัดแย้งกับสมาชิกจนครบวาระ

ในปี 2546 คุณศตวรรษ ชุนทายก ได้รับการคัดเลือกเป็นประธานชุมชน และได้ทำงานในตำแหน่ง นานถึง 4 วาระ แต่ภายหลัง สมาชิกชุมชนไม่พอใจผลงานจึงรวมตัวกันขับไล่อีกครั้ง

ปี 2554 มีการคัดเลือกประธานใหม่ ผู้ได้รับการคัดเลือกในครั้งนี้ คือ คุณสมศักดิ์ ศุภสร ระหว่าง ดำรงตำแหน่ง ได้ทำโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนหลายโครงการด้วยงบประมาณ 300,000 บาท ที่ ได้รับจากโครงการพัฒนาชุมชน SML ของรัฐบาล งบประมาณช่วยเหลือน้ำท่วมใหญ่กรุงเทพ 50,000 บาท ทำให้ชุมชนมีงบประมาณเพียงพอในการพัฒนาพื้นที่ซึ่งขณะเป็นพื้นที่สีเขียว สร้างอาคารกิจกรรม ลานกีฬา ตลอดจนจนสร้างกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก และในปีเดียวกัน คณะกรรมการชุมชนก็ได้ ประสานงานกับกระทรวง ICT ผ่าน ส.ส.การุณ โหสกุล จนได้รับบริจาคคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ จำนวน 8 เครื่อง และส.ส.การุณ โหสกุล ได้สมทบทุนการศึกษาให้กับเยาวชนอีก 10,000 บาท ทำให้สามารถจัดตั้ง ศูนย์เรียนรู้เยาวชน เพื่อพัฒนาระยะด้าน ICT ให้สมาชิกและเยาวชน จนกล่าวได้ว่าในยุคนี้ ชุมชนได้รับการพัฒนาเพิ่มขึ้นกว่าทุกยุค

แม้ คุณสมศักดิ์ ศุภสร จะมีผลงานที่ตอบโจทย์ชุมชน แต่มีปัญหาสุขภาพจึงลาออกจากตำแหน่ง ทำให้ปี 2557 ซึ่งผู้ได้รับเลือก คือ คุณนภัสนันท์ ทิราไพบูลย์ และยังเป็นคณะกรรมการชุมชนมาจนกระทั่ง ปัจจุบัน

ชุมชนบูรพา 18 ความตื่นตัวในการพัฒนาชุมชนมาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะมีส่วนร่วมในการจัดตั้ง คณะกรรมการชุมชน เพื่อเป็นแกนกลางบริหารจัดการและพัฒนาชุมชน และการเคลื่อนไหวของสมาชิกที่ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชน ไม่ว่าจะด้วยการกดดันจากคนในชุมชนหรือใช้อิทธิพลจากภายนอก แสดงให้เห็นว่า ชุมชนมีความสามารถในการรวมกลุ่มเพื่อดำเนินการใดๆ ที่เป็นประโยชน์กับชุมชน ใส่ใจในการ บริหารจัดการชุมชน และพยายามเข้าถึงแหล่งทุนเพื่อจัดหางบประมาณมาบริหารจัดการชุมชน ทั้งยังมี นโยบายสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มการเมือง หรือผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่น เพื่อจัดหาเครื่องมือ ทุน หรือ ทรัพยากรที่ต้องการ จึงกล่าวได้ว่า ชุมชนบูรพา 18 เป็นชุมชนที่น่าสนใจศึกษาด้านการพัฒนาความเป็นอยู่ ของคนในชุมชน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ชุมชนเมือง หมายถึง ชุมชนที่มีประชากร และที่พักอาศัยหนาแน่น ผู้พักอาศัยในชุมชน มีความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีอาชีพที่หลากหลาย สมาชิกในชุมชนมีความเป็นอิสระ และมีปัจเจกบุคคลสูง ความสัมพันธ์ของคนในชุมชนเป็นแบบทางการมากกว่าส่วนตัว การอยู่ร่วมกันอิงผลประโยชน์เป็นหลัก โดยชุมชนเมืองมักอยู่ภายใต้การปกครองรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง เช่น เทศบาล มหานคร มีชุมชนย่อย ๆ รวมอยู่ในบริเวณเดียวกัน หรือเรียกตามชื่อที่ตั้งของชุมชน (สนธยา พลศรี. 2557) ขณะที่ กาญจนา แก้วทอง (อ้างถึงใน อมรวิรัช นาครทรรพ, 2548 : 14) ให้ความหมายที่แตกต่างไปว่า ชุมชนมิได้หมายถึงหมู่บ้านที่มีอาณาเขตพื้นที่แน่นอนตายตัวแต่หมายถึงหน่วยทางสังคมที่สมาชิกมีการติดต่อสื่อสาร เสริมสร้างและสืบสานสัมพันธ์ทางสังคมที่มีทั้งความเคลื่อนไหว ปรับตัว ความขัดแย้งและการผสมผสานกลมกลืน ความสืบเนื่องและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ หมายถึง ชุมชนมิได้เป็นหน่วยทางสังคมที่เป็นอิสระหรือโดดเดี่ยวแยกตัวออกจากหน่วยทางสังคมอื่น ๆ ในทางตรงกันข้าม ชุมชนในรูปแบบใหม่ ดำรงอยู่ในความสัมพันธ์กับชุมชนอื่น ๆ และความสัมพันธ์กับรัฐและตลาด ชุมชนรูปแบบใหม่เริ่มมีขอบเขตครอบคลุมเครือข่ายกว้างขวางเชื่อมโยงพื้นที่ในชนบทกับเมือง ปรับตัวและเปลี่ยนแปลง ขัดแย้งและเกิดใหม่อย่างรวดเร็ว

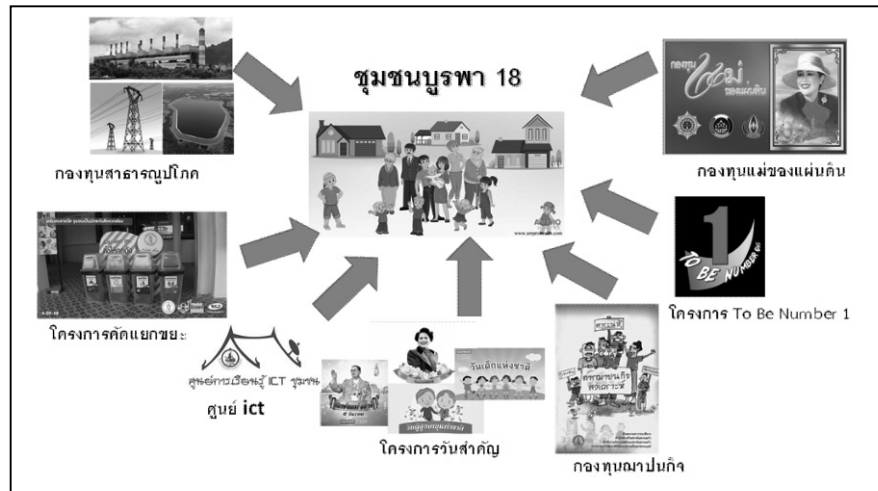
คุณสมบัติพิเศษของชุมชนเมืองที่แตกต่างกับชุมชนอื่น ๆ เนื่องจากเป็นชุมชนที่อยู่ร่วมกันตามโครงสร้างผลประโยชน์ และมีปัญหาหลักในหลายด้าน (ณัฐวุฒิ ทิพย์เพชร ,2557, ออนไลน์) เช่น ด้านสิ่งแวดล้อม และสมาชิก เป็นต้นว่า 1) ความแออัดของที่อยู่อาศัยและสถานที่ทำงานในเขตเมือง เนื่องจากประชากรต้องการที่อยู่อาศัยที่สะดวกและประหยัดค่าใช้จ่าย ทำให้เกิดเป็นแหล่งชุมชนแออัด มีสภาพที่ไม่เหมาะสมที่จะเป็นที่อยู่อาศัย เป็นอันตรายต่อสุขภาพอนามัย ความปลอดภัย ศีลธรรม หรือสวัสดิภาพของผู้อยู่อาศัย 1) การให้บริการสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ การจัดการขยะมูลฝอยต่างๆ ต้องเพิ่มปริมาณการให้บริการมากขึ้น จนเกินระดับที่สามารถรองรับได้ 3) ปัญหาการบุกรุกพื้นที่สาธารณะ ปัญหาแหล่งชุมชนแออัด และความยากจน ปัญหาอาชญากรรม ปัญหายาเสพติด ทำให้ผู้อยู่อาศัย ขาดความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน และสวัสดิภาพ 4) การขยายตัวของชานเมืองและการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ทำให้ประชาชนอพยพไปตั้งถิ่นฐานบริเวณชานเมืองมากขึ้น ทำให้พื้นที่เกษตรกรรมถูกปรับเปลี่ยนเป็น หมู่บ้านจัดสรร ทำให้การควบคุมชุมชนเมืองทำได้ยาก รวมทั้งการให้บริการด้านสาธารณูปโภค และสาธารณูปการทำได้ไม่เพียงพอ

ระบบสารสนเทศชุมชน (Community Informatics: CI): เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพัฒนาชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีข้อมูลระบบสารสนเทศ และความรู้ในการแก้ปัญหาของชุมชน และวางแผนการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงเป็นการลดช่องว่างของประชาชนในการเข้าถึง ระบบสารสนเทศ (Digital Divide) (Miller, 1999; Gurstein, 2000; Bishop & Bruce, 2005) ระบบสารสนเทศชุมชน จึงเป็นเสมือนข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญต่อ 1) ภาครัฐ ในการกำหนดนโยบาย วางแผนและดำเนินงานเพื่อแก้ปัญหาและ

วางแผนพัฒนาชุมชนได้อย่างยั่งยืนและลดปัญหาความยากจนของประชาชน 2) ภาคเอกชน ในการกำหนดนโยบายการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว ธุรกิจบริการต่าง ๆ ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ (3) ภาคประชาชน ซึ่งการรับรู้ข้อมูลเหล่านี้ ทำให้ประชาชนสามารถร่วมกันคิดและแก้ปัญหาต่างๆ ในชุมชน ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว (เทอดศักดิ์ ไม่เท่าทอง. 2553) อันนำไปสู่การแก้ปัญหาเศรษฐกิจและสังคม สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชน และเปิดโอกาสให้ชุมชนได้แลกเปลี่ยนทรัพยากรและใช้ศักยภาพในชุมชนได้อย่างเต็มที่ (ศูนย์ระบบสารสนเทศเพื่อการพัฒนาชุมชน. 2549: 55; นรินทร์ จงวุฒิเวศย์. 2550: 61)

สาธารณูปโภคส่วนกลาง & บริการสาธารณะในโครงการหมู่บ้านจัดสรร : พ.ร.บ.จัดสรรที่ดิน พ.ศ.2543 กำหนดให้ผู้ซื้อที่ดินจัดสรรทุกแปลงมีหน้าที่ร่วมกันรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดการสาธารณูปโภคและบริเวณสาธารณะ ในขณะเดียวกันให้ผู้จัดสรรเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายสำหรับแปลงที่ยังไม่มีผู้ซื้อ (ตามมาตรา 49) เจ้าของโครงการจะต้องเสนอแผนการดูแลสาธารณูปโภค และบริการสาธารณะ ในแผนผังโครงการและวิธีการจัดสรรที่ดิน เพื่อขอความเห็นชอบต่อเขต เป็นระยะเวลา 1-2 ปี โดยการบำรุงรักษาสาธารณูปโภคและบริการสาธารณะ เช่น ถนน สวนสาธารณะ สนามเด็กเล่น จะเป็นหน้าที่ของผู้จัดสรรที่ดิน จนครบกำหนดระยะเวลาที่ผู้จัดสรรที่ดินรับผิดชอบ ซึ่งหลังจากนั้น สมาชิกสามารถเลือกวิธีบริหารจัดการได้ 2 วิธี คือ 1) สมาชิกชุมชนจัดตั้งนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรรเพื่อรับโอนทรัพย์สินดังกล่าวไปจัดการและดูแลบำรุงรักษาต่อจากผู้จัดสรรที่ดิน ข้อดี คือ กรรมสิทธิ์ทั้งหมดเป็นของนิติบุคคล แต่ผู้พักอาศัยต้องรับภาระค่าใช้จ่ายตามที่นิติฯ กำหนด หรือ 2) ผู้จัดสรรที่ดินจดทะเบียนโอนทรัพย์สินดังกล่าวให้เป็นสาธารณประโยชน์ในกรณีที่หมู่บ้านจัดสรรโอนสาธารณูปโภคให้ กทม.บริหารจัดการ (พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดินพ.ศ. 2543. (กรมที่ดิน, 2563) หากชุมชนเลือกวิธีที่ 1 หมายถึง กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนกลางทั้งหมดเป็นของชุมชน ข้อเสีย คือ ผู้พักอาศัยต้องรับภาระค่าใช้จ่ายตามที่นิติฯ กำหนด และในกรณีที่ไม่สามารถเรียกเก็บค่าบริการจากสมาชิกได้เพียงพอ จะไม่มีงบประมาณเพียงพอในการพัฒนาชุมชน วิธีที่ 2 กทม.เป็นผู้จัดสรรงบประมาณส่วนหนึ่งให้กับชุมชนเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการชุมชน ให้สามารถพัฒนาท้องถิ่นตนเองได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ข้อเสีย คือ หากคณะกรรมการชุมชนเพิกเฉย ไม่เอาใจใส่ดูแล อาจทำให้สภาวะแวดล้อมเสื่อมโทรมไปกว่าเดิม

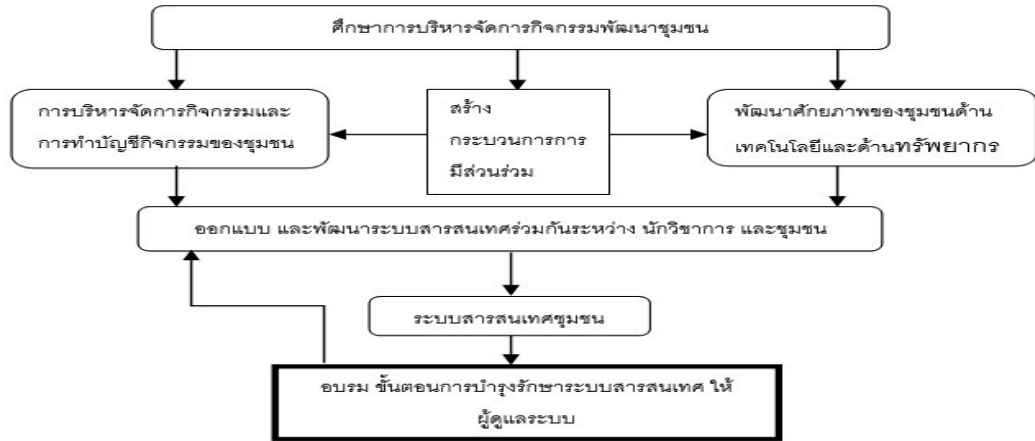
กิจกรรมพัฒนาชุมชน : การอนุมัติให้ก่อตั้งชุมชนของเขต มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ชุมชนมีการพัฒนาเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นอย่างมีแบบแผนทั้งด้านกายภาพ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม อารมณ์และจิตใจ โดยสมาชิกในชุมชนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนา ซึ่งในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา คณะกรรมการชุดก็ได้พัฒนาชุมชนในหลายด้านผ่านการทำโครงการ โดยแยกภาระงานในการพัฒนาชุมชนหลัก ได้ 2 ด้าน คือการทำนุบำรุงและพัฒนาสาธารณูปโภคส่วนกลาง และการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในชุมชนและชุมชนโดยรอบแสดงในรูปที่ 3



รูปที่ 3 โครงการและกิจกรรมของชุมชนบูรพา 18

1. การบำรุงรักษาสาธารณูปโภคส่วนกลาง คณะกรรมการชุมชน ได้รับการสนับสนุนงบประมาณในการบำรุงรักษาสาธารณูปโภคส่วนกลาง เช่น ลอกท่อ ซ่อมถนน จาก กทม. โดยข้อกำหนดคือ การดำเนินการแต่ละครั้ง คณะกรรมการต้องสำรวจปัญหาจัดทำรายละเอียดและแผนการดำเนินงานที่ชัดเจนจึงจะมีสิทธิขออนุมัติงบประมาณสำหรับค่าวัสดุอุปกรณ์ ไม่รวมค่าแรง ในกรณีที่งบประมาณไม่เพียงพอ คณะกรรมการต้องจัดหางบประมาณเพิ่มโดยเรียกเก็บจากสมาชิก
2. การจัดกิจกรรมชุมชน เช่น การจัดงานวันเด็ก วันแม่ วันสวรรคตพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 โดยการจัดออกร้านจำหน่ายสินค้าของชุมชน เช่น น้ำ EM กล่องใส่ tissue จากขยะและผลิตภัณฑ์อื่นๆของชุมชน เพื่อสร้างกิจกรรมกระตุ้นให้คนในชุมชนพัฒนาอาชีพของตนเองและประหยัดค่าใช้จ่ายครัวเรือน
3. จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย ของกิจกรรมพัฒนาชุมชนในโครงการต่างๆ เช่น โครงการธนาคารขยะ โครงการภูมิปัญญากลุ่มรักษาสิ่งแวดล้อม โครงการ To Be Number 1 โครงการกองทุนแม่ของแผ่นดิน โครงการกองทุนอุปถัมภ์กิจสงเคราะห์ เป็นโครงการที่ชุมชนบูรพา 18 ดำเนินการ ร่วมกับชุมชนในพื้นที่เขตดอนเมือง 21 ชุมชน

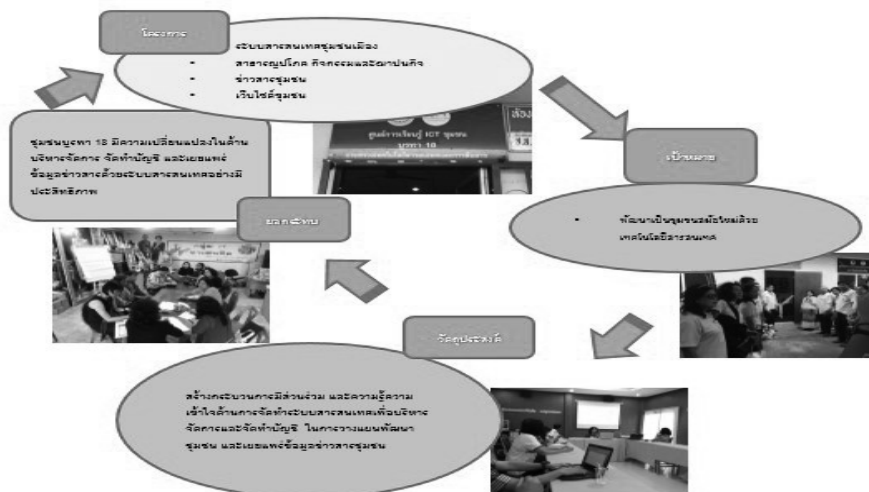
กรอบแนวคิด



กรอบแนวคิด ครอบคลุมการทำงานร่วมกันระหว่างนักวิชาการและสมาชิกชุมชนในการสังเคราะห์ ความรู้ที่ได้จากการศึกษาดูงานและการอบรมมากำหนดทางเลือกที่เหมาะสมในการจัดทำระบบ พร้อม สร้างแผนผังการพัฒนาระบบ จากนั้นจะเข้าสู่ขั้นตอนการออกแบบระบบร่วมกัน โดยกำหนดองค์ประกอบที่ สอดคล้องกับบริบทของชุมชนสภาพการใช้งานที่ครอบคลุม วิธีการนำข้อมูลเข้า วิธีการประมวลผลข้อมูล การแสดงผลการทำงานของระบบแต่ละขั้นตอนของระบบ รวมทั้งการแสดงผลในรูปแบบของรายงานหรือเอกสาร อาทิ งบประมาณประวัติการซ่อมบำรุงสาธารณูปโภค จากนั้นที่มวิจัยวิชาการและชุมชน ร่วมกันพัฒนา ระบบ และตรวจสอบก่อนจัดการอบรม เพื่อหาแนวทางการปรับปรุงระบบ หลังทดลองใช้เพื่อปรับปรุง แก้ไข จนกว่าระบบที่ได้ใช้ประโยชน์กับชุมชนได้จริง โดยสมาชิกชุมชน จะเป็นผู้ดูแลรักษาระบบในระหว่างการใช้ งาน มีการสังเกตการณ์ติดตามการใช้ระบบพร้อมประเมินผลการใช้ระบบสารสนเทศ

วัตถุประสงค์

การศึกษาดังนี้มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อถอดแบบการบริหารจัดการกิจกรรมพัฒนาชุมชนเมือง เป็น ระบบสารสนเทศ ศึกษาความเป็นไปได้ในการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลภูมิปัญญา ชุมชน กิจกรรมและโครงการพัฒนาชุมชน และศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาระบบสื่อสารผ่าน โทรศัพท์มือถือ เพื่อแจ้งเตือนกิจกรรม รายงานผลการจัดกิจกรรม/โครงการ และตัวเลขทางบัญชี ร่วมกับ สมาชิกชุมชน



รูปที่ 4 โครงการ เป้าหมายวัตถุประสงค์ และผลกระทบ

กลุ่มเป้าหมาย

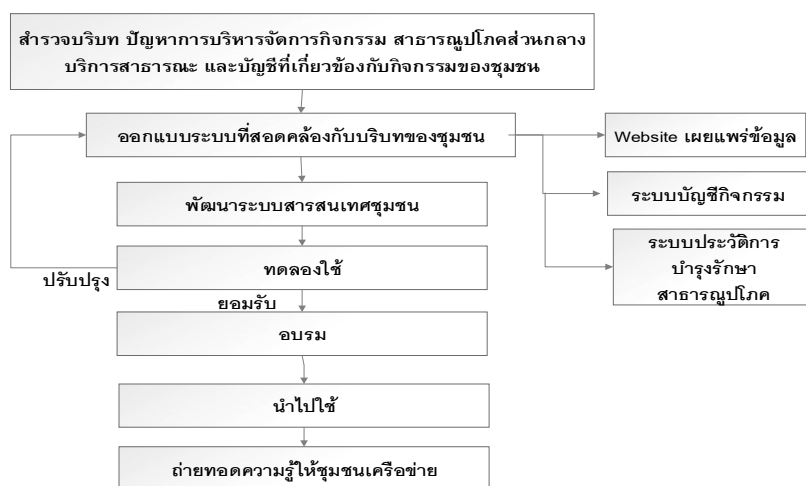
ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย สมาชิก และกรรมการชุมชนนุรพา 18 จำนวน 1,224 คน และกรรมการชุมชนในเครือข่าย 21 ชุมชน ประมาณ 400 คน

วิธีการดำเนินงานวิจัย

วิธีการบริหารจัดการแผนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัย ในรูปที่ 5 ประกอบด้วย

- ประชุมที่มวิจัยศึกษาบริบทและปัญหา ประวัติความเป็นมาวิธีการเป็นอยู่ของชุมชน สภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ประเพณี ของชุมชน โดยการจัดเวทีประชุม ณ ชุมชนนุรพา 18 เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของชุมชนและสร้างความเข้าใจร่วมกันในการพัฒนาโจทย์งานวิจัยโดยวิธีสนทนากลุ่ม สัมภาษณ์เชิงลึก ทบทวนเอกสารประวัติความเป็นมาที่มีอยู่ในชุมชนและแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเขตดอนเมือง
- ประชุมที่มวิจัยประจำเดือน โดยจัดเวทีประชุมพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อทบทวนความก้าวหน้าของการทำวิจัยเป็นระยะ
- ประชุมที่มวิจัยสรุปวิธีการบริหารจัดการกิจกรรมชุมชนและการจัดทำบัญชีที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการรับฟังความคิดเห็น และศึกษาจากเอกสาร
- อบรมให้ความรู้ด้านระบบสารสนเทศและบัญชีที่เกี่ยวข้องกับการบริหารกิจกรรมชุมชน
- ศึกษาดูงานนอกสถานที่ เพื่อสร้างความรู้ด้านระบบสารสนเทศทางการบัญชีและการบริหาร
- ออกแบบและพัฒนาระบบสารสนเทศชุมชนร่วมกัน
- ถอดบทเรียนเพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างกันในที่มวิจัย เครือข่าย และผู้มีส่วนได้เสีย

- ออกแบบระบบสารสนเทศการเจ้าหน้าที่แผนกิจกรรมและการจัดทำบัญชีโดยการบูรณาการความรู้ระหว่างทีมวิจัยวิชาการกับทีมวิจัยชุมชน โดยวิเคราะห์ออกแบบและพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อทดลองใช้งานและทำการประเมินผลระบบ
- อบรมสร้างความเข้าใจในระบบสารสนเทศชุมชนเมือง เพื่อบริหารจัดการสาธารณสุขปโภค กิจกรรมและบัญชีให้กับชุมชนนุรพา 18 และชุมชนเครือข่าย
-



รูปที่ 5 แผนการบริหารการวิจัย

ผลการศึกษา

สภาพปัญหา

การบริหารจัดการของชุมชน ประสบปัญหา 1) ขาดระบบในการทำแผนจัดสรรงบประมาณ บำรุงรักษาสาธารณูปโภคส่วนกลาง เพื่อพัฒนาชุมชน 2) ขาดการจัดเก็บข้อมูลทางด้านการบริหารและการจัดทำบัญชีเพื่อนำมาวิเคราะห์ ทำให้การเสนอขอรับงบประมาณด้านสาธารณูปโภคจากเขตไม่ครอบคลุมภาระงานที่ต้องการ เป็นเหตุให้ต้องเรียกเก็บเงินเพิ่มจากสมาชิก 3) สมาชิกบางส่วนไม่เข้าใจกระบวนการทำงานของคณะกรรมการ ไม่มั่นใจในการใช้จ่ายเงิน จึงไม่ให้ความร่วมมือเท่าที่ควร

แนวทางการแก้ปัญหา

ประเด็นที่ 1: นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในขั้นตอนในการนำเสนอและจัดสรรงบประมาณ บำรุงรักษาสาธารณูปโภคส่วนกลาง เนื่องจากการดำเนินการดังกล่าว มีหลายขั้นตอน มีเอกสารจำนวนมาก เป็นต้นว่า ตรวจสอบทรัพย์สินที่ครบอายุการใช้งานหรือเสื่อมสภาพ จัดลำดับก่อนหลังในการบำรุงรักษา จัดทำแผนงบประมาณ ประมาณการค่าใช้จ่าย และตรวจสอบราคาวัสดุครุภัณฑ์ และแผนงบประมาณเดิม จัดทำแผนการดำเนินการ จัดทำข้อเสนอโครงการ ทำเรื่องเสนอขอของบประมาณจากเขต

และติดตามผลการดำเนินการ ลงบัญชี รายรับ รายจ่ายทั้งกรณีได้รับงบประมาณ และเรียกเก็บจากสมาชิก ชุมชน สรุป และรายงานผลการดำเนินการ เมื่อโครงการแล้วเสร็จ

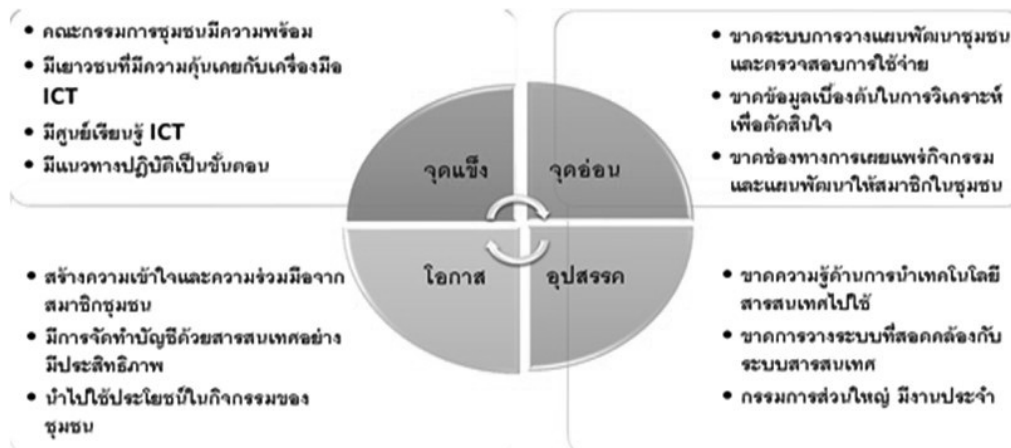
ประเด็นที่ 2: นำเครื่องมือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดกิจกรรมชุมชน เป็นต้นว่า ประชาสัมพันธ์การจัดทำโครงการ จัดทำแผนดำเนินการ จัดสรรงบประมาณประมาณการค่าใช้จ่าย ประเมินผลการจัดโครงการ จัดทำบัญชี รายรับ รายจ่าย และ บัญชีรายบุคคล (กรณี ฅาปนกิจสงเคราะห์)

ประเด็นที่ 3: นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของชุมชน เป็นต้นว่า เพิ่มช่องการ นำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชน เพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม และโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารชุมชนไปสู่สาธารณะ

การศึกษาครั้งนี้ ดำเนินการขึ้นเพื่อพัฒนาศักยภาพของชุมชนเมือง ให้สอดคล้องกับแผนแม่บท ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (6) ในยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้าง โอกาสและความเสมอภาคทางสังคมแผนย่อยการพัฒนาเมืองน่าอยู่อัจฉริยะ (พ.ศ. 2561–2580) โดยการ ส่งผ่านองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ การลงบัญชี และสารสนเทศจากนักวิชาการไปยังชุมชน เพื่อ ร่วมกันออกแบบ และพัฒนาเครื่องมือบริหารจัดการชุมชน **“ระบบสารสนเทศชุมชนเมือง ชุมชนบูรพา 18 และชุมชนเครือข่าย เขตดอนเมือง”** ร่วมกันโดยใช้ทรัพยากรสารสนเทศที่มี เช่น ศูนย์ ICT และ โทรศัพท์มือถือ ผสมผสานองค์ความรู้ด้านสารสนเทศ บัญชี และการบริหารจัดการ จากนักวิชาการ เข้ากับ ภูมิปัญญาของสมาชิกชุมชน มาออกแบบและพัฒนาระบบฐานข้อมูลประกอบการตัดสินใจด้านการบริหาร จัดการสาธารณูปโภค ระบบบัญชี Website และระบบ Mobile Application เพื่อส่งข้อมูลข่าวสารที่ เกี่ยวข้องกับชุมชน ผ่านโทรศัพท์มือถือ นอกจากจะเป็นการลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำด้านความรู้ แต่ยังสามารถกระตุ้นให้สมาชิกชุมชนลุกขึ้นมาช่วยร่วมแรงร่วมใจกับกรรมการชุมชน ในการพัฒนาศักยภาพชุมชน เพิ่มคุณภาพชีวิตและสร้างโอกาสการนำเสนอผลิตภัณฑ์สู่สาธารณะ ซึ่งจะทำให้ชุมชนบูรพา 18 บริหาร จัดการกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนได้ด้วยคนในชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ มีข้อมูล ประกอบการตัดสินใจ และในอนาคตยังสามารถขยายองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่อไปยังชุมชน เครือข่ายที่มีความพร้อม ย่อมทำให้สังคมเล็กๆ พัฒนาเป็น smart community ได้ในอนาคต

วิเคราะห์ชุมชนบูรพา 18

การประเมินศักยภาพของชุมชนบูรพา 18 ว่ามีความเหมาะสมในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมา ใช้ในการพัฒนาความเป็นอยู่ของสมาชิกในชุมชนหรือไม่ ด้วยวิธีทำ SWOT Analysis พบว่าชุมชนมี จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ดังรูปที่ 6



รูปที่ 6 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาชุมชนนุรพา 18

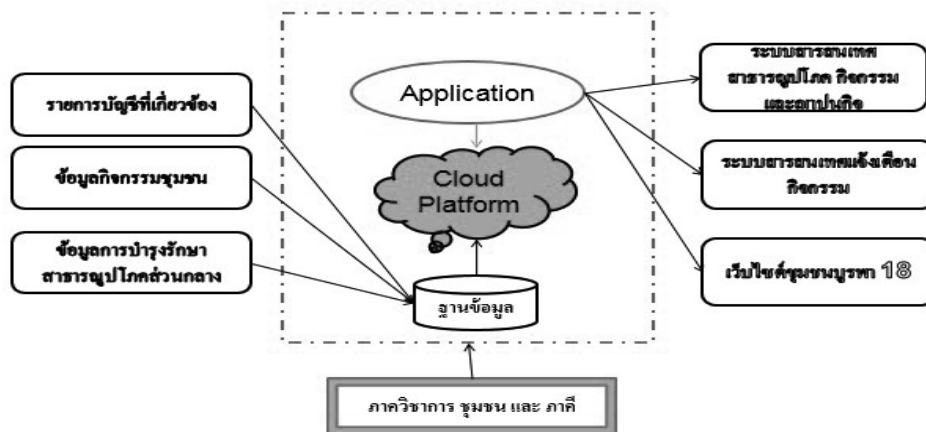
ตารางที่ 2 จุดแข็ง และจุดอ่อนของชุมชนนุรพา 18

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> • ชุมชนนุรพา 18 มีศูนย์เรียนรู้ ICT ที่มีคอมพิวเตอร์ทั้งหมด 8 เครื่อง พร้อมระบบ wifi • ชุมชนมีความเข้มแข็งในการรวมตัวกันเพื่อเรียกร้องสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน • ลดรายจ่ายด้านสาธารณูปโภคให้สมาชิกชุมชนด้วยการขอรับงบประมาณสนับสนุนจากสำนักงานเขต กทม. • กรรมการชุมชนมีความตั้งใจจริงในการพัฒนาชุมชน และมีสมาชิกบางส่วนให้ความร่วมมือ • ชุมชนมีเยาวชน และสมาชิกที่มีความพร้อมด้านเวลา และมีความตั้งใจที่จะเรียนรู้การนำเครื่องมือสารสนเทศไปใช้ประโยชน์ • มีกรรมการที่มีองค์ความรู้ในการจัดการกิจกรรม/โครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน สารสนเทศได้เป็นอย่างดี 	<ul style="list-style-type: none"> • ขาดองค์ความรู้ในการนำเครื่องมือที่มีไปใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการชุมชน • ขาดการรับรู้เกี่ยวกับ กิจกรรมและแผนพัฒนาชุมชน ทำให้ขาดการมีส่วนร่วม • ไม่สามารถประหยัดเงินให้สมาชิกได้ตามเป้าหมาย เนื่องจากไม่สามารถจัดทำแผนการขอรับงบประมาณที่ครอบคลุมภารกิจที่ต้องการ • ขาดความร่วมมือจากสมาชิกร้อยละ 90 เนื่องจากสมาชิกไม่ไว้วางใจในการดำเนินงาน • ขาด พี่เลี้ยง/ผู้ถ่ายทอด ความรู้ในการออกแบบและพัฒนา และบำรุงรักษาระบบสารสนเทศที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชน • ขาดกระบวนการแปลงองค์ความรู้หรือภูมิปัญญาของชุมชนด้านการจัดการชุมชน และจัดทำเป็นระบบสารสนเทศเพื่อสร้างการเรียนรู้ให้กับคนรุ่นต่อไป

ตารางที่ 2 อุปสรรค และโอกาส ของชุมชนบูรพา 18

อุปสรรค	โอกาส
<ul style="list-style-type: none"> การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย ทำให้สมาชิกร้อยละ 90 ขาดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน การจัดเก็บข้อมูลรายรับ รายจ่าย เป็นระบบเอกสาร ทำให้ไม่สามารถรายงาน ตัวเลขทางบัญชี/สรุปผล การดำเนินโครงการ ขาดช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของชุมชนไปสู่สาธารณชน เพื่อสร้างเครือข่ายและช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาระบบสารสนเทศที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน จะช่วยให้สมาชิกชุมชนมีความเข้าใจ และให้ความร่วมมือมากขึ้น การพัฒนาระบบสารสนเทศชุมชนเมือง ที่ออกแบบและพัฒนาโดยชุมชน เพื่อการบริหารจัดการชุมชนจะทำให้มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจ พัฒนา website เพื่อเผยแพร่ผลงาน/โครงการพัฒนาชุมชน และต่อยอดไปสู่การพัฒนาเป็นธุรกิจชุมชน

ผลลัพธ์



รูปที่ 7 ผลลัพธ์โครงการ

ผลลัพธ์ของโครงการออกมาในรูปแบบของ ระบบสารสนเทศกิจกรรมและบัญชี ระบบสารสนเทศแจ้งเตือนกิจกรรม เว็บไซต์ชุมชน และระบบแจ้งเตือนข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยการพัฒนาระบบสารสนเทศจะเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำด้านความรู้ ด้านการบริหารจัดการ การลงบัญชีโครงการ และการนำสารสนเทศมาใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า

บทสรุป

ผลการวิเคราะห์ชุมชนบูรพา 18 เขตตอนเมือง พบว่า แม้สมาชิกชุมชนจะเป็นกลุ่มประชากรที่มีรายได้ระดับ 40% ล่าง แต่เป็นชุมชนที่มีศักยภาพในการพัฒนาตนเองเข้าสู่ smart community ที่

สอดคล้องกับนโยบาย Thailand 4.0 เนื่องจากมีความพร้อมด้านทรัพยากรสารสนเทศ และสมาชิกมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาชุมชนของตนเอง ดังนั้นหากสามารถปรับกระบวนการทำงานของชุมชนให้เป็นระบบ ด้วยการใช้เครื่องมือทางสารสนเทศ เช่น คอมพิวเตอร์ในศูนย์ ICT และอุปกรณ์เคลื่อนที่มีอยู่ในชุมชน มาใช้ในการบริหารจัดการชุมชน ย่อมเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการกิจกรรม และส่งเสริมการสร้างความร่วมมือในการพัฒนาชุมชน อันนำไปสู่การพัฒนาตนเองเป็นชุมชนต้นแบบที่มีระบบบริหารจัดการที่ดีในอนาคต ดังนั้นชุมชนนี้จึงมีความเหมาะสมต่อการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการพัฒนาวิธีสร้างเครือข่ายความร่วมมือของสมาชิก และสร้างช่องทางการหารายได้เพิ่ม ด้วยการแก้ปัญหาของคนในชุมชน พัฒนาให้คนในชุมชนมีสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน มีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียว และสามารถช่วยเหลือทั้งตนเองและผู้อื่นในชุมชน โดยเฉพาะ“ชุมชนเมือง” เนื่องจากเป็นแหล่งรวมทรัพยากรบุคคลของทั้งประเทศ และแม้ปัญหานี้ไม่ใช่ปัญหาพื้นฐานของชุมชนระดับล่าง แต่การพัฒนาหน่วยเล็กๆ ของชุมชน ในสังคมให้สามารถอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข มีกฎระเบียบ และมีกระบวนการทำงานที่เป็นขั้นตอน ย่อมเป็นรากฐานที่สำคัญในการพัฒนาประเทศเข้าสู่ Thailand 4.0 อย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะ

การเปิดโอกาสให้ชุมชนเมืองวิเคราะห์ปัญหาและแก้ปัญหาดตนเองด้วยตนเอง เพื่อพัฒนาชุมชนให้เป็นชุมชนน่าอยู่ (Smart Community) นำไปสู่การแก้ปัญหา 1) การสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการบริหารจัดการชุมชน 2) การเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ให้กับสมาชิก ด้วยการค้าขายแบบ Online และ 3) การบริหารจัดการสาธารณูปโภคและกิจกรรมพัฒนาชุมชน ด้วยกระบวนการเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงเป็นทางเลือกที่น่าสนใจ ที่ช่วยลดภาระงานของสมาชิกและกรรมการชุมชน และหากสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง ย่อมเป็นการพัฒนาองค์ความรู้และบุคลากรให้กับชุมชนในเวลาเดียวกัน แต่อย่างไรก็ตามแนวคิดนี้จะเป็นไปได้ ก็ต่อเมื่อมีการวางแผนและประสานความร่วมมือกันระหว่างทุกภาคส่วนอย่างเข้มแข็ง มีการกำกับ ติดตามและประเมินความเป็นไปได้ในแต่ละขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง และสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งหย่อนไปกว่ากัน คือ การได้รับความร่วมมือจากนักวิชาการและชุมชนในการขับเคลื่อนอย่างจริงจัง

เอกสารอ้างอิง

- กรมที่ดิน. (2563). พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2543.(19 มิถุนายน 2563). สืบค้นจาก
file:///C:/Users/com_T123/Downloads/Documents/TREA_31fefc0e570_cb3860f2
a6d4b38c6490d.pdf
- กระทรวงมหาดไทย,สวท. (2561). สารสนเทศตามลต้นแบบเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต อำเภอพนม
ทวน จังหวัดกาญจนบุรี. เอกสารถอดบทเรียนตำบลสารสนเทศต้นแบบ.(19 มิถุนายน

2563). สืบค้นจาก http://thainews.prd.go.th/th/news/print_news/TNSOC6103240010003

กาญจนา แก้วทอง และคณะ.(2560). การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการบริหารจัดการและพัฒนาระบบสารสนเทศ ศูนย์สถิติการตลาด (ร้านค้าชุมชน) บ้านช้างไห้ ตำบลคลองขวาง อําเภอนาทวี จังหวัดสงขลา. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)(19 มิถุนายน 2563). สืบค้นจาก https://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG60T0088

งานศูนย์ข้อมูลสารสนเทศ. (2563). ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัด จังหวัดกรุงเทพมหานคร. สืบค้นจาก <http://itcenter.bpc.ac.th/data/province.pdf>.

ราชกิจจานุเบกษา. (2556). ระเบียบกรุงเทพมหานครว่าด้วยชุมชนและกรรมการชุมชน พศ.2528.

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดระยอง. (2562). สารสนเทศตำบลต้นแบบเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต ตำบลสำนักท้อน อําเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง. เอกสาร-ถอดบทเรียนการดำเนินงานสารสนเทศตำบลต้นแบบ.(19 มิถุนายน 2563).สืบค้นจาก<https://rayong.cdd.go.th/wp-content/uploads/sites/>

สำนักงานเขตดอนเมือง. (2563). สำนักงานเขตดอนเมือง.

เทอดศักดิ์ ไม้เท้าทอง(2553). ระบบสารสนเทศชุมชน: แนวคิดเพื่อการจัดบริการ.วารสารบรรณศาสตร์ มศว ปีที่ 3

เทพชัย ทรัพย์นิธิ และคณะ(2563).การถ่ายทอดเทคโนโลยีระบบพิพิธภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์และระบบนาชมพิพิธภัณฑ์เพื่อพัฒนาต้นแบบสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชน.(วันที่ 19 มิถุนายน 2563).สืบค้นจาก https://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG60T0052

พระราชบัญญัติจัดสรรที่ดิน. (2543). (วันที่ 19 มิถุนายน 2563).สืบค้นจาก

<http://download.asa.or.th/03media/04law/lsa/lsa43-upd02.pdf>

ศูนย์ระบบสารสนเทศเพื่อการพัฒนาชุมชน. (2552). การกิจของศูนย์ระบบสารสนเทศเพื่อการพัฒนาชุมชน.(วันที่ 19 มิถุนายน 2563).สืบค้นจาก <http://app2.cdd.go.th/rdic/articles.html>

สถิติจำนวนประชากรและบ้านในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายแขวงและเขต ณ เดือน ธันวาคม 2558. (วันที่ 19 มิถุนายน 2563) .สืบค้นจาก http://203.155.220.230/bmainfo/esp/pop/pop_58.pdf

สำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ. (2550). *คู่มือการดำเนินงานโครงการพัฒนา*

*ศักยภาพของหมู่บ้านและชุมชน (SML).*2550. (วันที่ 19 มิถุนายน 2563). สืบค้นจาก

<http://www.saphalampang.com/wp-content/uploads/2013/10AF-SML.pdf>

การมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวน
สอบสวนไปประยุกต์ใช้

The participation of seminar participants about the implementation of
the investigative news process to use in work

เสกสรรณ ประเสริฐ¹ และ ปรีชา พันธุ์แน่น²

Seksonna Prasert and Preecha Phannan

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้และเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน ซึ่งเป็นผู้เข้าอบรมสัมมนาที่มาจากหลากหลายอาชีพทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย ตั้งแต่รุ่นที่ 1 ถึงรุ่นที่ 8 สถิติที่ใช้คือการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test และ One-Way ANOVA F-test

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีประสบการณ์ในงานด้านข่าวสืบสวนสอบสวน 1 ปีหรือน้อยกว่า และปัจจุบันประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนระดับการมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาพบว่า ภาพรวมมีส่วนร่วมในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด ได้แก่ ด้านการสร้างศูนย์รวมข่าว รองลงมาได้แก่ ด้านการคาดการณ์ล่วงหน้า ส่วนในระดับมาก ได้แก่ ด้านการกำหนดหมายข่าว รองลงมาได้แก่ ด้านการจัดแผนงานข่าว ด้านการเสนอข่าวสืบสวนสอบสวน ด้านการสันนิษฐานงานข่าว และด้านการกวาดข้อมูลข่าว ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ การมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร พบว่า ผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้มีความแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรในทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ข่าวสืบสวน ; กระบวนการ ; การมีส่วนร่วม

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการสื่อสารการสืบสวนสอบสวน

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก ที่อยู่ติดต่อ 3 ถนนรามอินทรา ซอย 5 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 12220 โทรฯ : 081 404 2002 Email seksonborsae@gmail.com

² รองศาสตราจารย์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก ที่อยู่ติดต่อ 3 ถนนรามอินทรา ซอย 5 แขวงอนุสาวรีย์

เขตบางเขน กรุงเทพฯ 12220 โทรฯ : 081 613 3432 Email preecha.phannan9@gmail.com

Abstract

This research the objective is to study the participation of the seminar participants in the application of the investigative news process and to compare the participation of the participants in the application of investigative news processes in different applications according to demographic characteristics. It is a quantitative research. Data was collected from a sample of 250 people who were participants from various professions across all regions of Thailand. From Class 1 to Class 8, the statistics used were frequency distribution, percentage, arithmetic mean. Standard deviation Using a statistical t-test and One-Way ANOVA F-test.

The study found that most of the respondents were male, aged 31-40 years, had a lower undergraduate education, and had 1 year or less experience in investigative news. And currently operates a personal business as for the level of participation of the participants in the seminar, it was found that overall participation at a high level. When classified by each side, it was found that the highest levels of participation were in the creation of a news hub. Followed by advance assessment. On the high level, including the issue of news issues. Followed by management of news plans, the assumption of news, and data collection.

Results of the comparative hypothesis test the participation of the participants in the application of investigative news process in different demographic characteristics found that the participants in the application of investigative news process differed according to demographic characteristics. In all respects the difference was statistically significant at the 0.05 level.

Keywords: Investigative News ; Process ; Participant

บทนำ

การมีส่วนร่วมของสมาชิกเป็นพื้นฐานของกิจกรรมต่างๆ ทางสังคม กระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจย่อมเกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมของสมาชิกในสังคมนั้น ซึ่งปัจจัยสำคัญของการมีส่วนร่วมคือความพยายามที่เกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและความรู้สึก การกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือ การให้สมาชิกรับผิดชอบต่อการปฏิบัติงาน และการพัฒนาการมีส่วนร่วม ซึ่งจะต้องคำนึงถึงความสมดุล การมีส่วนร่วมที่แท้จริงกับการมีส่วนร่วมมากเกินไป (Putti J.M., 1987) การมีส่วนร่วมเป็นเรื่องของความรับผิดชอบร่วมกันด้วยการเข้าไปเกี่ยวข้อง ช่วยเหลือ และร่วมกันรับผิดชอบ รวมทั้งเป็นความรับผิดชอบร่วมกันด้วยการเข้าไปเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ และความรู้สึกนึกคิดของแต่ละคนที่มีต่อกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งของสมาชิกในสังคม หรือเกิดแรงกระตุ้นที่ช่วยทำให้มีความสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ (Davis & Newstrom, 1989)

การมีส่วนร่วมมีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาองค์กรในยุคที่มีฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ที่แปลความหมายว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต (มาลี บุญศิริพันธุ์, 2563. สืบค้นจาก <https://news.thaipbs.or.th/content/292126> เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2563) โดยเฉพาะองค์กรสืบสวนเบาะแส ในสังกัดของมูลนิธิเบาะแสซึ่งเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ช่วยเหลือผู้ที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมในสังคม โดยใช้พลังจากสื่อมวลชน (Mass Media) และพลังจากนักข่าวพลเมือง (Citizen Journalist) ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ รวมทั้งเป็นผู้ที่พบเห็นเหตุการณ์จริง โดยใช้พลังที่มีคุณภาพทั้งสองนี้เป็นเครื่องมือสร้างความเป็นธรรมพร้อมทั้งช่วยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ออกสู่สาธารณชน ดังนั้นเมื่อนักข่าวพลเมืองได้เข้ามามีส่วนร่วม จึงทำให้การปกป้องและสร้างความเป็นธรรมมุ่งไปสู่เป้าหมายได้รวดเร็วขึ้น รวมทั้งเกิดความมุ่งมั่นในการสร้างความสำเร็จให้กับองค์กร นั่นก็คือความเป็นธรรมในสังคม ซึ่งบุคลากรที่มาจากนักข่าวพลเมืองจะรู้สึกพึงพอใจในผลงานที่เกิดขึ้น และเกิดความรู้สึกของการมีคุณค่าในตนเอง มีความรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของและผูกพันกับองค์กรส่งผลทำให้องค์กรมีคุณภาพ (ประทีป จันทรสิงห์, 2549) โดยที่ในปัจจุบันนักข่าวพลเมืองกลายเป็นผู้พลิกโฉมหน้าโลกของงานข่าวสมัยใหม่ที่มาพร้อมกับเทคโนโลยี จากเดิมที่ส่วนใหญ่งานข่าวนั้นเป็นเพียงหน้าที่และการทำงานของนักข่าวมืออาชีพเท่านั้น แต่ปัจจุบันงานข่าวกลับพลิกโฉมหน้าเป็นงานข่าวในมิติของประชาชนทั่วไป ที่ทำขึ้นในบทบาทของนักข่าวพลเมืองที่ช่วยเติมเต็มงานข่าวของนักข่าวมืออาชีพให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น (ศุภนิศย์ วงศ์ทางสวัสดิ์, 2552)

โดยทั่วไป สังคมส่วนใหญ่จะได้รับรู้ความหมายของนักข่าวพลเมืองโดยเชื่อมโยงกับการรายงานข่าววิกฤติ (Crisis Reporting) ผู้ที่อยู่ในเหตุการณ์นั้นจะมีบทบาทสำคัญในการรายงานข่าวในขณะนั้น ทั้งข้อความ ภาพถ่าย ภาพเคลื่อนไหวในแพลตฟอร์ม (Platform) ต่างๆ ในฐานะผู้ที่อยู่ในเหตุการณ์ ก่อนที่สื่อมวลชนจะนำเสนอข้อมูลและภาพเหล่านั้น ฉะนั้นนักข่าวพลเมืองในลักษณะนี้ก็คือ ประชาชนทั่วไปที่พบหรืออยู่ในเหตุการณ์สำคัญนั้น ทำให้ต้องสวมบทบาทเป็นผู้สื่อข่าวโดยใช้เครื่องมือบันทึกและเผยแพร่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น (มัทนา เจริญวงศ์ และอังคณา พรหมรักษา, 2555)

การมีส่วนร่วมของนักข่าวพลเมืองนี้ จึงเป็นกระบวนการที่นักข่าวพลเมืองได้เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนการปฏิบัติงาน การตัดสินใจ ความรับผิดชอบ การประเมินผล รวมทั้งด้านการแสดงความคิดเห็น โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และความเชี่ยวชาญในทางการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ รวมทั้งการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้น (มธุรดา ศรีรัตน์, 2559) ดังนั้นการกระทำของพลเมืองที่หลากหลายในสังคม ซึ่งแสดงบทบาทในกระบวนการรวบรวมข้อมูล รายงาน วิเคราะห์ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดเสรีภาพในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เชื่อถือได้ ถูกต้องแม่นยำ มีมุมมองที่กว้างขวาง อันเป็นความต้องการของสังคมที่เป็นประชาธิปไตย การข่าวสืบสวนสอบสวนเป็นการปฏิบัติงานด้วยวิธีการค้นคว้าและแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ด้วยการสืบสวนเบื้องต้นเบื้องหลังของข่าว จนกระทั่งได้ความจริงและข้อเท็จจริงที่น่าเชื่อถือ มีหลักฐานพิสูจน์และตรวจสอบได้ โดยมีการทำงานอย่างเป็นระบบมีกระบวนการแล้วจึงรายงานหรือนำเสนอข่าวนั้นผ่านเครื่องมือสื่อสารหรือสื่อมวลชน

(Mass Media) ด้วยแพลตฟอร์ม (Platform) ต่างๆ ไปสู่ยังสาธารณชนทั่วไปและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางหนึ่งทางใด (เสกสรรค์ ประเสริฐ, 2562) ซึ่งข่าวสืบสวนสอบสวนนี้มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในสังคมประชาธิปไตย ในกรณีที่ประชาชนมีสิทธิตรวจสอบการทำงานของเจ้าหน้าที่รัฐผ่านทางสื่อมวลชนที่ต้องมีความซื่อสัตย์ สุจริต มีความรับผิดชอบ มีความเป็นกลางและมีจิตสำนึกในการพิทักษ์รักษาผลประโยชน์ของสังคม (มาลี บุญศิริพันธ์, 2555, น. 5-8)

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล ที่มีเรื่องเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาที่อยู่ในท้องถิ่น สถานภาพการทำงาน และประสบการณ์ที่แตกต่างกันย่อมมีผลต่อการมีส่วนร่วมของบุคคลดังกล่าว (Cohen, & Uphoff, 1980) ดังนั้นผู้เข้าร่วมอบรมสัมมนาที่มาจากบุคคลหลากหลายอาชีพ ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย และมีเพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ในข่าวสืบสวนสอบสวนที่แตกต่างกันจึงเป็นที่น่าสนใจว่าผู้เข้าร่วมอบรมสัมมนาดังกล่าวจะมีส่วนร่วมในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ ในระดับใด

จากที่กล่าวมาข้างต้น การจัดอบรมเพื่อให้ความรู้แก่ผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ เป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อให้ผู้ผ่านการอบรมสัมมนาแล้ว จะได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการปกป้องตนเองและลงพื้นที่เพื่อช่วยเหลือผู้ที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมในพื้นที่ ซึ่งตนเองอาศัยอยู่ทั่วประเทศ โดยผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาว่า ผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ทั้งด้านส่วนตัวและเพื่อสังคมส่วนรวม มีลักษณะทางประชากรอย่างไร มีส่วนร่วมในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ในระดับใด และการมีส่วนร่วมในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้จะมีความแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรหรือไม่ เพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยที่ค้นพบ ให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมใช้ในการพัฒนาปรับปรุงการฝึกอบรมสัมมนาเกี่ยวกับ การนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเกิดประโยชน์สูงสุดให้แก่สังคมต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

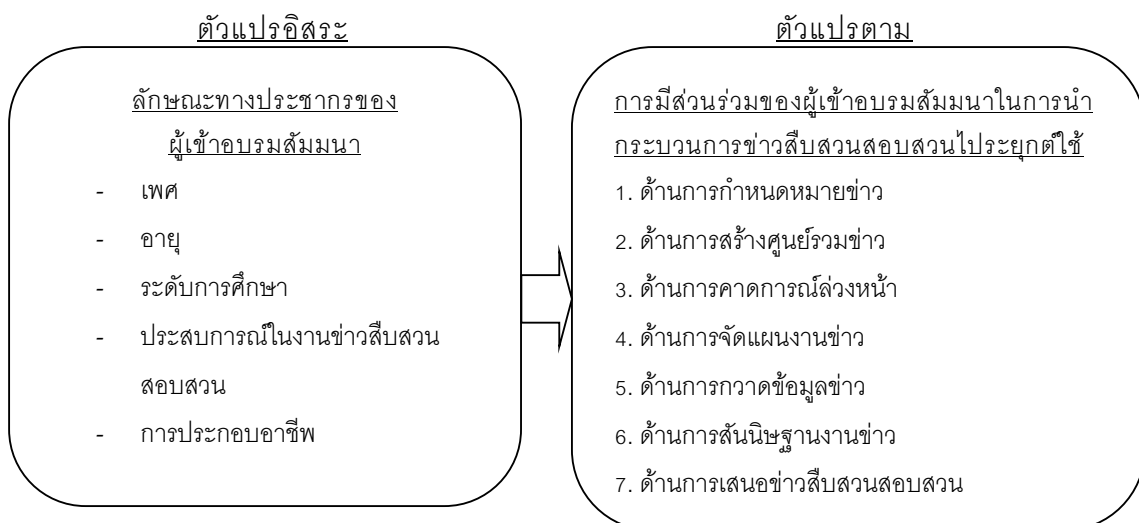
1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้
2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรของผู้เข้าอบรมสัมมนากับการมีส่วนร่วมในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้

สมมติฐานการวิจัย

การมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ ที่มีลักษณะทางประชากรจำแนกด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในงานข่าวสืบสวนสอบสวน และอาชีพที่แตกต่างกัน มีส่วนร่วมในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ แตกต่างกัน

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรของผู้เข้าอบรมสัมมนากับการมีส่วนร่วมในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ โดยการใช้แบบสอบถาม ที่มีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กรอบแนวคิดในการวิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากเอกสารวิชาการ ในแง่มุมของความหมาย ลักษณะความสำคัญ ประเภท ประโยชน์และหลักการ เพื่อนำแนวคิดที่ได้มาสังเคราะห์และสรุปเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิด โดยกำหนดตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะทางประชากรของผู้เข้าอบรมสัมมนา ได้แก่ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านประสบการณ์ในงานข่าวสืบสวนสอบสวน และด้านการประกอบอาชีพ ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ การมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ ด้านต่างๆ จำนวน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการกำหนดหมายข่าว ด้านการสร้างศูนย์รวมข่าว ด้านการคาดการณ์ล่วงหน้า ด้านการจัดแผนงานข่าว ด้านการกวาดข้อมูลข่าว ด้านการสันนิษฐานงานข่าว และด้านการเสนอข่าวสืบสวนสอบสวน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ เป็นผู้ที่ผ่านการเข้าอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการกับองค์กรสืบสวน เบาะแส ในหัวข้อ “นวัตกรรมข่าวสืบสวนเพื่อคุณภาพชีวิตพลเมืองไทยในยุคภัยอันตรายรอบด้าน” ตั้งแต่รุ่นที่ 1 ถึงรุ่นที่ 8 ซึ่งเป็นพลเมืองที่มาจากหลากหลายอาชีพทุกภาคทั่วประเทศ ที่สนใจกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวน จำนวน 625 คน (ข้อมูลทะเบียนองค์กรสืบสวนเบาะแส, 4 ตุลาคม 2563) กลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ได้แก่ ผู้ที่ผ่านการเข้าอบรมสัมมนาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคอีสาน ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก และภาคกลาง โดยใช้สูตรคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1967) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 244 คน จึงทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Method) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ผ่านการเข้าอบรมสัมมนาเพิ่มขึ้นเพื่อป้องกันการผิดพลาดอีกจำนวน 6 คน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 250 คน ซึ่งเป็นผู้เข้าอบรมสัมมนาที่อาศัยในพื้นที่ภาคเหนือจำนวน 24 คน ผู้เข้าอบรมสัมมนาที่อาศัยในพื้นที่ภาคใต้จำนวน 29 คน ผู้เข้าอบรมสัมมนาที่อาศัยในพื้นที่ภาคอีสานจำนวน 76 คน ผู้เข้าอบรมสัมมนาที่อาศัยในพื้นที่ภาคตะวันออกจำนวน 27 คน ผู้เข้าอบรมสัมมนาที่อาศัยในพื้นที่ภาคกลางจำนวน 50 คน และผู้เข้าอบรมสัมมนาที่อาศัยในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 44 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นโครงสร้างสอดคล้องกับหัวข้อและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องพร้อมทั้งแนะนำและแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม โดยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องของภาษา (Wording) การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือโดยการหาความตรง (Validity) ของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบก่อน (Pre-test) กับผู้เข้าอบรมสัมมนา ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ ครอนบาค (Cronbach, 1990 : pp. 202-204) ได้ เท่ากับ 0.908 ซึ่งอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการศึกษา การมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ มีการแจกแบบสอบถามให้กับผู้เข้าอบรมสัมมนา จำนวนทั้งสิ้น 250 คน ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวารสารศาสตร์พลเมือง แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับนักข่าวพลเมือง และแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวน โดยอาศัยการค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนตุลาคม 2563 ที่ผ่านมา จากนั้นนำแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางด้านสังคมศาสตร์ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูล การมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ โดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

(Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test และ One-way ANOVA (F-test)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้เข้าอบรมสัมมนาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 68.0) มีอายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 28.4) มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 76.0) มีประสบการณ์ในงานข่าวสืบสวนสอบสวน 1 ปีหรือน้อยกว่า (ร้อยละ 83.2) และประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 66.4) ดังตารางที่ 1

(n = 250)

ปัจจัยลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	170	68.0
หญิง	80	32.0
อายุ		
ไม่เกิน 30 ปี	43	17.2
31 - 40 ปี	71	28.4
41 - 50 ปี	54	21.6
51 - 60 ปี	69	27.6
มากกว่า 60 ปี	13	5.2
การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	190	76.0
ปริญญาตรี	24	9.6
สูงกว่าปริญญาตรี	36	14.4
ประสบการณ์ในงานข่าวสืบสวนสอบสวน		
1 ปีหรือน้อยกว่า	208	83.2
2 - 5 ปี	24	9.6
มากกว่า 5 ปี	18	7.2

ปัจจัยลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพปัจจุบัน		
ธุรกิจส่วนตัว	166	66.4
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	34	13.6
เกษียณอายุ	12	4.8
พนักงานบริษัท	13	5.2
ว่างงาน	25	10.0
รวม	250	100.0

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ ในภาพรวมพบว่า ผู้เข้าอบรมสัมมนามีส่วนร่วมในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ ภาพรวมมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้วพบว่า ระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด ได้แก่ ด้านการ**สร้างศูนย์รวมข่าว** ($\bar{X} = 4.33$) รองลงมาได้แก่ ด้านการ**คาดการณ์ล่วงหน้า** ($\bar{X} = 4.31$) ส่วนการมีส่วนร่วมระดับมาก ได้แก่ ด้านการกำหนดหมายข่าว ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาได้แก่ ด้านการจัดแผนงานข่าว ($\bar{X} = 4.14$) ด้านการเสนอข่าวสืบสวนสอบสวน ($\bar{X} = 4.11$) ด้านการ**สนับสนุนงานข่าว** ($\bar{X} = 3.70$) และด้านการ**กวาดข้อมูลข่าว** ($\bar{X} = 3.57$) ตามลำดับดังตารางที่ 2

(n = 250)

การมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านการกำหนดหมายข่าว	4.18	0.592	มาก
ด้านการสร้างศูนย์รวมข่าว	4.33	0.662	มากที่สุด
ด้านการคาดการณ์ล่วงหน้า	4.31	0.619	มากที่สุด
ด้านการจัดแผนงานข่าว	4.14	0.469	มาก
ด้านการกวาดข้อมูลข่าว	3.57	0.423	มาก
ด้านการสนับสนุนงานข่าว	3.70	0.416	มาก
ด้านการเสนอข่าวสืบสวนสอบสวน	4.11	0.593	มาก
รวมเฉลี่ย	4.05	0.398	มาก

ตารางที่ 2 ผลแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ในภาพรวม

3. ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ ที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร ผลการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้มีความแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ ที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร จำแนกในแต่ละด้าน

เพศ		จำนวน	\bar{X}	SD	t	Sig.
ชาย		170	4.48	0.501	2.068*	.040
หญิง		80	4.32	0.725		
การมีส่วนร่วมของผู้เข้า อบรมสัมมนา	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	4	10.618	2.654	8.688*	.000
	ภายในกลุ่ม	245	74.858	.306		
รวม		249	85.476			
การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	2	3.785	2.654	8.688*	.004
	ภายในกลุ่ม	247	81.691	.306		
รวม		249	85.476			
ประสบการณ์ในงาน ข่าวสืบสวนสอบสวน	ระหว่างกลุ่ม	2	8.186	4.093	13.080*	.000
	ภายในกลุ่ม	247	77.290	.313		
รวม		249	85.476			
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	4	10.662	2.666	8.729*	.000
	ภายในกลุ่ม	245	74.814	.305		
รวม		249	85.476			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผลการวิเคราะห์ห้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ มีผู้เข้าอบรมเขียนข้อเสนอแนะเพิ่มเติมโดยส่วนใหญ่มีประเด็นที่สำคัญพอสรุปได้ดังนี้

4.1 ต้องการให้มีการเรียนการสอน กระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนในระดับชั้นปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก ในมหาวิทยาลัยที่มีการส่งเสริมอย่างจริงจังเพื่อการพัฒนาประเทศด้วยการเริ่มต้นจากการพัฒนาระบบการศึกษา

4.2 ต้องการให้มีการฝึกอบรมจากกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริง ทั้งเรื่องที่เกิดขึ้นแล้วและเรื่องที่กำลังเกิดขึ้นที่ยังไม่ทราบทิศทางของเรื่องว่าจะจบลงอย่างไร

4.3 ต้องการให้มีการฝึกฝนโดยการนำนวัตกรรมการสื่อสาร (Communication Innovation) และกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวน (The Investigative News Reporting of process) บูรณาการโดยให้สามารถวัดผลสำเร็จของงานได้จริง

4.4 ต้องการให้มีการสร้างคลังข้อมูลสาธารณะที่นักข่าวพลเมือง (Citizen Journalist) ทุกคนสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านการเมือง

อภิปรายผล

1. การมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ ด้านการคาดการณ์ล่วงหน้าพบว่า อยู่ในระดับมีส่วนร่วมมากที่สุด ในเรื่องเกี่ยวกับการเมื่อพบกับปัญหา อุปสรรคต่างๆ จะต้องเลือกใช้วิธีการปรึกษากับต้นสังกัดก่อน ($\bar{X} = 4.62$) ข้อค้นพบนี้ พบว่าสอดคล้องกับแนวคิดของ พีระ จิโรโสภณ (2538, น. 86-88) ได้กล่าวไว้ใน “หนังสือการรายงานข่าวเชิงสืบสวนแบบประยุกต์” ว่ากระบวนการสื่อข่าวแบบสืบสวนเจาะลึกนั้น เริ่มด้วยการเกิดแนวความคิดว่าจะทำข่าวเรื่องอะไร ต้นตอของความจริงอาจได้จากหลายทาง เช่น จากความสนใจส่วนตัวของนักข่าวจากแหล่งข่าว บุคคล จดหมายร้องเรียน จากเบาะแสบางอย่าง จากข่าวประจำวัน จากแฟ้มข่าว จากเอกสารข้อมูล หรือจากการพบเห็นโดยบังเอิญซึ่งเกิดเป็นข้อสงสัย มีการตั้งข้อสันนิษฐานกว้างๆ เพื่อการพิสูจน์ ต่อมาก็เป็นการประเมินความเป็นไปได้ในการที่จะทำข่าวนั้นๆ ทั้งนี้ ดูจากคุณค่าข่าว ผลที่จะได้รับประโยชน์ต่อส่วนรวม รวมทั้งทรัพยากรต่างๆ อุปสรรค ปัญหา โดยการปรึกษากับผู้บริหารกองบรรณาธิการ หลังจากประเมินความเป็นไปได้แล้วก็เป็น การตัดสินใจว่าจะทำต่อหรือไม่ ถ้าทำต่อก็ดำเนินการวางแผนกำหนดเป้าหมาย ตารางเวลา กิจกรรมหรือวิธีการ บุคลากร หน้าที่ความรับผิดชอบ และการเตรียมสร้างแฟ้มฐานข้อมูล เมื่อวางแผนดีแล้วก็ถึงขั้นดำเนินการตั้งแต่การสังเกตสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง ศึกษาเอกสาร ข้อมูล บันทึก สถิติต่างๆ ทำการวิจัยเพื่อรวบรวมข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ต่อการรายงานข่าว สอดคล้องกับแนวคิดของ มาลี บุญศิริพันธ์ (2538, น. 102-144) ได้อธิบายถึงกระบวนการทำข่าวเชิงสืบสวนใน “หนังสือการรายงานข่าวเชิงสืบสวนแบบประยุกต์” ไว้ว่า “ปัจจัยที่จะสามารถเอื้อให้การทำข่าวเชิงสืบสวนเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพประกอบด้วย เรื่องของการจุดประเด็นความสามารถในการขยายมุมมองให้กว้างขวาง ทะลุปรุโปร่ง ให้ประเด็นนั้นมีคุณค่าพอที่จะแสวงหาข้อมูลในขั้นต่อไป โดยศึกษาความเป็นไปได้หลังจากการจัดระบบแนวคิดแล้วการสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับเรื่องที่จะทำการสืบสวนจนแน่ใจว่ามีคุณค่า

ประเด็นข่าวเพียงพอที่จะนำมาตัดสินใจว่าควรจะไปหรือไม่ เป็นขั้นตอนศึกษาให้ลึกกลงไปถึงความเป็นไปได้ในการตามประเด็นให้ถึงที่สุดภายใต้สภาพแวดล้อมแหล่งข้อมูลตลอดจนปัญหาที่มองเห็นอยู่ในปัจจุบัน ความเป็นไปได้เหล่านี้จะต้องตอบคำถามตนเอง หรือกับทีมงานถึงศักยภาพความเป็นไปได้ถึงการสืบให้ไปถึงเป้าหมายที่ต้องการ ความสำเร็จของการทำข่าวสืบสวนขึ้นอยู่กับการเตรียมการและวางแผนที่ดี รัดกุมและรอบคอบในทุกจังหวะของการแสวงหาข้อเท็จจริงการวางแผนการสืบสวนเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับการทำความเข้าใจในเรื่องและสภาพแวดล้อมของเรื่องที่สุดเจาะทุกเรื่องที่น่าจะนำไปสู่การการเปิดช่องให้เกิดการทุจริตได้ หากการสำรวจความเป็นไปได้นำไปสู่การตัดสินใจ กลยุทธ์เจาะข่าวที่หลีกเลี่ยงไม่ได้คือการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อประกอบการตัดสินใจของบรรณาธิการว่าควรเดินทางไปหรือไม่ หากพิจารณาแล้วไม่มีเหตุผลเพียงพอที่จะติดตามต่อไปก็ควรเก็บข้อมูลไว้ก่อนเพื่อรอจังหวะที่เหมาะสม” และ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสกสรรณ ประเสริฐ (2562) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาระบบการสืบข่าวเชิงสืบสวน ผลการศึกษาพบว่า “ควรดูจากคุณค่าของผลที่จะได้รับประโยชน์ต่อส่วนรวม ปัญหาและอุปสรรค โดยการปรึกษากับผู้บริหารให้ชัดเจนก่อนที่จะมีการเดินทางไป ในส่วนผู้ปฏิบัติงานที่ทำงานเป็นทีมงานก็ต้องปรึกษาร่วมกันประเมินและตัดสินใจโดยอาจใช้วิธีการตั้งสมมติฐานของงานวิจัยนำมาใช้ประกอบการทำงาน โดยจะต้องมีการวางแผนตั้งแต่ต้นจนจบ รวมทั้งวิธีการแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในแต่ละด้านที่ได้ประเมินไว้แต่ต้น ซึ่งอาจมีการพลิกผันแก้ไขไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในอนาคต เพื่อให้สำเร็จบรรลุไปสู่เป้าหมาย”

2. การมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ด้านการสร้างศูนย์รวมข่าวพบว่า อยู่ในระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด ในเรื่องเกี่ยวกับในการสำรวจข้อมูลจะต้องนำมาวิเคราะห์ไปมาหลายรอบแม้ว่าจะเสียเวลาไปบ้าง ($\bar{X} = 4.51$) ข้อค้นพบนี้ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2545, น. 307-311) ได้อธิบายกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวน ไว้ในหนังสือ “การสืบข่าว: หลักการและเทคนิค” ไว้ว่า “ทีมข่าวจะต้องร่วมกันประเมินเสียแต่ตอนแรกเพื่อตัดสินใจว่าจะนำเสนอหรือไม่ การวางแผนการติดตามข่าวต้องทำอย่างมีระบบ รอบด้าน มองกว้างออกไปถึงหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ทำให้การติดตามหาข้อมูล หลักฐานความคิดเห็นเป็นไปอย่างกว้างขวาง สัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ในการตัดสินใจว่าจะรายงานข่าวหรือไม่นั้น นอกจากพิจารณาจากคุณค่าของข่าวหรือข้อเท็จจริงนั้นแล้ว นำที่จะพิจารณาด้วยว่าคุ้มค่ากับการปฏิบัติการครั้งนั้นหรือไม่ เนื่องจากปฏิบัติการข่าวเจาะจำเป็นต้องใช้บุคลากรที่ต้องมีความเชี่ยวชาญในสายข่าวนั้น ๆ เป็นอย่างตมิตกษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่น เข้ากับทีมงานได้ดี ในด้านค่าใช้จ่ายต้องให้ครอบคลุมถึงสวัสดิการของผู้สื่อข่าวด้วยสำหรับกำหนดการปิดข่าว (Dead Line) ในการปฏิบัติการข่าวเจาะนั้น ดูเหมือนว่าไม่มีกำหนดการปิดข่าวไว้อย่างตายตัว แต่ต้องมีการรายงานผลของการสืบสวนอยู่ตลอดเวลา เพื่อบรรณาธิการและทีมงานข่าวจะร่วมกันพิจารณาว่าจะนำเสนอเมื่อใด เนื่องจากจังหวะในการนำเสนอข่าวเจาะมีส่วนในความสำเร็จของข่าวเจาะชิ้นนั้น ๆ ด้วยการประชุมปรึกษาหารือแ่งมุมประเด็นข่าวเป็นระยะ การสั่งการติดตามที่รวดเร็ว ทัน

สถานการณ์ กำหนดตัวบุคคล สายงานที่ต้องติดตามความคืบหน้าของข่าวที่ชัดเจน ทำให้การทำงานเป็น ทีมงานประสานการปฏิบัติงานทุกระยะ เมื่อถึงขั้นตอนเขียนหรือเรียบเรียงข่าวก็ต้องมีการวิเคราะห์และ ลำดับเรื่องก่อนที่จะลงมือเขียน ข่าวที่ได้รับการเรียบเรียงข้อมูลมาแล้วเป็นอย่างดีก็ต้องได้รับการสอบทาน ข้อเท็จจริงและทบทวนข้อกฎหมายโดยหัวหน้าข่าวหรือบรรณาธิการข่าวตามลำดับเพื่อไม่ให้เกิดความ ผิดพลาดและถูกฟ้อง และยังสอดคล้องกับการวิจัยของ เสกสรรค์ ประเสริฐ (2562) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง การ พัฒนาระบบการสื่อข่าวเชิงสืบสวน ผลการศึกษาพบว่าการค้นหาข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้องรอบด้านเพื่อ ศึกษาความเป็นไปได้ด้วยการสำรวจข้อมูล แสวงหาข้อมูลแหล่งข่าวด้วยความระมัดระวัง รวดเร็วและ กว้างขวางทั้งจากเอกสารและการสัมภาษณ์ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้วารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (Database Journalism) การใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการจัดการฐานข้อมูล (Database Manager) เช่น การ รวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบยืนยันข้อมูล การนำเสนอข้อมูล โดยนำมาใช้เพื่อศึกษาว่า จะสามารถเดินต่อไปได้จนบรรลุเป้าหมายหรือไม่ มีอุปสรรคและข้อจำกัดมากน้อยเพียงใด ซึ่งจะมาจาก ข้อมูลทางเอกสาร ข้อมูลทางวัตถุสถานที่ และข้อมูลบุคคล ซึ่งจะเป็นผลทำให้เกิดความสำเร็จ”

3. ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ การมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำ กระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ กับลักษณะทางประชากร ผลการศึกษาพบว่า ผู้เข้าอบรม สัมมนา ที่มีลักษณะทางประชากรในทุกด้าน มีส่วนร่วมในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไป ประยุกต์ใช้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ โคเฮน และอัฟฮอฟฟ์ (Cohen, J.M., & Uphoff, N.T., 1980) ได้ให้ความเห็นไว้เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมว่า “มีปัจจัยหลายอย่างที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับ การศึกษา การประกอบอาชีพ รายได้ ระยะเวลาที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น สถานภาพการทำงาน และประสบการณ์ ที่แตกต่างกัน ย่อมมีผลต่อการมีส่วนร่วมของบุคคลดังกล่าว และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ พิชา ยรัตน์ดิลก ณ ภูเก็ต (2552) ได้อธิบายว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนขึ้นอยู่กับว่า มีส่วนร่วม ในเรื่องอะไร โดยมีปัจจัยหลักรวม 4 ปัจจัยที่เป็นแกนกลางของการมีส่วนร่วมในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยแรก ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของการมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมเป็นกิจกรรมที่มีต้นทุนที่ผู้มีเข้ามาส่วนร่วมต้อง จ่าย ต้นทุนเหล่านี้อาจเป็นเรื่องของค่าเดินทาง เวลา และการเสียโอกาสในการทำกิจกรรมที่สร้างรายได้ หรือกิจกรรมในครัวเรือน การที่ประชาชนจะมีส่วนร่วมในระดับใดของโครงการ แผนงาน หรือนโยบาย ประชาชนย่อมคาดหวังว่าการเข้ามามีส่วนร่วมจะทำให้ตนเองหรือครอบครัวได้รับผลประโยชน์ทาง เศรษฐกิจในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ทั้งในเรื่องของการเพิ่มขึ้นของรายได้หรือการมีอาชีพที่มั่นคง ปัจจัยที่ สองคือความไว้วางใจต่อหน่วยงานหรือบุคลากรที่จัดการการมีส่วนร่วม เป็นความคาดหวังเชิงบวก ในการ สร้างการมีส่วนร่วม ความไว้วางใจต่อผู้ปฏิบัติงานโครงการหรือเจ้าหน้าที่หน่วยงานที่ต้องการสร้างการมี ส่วนร่วม นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ประชาชนมีส่วนร่วมในโครงการ การวางแผน นโยบายของ หน่วยงานต่างๆ ปัจจัยที่สามคือความไว้วางใจระหว่างประชาชนที่มีส่วนร่วม การที่ประชาชนเข้าร่วม

กิจกรรมหรือโครงการใดขึ้นอยู่กับความไว้วางใจระหว่างประชาชนที่มีส่วนร่วม โดยประชาชนเข้าร่วมเพราะได้รับการชักชวนจากเพื่อนหรือญาติที่มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน หรือเมื่อเห็นเพื่อนบ้านหรือญาติเข้าไปมีส่วนร่วมในโครงการก็ทำให้ตนเองอยากเข้าร่วมบ้าง และปัจจัยที่สี่คือการตระหนักต่อปัญหา เป็นการรับรู้สภาพปัญหาของเรื่องใดเรื่องหนึ่งว่ามีผลกระทบในด้านลบต่อการดำเนินวิถีชีวิต ความเป็นอยู่หรือต่อสิ่งทีบุคคลให้ความสำคัญมากน้อยเพียงใด เมื่อการรับรู้ผลกระทบเชิงลบของปัญหาผ่านเข้าไปสู่อุบัติการณ์บุคคล ความตระหนักหรือความสำคัญต่อปัญหาก็จะเกิดขึ้น และเมื่อประชาชนตระหนักต่อปัญหาพวกเขาก็มีแนวโน้มเข้าไปมีส่วนร่วมในโครงการแผนงาน และนโยบายที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหา" และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประยูร ศรีประสาธน์ (2542) ได้นำเสนอปัจจัยของการมีส่วนร่วมว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม มีด้วยกัน 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ ได้แก่ การศึกษา อาชีพ รายได้ และการเป็นสมาชิกกลุ่ม และปัจจัยด้านการสื่อสาร ได้แก่ การรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

สรุป

การมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ที่มาจากหลากหลายอาชีพ ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีประสบการณ์ในงานข่าวสืบสวนสอบสวน 1 ปีหรือน้อยกว่า และประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีส่วนร่วมในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปใช้ในระดั้มาก โดยเฉพาะสิ่งที่ค้นพบที่สำคัญคือผู้เข้าอบรมสัมมนาที่มีลักษณะทางประชากรในทุกด้านที่แตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้แตกต่างกัน ซึ่งแสดงว่ากระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนมีความสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านการคาดการณ์ล่วงหน้าเมื่อพบกับปัญหาอุปสรรคต่างๆ จะต้องเลือกใช้วิธีการปรึกษากับต้นสังกัดก่อน ส่วนด้านการจัดแผนงานซึ่งในการทำงาน**คนเดียวแบบครบวงจรหรือทำงาน**เป็นที่จะต้องร่วมกันประเมินและตัดสินใจด้วยวิธีการตั้งสมมติฐานมาประกอบในการทำงานด้วย

ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของผู้เข้าอบรมสัมมนาในการนำกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวนไปประยุกต์ใช้ ผู้วิจัยได้พบข้อมูลที่จะเป็นข้อเสนอแนะโดยมีประเด็นที่สำคัญพอสรุปได้ดังนี้

1. ควรเน้นให้มีการเสริมสร้างทักษะโดยให้มีการฝึกฝนความรู้รอบด้านเกี่ยวกับนวัตกรรมข่าวสืบสวนสอบสวน (Investigative News Innovation) แก่ผู้เข้าอบรมสัมมนาให้มากขึ้น เช่น การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) รวมถึงงานในสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการนำเสนอตามลักษณะของภูมิทัศน์สื่อ (Media Landscape) ที่เปลี่ยนแปลงไป

2. ควรเน้นการฝึกฝนเพิ่มเติมทักษะและความรู้ในด้านต่างๆ เกี่ยวกับกระบวนการข่าวสืบสวนสอบสวน (The Investigative News Reporting of process) แก่ผู้เข้าอบรมสัมมนาดังนี้

2.1) ด้านการคาดการณ์ล่วงหน้า ถ้าหากประเมินความเป็นไปได้ว่าสิ่งที่ทำไม่คุ้มค่ากับทรัพยากรที่ต้องใช้ไปอาจต้องยุติการดำเนินงานก่อน ถ้าไม่เห็นช่องทางที่จะไปสู่ความสำเร็จได้ อาจจะต้องระงับงานขึ้นนั้นไว้ก่อน เก็บข้อมูลไว้เป็นหลักฐานอ้างอิงในอนาคต โดยเข้าแฟ้มที่เกี่ยวข้องไว้ แต่ถ้ามีโอกาสพร้อมที่จะทำหรือตัดสินใจเดินหน้าต่อก็ให้เริ่มวางแผนลงมือทำงานได้โดยทันที

2.2) การจัดแผนงานข่าว การวางแผนตั้งแต่ต้นจนจบ ช่วยให้การแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ใช้งานได้สำเร็จไปสู่เป้าหมาย ควรให้มีการอบรมสัมมนาการเตรียมงานและการวางแผนที่ดี รัดกุม รอบคอบในทุกขั้นตอนในการแสวงหาข้อเท็จจริงซึ่งจะทำให้เกิดความสำเร็จของการทำงานนั้น

2.3) ด้านการกวาดข้อมูลข่าว จะต้องมีการวิเคราะห์ตัวผู้ให้ข้อมูลทุกครั้งว่ามีเหตุผลใดในการตัดสินใจมอบข้อมูลให้เรา ข้อมูลที่ได้รับมาหากต่อมาเกิดความไม่น่าเชื่อถือ ให้เก็บเข้าแฟ้มไว้ก่อนไม่ควรถัง อาจใช้ประโยชน์ได้ในอนาคต และถ้าหากพบว่าข้อมูลที่ได้รับมีผลกระทบต่อคนส่วนใหญ่ แต่ผู้ให้ข้อมูลมีจุดมุ่งหมายเพื่อทำร้ายใครบางกลุ่ม ถ้าพบว่ามีประโยชน์ต่อสาธารณะก็จำเป็นต้องเผยแพร่ออกไปให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม รวมทั้งให้มีการจัดอบรมสัมมนาการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์ การสังเกตที่ใช้ในงานวิจัยนำมาเป็นกลยุทธ์ที่ใช้เพื่อเสาะหาและกลั่นกรองข้อมูลที่เชื่อถือได้ในกรณีวิเคราะห์ทิศทางในงานซึ่งจะต้องเป็นข้อมูลที่เชื่อน่าเชื่อถือและมีหลักฐานอ้างอิงได้

เอกสารอ้างอิง

พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต. (2552). **องค์การและการบริหารจัดการ**. กรุงเทพฯ: ริงค์ ปียอนด์ บุ๊คส์.

พีระ จิโรโสภณ. (2538). **การรายงานข่าวเชิงสืบสวนแบบประยุกต์**. (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพฯ : บริษัท ที.พี.พรินท์ จำกัด.

มาลี บุญศิริพันธ์. (2538). **การรายงานข่าวเชิงสืบสวนแบบประยุกต์**. (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพฯ : บริษัท ที.พี.พรินท์ จำกัด.

_____ (2555). **การรายงานข่าวเชิงสืบสวนและตีความ**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

_____ (2563). **ฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)** (14 ตุลาคม 2563)
สืบค้นจาก <https://news.thaipbs.or.th/content/292126>.

มธุรดา ศรีรัตน์. (2555). **การบริหารแบบมีส่วนร่วม**. (14 ตุลาคม 2563)
สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/334443>.

- มัทนา เจริญวงศ์ และอังคณา พรหมรักษา, (2555), **นักข่าวพลเมืองไทยพีบีเอส : การเกิดขึ้นและผลกระทบต่อสังคมไทย**. องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย.
- มูลนิธิบาเซส. (2563). **ข้อมูลทะเบียนองค์กรสืบสวนบาเซส**. (4 ตุลาคม 2563)
สืบค้นจาก <http://borsae.org>.
- ประยูร ศรีประสารณ์. (2542). **รายงานการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของคณะกรรมการการศึกษาประจำโรงเรียนประถมศึกษา**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประทีป จันทรสิงห์. (2549). **การมีส่วนร่วมของบุคลากรเพื่อสนับสนุนการเป็นโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ**. ขอนแก่นเวชสาร, 30(3), น. 246-253.
- สุรสิทธิ์ วิทยาธิรัฐ. (2545). **การสื่อข่าว : หลักการและเทคนิค**. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือสถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- _____ (2560). **การรายงานข่าวเชิงสืบสวน**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- เสกสรรณ ประเสริฐ. (2562). **การพัฒนากระบวนการสื่อข่าวเชิงสืบสวน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต(นิเทศศาสตร์นวัตกรรม)คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.
- ศุภนิത്യ วงศ์ทางสวัสดิ์. (2552). **นักข่าวพลเมืองผู้พลิกโฉมหน้าโลกของงานข่าว**. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, น. 252-263.
- Cohen, J.M., & Uphoff, N.T. (1980). **Participations place in rural development: Seeking clarity through specificity**. New York: World Developments.
- Cronbach, L.J. (1990). **Essentials of psychological testing**. New York: Harper & Row. pp. 202-204.
- Koufman, H.F. (1949). **Participation Organized Activities in Selected Kentucky Localities**. 73 Agricultural Experiment Station Bulletins. March.
- Newstrom, John W. and Keith, Davis. (1989). **Organizational Behavior**. New York: McGraw – Hill Book Company.
- Putti, J.M. (1987). **Management: A Function Approach**. Singapore: McGraw-Hill.
- Yamane. (1967). **Taro Statistic: An Introductory Analysis**. New York: Harper & row.

รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทานเพื่อการ แข่งขันในยุคดิจิทัล

Model of capacity development for executives of Bureau of Large Scale Water Resources

Development in Royal Irrigation Department to compete in the digital age

เสริมชัย เชี่ยวศิริถาวร¹

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทานเพื่อการแข่งขันในยุคดิจิทัลโดยมีวัตถุประสงค์1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคด้านการบริหารจัดการของผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล 2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการบริหารจัดการของผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล 3. เพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล4. เพื่อจัดทำคู่มือการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล โดยพบว่ารูปแบบการบริหารจัดการตามทฤษฎีการบริหารจัดการเพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมายของเฮนรี ฟาโยล (Henri Fayol) โดยเน้นการยอมรับองค์การที่เป็นทางการ ใช้ประโยชน์จากการแบ่งงานกันทำ (Specialization) และคำนึงถึงความสำคัญที่อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบต้องเท่ากัน ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ปัจจัย เรียกว่า POCCC ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดการองค์การ (Organizing) การบังคับบัญชาหรือการสั่งการ (Commanding) การประสานงาน (Coordinating) และการควบคุม (Controlling) โดยลักษณะการจัดการองค์การสมัยใหม่เพื่อให้ได้บรรลุเป้าหมายขององค์การที่มีคนมาทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ ซึ่งองค์การมีลักษณะร่วมกันอยู่ 3 ประการ ได้แก่ ทุกองค์การต้องมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของตนเอง ทุกองค์การต้องมีคนร่วมกันทำงาน และองค์การต้องมีการจัดโครงสร้างงานแบ่งหน้าที่รับผิดชอบของคนในองค์การ ผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล ซึ่งมีสมรรถนะ เป็นความรู้และความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ในการปฏิบัติงานและคุณลักษณะที่สามารถทำให้งานประสบความสำเร็จ ร่วมกับสมรรถนะที่จำเป็นของผู้บริหาร เป็นความรู้ ทักษะ ความสามารถ และทัศนคติที่จำเป็นต่อการเป็นผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทานเพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล คำสำคัญ: ผู้บริหาร, สำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่, กรมชลประทาน การแข่งขันในยุคดิจิทัล

¹ นักศึกษาลัทธิสุตรดุขะฎีบัณฑิตสาขาภาฎหมายกับการบริหาร คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

Abstract

Research study A model for developing executive potential in the Royal Irrigation Department's Bureau of Large Scale Water Resources Development for competing in the digital age. With objectives 1. To study the management problems and barriers of executives in Bureau of Large Scale Water Resources Development of the Royal Irrigation Department for competition in the digital age. 2. To study the management component of executives in Bureau of Large Scale Water Resources Development of the Royal Irrigation Department for competition in the digital age. 3. To create a model for developing executive potential in Bureau of Large Scale Water Resources Development of the Royal Irrigation Department for competition in the digital age. Nary Fayol (Henri Fayol) with emphasis on the recognition of a formal organization. Take advantage of the division of labor. (Specialization) and taking into account the importance that the duties and responsibilities must be equal. There are five important components called POCCC: Planning (Planning), organizational management (Organizing), command or command (Commanding), Coordinating (Coordinating) and control (Controlling) by modern organization management to To achieve the goals of the organization that people come to work together in a systematic way The organization has three common characteristics, namely, every organization has its objectives or goals. Every organization must have people to work together. And the organization has to organize a job structure dividing the responsibilities of the management organization in the Bureau of Large Scale Water Resources Development of the Royal Irrigation Department for competition in the digital age. Competent It is knowledge and the ability to apply operational knowledge and characteristics to make the job successful. Combined with the management's essential competencies are the knowledge, skills, competencies, and attitudes needed to be a manager in the Royal Irrigation Department's Bureau of Large Scale Water Resources Development for competing in the digital age.

Keywords; Executives, Bureau of Large Scale Water Resources Development, Royal Irrigation Department, Digital Age Competition

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) เป็นยุทธศาสตร์ชาติ ฉบับแรกของประเทศไทยตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ซึ่งจะต้องนำไปสู่ การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจ

พอเพียง” เพื่อความสุขของคนไทยทุกคน สถานการณ์ แนวโน้มในการพัฒนาประเทศ ในปัจจุบันประเทศไทยยังคงมีประเด็นความท้าทายการพัฒนาในหลายมิติ ทั้งในมิติเศรษฐกิจที่โครงสร้างเศรษฐกิจยังไม่สามารถขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมอย่าง เต็มที่ ผลกระทบการผลิตของภาคบริการและภาคเกษตรยังอยู่ในระดับต่ำ คุณภาพและ สมรรถนะของแรงงานที่ยังไม่สอดคล้องกับความต้องการในการขับเคลื่อนการพัฒนาของ ประเทศ มิติทางสังคมที่การยกระดับรายได้ของประชาชน การแก้ปัญหาด้านความ ยากจนและความเหลื่อมล้ำ การพัฒนาคุณภาพการให้บริการและการขยายโอกาสในการ เข้าถึงระบบบริการสาธารณะ ยังคงมีช่องว่างที่สามารถพัฒนาต่อไปได้ มิติสิ่งแวดล้อม ที่การฟื้นฟูและรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมยังเป็นประเด็นสำคัญสำหรับ การพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน และมิติของการบริหารจัดการ ภาครัฐที่ยังขาด ความต่อเนื่องและความยืดหยุ่นในการตอบสนองความต้องการในการแก้ปัญหาของ ประชาชนได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ยังมีสถานการณ์ที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้ง การเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง ประชากรที่มีสัดส่วนประชากรวัยแรงงานลดลงและประชากร สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแบบ ก้าวกระโดด ความท้าทายใหม่ ๆ ซึ่งมาจากการเปลี่ยนแปลงเชิง โครงสร้างของ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ทั้งด้านความมั่นคงและเศรษฐกิจ การเชื่อมโยงกัน อย่าง ชับซ้อนจากการรวมกลุ่มภายในภูมิภาคและการเปิดเสรีด้านต่าง ๆ ตลอดจน การเปลี่ยนแปลงสภาพ ภูมิอากาศและความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศ ซึ่งสถานการณ์ ดังกล่าวจะก่อให้เกิดความท้าทายในการ พัฒนาประเทศทั้งในมิติความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการ วางแผนยุทธศาสตร์ ด้านต่าง ๆ ที่รอบคอบและครอบคลุมเพื่อเป็นกรอบในการขับเคลื่อนการพัฒนา ประเทศ ให้เจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน สำหรับ วิสัยทัศน์ เป้าหมาย และตัวชี้วัด ซึ่ง วิสัยทัศน์ประเทศ คือ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศ ที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนา ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมีเป้าหมาย การพัฒนาประเทศ คือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่าง ต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” โดย ยกระดับศักยภาพของ ประเทศในหลากหลายมิติ พัฒนาการในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และ มีคุณภาพ สร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม สร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิต ที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม และมีภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ สอนรวม โดยการประเมินผลการ พัฒนาการตามยุทธศาสตร์ชาติ ประกอบด้วย 1) ความอยู่ดีมีสุขของคนไทยและสังคมไทย 2) ชีตความสามารถ ในการแข่งขัน การพัฒนาเศรษฐกิจและการกระจายรายได้ 3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ 4) ความเท่าเทียมและความเสมอภาคของสังคม 5) ความหลากหลายทางชีวภาพ คุณภาพสิ่งแวดล้อม และ ความยั่งยืนของ ทรัพยากรธรรมชาติ 6) ประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการเข้าถึงการให้บริการของ

ภาครัฐ การพัฒนาประเทศในช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติ จะมุ่งเน้น การสร้างสมดุลระหว่างการ พัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติด้านความ มั่นคง ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้าง ความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและ เสริมสร้างศักยภาพ ทรัพยากรมนุษย์ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

สำหรับยุทธศาสตร์ชาติ เป็นแผนแม่บทที่กำหนดเป้าหมายอนาคตประเทศในระยะยาว 20 ปี (พ.ศ. 2560-พ.ศ. 2579) ซึ่งจะวางแนวทางในการพัฒนา และดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะอยู่ภายใต้รัฐบาล ใดก็ตาม ซึ่งแผนระยะยาวนี้จะเป็นกรอบที่ช่วยให้แผนการขับเคลื่อนพัฒนาประเทศ สอดคล้องกับแผน ยุทธศาสตร์ชาติอย่างเหมาะสม ซึ่งภายใต้แผนการ 20 ปี จะมีจุดประสงค์เพื่อบรรลุเป้าหมายในด้านต่าง ๆ ทุก ๆ 5 ปี แบ่งออกเป็น ระยะ 5 ปี, 10 ปี, 15 ปี และ 20 ปี เพื่อนำประเทศไปสู่ความ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” เป้าหมายที่วางยุทธศาสตร์ไว้จนถึง พ.ศ. 2579 ซึ่งจะวางเป็นกรอบใหญ่ไว้สำหรับกำหนดเป้าหมายในทุก ๆ 5 ปี เพื่อมุ่งสร้างความมั่นคง โดยมีเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี คือกรอบระยะเวลาในการดำเนินงาน ของแผนยุทธศาสตร์ชาติ ซึ่งภายใต้แผนพัฒนาใน 20 ปีนี้ จะมีต้องมีการบรรลุเป้าหมายในด้านต่าง ๆ ทุก ๆ 5 ปี เพื่อให้เห็นการพัฒนาของประเทศ เป้าหมายใน 5 ปีแรก จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนระบบต่าง ๆ ครั้ง ยิ่งใหญ่ โดยเน้นแก้ไขสิ่งที่เป็จุดอ่อนของประเทศ และใช้จุดแข็งของประเทศให้เกิดประโยชน์ใช้นวัตกรรม ใหม่ ๆ เข้ามาผสมผสานเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ เป้าหมายใน 10 ปี ประเทศจะต้องมีระบบเศรษฐกิจที่ ดี โดยเริ่มจากการสนับสนุนการวิจัย และการนำเทคโนโลยีมาผสมผสานกับสินค้ากลุ่มเกษตรและ สาธารณสุข นอกจากนี้ผู้ประกอบการจะต้องทันเทคโนโลยี และยังต้องสร้างบุคลากรทางการวิจัย เพื่อ รองรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในอนาคต เป้าหมายใน 15 ปี ประชากรในประเทศ จะต้องเป็นประชากรที่มีคุณภาพ โดยจะพัฒนาให้บุคลากรทุกช่วงวัย มีศักยภาพสูง มีความรู้และทักษะ นอกจากนี้สังคมไทยจะเป็นสังคมที่เท่าเทียม และลดความเหลื่อมล้ำ โดยการจัดสรรทรัพยากร และกระจาย บริการจากภาครัฐอย่างทั่วถึง เป้าหมายใน 20 ปี เศรษฐกิจและสังคมของประเทศต้องมีเสถียรภาพ ระบบ ราชการของไทยจะเป็นแบบดิจิทัล มีคุณภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ นอกจากนี้ยังได้วางแผนในการฟื้นฟู พื้นที่ป่าไม้ในประเทศ เพื่อความยั่งยืนของระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในประเทศอีกด้วย

สำหรับเป้าหมายใน 5 ปีแรก : เศรษฐกิจและสังคมไทยมีการพัฒนาอย่างมั่นคงและยั่งยืน ในช่วง 5 ปีแรก ประเทศไทยจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนครั้งยิ่งใหญ่ โดยแก้ไขสิ่งที่เป็จุดอ่อนและข้อจำกัดของประเทศ ซึ่งเป็นปัญหาที่สะสมมานาน ในขณะที่เดียวกันก็ต้องดำเนินยุทธศาสตร์ชาติในเชิงรุก เพื่อใช้ประโยชน์จาก จุดแข็งและจุดเด่นของประเทศ โดยจะมุ่งเน้นในการสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ ใน กระบวนการผลิตและบริการ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ เช่น การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี และรูปแบบ ธุรกิจ รวมถึงการใช้ชีวิตของประชาชน ตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ซึ่งนอกจากจะได้ประโยชน์ในการเพิ่ม

มูลค่าให้สินค้าและบริการแล้ว ยังมีผลต่อคุณภาพความเป็นอยู่ของประชาชนในวงกว้าง กลยุทธ์สำคัญคือ การกำหนดวาระวิจัยแห่งชาติ ให้มีจุดเน้นที่ชัดเจน โดยส่งเสริมความร่วมมือของทุกฝ่าย ทั้งภาครัฐ ภาค การศึกษา ภาคเอกชนในทุกสาขาการผลิตและบริการ ซึ่งการวิจัยของประเทศต้องสอดคล้องกับเป้าหมาย ในการพัฒนาสังคม ส่วนภาคเอกชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมโดยการสนับสนุนเงินทุน ความรู้และความ เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และทรัพยากรด้านอื่น ๆ รวมถึงการสนับสนุนชุมชนในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ เพื่อสร้างสังคมคุณภาพ

สำหรับเป้าหมายใน 10 ปี : ระบบเศรษฐกิจมีความเป็นชาติการค้า มีระบบเศรษฐกิจดิจิทัลที่ เข้มข้น ทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริหาร วิสาหกิจ การทำให้ประเทศมีระบบเศรษฐกิจที่ดี ต้องเริ่มจาก การสนับสนุนการวิจัยพัฒนา เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับสินค้าและบริการที่มีอยู่แล้ว สามารถต่อยอด ไปได้อีก โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาผสมผสาน อาทิ อาหาร การเกษตร กลุ่มสาธารณสุข และเทคโนโลยี การแพทย์ รวมถึงเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้เทคโนโลยีควบคุม นอกจากนี้ยังต้องพัฒนาผู้ประกอบการให้ ตามทันเทคโนโลยี โดยเชื่อมโยงผู้ผลิตกลุ่มใหญ่ของประเทศ อย่างเช่น เกษตรกรรายย่อย วิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม กับ สถาบันวิจัย สถาบันการศึกษา เพื่อร่วมกันนำผลวิจัยมาใช้ต่อยอดสินค้าและ บริการ และต้องทำควบคู่ไปกับการส่งเสริมให้สังคมผู้ประกอบการต้องผลิตได้และขายเป็น และยังคงเร่ง สร้างบุคลากรทางการวิจัย ในสาขาวิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ และคณิตศาสตร์ เพื่อให้ตอบสนองได้ ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดด การปรับกลไกต่าง ๆ ต้องทำให้มีความสอดคล้อง และพัฒนาไปพร้อม ๆ กัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายได้ตามที่ต้องการ

115 ปี กรมชลประทาน ในปี พ.ศ. 2560 เป็นก้าวอย่างแห่งการเปลี่ยนผ่านการบริหารราชการด้วย ยุทธศาสตร์เดิมไปสู่ยุทธศาสตร์ใหม่ที่สำคัญหลายยุทธศาสตร์ เริ่มจากแผนยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ ทรัพยากรน้ำ พ.ศ. 2558-2569 แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2559-2579 แผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2559-2564) แผนพัฒนาการเกษตรภายใต้แผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 และ นโยบายการปฏิรูปเศรษฐกิจของประเทศที่ขับเคลื่อนด้วย นวัตกรรม (ประเทศไทย 4.0) ที่กรมชลประทานต้อง ปรับเปลี่ยนการบริหารราชการอย่างรวดเร็วด้วยอัตรา เร่งที่สูงขึ้นตามความเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลก การ ทำงานรูปแบบเดิมอาจไม่สามารถตอบสนอง ต่อปัจจัยและความท้าทายต่างๆ เหล่านั้นได้ ดังนั้น คณะกรรมการ อำนวยการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ของ กรมชลประทาน ตามคำสั่งกรมชลประทาน ที่ ข 1374/2559 ลงวันที่ 30 พฤศจิกายน 2558 จึงได้ดำเนินการ จัดทำแผนยุทธศาสตร์ของกรมชลประทาน ฉบับใหม่ ปี 2560-2564 โดย ผู้บริหารมอบทิศทางการนำองค์กร มีการรับฟังความคิดเห็นปัญหา อุปสรรค ความต้องการ และความคาดหวัง ทั้งจาก บุคลากรภายในองค์กร และบุคคลภายนอก เพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนองค์กรด้วยการบริหารงานเชิงรุก ใช้กระบวนการมีส่วนร่วม

สร้างเครือข่าย พัฒนาศักยภาพขององค์กรในภาพรวมให้สามารถรับมือกับความท้าทายของสถานการณ์ การเปลี่ยนแปลง ขณะเดียวกันสามารถตอบสนองต่อเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของกรมชลประทานในการเป็น “องค์กร อัจฉริยะ ที่มุ่งสร้างความมั่นคงด้านน้ำ (Water Security) เพื่อเพิ่มคุณค่าการบริการ ภายในปี 2579”

ดังนั้น การปรับเปลี่ยนโครงสร้างและรากฐานทางระบบยุคใหม่เพื่อเริ่มต้นเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวทั้งในด้านการดำเนินการบริหารจัดการองค์กรให้สอดคล้องกับบริบทและปัจจัยแวดล้อมทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ โดยเฉพาะบริบทของยุคประเทศไทย 4.0 ซึ่งรัฐบาลและทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องล้วนสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาที่เชื่อมโยงอย่างเป็นระบบในการสร้างห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) และมูลค่าเพิ่ม (Value added) ในทุกผลิตภัณฑ์และการบริการ ผ่านการยกระดับขีดความสามารถในทุนมนุษย์ (Human Capital) ที่อุดมไปด้วยปัญญาและมีศักยภาพสูงในการทำงานร่วมกัน เป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อร่วมกันขับเคลื่อนทุกกลไกของระบบสร้างศักยภาพซึ่งเป็นขุมกำลังหลักในการพัฒนาประเทศสู่การเป็นมีศักยภาพสูง (High Potential) โดยเฉพาะให้มีความพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงในทุกสถานการณ์และสามารถก้าวเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 ได้อย่างสร้างสรรค์ รวมถึงมีศักยภาพที่แข็งแกร่งต่อการแข่งขันบนเวทีโลกได้อย่างภาคภูมิใจดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา “เรื่องรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล” ทำให้ต้องมีการปรับปรุงรูปแบบการบริหารจัดการให้เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อนำผลการวิจัยมาปรับปรุงรูปแบบการบริหารจัดการองค์กรของผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน ให้ตอบสนองตามวิสัยทัศน์ขององค์กร และทันต่อการแข่งขันตามเป้าหมายนโยบายของรัฐบาล ตอบวิสัยทัศน์ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ทำให้เกิดศักยภาพและประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กรต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคด้านการบริหารจัดการของผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการบริหารจัดการของผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล
3. เพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Methodology Research) ประกอบไปด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การ

วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อศึกษาและพัฒนารูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล นำมาสร้างเป็นองค์ความรู้เรื่องรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล

การวิจัยครั้งนี้แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาเอกสาร แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ศึกษาข้อมูลที่เป็นแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการองค์กรของผู้บริหาร และศักยภาพที่พึงประสงค์ของผู้บริหาร โดยศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล รวมถึงการศึกษาวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ตำรา หนังสือ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล จากนั้นทำการวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล เพื่อสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

2. ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัลเพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 10 คน โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา และสรุปประเด็นสำคัญเพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยแล้วนำมาสร้างแบบสอบถาม

ขั้นที่ 2 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

1. พัฒนาเครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ในการวิจัยผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัลและนำแบบสอบถามแบบมีโครงสร้างมาหาคุณภาพ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการ และด้านวิชาการ จำนวน 5 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความถูกต้องด้านการใช้ภาษาที่เหมาะสม (Index of Item-Object Congruence: IOC) และนำคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขจนได้แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

2. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และนำผลการทดลองใช้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ

ด้วยเทคนิคสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) และตรวจสอบความเชื่อมั่นในภาพรวมทั้งฉบับ

ขั้นที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการจัดส่งและรับคืนแบบสอบถามด้วยตนเองจากกลุ่มตัวอย่างในระดับผู้บริหาร โดยใช้ตารางสำเร็จรูปที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จำนวน 400 คน ในสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน

2. นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อหาน้ำหนักความสำคัญตามความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูล

ผลการวิจัย

รูปแบบการบริหารจัดการตามทฤษฎีการบริหารจัดการเพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมายของเฮนรี ฟาโยล (Henri Fayol) โดยเน้นการยอมรับองค์การที่เป็นทางการ ใช้ประโยชน์จากการแบ่งงานกันทำ (Specialization) และคำนึงถึงความสำคัญที่ว่าอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบต้องเท่ากัน ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ปัจจัย เรียกว่า POCCC ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดการองค์กร (Organizing) การบังคับบัญชาหรือการสั่งการ (Commanding) การประสานงาน (Coordinating) และการควบคุม (Controlling) โดยลักษณะการจัดการองค์กรสมัยใหม่เพื่อให้ได้บรรลุเป้าหมายขององค์กรที่มีคนมาทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ ซึ่งองค์กรมีลักษณะร่วมกันอยู่ 3 ประการ ได้แก่ ทุกองค์กรต้องมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของตนเอง ทุกองค์กรต้องมีส่วนร่วมกันทำงาน และองค์กรต้องมีการจัดโครงสร้างงานแบ่งหน้าที่รับผิดชอบของคนในองค์กร ผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัลและมีรูปแบบการบริหารจัดการองค์กร เป็นองค์ประกอบของการบริหารจัดการที่เป็นขั้นตอนที่สำคัญเพื่อการพัฒนาศักยภาพของผู้บริหารเพื่อเพิ่มโอกาสการแข่งขันในยุคดิจิทัล โดยศักยภาพผู้บริหาร เป็นความรู้และทักษะที่จำเป็นของผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล และผู้บริหาร เป็นผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน ระดับสำนัก กอง ในการบริหารเพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัลที่รับผิดชอบให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนด ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร และสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลในองค์กร ซึ่งมีสมรรถนะ เป็นความรู้และความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ในการปฏิบัติงานและคุณลักษณะที่สามารถทำให้งานประสบความสำเร็จ ร่วมกับสมรรถนะที่จำเป็นของผู้บริหาร เป็นความรู้ ทักษะ ความสามารถ และทัศนคติที่จำเป็นต่อการเป็นผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล โดยการประเมินสมรรถนะของผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรม

ชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล เป็นการนำสมรรถนะที่ได้จากการศึกษาและพัฒนาไปให้กลุ่มผู้บริหาร
 สำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่
 เกี่ยวข้องกับผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัลรับรอง
 ความเหมาะสมของสมรรถนะ



ภาพที่ 1 รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทานเพื่อการแข่งขันในยุคดิจิทัลโดยมีวัตถุประสงค์1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคด้านการบริหารจัดการของผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล 2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการบริหารจัดการของผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล 3.เพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล4. เพื่อจัดทำคู่มือการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล โดยพบว่ารูปแบบการบริหารจัดการตามทฤษฎีการบริหารจัดการเพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมายของเฮนรี ฟาโยล (Henri Fayol) โดยเน้นการยอมรับองค์การที่เป็นทางการ ใช้ประโยชน์จากการแบ่งงานกันทำ (Specialization) และคำนึงถึงความสำคัญที่ว่า

อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบต้องเท่ากัน ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ปัจจัย เรียกว่า POCCC ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดการองค์การ (Organizing) การบังคับบัญชาหรือการสั่งการ (Commanding) การประสานงาน (Coordinating) และการควบคุม (Controlling) โดยลักษณะการจัดการองค์การสมัยใหม่เพื่อให้ได้บรรลุเป้าหมายขององค์การที่มีคนมาทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ ซึ่งองค์การมีลักษณะร่วมกันอยู่ 3 ประการ ได้แก่ ทุกองค์การต้องมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของตนเอง ทุกองค์การต้องมีคนร่วมกันทำงาน และองค์การต้องมีการจัดโครงสร้างงานแบ่งหน้าที่รับผิดชอบของคนในองค์การ ผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทาน เพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล ซึ่งมีสมรรถนะ เป็นความรู้และความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ในการปฏิบัติงานและคุณลักษณะที่สามารถทำให้งานประสบความสำเร็จ ร่วมกับสมรรถนะที่จำเป็นของผู้บริหาร เป็นความรู้ ทักษะ ความสามารถ และทัศนคติที่จำเป็นต่อการเป็นผู้บริหารสำนักพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่ กรมชลประทานเพื่อการแข่งขันยุคดิจิทัล สำหรับการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ของกรมชลประทานที่ผ่านมา ประสบความสำเร็จในหลายด้าน โดยมี ผลงานที่ได้รับรางวัลประจำปี 2559 ได้แก่ รางวัลคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) หมวด 4 ด้านการ วิเคราะห์ผลการดำเนินงานขององค์การจัดการความรู้ รางวัลองค์กรที่มีความเป็นเลิศในการบริหารจัดการด้านการเงิน การคลัง ครั้งที่ 3 รางวัล The Best of Special Prize ผลงานเรื่องนวัตกรรมเครื่องมือสำรวจชลประทาน และรางวัล Special Prize จากกลุ่มสิ่งประดิษฐ์เพื่อใช้งานในอนาคต ปี 2558 รางวัลบริการภาครัฐแห่งชาติ ระดับดี กระบวนการ ติดตามผลการปฏิบัติงาน (ระบบติดตามออนไลน์) ปี 2557 รางวัลคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ หมวด 3 ด้านการ มุ่งเน้นผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปี 2556 รางวัลประเภทรางวัลเกียรติยศ จากผลงานการป้องกันและบรรเทา ภัยแล้งแบบบูรณาการ โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาแม่ยม จังหวัดแพร่ นับเป็นผลงานที่สร้างความภาคภูมิใจอย่างยิ่ง ของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

แผนยุทธศาสตร์ของกรมชลประทาน พ.ศ. 2560-2564 มุ่งสร้างความมั่นคงด้านน้ำเพื่อสร้างความยั่งยืนให้ ประชาชนสามารถเข้าถึงการใช้น้ำได้ และเป็นหนึ่งในเป้าหมายและทิศทางยุทธศาสตร์ของแผนชาติ ทั้งนี้ การนำแผนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติจะเป็นขั้นตอนสำคัญ ด้วยกิจกรรมการถ่ายทอดแผนลงสู่ระดับสำนัก กอง และลงสู่ระดับบุคคลเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน เกิดผลสัมฤทธิ์ในแต่ละเป้าประสงค์ และบรรลุวิสัยทัศน์ซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุด วิสัยทัศน์กรมชลประทานเป็น องค์กรอัจฉริยะ ที่มุ่งสร้างความมั่นคงด้านน้ำ (Water Security) เพื่อเพิ่มคุณค่าการบริการ ภายในปี 2579 พันธกิจ ได้แก่ 1. พัฒนาแหล่งน้ำและเพิ่มพื้นที่ชลประทานตามศักยภาพของกลุ่มน้ำให้เกิดความสมดุล 2. บริหารจัดการน้ำอย่างบูรณาการให้เพียงพอ ท่วถึง และเป็นธรรม 3. ดำเนินการป้องกันและบรรเทาภัยอันเกิดจากน้ำตามภารกิจอย่างเหมาะสม 4. เสริมสร้างการมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาแหล่งน้ำ และการบริหารจัดการน้ำ

สำหรับประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่ 1. การพัฒนาแหล่งน้ำและเพิ่มพื้นที่ชลประทานตามศักยภาพ ลักษณะลุ่มน้ำ (Basin-based Approach) 2. การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการน้ำอย่างบูรณาการ

ตามวัตถุประสงค์การใช้ 3. การป้องกันความเสียหายและสนับสนุนการบรรเทาภัยอันเกิดจากน้ำ 4. การเสริมอำนาจประชาชนในระดับพื้นที่ (Empowering) การสร้างเครือข่าย และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในงานบริหารจัดการน้ำชลประทาน (Networking Collaboration Participation) 5. การปรับเปลี่ยนสู่องค์กรอัจฉริยะ (Turnaround to Intelligent Organization) โดยมีแผนที่ยุทธศาสตร์ แบ่งออกเป็น 4 มิติ 10 เป้าประสงค์ ดังนี้ 1. มิติประสิทธิผลตามพันธกิจมี 5 เป้าประสงค์ 2. มิติคุณภาพการให้บริการมี 3 เป้าประสงค์ 3. มิติประสิทธิภาพของการปฏิบัติราชการ มี 3 เป้าประสงค์ 4. มิติการพัฒนาองค์กร มี 4 เป้าประสงค์ (ระดับปฏิบัติการ) (เป้าประสงค์ที่ 2 คาบเกี่ยวมิติที่ 1 และ มิติที่ 2)

ประเด็นยุทธศาสตร์กรมชลประทาน พ.ศ. 2560 – 2564 ประกอบด้วย 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ โดยประเด็นยุทธศาสตร์ 1 - 3 เป็นการปรับปรุงประเด็นยุทธศาสตร์เดิม ให้มีความหมายครอบคลุมการทำงานที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป และในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 - 5 เป็นประเด็นยุทธศาสตร์ใหม่ โดยที่มา เหตุผล และความจำเป็นในการนำเสนอประเด็นยุทธศาสตร์ใหม่ สำหรับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 : การปรับเปลี่ยนสู่องค์กรอัจฉริยะ (Turnaround to Intelligent Organization) มีรายละเอียดดังแผนภาพที่ 1 : กรอบแนวคิดการพัฒนาสู่องค์กรอัจฉริยะ Strategy design Model : องค์กรอัจฉริยะ (Intelligent Organization) คือ การสนธิพลังขององค์กร (Synergy) คน องค์กรความรู้ และวิธีการทำงานบนฐานดิจิทัล โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและสารสนเทศ

ภายใต้พลวัตการเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบัน การทำงานรูปแบบเดิมอาจไม่สามารถตอบสนองต่อ ปัจจัยและความท้าทายต่างๆ ที่เข้ามา มีบทบาทต่อการทำงานมากขึ้น การปรับเปลี่ยนไปสู่องค์กรอัจฉริยะ (Intelligent Organization) จึงถือว่ามีมีความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพขององค์กรในภาพรวมให้สามารถ รับมือกับความท้าทายจำนวนมากที่เข้ามา ในขณะที่เดียวกันสามารถตอบสนองต่อเป้าหมายขององค์กรได้ องค์กรอัจฉริยะ เป็นแนวคิดของการสนธิพลังขององค์กร (Synergy) ทั้งในส่วนของคน องค์กรความรู้ และ วิธีการทำงานบนฐานดิจิทัล ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย โดยองค์กรอัจฉริยะ ประกอบไปด้วย 1. บุคลากร (People) : บุคลากรจะต้องมีความใฝ่รู้ มีองค์ความรู้ที่สามารถนำมาปรับใช้ในการทำงานต่างๆ ได้ มีทักษะในการทำงานร่วมกันกับผู้อื่นในลักษณะเครือข่ายได้ 2. ข้อมูลและองค์ความรู้ (Information and Knowledge) : องค์กรจะต้องเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้โดยมีความพร้อมในเรื่องของการจัดการองค์ความรู้ การจัดการงานบนฐานดิจิทัล หรือแม้แต่การวิจัยที่ สามารถตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆ และในขณะเดียวกันสามารถนำผลที่ได้มาต่อยอดและ สร้างสรรค์ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเป็นรูปธรรม 3. กระบวนการ (Process) : เป็นองค์กรที่มีรูปแบบและกระบวนการทำงานที่มีความทันสมัย มีความยืดหยุ่น เปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานได้อย่างรวดเร็วตามสถานการณ์ ในขณะเดียวกันองค์กรจะต้อง มีกระบวนการที่สนับสนุนให้บุคลากรสามารถทำงานข้ามสายงานได้ (Cross-Disciplinary)

รวมถึงส่งเสริมให้เกิดการทำงานในลักษณะของเครือข่ายที่เชื่อมโยงกันในด้านต่างๆ ได้ 4. เทคโนโลยี (Technology) : องค์กรจะต้องมีการสร้างสภาพแวดล้อมที่ช่วยสนับสนุนให้สามารถนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ มาปรับใช้กับการทำงานทั้งหมดภายในองค์กรได้ ทั้งในส่วนของวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยี (Science & Technology) หรือ เทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) เป็นต้น

สำหรับกลยุทธ์ที่ 5.1 พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ทักษะ กรอบแนวคิดและความสามารถ (Knowledge Worker) ได้แก่ การพัฒนาการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuing Learning) ด้วยระบบ และการวางแผนพัฒนาบุคลากรในทุกระดับชั้น มีความสามารถริเริ่ม สร้างสรรค์ ต่อยอดความรู้ และเสริมสร้างคุณค่าในการทำงาน Value Creation Culture ด้วยฐานการจัดการองค์ความรู้ที่เป็นระบบ พัฒนาบุคลากรให้มีความทำงานเชิงรุก และไม่ยึดติดกับความสำเร็จในอดีต (Paradigm /Broad Mindset/Proactive) สามารถประยุกต์ใช้ความรู้จากงานวิจัยไปสู่การปฏิบัติ และการนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้งานให้บรรลุเป้าประสงค์ขององค์กร (High Performance) การจัดการองค์ความรู้ด้านวิศวกรรมน้ำ และองค์ความรู้การบริหารจัดการต่างๆ อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง และสำหรับกลยุทธ์ที่ 5.2 ขับเคลื่อนให้เป็นองค์กรอัตโนมัติ ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ในการควบคุมระยะไกลในการบริหารจัดการน้ำ ตลอดจนการพัฒนาแหล่งน้ำ เพิ่มการกักเก็บน้ำ และระบบการส่งน้ำที่มีประสิทธิภาพ ลดการสูญเสีย การใช้เครื่องจักรสมรรถนะสูง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และกลยุทธ์ที่ 5.3 พัฒนาการทำงานโดยระบบดิจิทัล ได้แก่ ส่งเสริมนวัตกรรม / การบริหารจัดการองค์ความรู้ (KM) ส่งเสริมการต่อยอดและนำนวัตกรรมหรือองค์ความรู้ไปใช้ในทางปฏิบัติ พัฒนารูปแบบการทำงานและสร้างวัฒนธรรมการทำงานโดยใช้ระบบดิจิทัล (Digital Platform) พัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจ (MIS, GIS, Big Data) ปรับปรุงการสื่อสาร การเผยแพร่ การให้ข้อมูลต่างๆ แก่ประชาชนในรูปแบบดิจิทัล Internet, Social Media

ในยุคไทยแลนด์ 4.0 ให้สามารถปรับเปลี่ยนโครงสร้างให้สอดคล้องกับการมุ่งเน้นการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม หรือ “Innovation Driven Enterprise: IDE” โดยมีระบบดิจิทัลเป็นโครงสร้างพื้นฐานในการสนับสนุนให้เกิดความสะดวกรวดเร็วต่อการดำเนินการ รวมถึงการกระตุ้นให้เกิดการรองรับระบบที่มีพลวัตสูง หรือมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ซึ่งถือเป็นสมรรถนะที่สำคัญขององค์กรและทรัพยากรมนุษย์ในระบบยุคไทยแลนด์ 4.0 การขับเคลื่อนการผลิตหรือกระบวนการต่างๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าในผลิตภัณฑ์ (Value added) จึงมิได้ขึ้นอยู่กับปริมาณและประสิทธิภาพดังเช่นในยุคไทยแลนด์ 3.0 หากแต่ขึ้นอยู่กับความสามารถในการสื่อสาร (communication) ความคิดสร้างสรรค์ (creativity) ความร่วมมือประสานงาน (collaboration) และความสามารถในการปรับตัว (adaptability / Transformation) อันเป็น “Soft Skill” พื้นฐานหรือสมรรถนะที่จำเป็นของทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัลอันเป็นโลกที่ไร้พรมแดน ทุนมนุษย์ (Human Capital) ในองค์กรยุค 4.0 จึงมิใช่พิจารณาถึงความฉลาด (talent) หรือความสามารถในการทำงานตามคำสั่งแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น เนื่องจาก ความคิดสร้างสรรค์ในทรัพยากรมนุษย์เท่านั้นที่จะนำมาซึ่งการพัฒนาไปสู่ นวัตกรรม (Innovation) ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง มากกว่าการพื้นฐาน ซึ่งสามารถพิจารณาได้อย่างชัดเจนในกลุ่ม

Digital Contents ซึ่งล้วนมีรากฐานมาจากการพัฒนากระบวนการคิดของมนุษย์ทั้งสิ้น จนเกิดเป็นวัฒนธรรมที่ขับเคลื่อนโลกยุคใหม่อยู่ตลอดเวลา ส่วนความสามารถในการสื่อสาร (Communication Skill) และการปรับตัว (Adaptation) จะทำให้ “ทรัพยากรมนุษย์ยุคใหม่” ของประเทศสามารถสร้างความร่วมมือและทำงานร่วมกับผู้อื่นซึ่งมีความแตกต่างหลากหลายได้ (Diversity) ไม่ว่าจะเป็นสัญชาติ ชาติพันธุ์ ศาสนา วัฒนธรรม ความเชื่อ ฯลฯ อันจะสนับสนุนและส่งเสริมให้การทำงาน การค้า และการบริการเป็นไปอย่างราบรื่นและมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ทรัพยากรมนุษย์ในยุค “ประเทศไทย 4.0” นอกจากจะต้องมีความรู้พื้นฐานแล้ว ยังต้องมีความรับผิดชอบ มีความฉลาดทางอารมณ์ สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี มีอัตตาต่ำ ยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง มีความคิดสร้างสรรค์ และใฝ่เรียนรู้ตลอดชีวิต

สมรรถนะ (Competency) จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม เพราะเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของบุคคลและองค์กรได้เป็นอย่างดี ขณะเดียวกันก็ยังสามารถนำมากำหนดเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาบุคลากรในองค์กรเพื่อให้เกิดการพัฒนาความรู้ ทักษะ ความสามารถ ประสิทธิภาพ รวมถึงความเชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ที่สอดคล้องกับทิศทางในการพัฒนาองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ สมรรถนะจึงไม่ใช่เรื่องใหม่แต่เป็นผลผลิตส่วนหนึ่งของการวิเคราะห์งาน (Job analysis) ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานของทุกกิจกรรมในการบริหารงานทรัพยากรบุคคลและการปฏิบัติงานตามอัตลักษณ์ขององค์กรนั้นๆ ดังที่ทราบกันว่า การบริหารที่ดีต้องเริ่มจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ ความรับผิดชอบของกิจกรรมย่อยต่างๆ ตามตำแหน่งงานในแต่ละตำแหน่งและนำมากำหนดเป็นคำพรรณนาหน้าที่ของงาน (Job description) เพื่อให้ได้คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบุคคล โดยจะระบุถึงคุณสมบัติส่วนบุคคลที่เหมาะสมกับตำแหน่งงานนั้นๆ (job specification) ซึ่งจากการวิเคราะห์งานแบบดั้งเดิมที่มีความหลากหลาย ซับซ้อน มุ่งวิเคราะห์ทั้งงานและคน (work and worker analysis) ผนวกกับกระแสการเปลี่ยนแปลงทำให้ลักษณะงานเกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมถึงความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ทำให้มีการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานมากขึ้น องค์กรจึงมีความตระหนักในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในระดับบุคคลหรือผู้ปฏิบัติงานว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มความสำเร็จ และความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่องค์กร จึงเป็นที่มาของการสนับสนุนแนวคิดการบริหารจัดการงานที่ให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะที่พึงประสงค์หรือสมรรถนะของบุคคลที่สามารถขับเคลื่อนการดำเนินงานและการพัฒนาองค์กรให้เกิดการปฏิบัติงานอย่างบรรลุผลสำเร็จ ซึ่งถือเป็นบันไดขั้นแรกที่จะนำไปสู่การกำหนดทิศทางและการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิผลตามเป้าหมายขององค์กร อย่างไรก็ตามการกำหนดสมรรถนะใดๆ ทั้งในระดับบุคคล องค์กร หรือประเทศ จำเป็นต้องพิจารณาให้มีความเหมาะสมกับบริบทในขณะนั้นอย่างรอบด้าน เพราะหากมีการกำหนดสมรรถนะที่ไม่มีความเหมาะสม การดำเนินการและการพัฒนาในด้านใดๆ ขององค์กรหลังจากนั้นย่อมไม่มีความเหมาะสมตามกันไปด้วย และอาจก่อให้เกิดผลในเชิงลบต่อ

องค์กรได้สมรรถนะจึงไม่ใช่สิ่งที่คงทนถาวรหรือเป็นรูปแบบที่ดีที่สุดตลอดเวลา หากแต่ต้องมีการปรับปรุง ปรับแต่งให้เกิดความเหมาะสมสูงสุดจึงจะสามารถสร้างประสิทธิผลที่สอดคล้องกับเป้าประสงค์ขององค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สำหรับบุคคลหรือองค์กรจึงต่างเร่งรัดปรับตัวเพื่อเป็นการสร้างหลักประกันและศักยภาพที่เพียงพอต่อการอยู่รอดและเติบโตในยุคไทยแลนด์ 4.0 รวมถึงบริบทและปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ อย่างไรก็ตาม องค์กรมากมายในปัจจุบันได้นำมาตรการหนึ่งซึ่งถือเป็นการสร้างรากฐานที่สำคัญตั้งแต่เริ่มต้นในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานขององค์กร หรือขีดสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับทรัพยากรมนุษย์ที่เหมาะสมกับบริบทขององค์กรนั้น เพื่อใช้พัฒนาศักยภาพขององค์กรให้มีสมรรถนะที่จำเป็นต่อการอยู่รอดและเติบโตขององค์กร อันเป็นการสร้างหลักประกันทางหนึ่งในขององค์กรในยุคปัจจุบัน ในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา การที่องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนต่างได้สนับสนุนงบประมาณและกำลังคนเป็นจำนวนมากเพื่อพัฒนารูปแบบสมรรถนะ (competency modeling) ที่สามารถประยุกต์ใช้ในกิจกรรมการบริหารจัดการองค์กรของตน ซึ่งนอกจากจะสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่นต่อกระแสความสนใจในเรื่องการพัฒนาสมรรถนะ ยังเป็นการบ่งบอกถึงความต้องการเพื่หารูปแบบและแนวทางประยุกต์ใช้รูปแบบสมรรถนะที่เหมาะสมเพื่อสนองตอบนโยบายด้านการบริหารจัดการของฝ่ายบริหารให้เกิดแนวทางที่ชัดเจนและมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น แม้ในปัจจุบันแนวคิดหลักเกี่ยวกับการสร้างรูปแบบสมรรถนะยังมีความหลากหลายและมีการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง แต่องค์กรมากมายก็เลือกที่จะใช้การพัฒนารูปแบบสมรรถนะที่มีความเหมาะสมกับบริบทของตนมาใช้ในการกำหนดแนวทางดำเนินกิจการและการพัฒนาองค์กร ซึ่งบางองค์กรก็สามารถสร้างผลลัพธ์ที่สะท้อนการพัฒนาได้อย่างเป็นรูปธรรม จึงทำให้กรอบการพัฒนาหรือการกำหนดรูปแบบสมรรถนะขององค์กรเกิดการพัฒนารุดหน้าไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้นกระบวนการกำหนดรายการสมรรถนะ ที่เรียกว่า Competency Modeling ซึ่งบางแนวคิดอาจเรียกว่า Competency Mapping หรือ Competency Profiling จึงได้รับการยอมรับและนำไปใช้อย่างกว้างขวาง

เอกสารอ้างอิง

- ชัชวาล สุขสวัสดิ์. (2562). สมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากร บริษัท เซ็นทรัลฟู๊ด รีเทล จำกัด สาขา เอฟดีซี. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วันเพ็ญ นิลนารถ. (2559). สมรรถนะหลักกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. ศิลปศาสตรมหาวิทยาลัยเกริก
- วีระวัฒน์ บัณฑิตามัย. (2560). การพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยสมรรถนะและบทบาทที่ส่งผลต่อความเป็นมืออาชีพของนักทรัพยากรมนุษย์ในองค์การภาครัฐและภาคเอกชนไทย.

ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี. (พ.ศ. 2560 - 2579). กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม,
กระทรวงอุตสาหกรรม.

ไสว บุญมา. (256). คณิตศาสตร์กับเศรษฐกิจพอเพียง. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ:พิทักษ์การพิมพ์.

บรรยากาศองค์การกับการพัฒนาตนเองของข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์
ORGANIZATIONAL CLIMATE AND SELF DEVELOPMENT OF OFFICIAL OF MEDICAL
CORRECTIONAL HOSPITAL

อธิพัทธ์ โชติหิรัญจีระกุล (Atiphat Chotehirunjeerakul)²

อุษณี มงคลพิทักษ์สุข (Usanee Mongkolpitaksuk)³

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับบรรยากาศองค์การของทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ 2) ระดับการพัฒนาตนเองของข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ และ 3) อิทธิพลของบรรยากาศองค์การต่อการพัฒนาตนเองของข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 179 คน ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการศึกษาพบว่า บรรยากาศองค์การโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($M = 3.22, SD = 0.42$) การพัฒนาตนเองของข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับสูง ($M = 3.65, SD = 0.56$) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า บรรยากาศองค์การสามารถพยากรณ์การพัฒนาตนเองของข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ได้ร้อยละ 31.6 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยบรรยากาศองค์การด้านความอบอุ่นและการสนับสนุนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาตนเอง ($Beta = .333$) และบรรยากาศองค์การด้านด้านมาตรฐานในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลต่อการพัฒนาตนเอง ($Beta = .269$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: บรรยากาศองค์การ/การพัฒนาตนเอง

Abstract

This article aimed to study 1) organizational climate level of official of Medical Correctional Hospital 2) self-development level of official of Medical Correctional Hospital and 3) influence of organizational climate on self-development of Medical Correctional Hospital. The sample was 179 official of Medical Correctional Hospital. Hypotheses were analyzed by the multiple regression. The results found that mean of organizational climate was at a medium level. ($M = 3.22, SD = 0.42$). The self-development of Medical Correctional Hospital overall was at a high level. ($M = 3.65, SD = 0.56$). The result of the hypothesis showed that organizational climate can be predicted self-development. Furthermore warmth and support influenced on self - development ($Beta = .333$) and standard of operation influenced on self-development ($Beta = .269$) at the statistical significance level 0.05.

Keyword: Organizational Climate/ Self-Development

¹บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์เรื่องบรรยากาศองค์การกับการพัฒนาตนเองของข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์

²นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาจิตวิทยา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

³อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

บทนำ

โรงพยาบาลราชทัณฑ์ เป็นเรือนจำเฉพาะทางแห่งหนึ่ง ที่อยู่ในกำกับดูแลของกรมราชทัณฑ์ ที่มีภารกิจในการควบคุมและพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขังและมีภารกิจในการรักษาพยาบาลผู้ต้องขังที่เจ็บป่วย ในฐานะโรงพยาบาลแม่ข่ายซึ่งโดยปกติแล้วเรือนจำทุกแห่งจะมีสถานพยาบาล แต่ถ้าหากผู้ต้องขังเจ็บป่วยเกินขีดความสามารถของสถานพยาบาลในเรือนจำ ก็จะมีการพิจารณาส่งตัวออกจากเรือนจำเพื่อรับการรักษาที่โรงพยาบาลภายนอก หรือ ส่งตัวมารับการรักษาที่ทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นหน้าที่ของข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ที่จะต้องดูแลผู้ต้องขังให้เป็นไปตามภารกิจที่ถูกต้องได้

อย่างไรก็ดีที่ผ่านมา บรรยากาศองค์กรของทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์นั้นยังคงประสบปัญหาในหลายๆ ด้าน อาทิ ด้านโครงสร้างการทำงาน เนื่องจากกรมมีบุคลากรหลากหลายสายงานเช่น แพทย์ ทันตแพทย์ พยาบาล นักเทคนิคการแพทย์ นักรังสีการแพทย์ เภสัชกร และเจ้าหน้าที่ราชทัณฑ์ ซึ่งจะต้องปฏิบัติงานร่วมกัน หากแต่บางหน้าที่ไม่ได้ถูกกำหนดบทบาทหน้าที่ในการรับผิดชอบอย่างชัดเจน จึงทำให้ส่งผลกระทบต่อการทำงาน หรือการสั่งการ และในหลายครั้งก็กลายเป็นความขัดแย้ง เนื่องจากมุมมองในสายอาชีพที่มีความแตกต่างหลากหลาย ในด้านการให้รางวัลตอบแทน เนื่องจากทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ เป็นหน่วยงานของรัฐที่ไม่ได้มุ่งแสวงหาผลกำไรจึงไม่สามารถจ่ายตอบแทนบุคลากรได้เหมือนกับหน่วยงานที่เป็นเอกชน การบริหารงบประมาณที่เป็นไปตามระเบียบปฏิบัติทางราชการ หรือแม้แต่มติในด้านผลตอบแทนอื่นๆ เช่นเดียวกันกับความเป็นอิสระในการทำงาน ดังกล่าวมาแล้วว่า ทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ ต้องปฏิบัติตาม กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ข้อสั่งการของผู้บังคับบัญชาอย่างเคร่งครัด เพื่อหลีกเลี่ยงการกระทำที่ผิดวินัยหรือการกระทำที่อาจขัดต่อกฎหมาย ดังนั้นการคิดนอกกรอบหรือสร้างสรรค์ วิธีการทำงานใหม่ๆ จึงเกิดขึ้นได้ยากภายใต้สภาพแวดล้อมเช่นนี้ ด้านความเสี่ยงด้วยภารกิจหลักของทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์คือการรักษาพยาบาลผู้ป่วย ซึ่งมีอาการป่วยจากโรคที่หลากหลาย หากช่วงเวลาใดที่ผู้ป่วยจำนวนมากมีอาการป่วย เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรทางการแพทย์ย่อมเป็นผู้มีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อโรคดังกล่าวได้ง่าย เมื่อผนวกรวมถึงสภาพแวดล้อมการทำงานของงานราชทัณฑ์ เป็นงานที่ไม่น่าอภิรมย์และเสี่ยงอันตราย มีความกดดันตลอดเวลา เนื่องจากต้องคลุกคลีอยู่กับผู้ต้องขังที่กระทำความผิดในคดีอาญา จากบรรยากาศองค์กรในด้านต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นปัจจัยที่สามารถส่งผลกระทบต่อพัฒนาตนเองของข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ ทั้งในด้าน ร่างกาย จิตใจ สังคม และวิชาชีพทั้งสิ้น

การศึกษาเรื่อง บรรยากาศองค์กรกับการพัฒนาตนเองของข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ จึงเป็นไปเพื่อทราบถึงระดับบรรยากาศองค์กรของข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ ว่ามีมากน้อยเพียงใด และบรรยากาศองค์กรจะส่งผลกระทบต่อพัฒนาตนเองหรือไม่เพียงใด เพื่อนำผลการศึกษาดังนี้ไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร ให้เกิดบรรยากาศองค์กรที่เหมาะสมกับการปฏิบัติหน้าที่แก่ข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ ซึ่งส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และนำองค์การไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษา 1) ระดับบรรยากาศองค์การของทัศนสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ 2) ระดับการพัฒนาตนเองของข้าราชการทัศนสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ และ 3) อิทธิพลของบรรยากาศองค์การต่อการพัฒนาตนเองของข้าราชการทัศนสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่างจากข้าราชการทัศนสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ จำนวน 179 คน ประกอบด้วย ส่วนปกครองผู้ต้องขัง ส่วนบริหารทั่วไป ส่วนการพยาบาล ส่วนทัศนปฏิบัติ ส่วนสวัสดิการผู้ต้องขัง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดบรรยากาศองค์การ

การศึกษาเรื่องบรรยากาศองค์การมีมาตั้งแต่ ค.ศ. 1930 โดย Lewin ถือเป็นบุคคลแรกที่ทำการศึกษาเรื่องนี้ ต่อมาเมื่อนักวิชาการอีกหลายคนได้ให้ความสนใจต่อบรรยากาศองค์การ และได้ให้ความหมายบรรยากาศองค์การ หมายถึง การรับรู้ข้อมูลของบุคคลเกี่ยวกับองค์ประกอบหรือสภาพแวดล้อมภายในองค์การ (Litwin & Stringer, 1968; Gibson, 1996, Schneider, 1977 อ้างถึงใน ศศิธร เกตุอำไพ, 2553) ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม ซึ่งสภาพแวดล้อมดังกล่าวนี้เป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างองค์การหนึ่งกับอีกองค์การหนึ่ง (Forehand & Gilmer, 1964, Brown & Moberg, 1991 อ้างถึงใน ชิตติกร บุญประคอง, 2550) และเป็นแหล่งอิทธิพล หรือแรงกดดันพฤติกรรมต่างๆของคน (Dubrin, 1984) นอกจากนี้ Haimann (1985 อ้างถึงใน จารุณี ผลพิทักษ์, 2556) ยังระบุด้วยว่า อิทธิพลของบรรยากาศองค์การที่มีต่อคนในองค์การ สามารถสร้างขึ้นและปรับปรุงโดยหัวหน้างานให้สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละบุคคล เพื่อสร้างความพึงพอใจและประสิทธิภาพในการทำงาน สอดคล้องกับ Lewin (1930) ที่อธิบายถึงความเชื่อมโยงระหว่างพฤติกรรมของบุคคล และสภาพแวดล้อมเข้าด้วยกันด้วยตัวแบบสมการคือ B เท่ากับ F (P, E) โดย B หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลากรเป็นผลมาจากความสัมพันธ์ (F) ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล (P) กับสภาพแวดล้อมหรือบรรยากาศองค์การ (E)

จากความหมายที่นักวิชาการได้ให้คำนิยามไว้ บรรยากาศองค์การจึงมีความสำคัญต่อผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์การ จนถึงปัจจุบันและยังเป็นที่สนใจสำหรับผู้บริหารเพราะถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน จากจุดเริ่มต้นสมการของ Lewin ที่พยายามเชื่อมโยงพฤติกรรมของบุคคล กับสภาพแวดล้อมเข้าด้วยกัน และต่อมา Brunswik (1939 อ้างถึงใน จารุณี ผลพิทักษ์, 2556)

ได้ทำการศึกษา ผลกระทบของบรรยากาศองค์การที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลในองค์การก็ยิ่งเป็นผลทำให้แนวคิดเรื่องบรรยากาศองค์การเป็นที่ยอมรับกันโดยกว้างขวางมากขึ้น เนื่องจากผลการศึกษาของ Brunswik เป็นแนวคิดที่สามารถใช้ศึกษาผลกระทบด้านพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคลในองค์การที่เป็นผลมาจากการรับรู้หรือเข้าใจ (Perceive) ต่อสภาพแวดล้อมได้อย่างลึกซึ้ง ด้วยเหตุนี้บรรยากาศองค์การ จึงหมายถึง ความรู้สึกและการรับรู้ของบุคคลต่อสภาพแวดล้อมขององค์การทั้งทางตรงและทางอ้อม และการรับรู้นั้นมีอิทธิพลหรือผลักดันให้บุคลากรแสดงพฤติกรรมในการทำงานออกมา ดังนั้นในการศึกษาบรรยากาศองค์การจะต้องเข้าใจถึงมิติต่าง ๆ ของบรรยากาศ ที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ทั้งทางบวกและทางลบขององค์การด้วย

สามารถสรุปองค์ประกอบของบรรยากาศองค์การ ได้ดังนี้

1. โครงสร้าง (Structure) ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการนั้น มีผลต่อพฤติกรรมระหว่างบุคคล และพฤติกรรมของพนักงาน (Litwin & Stringer, 1968) โครงสร้าง จึงเป็นการอธิบายถึงกระบวนการทำงานและวิธีการที่จะทำให้องค์การ สามารถปฏิบัติงานได้อย่างสำเร็จลุล่วง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง โครงสร้างเป็นเรื่องของการรับรู้ของพนักงานที่เกี่ยวกับองค์ประกอบของงานอันเกิดจาก ลักษณะของสภาพแวดล้อมของงาน ขั้นตอนการดำเนินงาน กฎเกณฑ์ และระเบียบ ข้อบังคับ ระดับของวัตถุประสงค์ วิธีการของงานและการติดต่อสื่อสาร ตามสายการบังคับบัญชา

2. การให้รางวัลตอบแทน (Reward) เป็นการแสดงให้เห็นถึงการยอมรับหรือเห็นด้วยกับพฤติกรรมหรือผลการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นโดย องค์การจะจัดให้มีการให้รางวัล เช่น การเลื่อนขั้นและเพิ่มเงินเดือนที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของผลการปฏิบัติงานและระบบคุณธรรมแทนที่จะเป็นระบบอาวุโสหรือระบบอุปถัมภ์ (Steers & Porter, 1979) หรือแม้แต่การรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับการได้รับรางวัลผลตอบแทนจากการทำงาน ตามที่ตนได้ปฏิบัติตามเป้าหมายขององค์การ มีความยุติธรรมตามความสามารถ เช่น การจ่ายค่าตอบแทนจากการทำงาน (Kelly, 1980)

3. ความเป็นอิสระ (Autonomy) การรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับการมีอิสระในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นโดยไม่มีผลกระทบต่อการทำงานในแง่ลบ สามารถตัดสินใจด้วยตนเองในการจัดลำดับความสำคัญของงาน การตั้งเป้าหมายการทำงานและขั้นตอนการทำงาน ตลอดจนความสามารถจัดการกับงานได้ด้วยตนเอง และการมีอำนาจในการตัดสินใจ

4. ความอบอุ่นและการสนับสนุน (Warmth and Support) การรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับมิตรภาพและสัมพันธภาพที่ดีภายในองค์การ การทำงานเป็นทีม ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันทั้งระดับบนและระดับล่าง (Stringer, 2002) เพื่อนร่วมงานถึงผู้บังคับบัญชา ความอบอุ่นและการสนับสนุนที่มีอยู่ภายในองค์การนั้น ช่วยให้พนักงานมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานและลดความเครียดไปได้ รวมไปถึงลักษณะของสภาพแวดล้อมของงานที่ผู้ปฏิบัติงานรับรู้เกี่ยวกับสัมพันธภาพ

5. การยอมรับความขัดแย้ง (Conflict) เป็นอีกมิติหนึ่งที่วัดความเข้าใจในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลหรือกลุ่มที่แตกต่างกันภายในองค์การ ดังนั้นอาจต้องมีการแข่งขันกันหรือมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ความขัดแย้งจึงถือเป็นเรื่องปกติภายในองค์การ ดังนั้นผู้นำจะต้องมีบทบาทสำคัญในการหาทางแก้ไขความขัดแย้ง

ที่เกิดขึ้น (Litwin & Stringer, 1968) ทั้งการยอมรับในความคิดเห็นที่แตกต่างกันและมีการเผชิญหน้ากับความขัดแย้งที่เกิดขึ้น

6. มาตรฐานในการปฏิบัติงาน (Standards) เป็นมิติที่ส่งผลกระทบต่อการวัดประสิทธิภาพการปฏิบัติขององค์กรและของพนักงานอย่างชัดเจน หากองค์กรใดไม่มีการกำหนดมาตรฐานในการปฏิบัติ หรือแนวทางในการวัดผลการปฏิบัติงานที่มีความชัดเจนเท่าที่ควร ย่อมส่งผลกระทบต่อประเมินประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์กรที่ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นไปตามความรู้สึกของผู้บังคับบัญชา มากกว่ามาตรฐานในการทำงานที่ชัดเจน ย่อมส่งผลกระทบต่อพนักงานที่มีศักยภาพ ขาดขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน ต่างจากองค์กรที่มีการกำหนดมาตรฐานในการทำงานชัดเจน ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน มักขึ้นอยู่กับความสามารถในการปฏิบัติงานและผลงานของพนักงานอย่างแท้จริง (Hay Acquisition Company I, 2002 อ้างถึงใน สุรินทร์ เปรมศรี, 2557)

7. ความเสี่ยง (Risk) เป็นมิติการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับความไม่มั่นคง ความกดดันภายในองค์กร ที่นำไปสู่ความรู้สึกที่ไม่ปลอดภัยและความวิตกกังวลของสมาชิกในองค์กร (Litwin & Stringer, 1968)

แนวคิดการพัฒนาตนเอง

การพัฒนาตนเองเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ (Charles, 1979) โดยวิธีการต่างๆ ซึ่งอาจเกิดขึ้นเองอย่างอิสระ ปราศจากการชี้นำ เป็นการเรียนรู้จากการกระทำ การสังเกต และจากประสบการณ์ตนเอง (Saul, 1976 อ้างถึงใน ณัฐพัชร พานทอง, 2555; พิมพิศิริ ม่วงประเสริฐ, 2553) รวมถึงการฝึกอบรมจากหน่วยงานที่จัดให้ (สัมภาษณ์ แก้วอารมณ์, 2530 อ้างถึงใน พิชมัย สังข์ศรีจันทร์, 2553) โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะนำความรู้ที่เพิ่มพูนพัฒนาความรู้ ทักษะ ความชำนาญ ความสามารถ (Harbinson & Myers, 1964) เพื่อให้การปฏิบัติงานของตนเองมีประสิทธิภาพและบรรลุจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ นอกจากนี้การพัฒนาตนเองยังเป็นพฤติกรรมที่บุคคลต้องการเปลี่ยนแปลงตนเอง ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและพร้อมทำประโยชน์แก่ผู้อื่น โดยการพัฒนาตนเองดังกล่าวจะต้องมีความสอดคล้องกับความถนัดความสนใจ ความสามารถ ทักษะ เจตคติของตน ในอันที่ก่อให้เกิดประโยชน์สุขแก่ตนเอง สังคม และประเทศชาติด้วย (สุภาวดี กองแก้ว, 2544) สรุปได้ว่า การพัฒนาตนเอง คือการที่บุคคลปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตนเองให้ดีกว่าเดิม ให้ดีขึ้นทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม เพื่อให้ตนเป็นสมาชิกที่มีประสิทธิภาพของสังคม สามารถดำเนินกิจกรรม แสดงพฤติกรรม เพื่อสนองความต้องการ แรงจูงใจ หรือเป้าหมายที่ตนตั้งไว้ และเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ตลอดจนเพื่อการดำรงชีวิตอย่างสันติสุขของตน

สามารถสรุปองค์ประกอบการพัฒนาตนเอง ได้ดังนี้

1. การพัฒนาตนเองด้านร่างกาย (Physical Development) คือ การดูแลรักษาสุขภาพของร่างกายให้แข็งแรง ปราศจากโรคภัย เพื่อให้ร่างกายสมบูรณ์แข็งแรง สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การพัฒนาตนเองด้านจิตใจ (Emotion Development) คือ การที่มีจิตใจกล้าแข็ง เข้าใจในตนเอง และแสดงออกในสิ่งที่ดีงาม ทั้งทางด้านศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรม ใฝ่ดี และมีวินัยในตนเอง และค่านิยมส่วนตัวที่ดี โดยการปฏิบัติด้วยวิธีต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ

3. การพัฒนาตนเองด้านสังคม (Social Development) คือ การเป็นที่ยอมรับของเพื่อนร่วมงานหรือคนอื่นในสังคม การทำงานหรือการกิจกรรมต่างๆ หากร่วมมือร่วมใจ ช่วยเหลือซึ่งกัน กิจกรรมนั้นก็สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีและส่งผลให้องค์กรเจริญก้าวหน้าได้

4. การพัฒนาตนเองด้านวิชาชีพ (Professional Development) คือ การเพิ่มเติมความรู้ความสามารถ ความเข้าใจ สร้างทักษะและเพิ่มความชำนาญ เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานในหน้าที่ และจะต้องหมั่นฝึกฝนตนเองอย่างสม่ำเสมอ

ผลการศึกษา

บรรยายภาคองค์การของทันตสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง (M = 3.22) โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยดังนี้ ด้านความเป็นอิสระ (M = 3.60) ด้านมาตรฐานในการปฏิบัติงาน (M = 3.54) ด้านโครงสร้าง (M = 3.54, 3.48) ด้านความเสี่ยง (M = 3.37) ด้านความอบอุ่นและการสนับสนุน (M = 3.29) ด้านการให้รางวัลตอบแทน (M = 3.15) และด้านการยอมรับความขัดแย้ง (M = 3.10)

การพัฒนาตนเอง โดยรวมอยู่ในระดับสูง (M = 3.65) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านร่างกาย (M = 3.80) ด้านสังคม (M = 3.76) ด้านวิชาชีพ (M = 3.65) และด้านจิตใจ (M = 3.41) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของบรรยายภาคองค์การและการพัฒนาตนเอง

บรรยายภาคองค์การ	M	SD	การพัฒนาตนเอง	M	SD
โครงสร้าง	3.48	.63	ด้านร่างกาย	3.80	.66
การให้รางวัลตอบแทน	3.18	.78	ด้านจิตใจ	3.41	.79
ความเป็นอิสระ	3.60	.69	ด้านสังคม	3.76	.64
ความอบอุ่นและการสนับสนุน	3.29	.81	ด้านวิชาชีพ	3.65	.67
การยอมรับความขัดแย้ง	3.10	.82	รวม	3.65	.65
มาตรฐานในการปฏิบัติงาน	3.54	.63			
ความเสี่ยง	3.37	.75			
รวม	3.22	.42			

อิทธิพลของบรรยากาศองค์การต่อการพัฒนาตนเองของข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ จากการทดสอบสมมติฐานด้วยเทคนิคการถดถอยพหุ พบว่า บรรยากาศองค์การสามารถทำนายการพัฒนาตนเองของข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ ร้อยละ 31.60 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยด้านความอบอุ่นและการสนับสนุน และด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน เป็น 2 องค์ประกอบสำคัญที่ร่วมกันอธิบายความแปรผันของระดับการพัฒนาตนเองของข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปร	β	Std. Error	beta	t	sig
ความอบอุ่นและการสนับสนุน	.227	.064	.333	3.555	.000
มาตรฐานการปฏิบัติงาน	.235	.082	.296	2.876	.005
R square	.316				
S.E. of regression	.461				
F-statistic	40.776				
Sig F	.000				

อภิปรายผล

บรรยากาศองค์การของทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์

ด้านความเป็นอิสระ พบว่า ทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์มีการสร้างบรรยากาศองค์การที่ส่งเสริมให้ข้าราชการมีความเป็นอิสระในการปฏิบัติงาน ในหลาย มิติ เช่นการบริหารงาน ควบคุมการดำเนินงาน การติดตามและวางแผนงาน พิจารณาได้จากการสนับสนุนให้ข้าราชการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่มาใช้ในการปฏิบัติงาน เช่นในปัจจุบันที่เกิดวิกฤตการณ์โควิด - 19 ข้าราชการได้คิดค้น การนำแผ่นออลิติก มากั้นระหว่างเจ้าหน้าที่คัดกรองกับผู้ป่วย เพื่อป้องกันการติดเชื้อจาก หรือการให้ข้าราชการสามารถใช้วิจารณญาณของตนกำหนดขั้นตอนและเลือกวิธีปฏิบัติงาน เช่น การจัดซื้อ เมื่อมีผู้เสนอราคาสินค้าชนิดเดียวกันประเภทเดียวกัน แต่มีราคาที่ถูกกว่า ผู้ปฏิบัติก็สามารถดำเนินการทำใบสั่งซื้อจากร้านที่ถูกกว่า เพื่อประโยชน์ของทางราชการ การให้อำนาจตัดสินใจด้วยตนเองในการจัดลำดับความสำคัญของงาน โดยไม่มีผลกระทบต่อการทำงานของตนเองและผู้อื่น รวมถึงการส่งเสริมการพัฒนาความรู้ความสามารถของข้าราชการ เพื่อให้ข้าราชการสามารถปฏิบัติงานตามหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มกำลังความสามารถ และเกิดเป็นผลงานที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ พิสมัย สังข์ศรีจันทร์ (2553) พบว่า การที่ข้าราชการสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้อย่างเปิดเผย เพื่อให้การทำงานบรรลุเป้าหมายตามแผนที่กำหนดไว้ ซึ่งทำให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ องค์การจะได้รับสิ่งใหม่ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

ด้านมาตรฐานในการปฏิบัติงาน พบว่า ทัศนสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์มี การกำหนดเป้าหมาย และตัวชี้วัดการทำงานไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้บุคลากรปฏิบัติงานในแนวทางเดียวกันโดยใช้แนวทางของกรม ราชทัณฑ์ เช่น ในเรื่องของมาตรฐานเรือนจำ 10 ด้าน ได้แก่ มาตรฐานด้านการบริหารจัดการ มาตรฐานด้าน บุคลากร มาตรฐานด้านอาคารสถานที่และรูปแบบทางกายภาพของเรือนจำ/ทัศนสถาน มาตรฐานด้านการจำแนก ลักษณะผู้ต้องขัง มาตรฐานด้านการควบคุมผู้ต้องขังและการรักษาความปลอดภัย มาตรฐานด้านการศึกษาและ การฝึกวิชาชีพ มาตรฐานด้านการทำงานและการใช้แรงงานของผู้ต้องขัง มาตรฐานด้านการรักษาระเบียบ และการ ลงโทษทางวินัยของผู้ต้องขัง มาตรฐานด้านการให้บริการผู้ต้องขัง มาตรฐานด้านกิจกรรม และการได้รับประโยชน์ ของผู้ต้องขัง รวมถึงมีการปรับปรุงระบบการทำงาน เพื่อให้มีมาตรฐานที่ดีและทันสมัยอยู่เสมอ เช่นการคัดกรอง ผู้ป่วยเมื่อมีสถานการณ์โรคระบาดจากภายนอกเรือนจำ ข้าราชการจะต้องปฏิบัติตามเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการ แพร่ระบาดในเรือนจำ ทั้งนี้ หากไม่มีการกำหนดมาตรฐานในการปฏิบัติ หรือแนวทางในการวัดผลการปฏิบัติงานที่ มีความชัดเจน ย่อมส่งผลกระทบต่อประเมินประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศศิธร เกตุอำไพ(2552) พบว่า พนักงานมีการรับรู้บรรยากาศองค์การด้านมาตรฐานในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับที่ ดี เนื่องจากองค์การตั้งมาตรฐานการทำงานไว้อย่างชัดเจน พนักงานเข้าใจมาตรฐานในการทำงาน มีการทราบ ถึงผลการปฏิบัติงานของตนเอง และนำผลการปฏิบัติงานในครั้งก่อนมาเป็นแนวทางในการทำงานครั้งต่อไป

ด้านโครงสร้าง พบว่า ทัศนสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์มีโครงสร้างการทำงานเหมาะสมในการ ปฏิบัติงาน โดยมีการกำหนดสายการบังคับบัญชาในแต่ละภาระหน้าที่อย่างชัดเจน การออกคำสั่งให้ข้าราชการ ปฏิบัติราชการก็เป็นไปตามลำดับชั้น จากผู้อำนวยการส่วน หัวหน้าฝ่าย หัวหน้างาน กระทั่งถึงตัวผู้ปฏิบัติงาน การ กำหนดความรับผิดชอบ ตามคำบรรยายลักษณะงานที่ตนได้รับมอบหมาย หรือแม้แต่การกำหนดตำแหน่งของ ข้าราชการทำต้องปฏิบัติหน้าที่ในการควบคุมผู้ต้องขัง ก็มีการวางโครงสร้างตามพระราชบัญญัติราชทัณฑ์ พ.ศ. 2560 โดยในวันเวลาราชการปกติจะมีผู้บัญชาการเรือนจำเป็นผู้บังคับบัญชา แต่เมื่อหลังจากเวลาราชการ หรือในวันหยุดราชการจะมีพีศดีเวร เป็นผู้บังคับบัญชาแทนผู้บัญชาการเรือนจำ ซึ่งข้าราชการที่ปฏิบัติหน้าที่ใน หน่วยงานดังกล่าว จะรู้ถึงสายการบังคับบัญชาของตน และผู้อื่นเป็นอย่างดี การกำหนดโครงสร้างดังกล่าวนี้ทำให้ ทราบถึงขั้นตอนการดำเนินงาน กฎเกณฑ์ และระเบียบ ข้อบังคับ และการติดต่อสื่อสารตามสายการบังคับบัญชา สอดคล้องกับชิตติกร บุญประคอง (2550) ที่พบว่า การที่องค์การมีการวางโครงสร้างการบริหารงานอย่างมีระบบและ ชัดเจน ทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างคล่องตัว

ด้านความเสี่ยง พบว่า ทัศนสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์มีการสร้างบรรยากาศองค์การด้านความ เสี่ยงในการปฏิบัติงานอยู่หลาย มิติ เช่น การใส่ใจในความปลอดภัยจากการทำงานของข้าราชการ ดังจะเห็นได้ จากการจัดทำแผนเผชิญเหตุ หรือการซ้อมแผนการรับมือสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ข้าราชการสามารถรับมือกับ เหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นภายในเรือนจำ การสร้างความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานใหม่ เช่น การรับมือสถานการณ์โรคระบาดภายนอกเรือนจำ มีการปรับเปลี่ยนระบบคัดกรองจากเดิมที่เคยปฏิบัติอยู่ โดยเพิ่ม จุดคัดกรองด้านนอกประตูทัศนสถาน ฯ เพื่อทำการวัดอุณหภูมิร่างกายของผู้ที่จะเข้าไปภายใน ทั้งข้าราชการและ

ผู้ต้องขังที่มารับการรักษา ซึ่งข้าราชการที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติ สามารถดำเนินการได้อย่างทันที แสดงให้เห็นว่าหน่วยงานมีพร้อมในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานใหม่ สอดคล้องกับ ศศิธร เกตุอำไพ (2552) ที่พบว่าพนักงานมีการรับรู้บรรยากาศองค์การในด้านการเสี่ยงภัยอยู่ในระดับที่ดี เนื่องจากพนักงานมีความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงาน จึงทำให้องค์การสามารถกระตุ้นให้พนักงานกล้าคิดกล้าทำ ในสิ่งใหม่ๆ ต่อองค์การ

ด้านความอบอุ่นและการสนับสนุน ด้วยลักษณะทางกายภาพของทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์นั้นเป็นอาคาร 9 ชั้นและมีทาง เข้า - ออก เพียงทางเดียว ข้าราชการทั้งหมดจึงมีการพบปะกันอย่างสม่ำเสมอ จึงเป็นผลทำให้ข้าราชการรู้สึกถึงความอบอุ่น เมื่อมีปัญหาจากการทำงานก็สามารถได้รับความช่วยเหลือและความร่วมมือจากเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี แตกต่างจากเรือนจำอื่นทั่วไปที่แบ่งเป็นแดน ต่างทำงานภายในพื้นที่ตนเอง ในด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร พบว่า ผู้บริหารให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้มีการเผยแพร่ผลงานดีเด่นของบุคลากรให้ผู้อื่นทราบ เช่น การส่งผลงานทางวิชาการของข้าราชการเข้าประกวด และได้รับรางวัลจากหน่วยงานภายนอก ก็จะมีการเผยแพร่ผ่านทางบอร์ดประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ซึ่งช่วยให้ข้าราชการมีความพึงพอใจและลดความเครียดในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของพิมศิริ ม่วงประเสริฐ (2552) ที่พบว่า เมื่อพนักงานมีความเชื่อใจในการทำงานระหว่างเพื่อนร่วมงาน มีการทำงานเป็นกลุ่มช่วยเหลือซึ่งกันและกัน พนักงานมีสัมพันธภาพที่ดี ย่อมส่งผลถึงการมีบรรยากาศในการทำงานมากขึ้น ผลงานดีขึ้นโดยที่พนักงานไม่เบื่อหน่าย และปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายเป็นอย่างดี

ด้านการให้รางวัลตอบแทน พบว่า ทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์เป็นหน่วยงานราชการ ทำให้ไม่สามารถให้รางวัลตอบแทนแก่ข้าราชการได้เหมือนพนักงานเอกชน เห็นได้จากการที่บ่อยครั้งต้องปฏิบัติงานนอกเวลาเพื่อให้งานสำเร็จ โดยที่ไม่ได้รับค่าตอบแทน แต่ทั้งนี้ข้าราชการในองค์การยอมรับหรือเห็นด้วยกับพฤติกรรมหรือผลการการทำงานที่เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การแม้จะไม่ได้รับรางวัลผลตอบแทนจากการทำงานก็ตาม หรือในเรื่องของการประเมินผลการปฏิบัติราชการ เพื่อเลื่อนขั้นเงินเดือน พบว่า มีข้าราชการบางส่วนไม่เห็นด้วยกับการประเมินผลที่ตนเองได้รับ เนื่องมาจากการที่ทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์มีข้าราชการในสังกัดจำนวนมาก และหลากหลายวิชาชีพ หน้าที่ของแต่ละส่วนงานที่รับผิดชอบก็แตกต่างกัน ทำให้ผู้บังคับบัญชาพิจารณาได้ยากว่าผลการปฏิบัติของข้าราชการรายใดดีกว่า แต่ทั้งนี้ก็มีสวัสดิการที่ได้รับจากทางหน่วยงาน อย่างเช่น ค่าล่วงเวลา เบี้ยเลี้ยงต่าง ๆ หรือการแจกเครื่องแบบปีละ 1 ครั้ง ซึ่งทำให้ลดความไม่พอใจได้บางส่วน สอดคล้องกับพิสมัย สังข์ศรีจันทร์(2553) ที่พบว่า ข้าราชการส่วนใหญ่ทำงานอยู่กับองค์การมาเป็นเวลานานมีความรู้สึกที่ตนเองเป็นเสมือนส่วนหนึ่งขององค์การ พร้อมทั้งจะทุ่มเทให้กับงานที่ได้รับมอบหมาย รวมทั้งปฏิบัติหน้าที่ให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย

ด้านการยอมรับความขัดแย้ง พบว่า ทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์พยายามแก้ไขปัญหาความขัดแย้งให้หมดไป เห็นได้จาก เมื่อมีการขัดแย้งเกิดขึ้นระหว่างผู้ปฏิบัติงานผู้เกี่ยวข้องจะช่วยกันหาทางออกเพื่อให้เป็นที่พอใจของทุกฝ่าย เช่น การแต่งตั้งผู้ตรวจรับอาหารดิบของผู้ต้องขัง ข้าราชการมักปฏิเสธหรือแสดงความไม่พอใจที่ตนได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ตรวจรับเนื่องจากเห็นว่าไม่ใช่หน้าที่รับผิดชอบของตนเอง

ผู้บังคับบัญชาจึงทำการประชุมชี้แจงให้หัวหน้าหน่วยงานทราบถึงแนวทางในการตรวจรับ วิธีการแต่งตั้งกรรมการตรวจรับ และสอบถามความคิดเห็นในการใช้วิธีสรรหากรรมการตรวจรับ ซึ่งจะนำมาเป็นบรรทัดฐานในการแต่งตั้งคราวต่อไป และหลังจากยุติข้อขัดแย้งแล้วบุคลากรในหน่วยงานไม่มีอคติต่อกัน สามารถทำงานร่วมกันได้เป็นอย่างดี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบุคลากรเข้าใจในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล หรือกลุ่มที่แตกต่างกันภายในองค์กร ที่ต้องมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ถือเป็นเรื่องปกติภายในองค์กร และยอมรับในความคิดเห็นที่แตกต่างกัน มีการเผชิญหน้ากับความขัดแย้งเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับนันทิยา กริสุระเดช (2552) พบว่า การปฏิบัติงานร่วมกันอาจเกิดปัญหาความขัดแย้งกันผู้บังคับบัญชาควรรับฟังเหตุผลและรับไปพิจารณา โดยปราศจากอคติและคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์กรเป็นสำคัญ

การพัฒนาตนเองของข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์

ด้านร่างกาย พบว่า ข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ส่วนใหญ่มีการพัฒนาร่างกายอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะการตรวจสุขภาพร่างกายเป็นประจำทุกปี เนื่องจากเป็นหน่วยงานมีทั้งแพทย์และพยาบาลเป็นของตนเอง จึงสามารถดำเนินการได้เอง รวมทั้งการดูแลสุขภาพความสะอาด ทั้งด้านการแต่งกายให้ถูกสุขลักษณะและระเบียบ เพื่อให้เป็น ตัวอย่างที่ดีให้แก่ผู้ต้องขัง หรือข้าราชการอื่นที่ทำงานภายนอกทัณฑสถาน ฯ เช่น ส่วนบริหาร ส่วนสวัสดิการ เมื่อมีปัญหาสุขภาพก็จะไปขอคำปรึกษาจากแพทย์ของทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ กรณีโรคที่ไม่ร้ายแรงและสามารถวินิจฉัยได้ง่าย หากเป็นโรคที่ร้ายแรงหรือจะต้องทำการวินิจฉัยโดยแพทย์เฉพาะทาง แพทย์ก็สามารถแนะนำได้ว่าควรไปรักษาที่ใด แสดงให้เห็นว่า ข้าราชการของทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ มีการรักษาสุขภาพของร่างกายให้แข็งแรง ปราศจากโรคภัย ทำให้ร่างกายสมบูรณ์แข็งแรง เพื่อให้ตนเองมีความพร้อมในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับชิตติกร บุญประคอง (2550) ที่พบว่า พนักงานมีการพัฒนาตนเองทางด้านร่างกายอยู่ในระดับสูง เนื่องจากสุขภาพร่างกายเป็นรากฐานที่สำคัญของชีวิตหากจะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การดูแลสุขภาพเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญ ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน

ด้านสังคม พบว่า ข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ส่วนใหญ่มีการพัฒนาตนเองด้านสังคมอยู่ในระดับสูง เห็นได้จากการถ้อยที่ถ้อยอาศัยพึ่งพาช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี เนื่องจากสภาพแวดล้อมภายในสามารถติดต่อประสานงานกันได้ง่าย และเมื่อเพื่อนร่วมงานมีความทุกข์มักจะคอยให้กำลังใจกัน จึงทำให้ข้าราชการมีความสนิดสนม คุ่นเคยกันดีในหน่วยงาน เมื่อมีการทำงานหรือกิจกรรมต่างๆ ข้าราชการของทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ จะช่วยเหลือซึ่งกัน ทำให้กิจกรรมนั้นก็สำเร็จลุล่วงไปได้ อันส่งผลให้มีความผูกพันและการเจริญก้าวหน้าขององค์กร สอดคล้องกับพิมศิริ ม่วงประเสริฐ (2552) ที่พบว่า การที่พนักงานและเพื่อนร่วมงานมีสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน และสามารถร่วมงานกันได้อย่างดี มีความใกล้ชิด สนิดสนมเป็นกันเอง มีความอบอุ่นเหมือนครอบครัวเมื่อมีสิ่งเหล่านี้ย่อมจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน

ด้านวิชาชีพ พบว่า ข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์มีการพัฒนาตนเองด้านวิชาชีพอยู่ในระดับสูง เห็นได้จากการติดตามการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสมัยใหม่อยู่เสมอ เช่น เมื่อมีการเทคโนโลยีหรือแอปพลิเคชันใหม่ๆที่สามารถนำมาใช้ในการทำงานได้ ก็จะมีการแนะนำให้ผู้อื่นนำไปใช้งาน หรือการนำความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมในหลักสูตรต่างๆ ของหน่วยงานมาปรับใช้เพื่อพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อีกทั้งมีการศึกษาหาความรู้โดยการค้นคว้าหรืออ่านจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ แสดงให้เห็นว่าข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ มีการหาความรู้เพิ่มเติม เสริมสร้างทักษะและเพิ่มพูนชำนาญ เพื่อที่จะนำไปใช้ในการปฏิบัติงานในหน้าที่ สอดคล้องกับศศิธร เกตุอำไพ (2552) ที่พบว่า พนักงานมีการเรียนรู้การทำงานใหม่ๆเกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของตนเอง โดยพนักงานเข้ารับการอบรม และศึกษาข้อมูลจากหนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ สื่อต่างๆ แลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้มีการประสบการณ์ในการทำงาน รวมถึงการปรับปรุงช่องผิดพลาดในการทำงานให้ดีขึ้น

ด้านจิตใจ พบว่า ทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์มักจะมีการจัดกิจกรรมทางด้านศาสนา เช่น การร่วมทำบุญทอดกฐิน ทั้งจากกรมราชทัณฑ์หรือภายในหน่วยงานเองอยู่เสมอ โดยฝ่ายพัฒนาจิตใจของทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ มักจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนาเดือนละ 1 – 2 ครั้ง หรือในบางครั้งก็มีการรวบรวมเงินให้กับผู้ต้องขังที่ปล่อยตัวแต่ไม่มีญาติมารับตัวหรือต้องเดินทางกลับต่างจังหวัด แต่ไม่มีเงินค่าพาหนะในการเดินทาง ซึ่งก็มีบุคลากรให้ความสนใจร่วมอยู่เป็นจำนวนมาก แสดงให้เห็นว่าข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ มีความเข้าใจในตนเอง และแสดงออกในสิ่งที่ดีงาม ทั้งทางด้านศีลธรรม คุณธรรม และค่านิยมส่วนตัวที่ดี สอดคล้องกับพิศมัย สังข์ศรีจันทร์ (2552) ที่พบว่า ข้าราชการส่วนใหญ่ มีความพอใจในสิ่งที่ตัวเองมีอยู่ และรู้จักให้อภัยต่อผู้อื่น

อิทธิพลของบรรยากาศองค์การกับการพัฒนาตนเองของข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ ด้วยผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีเพียงด้านความอบอุ่นและการสนับสนุนและด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน ที่สามารถร่วมอธิบายความแปรผันของระดับการพัฒนาตนเองของข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ได้ ร้อยละ 31.60 และมีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวก ดังนั้นผู้ศึกษาจึงขออภิปรายผล ดังนี้

ด้านความอบอุ่นและการสนับสนุน มีอิทธิพลต่อการพัฒนาตนเองในด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสังคม และด้านวิชาชีพ เนื่องจากบุคลากรมีการรับรู้และสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาหรือทางสังคม ทำให้เกิดการรับรู้ที่ตนได้รับความรัก ความเอาใจใส่ การเห็นคุณค่า และการยอมรับสิ่งต่างๆ เหล่านี้ส่งผลทางบวกต่อสุขภาพกายและสุขภาพใจ ทำให้ข้าราชการสามารถเผชิญกับเหตุการณ์ที่มาคุกคามชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะผลทางจิตใจ พบว่า ข้าราชการของทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ มีอารมณ์ที่มั่นคงต่อเหตุการณ์ที่กำลังเผชิญ และมีแรงจูงใจในการแก้ไขปัญหา ทั้งปัญหาตนเองและปัญหาจากสถานการณ์อื่น ความอบอุ่นและการสนับสนุนจึงเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ทำให้ระดับการพัฒนาตนเองของข้าราชการทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์เพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของสอดคล้องกับ นันทิยา กรีสระเดช (2552) ที่พบว่า บรรยากาศ

องค์การด้านความอบอุ่นและสนับสนุนของข้าราชการสำนักงานประกันสังคมในส่วนกลางมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการพัฒนาตนเอง

ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงาน พบว่ามีอิทธิพลต่อการพัฒนาตนเองในด้านวิชาชีพ ทั้งนี้เนื่องจากข้าราชการ ระบุว่าองค์การหรือหน่วยงานให้ความสำคัญของการปฏิบัติงาน ดังจะเห็นได้จากการกำหนดระดับมาตรฐานการประเมินการปฏิบัติงานที่ชัดเจน เพื่อเป็นแรงส่งเสริมแรงจูงใจด้านความสำเร็จของบุคคลากรในการพัฒนาตนเอง เช่น มาตรฐานด้านบุคลากร ที่ต้องจัดให้มีสถานที่เพื่อการค้นคว้าข้อมูลทางวิชาการ และต้องมีการประเมินผลการฝึกอบรมให้แก่ข้าราชการที่ไปศึกษาดูงานจัดทำรายงานผลการศึกษาดูงาน ดังนั้น การกำหนดมาตรฐานในการปฏิบัติงาน จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์การและการพัฒนาตนเองด้านวิชาชีพอย่างยิ่ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของศศิธร เกตุอำไพ (2552) ที่พบว่า การรับรู้บรรยากาศขององค์การด้านมาตรฐานการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการพัฒนาตนเองด้านงาน

ในขณะที่ผลการทดสอบอิทธิพลของ บรรยากาศขององค์การด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านโครงสร้างด้านการให้รางวัลตอบแทน ด้านความเป็นอิสระ ด้านการยอมรับความขัดแย้ง และด้านความเสี่ยง พบว่า ไม่มีอำนาจในการอธิบายหรือพยากรณ์การพัฒนาตนเองของข้าราชการที่ทัศนสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ได้ เนื่องจากบรรยากาศขององค์การที่กล่าวมาข้างต้น ล้วนเป็นสภาพแวดล้อมภายในองค์การและมีอิทธิพลต่อข้าราชการโดยตรง ที่ข้าราชการรับรู้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งบรรยากาศขององค์การ ไม่ว่าจะเป็นส่วนโครงสร้างการทำงานของทัศนสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ ที่ถูกกำหนดขึ้นตามพระราชบัญญัติราชทัณฑ์ พ.ศ. 2560 ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาศิทธิกร บุญประคอง (2550) ที่พบว่าหากองค์การมีการวางโครงสร้างการบริหารงานอย่างมีระบบ และมีความเหมาะสม มีการจัดทำแผนงานปฏิบัติงานตลอดจนกำหนดสายบังคับบัญชา เหล่านี้จะทำให้พนักงานมีความทุ่มเทในการปฏิบัติงานและการพัฒนาตนเองของพนักงาน การให้รางวัลตอบแทนที่มีระเบียบในการจ่ายค่าตอบแทน แม้การปฏิบัติงานบางครั้ง มีความจำเป็นที่จะต้องทำต่อเนื่องให้สำเร็จภายในทันที เช่น งานผ่าตัดที่จะต้องทำการผ่าตัด และตรวจดูอาการของผู้ป่วยให้เรียบร้อย ถึงจะล่วงเลยเวลาการทำงานแล้วก็ตาม แต่ด้วยการมีสวัสดิการอื่นๆ ทดแทน เช่นการ เบิกค่ารักษาพยาบาลของตนเอง บิดา มารดา บุตร และค่าเล่าเรียนบุตร ฯลฯ ก็เป็นส่วนช่วยสร้างบรรยากาศการทำงานแก่ข้าราชการทุกคนได้โดยเท่าเทียมกัน สอดคล้องกับพิศมัย สังข์ศรีจันทร์ (2553) ที่พบว่ารางวัลและผลตอบแทนไม่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเอง เนื่องมาจากการได้รับรางวัลและผลตอบแทนเป็นสิ่งกระตุ้นความสนใจในการปฏิบัติงาน แต่ถ้าได้รับผลตอบแทนที่ไม่เหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบ ความรู้ความสามารถ ของผู้ปฏิบัติงาน จึงทำให้ไม่อยากพัฒนาตนเอง

ด้านความเป็นอิสระ พบว่า ทัศนสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์มีการเปิดโอกาสให้ข้าราชการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนำนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงาน หรือสามารถใช้วิจารณญาณของตน กำหนดขั้นตอนและเลือกวิธีปฏิบัติงาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐพัชร พานทอง (2555) ที่พบว่าความเป็นอิสระในการทำงานมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองระดับปานกลาง ($r = 425$) รวมทั้งพื้นฐานของบรรยากาศองค์การที่มีความสนับสนุน คำนึง และเอื้ออาทรต่อกันและกันเป็นอย่างดี จึงทำให้ การบริหารงานในทัศนสถาน

โรงพยาบาลราชทัณฑ์ไม่มีความขัดแย้งและความเสี่ยงในการทำงาน สิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ จึงไม่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาตนเองของข้าราชการทัณฑ์สถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ ดังเช่น ด้านความอบอุ่นและการสนับสนุน และด้านมาตรฐานการปฏิบัติงานดังที่ได้กล่าวไปแล้ว

ข้อเสนอแนะ

บรรยากาศองค์การ

ด้านโครงสร้าง ควรเพิ่มโครงสร้างการทำงานให้มีความยืดหยุ่นและมีความคล่องตัวในการปฏิบัติงานมากขึ้นและเปิดโอกาสให้ข้าราชการมีส่วนร่วมวางแผนงานที่ตนเองรับผิดชอบ รวมทั้งมีการกำหนดเป้าหมายแนวทางในการปฏิบัติงาน

ด้านการให้รางวัลตอบแทน ควรพิจารณาการประเมินผลการปฏิบัติราชการ ของผู้ปฏิบัติหน้าที่ตามความสามารถ และรวมไปถึงการจ่ายค่าตอบแทนจากการที่ปฏิบัติหน้าที่นอกเวลา

ด้านความเป็นอิสระ ควรเปิดโอกาสให้ข้าราชการสามารถได้แจ้งในการทำงานมากขึ้น และสนับสนุนให้มีการนำวิธีการทำงานใหม่ ๆ มาทดลองใช้ในการปฏิบัติงาน

ด้านความอบอุ่นและการสนับสนุน ควรสนับสนุนให้ข้าราชการมีโอกาสได้รับการฝึกอบรมที่หลากหลายและทั่วถึงมากขึ้น เพื่อเพิ่มพูนความรู้และความสามารถในการปฏิบัติงาน

ด้านการยอมรับความขัดแย้ง ผู้บังคับบัญชาควรเปิดโอกาสให้ข้าราชการแสดงความคิดเห็นต่อกรณีความขัดแย้งต่างๆ ที่เกิดขึ้นและนำไปพิจารณา โดยคำนึงถึงประโยชน์ที่องค์กรจะได้รับ

ด้านมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ควรมีการปรับปรุงมาตรฐานการทำงานให้ชัดเจนและสามารถนำไปปฏิบัติจริงได้ เพื่อให้ข้าราชการสามารถนำไปปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ซึ่งจะทำให้ประสิทธิภาพและพัฒนาการทำงานให้ดีขึ้น

ด้านความเสียง ควรมีการตรวจสอบระบบเตือนภัยที่มีอยู่ให้ เป็นประจำสม่ำเสมอ เพื่อช่วยให้ข้าราชการเกิดความรู้สึกมั่นใจในสถานที่ และอุปกรณ์ในการทำงาน ทำให้เกิดความตั้งใจในการทำงาน และคลายความวิตกกังวล

การพัฒนาตนเอง

ด้านร่างกาย พบว่า การออกกำลังกายเป็นประจำอย่างน้อย 5 ครั้งต่อสัปดาห์ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด จึงควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาทางด้านร่างกายโดยการจัดการแข่งขันกีฬาภายในหน่วยงาน หรือจัดสถานที่ให้มีการออกกำลังกายและสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์สำหรับออกกำลังกายแก่เจ้าหน้าที่

ด้านจิตใจ ในประเด็นนั่งสมาธิเพื่อให้จิตใจสงบมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด จึงควรมีการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการนั่งสมาธิเพื่อสงบจิตใจ หรือการจัดกิจกรรมไหว้พระ สวดมนต์ให้กับเจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ หรือให้หยุดงานเพื่อไปถือศีล เพื่อพัฒนาจิตใจได้ โดยไม่ถือเป็นวันลา

ด้านสังคม พบว่า ในประเด็นการเล่นกีฬาและสังสรรค์กับเพื่อนร่วมงานมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดและการร่วมกิจกรรมที่หน่วยงานจัดขึ้นอยู่เสมอ ของข้าราชการที่สถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์เป็นลำดับถัดมา จึงควรจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ด้วยกัน

ด้านวิชาชีพ พบว่า ในประเด็นการหาโอกาสในการเข้ารับการศึกษาใน หลักสูตรต่าง ๆ ของหน่วยงาน แม้ว่าจะไม่มี ผลต่อการเลื่อนตำแหน่ง มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด จึงควรมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นทุนการศึกษาให้แก่ข้าราชการ เพื่อนำไปศึกษาเพิ่มพูนความรู้และนำไปพัฒนาการทำงาน

เอกสารอ้างอิง

- จารุณี ผลพิทักษ์. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้บรรยากาศองค์การกับการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ขององค์การบริหารส่วนตำบลคลองห้า จังหวัดปทุมธานี. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.
- ชิตกร บุญประคอง. (2550). การรับรู้บรรยากาศองค์การกับความทุ่มเทในการปฏิบัติงานและการพัฒนาตนเองศึกษากรณีเฉพาะพนักงานบริษัท อิงเกรส ออโต้ เวนเจอร์ จำกัด. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ณัฐพัชร พานทอง. (2555). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง). (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- นันทิยา กริสุระเดช. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศองค์การกับการพัฒนาตนเองของข้าราชการสำนักงานประกันสังคมในส่วนกลางกระทรวงแรงงาน. (การศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พิศมัย สังศรีจันทร์. (2553). ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อบรรยากาศองค์การกับการพัฒนาตนเองของข้าราชการสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (การศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พิมศิริ ม่วงประเสริฐ. (2552). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองของพนักงานบริษัท กรีน สปอต จำกัด. (การศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศศิธร เกตุอำไพ. (2552). การรับรู้บรรยากาศองค์การและการพัฒนาตนเองของพนักงานระดับปฏิบัติการบริษัท อมรินทร์บุ๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด. (การศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุนีพร เปรมศรี. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันในงานการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพและบรรยากาศองค์การที่มีผลต่อการพัฒนาตนเองของพยาบาลสถาบันจิตเวชศาสตร์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุภาวดี กองแก้ว.(2544). การพัฒนาตนเองของพนักงาน บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขา
ในเขต 33. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

Charles, E. W. (1979). Management development through training. Massachusetts: Addison – Wesley.

Dubrin, A. (1984). Foundations of organizational behavior. New Jersey: Prentice – Hall.

Harbison, F., & Myers, C. (1964). Education manpower of human resource. New York: McGraw - Hill.

Kelly, J. (1980). **Organizational behavior**. Illinois: Richard D. Irwin.

Litwin, G., & Stringer, R. (1968). Motivation and organization climate. Massachusetts: Harvard University.

Stringer, R. (2002). **Leadership and organizational climate**. New Jersey: Prentice-Hall.

Steers, R., & Porter, L. (1979). **Motivation and work behavior**. (5th ed.). New York: McGraw – Hill.

การตัดสินใจใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียของประชากรใน
จังหวัดสงขลา

Consumer Decision Making on Using Tourism Service for Traveling to Malaysia of People in
Songkhla Province

อนุชา มะสมัน¹ เสฏฐวุฒิ บุญวิสูตร² เอกชน ชูประสูติ³ และ วรณภรณ์ บริพันธ์⁴

Anicha Masaman Sattawut Bunwisoot Eakgachon Chuprasut and Wannaporn Boripunt

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียของประชากรในจังหวัดสงขลา ทำการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 430 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps)ด้านบุคคลอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับมาก เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps)ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว โดยพิจารณารายด้าน เรียงจากความสัมพันธ์มากไปน้อย ได้แก่ กระบวนการผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด และราคา

คำสำคัญ : การตัดสินใจ, ธุรกิจนำเที่ยว, ส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

This research was aimed to study consumer decision making on using tourism service for traveling to Malaysia of people in Songkhla province and to study the factors of marketing mix

¹⁻³นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการและการจัดการ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

²อาจารย์ประจำ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการและการจัดการ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

(7Ps) that affect consumer decision making on using tourism service. Data were collected by 430 questionnaires and analyzed by using frequency, percentage, mean, and standard deviation. Multiple regression analysis was used for hypothesis testing at 0.05 significant level. The results of the research revealed that the majority of the sample were female, aged 20-30 years and single. Most of them were student, studying in bachelor's degree and earning less than 10,000 baht per month. The level of 7Ps marketing mix in people aspect was at highest level and the others were at high level. Considering each aspect, it was shown that physical evidence, place, process, product, price, and promotion were sorted by the descending of means respectively. The result of hypothesis testing shown that process, product, promotion, and price effect consumer decision making on using tourism service for traveling to Malaysia respectively.

Keywords : Decision making, Tourism Service, Marketing Mix (7Ps)

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก ตลาดการท่องเที่ยวทั่วโลกในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาเติบโตเพิ่มขึ้นกว่า 41.9% องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) หนึ่งในหน่วยงานภายใต้องค์การสหประชาชาติเผยว่า ภาพรวมการท่องเที่ยวโลกในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2562 เพิ่มขึ้น 4% (ณรงค์กร มโนจันทร์เพ็ญ, 2562) สำหรับประเทศไทย อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสร้างรายได้มูลค่ามหาศาลให้กับประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง พบว่า ในปี 2562 นี้ มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยประมาณ 39 ล้านคน เพิ่มขึ้น 2-4 % ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังคงเป็นฟันเฟืองสำคัญในการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย แต่ในทางกลับกัน จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเองก็มีจำนวนที่เพิ่มขึ้นมากขึ้นเช่นกัน การเดินทางของนักท่องเที่ยวไทยไปต่างประเทศในปี 2562 จะยังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง คาดว่า จะมีคนไทยไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ประมาณ 10.55 – 10.75 ล้านคน (Best Living Taste, 2562)

มาเลเซียเป็นหนึ่งในประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทางท่องเที่ยว โดยกระทรวงการท่องเที่ยวศิลปะและวัฒนธรรมของมาเลเซียเปิดเผยสถิติการท่องเที่ยว ในปี 2561 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวมาเลเซียมากเป็นอันดับที่ 4 มีจำนวน 1.9 ล้านคน (ดุสิตา วรชาติเดชชัย, 2562) โดยเหตุผลที่นักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวที่มาเลเซียเป็นจำนวนมาก นอกเหนือจากเหตุผลในเรื่องระยะเวลาในการเดินทาง ก็อาจจะเป็นเพราะมาเลเซียเป็นประเทศที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีธรรมชาติที่สวยงาม มีกิจกรรมและแหล่งช้อปปิ้งมากมาย รวมถึงมีวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ที่โดดเด่นหลากหลายเชื้อชาติทั้งมาเลย์ จีน และอินเดีย นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวมาเลเซียส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในภาคใต้ เนื่องจากไทยและมาเลเซียมีพรมแดนติดกัน ทำให้การ

เดินทางสะดวกรวดเร็ว โดยมีการข้ามพรมแดนโดยทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางน้ำ และทางอากาศ ส่วนใหญ่ จะเดินทางโดยทางรถยนต์ โดยผ่านด่านทางจังหวัด ได้แก่ จังหวัดสงขลา จังหวัดนราธิวาส จังหวัดยะลา และจังหวัดสตูล และในการท่องเที่ยวที่เน้นนิยมไปเที่ยวโดยการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวหรือเดินทางท่องเที่ยว ด้วยตนเอง โดยส่วนใหญ่ผู้ที่เลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเพราะสะดวกในการท่องเที่ยว บริการครอบคลุม ทั้งการนำเที่ยว ที่พัก อาหารการกิน และจัดหาสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียของประชากรในจังหวัดสงขลา เพื่อต้องการทราบความสำคัญของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งจะเป็นโยบายขึ้นต่อผู้ประกอบการ ให้บริการธุรกิจนำเที่ยวในการทำความเข้าใจกลุ่มผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น และสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการ พัฒนาปรับปรุงรูปแบบการให้บริการและพัฒนากลยุทธ์ใหม่ ๆ ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม มุ่งเน้นการให้บริการที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อันจะก่อให้เกิดความสำเร็จในการ ประกอบการและส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวมต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นัฐชัย เสงไพจิตร (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อแพคเกจการเดินทางไป ท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวม ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 20-30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีความสำคัญมากที่สุด คือบุคลากรผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดคือภูมิประเทศของเกาหลีใต้ ผลการ ทดสอบสมมติฐานมีดังนี้ 1.ด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวมีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อ 2.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทุกด้าน (7Ps) ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่อง ทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการในการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทาง กายภาพ มีความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ 3.ปัจจัยทางการท่องเที่ยวภูมิประเทศภูมิอากาศอัตรา แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและการประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ

พัชชา ตีระดิเรก (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัททัวร์ นำ ท่องเที่ยวของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 410 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะเลือกใช้บริการ บริษัททัวร์นำเที่ยว ไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะเดินทางเฉลี่ยปีละ 1 ครั้ง งบประมาณที่ใช้จ่ายในการ ท่องเที่ยวต่อครั้งอยู่ที่ 20,001- 30,000 บาท โดยบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ จากบริษัททัวร์คือ พ่อ/แม่ ซึ่งระยะเวลาในการท่องเที่ยวอยู่ที่ 3วัน2คืน ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวกับ

ครอบครัว และมีการรับรู้ข่าวสารผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ (Social Media) มากที่สุด และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัททัวร์นำเที่ยวของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบไปด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยความหลากหลายของโปรแกรมการท่องเที่ยว ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัททัวร์นำเที่ยวมากที่สุด ปัจจัยที่สอง คือ ปัจจัยด้านราคาและช่องทางการสื่อสาร โดยการตัดสินใจใช้บริการกับบริษัททัวร์นำเที่ยวของประชากรส่วนใหญ่ มักจะเลือกใช้เพราะความคุ้มค่าระหว่างราคาและคุณภาพการบริการที่ได้รับ ปัจจัยสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ซึ่งการวางระบบดำเนินการที่ดี จะช่วยทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นและประทับใจในควมมีมาตรฐานของธุรกิจและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้แก่องค์กร

สุดหทัย ก้องมณีรัตน์ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทัวร์ประเทศเกาหลีของนักท่องเที่ยวชาวไทย และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทัวร์ประเทศเกาหลีของ นักท่องเที่ยวชาวไทย โดยผู้ทำวิจัยมีความสนใจที่จะเก็บข้อมูลแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่จะซื้อทัวร์ไปประเทศเกาหลีในราคามากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป โดยในรายละเอียดนั้นผู้ทำการวิจัย อยากรหาถึงความต้องการซึ่งน่าจะแตกต่างกันของผู้บริโภค 2 กลุ่ม คือกลุ่มที่ซื้อทัวร์ ในราคาปานกลางในงานวิจัยนี้คือราคา 20,001-30,000 บาท กับกลุ่มที่ต้องการซื้อทัวร์ในราคาสูง คือราคามากกว่า 30,001 บาท ซึ่งประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ประชากรทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่เคยไปทัวร์ประเทศเกาหลีมาแล้ว ซึ่งได้เก็บแบบสอบถามจำนวน 1,200 คน ผลการศึกษพบว่ากลุ่มที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 85.6 เพศชายร้อยละ 14.4 อายุเฉลี่ยมากที่สุด 26-35 ปี จำนวนร้อยละ 53.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรีร้อยละ 81 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 34.9 รายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาท และมีสถานภาพสมรสร้อยละ 86.6 ซึ่งปัจจัยอันดับต้นที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทัวร์ประเทศเกาหลีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกซื้อราคาแพคเกจทัวร์ราคา 20,001-30,000บาท คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายโดยการผ่อนชำระกับบัตรเครดิต การตามรอยซีรี่หรือดาราหนังร้อง และปัจจัยทางด้านราคา

พิศมัย จตุรัตน์ (2546) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 385 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่อายุต่ำกว่า 31 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 19,999 บาท นักท่องเที่ยวประทับใจสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้มากที่สุด ส่วนใหญ่รู้จักธุรกิจนำเที่ยวผ่านนิตยสาร จำนวนครั้งที่ใช้บริการของทัวร์นำเที่ยวส่วนใหญ่ 2 ครั้ง/ปี ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประมาณ 5 วัน/ครั้ง และค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่คือ 3,001-6,000 บาท สถานภาพสมรส อายุระดับการศึกษาสูงสุดอาชีพและรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวและปัจจัยทางการ

ตลาดของธุรกิจนำเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐาน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียของประชากรในจังหวัดสงขลา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจการเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียของประชากรในจังหวัดสงขลา

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียของประชากรในจังหวัดสงขลา

แนวคิดทฤษฎี

บุษกร คำคง (2542) อ้างถึงใน เพ็ญประภา ทาใจและไกรชิต สุตะเมือง (2556 : 8) กล่าวว่า การตัดสินใจต้องใช้ข้อมูลพื้นฐานจากเรื่องที่กำลังพิจารณา โดยใช้ความรู้พื้นฐานและข้อสรุปที่เป็นที่ยอมรับนำมาผสมผสานกับการสรุปอ้างอิง เพื่อนำไปสู่เป้าหมาย แสดงทิศทางการไปสู่การตัดสินใจ

การตัดสินใจถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญที่คนเราทุกคนจะต้องเผชิญ และปฏิบัติอยู่เป็นประจำ เนื่องจากการตัดสินใจจะทำให้คนเราเลือก และได้สิ่งต่าง ๆ ที่คิดว่าเหมาะสมกับตนเองมากที่สุด การตัดสินใจหมายถึงการลดตัวเลือกให้เหลือตัวเลือกเดียว เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ตามกระบวนการและนำไปสู่การตัดสินใจ

สำหรับการศึกษานี้การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย หมายถึงการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการทัวร์ที่มีตัวเลือกหลายบริษัท และลดตัวเลือกให้เหลือบริษัทเดียว ซึ่งมีปัจจัยและกระบวนการต่าง ๆ ในการดำเนินงานของแต่ละบริษัทที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทัวร์นำเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ศุภร เสรีรัตน์ ปณิศา มีจินดา อรทัย เลิศวรรณวิทย์ ปริญญ์ ลักษิตานนท์ องอาจ ปทะวานิช จิระวัฒน์และอนุชานนท์ (2552 : 80-81) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดหมายถึงตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่สร้างความพึงพอใจกับลูกค้า สิ่งที่เป็นทางกายภาพ ด้านราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินตราที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการนั้น ๆ อย่างคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) หมายถึง ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและ/หรือบริการรวมถึงวิธีการที่จะนำสินค้าและ/หรือบริการนั้น ๆ ไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ทันต่อความต้องการ ด้านการส่งเสริม

การตลาด (Promotion) หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด เพื่อสร้างความสนใจ ความคิด ความรู้สึก ความต้องการ และความพึงพอใจ ในสินค้าและ/หรือบริการ ด้านบุคคล (People) หมายถึง บุคคลต่าง ๆ ที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กรต่าง ๆ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งที่ถูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้สินค้าและ/หรือบริการขององค์กร เป็นการสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่น และมีคุณภาพ ด้านกระบวนการ(Process) หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว

ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของงานวิจัยนี้คือ การนำตัวแปรต่าง ๆ ของส่วนประสมทางการตลาดมาปรับใช้ในการบริการทัวร์นำเที่ยวของผู้ประกอบการเพื่อที่จะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการทัวร์นำเที่ยวในการท่องเที่ยว และสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักโปรแกรมทัวร์นำเที่ยว เป็นต้น ด้านราคา (Price) หมายถึง การมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ คู่แข่งกับจำนวนเงินที่เสียไป ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ช่องทางในการจองหรือซื้อทัวร์ที่หลากหลาย เช่น ทางโทรศัพท์หรือทางออนไลน์ หรือสอบถามจากพนักงานของบริษัทได้โดยตรง ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การเพิ่มยอดขาย โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ เช่น การลดราคาพิเศษ จัดโปรโมชั่นตามเทศกาลต่าง ๆ ด้านบุคคล (People) หมายถึง บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจนำเที่ยวเพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่ตัวธุรกิจ ได้แก่ ไกด์ คนขับรถ พนักงานแอดมินให้ข้อมูล พนักงานต้อนรับ ผู้บริหาร เป็นต้น ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง การแต่งกายของพนักงาน การออกแบบเว็บไซต์ที่น่าสนใจ รถที่ให้บริการมีความสะอาดสบาย ทันสมัย โรงแรมที่พักมีความสบาย ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนต่าง ๆ ในการดำเนินการ เช่น ขั้นตอนในการจองมีความรวดเร็ว การให้ข้อมูลรวดเร็ว ขั้นตอนในการชำระเงินมีความสะดวก มีการอัปเดตข่าวสารต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรการวิจัยคือ ประชากรในจังหวัดสงขลาในปี 2562 จำนวน 1,435,968 คน (วิกิพีเดีย, 2562) กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยตารางสำเร็จรูปของ ทาโร่ ยามาเน่(Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ผู้วิจัยยอมรับได้ เท่ากับ 5 % ได้จำนวนตัวอย่าง 400 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูลทางผู้วิจัยเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็น 430 คน เลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

วิธีการเก็บและการวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ โดยในแต่ละปัจจัยใช้ข้อคำถาม 5 ข้อ และ 3) การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ใช้ข้อคำถาม 3 ข้อ สำหรับส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Five-Point Likert Scales) ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พบว่าทุกข้อคำถามมีค่าดัชนีความเที่ยงตรง (Index of Item-Objective Congruence : IOC) มากกว่า 0.67 และตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) พบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของตัวแปรมีค่า 0.71-0.91

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา บรรยายลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าสถิติความถี่ ร้อยละ อธิบายความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด(7Ps)และการตัดสินใจการเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้วยการใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.6 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.4 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 57.7 มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.6 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 44.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.6

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps)

ผลการศึกษารายปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.23 ด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับมาก เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.18 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.14 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.11 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.06 ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.04

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด(7Ps)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล	ลำดับ
บุคคล	4.23	0.70	มากที่สุด	1
ลักษณะทางกายภาพ	4.18	0.74	มาก	2
ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.14	0.72	มาก	3
กระบวนการ	4.11	0.82	มาก	4
ผลิตภัณฑ์	4.06	0.75	มาก	5
ราคา	4.04	0.78	มาก	6
ส่งเสริมการตลาด	4.04	0.80	มาก	7

ผลการศึกษาคัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.01 ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
การตัดสินใจ	4.01	0.85	มาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียของประชากรในจังหวัดสงขลา พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด และกระบวนการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย โดยพบว่าปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการมีบทบาทมากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.377 รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.181 ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.151 และด้านราคามีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.142 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัย	t	Sig.
ผลิตภัณฑ์	0.181	3.623	0.000*
ราคา	0.142	2.464	0.014*
ช่องทางการจัดจำหน่าย	-0.105	-1.925	0.055
การส่งเสริมการตลาด	0.151	2.718	0.007*
บุคคล	-0.012	-0.246	0.806
ลักษณะทางกายภาพ	0.063	1.031	0.303
กระบวนการ	0.377	6.980	0.000*

$R^2 = 0.592$

* Significant at 0.05 level

บทสรุป

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษานี้ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียของประชากรในจังหวัดสงขลา ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียของประชากรในจังหวัดสงขลามากที่สุดคือด้านกระบวนการในการให้บริการ แสดงให้เห็นว่าในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวนั้นนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับกระบวนการในการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยว ทั้งในเรื่องขั้นตอนในการตอบข้อคำถาม การจองทัวร์ รวมถึงขั้นตอนในการชำระเงินที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นัฐชัย เสงไพจิตร (2561) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อแพคเกจการเดินทางไปเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อแพคเกจการเดินทางไปเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พัดชา ตีระดิเรก (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัททัวร์นำเที่ยวของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัททัวร์นำเที่ยวของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียของประชากรในจังหวัดสงขลาสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุธหทัย ก้องมณีรัตน์ (2559) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทัวร์ประเทศเกาหลีของ

นักท่องเที่ยวชาวไทย โดยพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ การจัดโรงแรมใกล้แหล่งช้อปปิ้ง มีผลต่อการการตัดสินใจซื้อทัวร์ประเทศเกาหลีของนักท่องเที่ยวชาวไทย และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พัชรา ตีระดิเรก (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัททัวร์นำเที่ยวของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยการจัดโปรแกรมทัวร์ให้มีสถานที่ที่น่าสนใจ การเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้าโดยจัดโรงแรมที่พักให้อยู่ใกล้แหล่งช้อปปิ้งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวในการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ชื่นชอบการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก หรือของฝากต่าง ๆ

ถัดมาคือปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุธนัทย์ ก่องมณีรัตน์ (2559) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทัวร์ประเทศเกาหลีของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด การลดราคา การผ่อนชำระค่าทัวร์ มีผลต่อการการตัดสินใจซื้อทัวร์ประเทศเกาหลีของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยการจัดกิจกรรมในการส่งเสริมการตลาด ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงการจัดให้มีส่วนลด ของสมมนาคุณ ต่างก็มีส่วนกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียของประชากรในจังหวัดสงขลานั้น้อยที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นัฐชัย เสงไพจิตร (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อแพคเกจการเดินทางไปเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แม้ว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ผู้บริโภคจะคำนึงถึงความสะดวกสบาย และคุณภาพของบริการที่ได้รับ แต่ราคาก็ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ โดยมักคำนึงถึงความคุ้มค่าจากรับบริการที่ได้รับในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเมื่อเทียบกับจำนวนเงินที่เสียไป

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการเพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวยังจุดหมายปลายทางที่ต้องการ โดยผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับกระบวนการในการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินการเกี่ยวกับการตอบข้อซักถามด้วยความรวดเร็ว โดยจัดให้มีช่องทางในการซักถามข้อสงสัยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น แอปพลิเคชันไลน์ หรือเฟซบุ๊ก สำหรับการจองทัวร์หรือชำระเงิน ผู้ประกอบการควรจัดให้มีการจองและชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็ว โดยผู้บริโภคสามารถดำเนินการได้ในช่วงเวลาใดก็ได้ด้วยตนเอง สำหรับด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรจัดโปรแกรมทัวร์ให้มีรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันไปของกลุ่มลูกค้า เช่น

กลุ่มลูกค้าที่เน้นการช้อปปิ้ง กลุ่มลูกค้าที่เน้นคุณภาพของอาหารและที่พัก หรือกลุ่มลูกค้าที่เน้นสถานที่ท่องเที่ยว

สำหรับด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรกำหนดราคาแพคเกจทัวร์ให้มีความหลากหลาย คำนึงถึงความคุ้มค่า การจัดให้มีโปรโมชั่นทั้งการลดราคา แจกสิ่งของ หรือการให้ส่วนลดแบบแถม เช่น ซื้อทัวร์ 4 คนแต่จ่ายเพียง 3 คน ยังคงเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้การใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นการเพิ่มการรับรู้ของกลุ่มลูกค้า รวมถึงการบอกต่อผ่านการโพสต์ภาพภายหลังจากการใช้บริการของกลุ่มลูกค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ จะช่วยเพิ่มการรับรู้และอาจนำไปสู่การตัดสินใจใช้บริการต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ณรงค์กร มโนจันทร์เพ็ญ. องค์การการท่องเที่ยวโลก เผยท่องเที่ยวครึ่งปี 2019 เพิ่ม 4%.

(15 พฤศจิกายน 2562) สืบค้นจาก <https://thestandard.co/world-tourism-first-half-2019/>

ดุสิตา วรชาติเดชชัย. **ท่องเที่ยวมาเลเซีย เสน่ห์ที่หลากหลาย.** (29 สิงหาคม 2563)

สืบค้นจาก https://www.posttoday.com/aec/news/584894?fbclid=IwAR3IIM1wSjuZnxZUUP1LqxTmuw-zsCrEjC8Y_WBD1PHPvs-5ZnahLmm_e4.

นัฐชัย เสงข์ไพจิตร. (2561). **ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อแพคเกจการเดินทางไปเที่ยว**

ประเทศเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพฯ.

พัชชา ตีระดิเรก. (2559). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัททัวร์นำเที่ยวของประชากร**

ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

พิศมัย จัตุรัตน์. (2546). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว**

ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.

เพ็ญประภา ทาใจ. (2556). **ปัจจัยการตลาดเชิงบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยว ของ**

ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล. (15 พฤศจิกายน 2562). สืบค้นจาก

<http://www.thaiejournal.com/journal/2556volumes4/31.pdf>.

วิกิพีเดีย. **จังหวัดสงขลา.** (15 พฤศจิกายน 2562) สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/จังหวัดสงขลา>

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ศุภร เสรีรัตน์ ปณิศา มีจินดา อรทัย เลิศวรรณวิทย์ ปริญ ลักษิตานนท์ องอาจ ปทะวา

นิช จิระวัฒน์และอนุชานนท์. (2552). **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

สุดหทัย ก้องมณีรัตน์. (2559). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทัวร์ประเทศเกาหลีของนักท่องเที่ยว**

ชาวไทย. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

อัฒมณี อุดมศิริพันธุ์. (2559). **ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อแพคเกจทัวร์ต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, นครปฐม.

Best Living Taste. **คนไทยเที่ยวนอก ปี 62แตะ 10.75 ล้านคน สูงสุดในรอบ 6 ปี ญี่ปุ่นยังคงแชมป์**. (29 สิงหาคม 2563) สืบค้นจาก <https://today.line.me/th/v2/article/>

กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของคณะราษฎร 2563: ศึกษาในช่วง
ภาวะวิกฤตทางการเมือง พ.ศ. 2563
Political Communication Process of The Khanaraj 2563 B.E.
: A Study of the 2563 B.E. Political Crisis

อนุชิต นราวัลย์กุล¹
Anuchit ararwalaikul
ดร.วิโชติ วันโน²
Dr.Wichot Wannu

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบททางการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อสื่อสารทางการเมืองของคณะราษฎร พ.ศ. 2563 และเพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารทางการเมืองของคณะราษฎรในช่วงภาวะวิกฤตทางการเมือง พ.ศ. 2563 โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการวิจัยเอกสาร

ผลการวิจัยพบว่า

1. บริบททางการเมืองในช่วงปี 2563 ศาลรัฐธรรมนูญ ได้มีมติยุบพรรคอนาคตใหม่ กลุ่มนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั่วประเทศจึงรวมตัวกันที่สถาบันจัด "แฟลชม็อบ" เพื่อแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ในการคัดค้านการยุบพรรคอนาคตใหม่ หลังการแพร่ระบาดของ covid19 กลุ่มนักเรียน นักศึกษาประชาชน ได้รวมตัวกันในนาม "คณะราษฎร 2563" เคลื่อนไหวต่อต้านรัฐบาลจนถึงปัจจุบัน

2. กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของคณะราษฎร 2563 ในฐานะผู้ส่งสารมีทัศนคติยึดมั่นตามแนวทางประชาธิปไตยส่วนเนื้อหาของสารคือข้อเสนอหลักสามประการ ได้แก่ 1. นายกรัฐมนตรีและองคาพยพลาออก 2. แก้ไขรัฐธรรมนูญ และ 3. ปฏิรูปสถาบันพระมหากษัตริย์ให้อยู่ภายใต้รัฐธรรมนูญ ส่วนช่องทางในการสื่อสารได้มีการใช้สื่อใหม่ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ และเริ่มมีการใช้ Telegram ในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ และรวดเร็ว จนฝ่ายเจ้าหน้าที่ของรัฐ

¹ นักศึกษาปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการเมือง วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก

² อาจารย์ประจำหลักสูตรดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการเมือง วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก

ไม่สามารถเท่าทันกลุ่มผู้ชุมนุม ส่วนผู้รับสาร คือกลุ่มเยาวชนและประชาชนที่มีอุดมการณ์ประชาธิปไตยโดยมีรัฐบาลและเจ้าหน้าที่รัฐ เป็นผู้รับสารฝ่ายตรงข้าม

คำสำคัญ : การสื่อสารทางการเมือง, คณะราษฎร 2563, สื่อใหม่, แพลตฟอร์ม

Abstract

This article was written to study the political communication context that affected the political communication processes utilized by the Khanaraj 2563 B.E. movement and to study the political communication processes utilized by the the Khanaraj 2563 B.E. movement during the 2563 B.E. political crisis. This is a qualitative study that acquired data by way of in-depth interviews of key informants and documentary analysis.

The results indicate as follow:

1. The political context in 2563 B.E. is characterized by the Constitutional Court's ruling to dissolve the Future Forward Party which led to a series of social upheavals against the ruling administration. As a result of the court ruling, students from multiple universities organized "flash mobs" to oppose the dissolution of the Future Forward Party. After the height of the Covid-19 pandemic, the students and citizens united under the "Khanaraj 2563 B.E." banner and continues to demonstrate against the ruling administration till this day.

2. The political communication process utilized by Khanaraj 2563 B.E. can be described as follow. As the sender, the Khanaraj 2563 B.E. movement is firm in its democratic principles and in terms of their messages, the movement made the following demands to the government: 1) the Prime Minister and his group must resign, 2) amend the constitution, 3) reform the monarchy such that it operates under the constitution. Khanaraj 2563 B.E. made effective use of new media such as Facebook, Line and Twitter, along with the increasingly widespread use of the Telegram application. The Telegram application and other tools used by the Khanaraj 2563 B.E. allow them to communicate quickly and effectively such that the government could not keep up with the movement. Khanaraj 2563 B.E.'s target audiences are the youth, democratically inclined constituents, the government and civil servants.

Key Words: Political Communication, Khanaraj 2563 B.E., New Media, Flash Mobs

บทนำ

เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2563 ศาลรัฐธรรมนูญมีมติให้ยุบพรรคอนาคตใหม่เนื่องจากเห็นว่าเป็นการกระทำอันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 72 ของพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญ (พ.ร.บ.) ว่าด้วยพรรคการเมือง พ.ศ.2560 และมีมติให้สั่งเพิกถอนสิทธิสมัครรับเลือกตั้งของกรรมการบริหารพรรค³ ภายหลังจากมติศาลรัฐธรรมนูญสั่งยุบพรรคอนาคตใหม่ได้เกิดกระแสความไม่พอใจของกลุ่มผู้สนับสนุนพรรคอนาคตใหม่ บนสื่อออนไลน์เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะทางทวิตเตอร์กลายเป็นเทรนด์อันดับหนึ่งเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2563 มีนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั่วประเทศได้ทยอยจัด "แฟลชม็อบ" หรือ การชุมนุมแบบไม่ยึดเชื้อ เพื่อแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ในการทวงคืนความยุติธรรม และออกแถลงการณ์เพื่อคัดค้านมติยุบพรรคอนาคตใหม่ พร้อมกับต่อต้านรัฐบาลและเรียกร้องประชาธิปไตย ด้วยการร่วมกันจัดกิจกรรมชูป้าย ร้องเพลง จุดเทียนและเปิดไฟจากโทรศัพท์มือถือ⁴

การชุมนุมเมื่อช่วงต้นปี 2563 ที่ผ่านมาของกลุ่มเยาวชนต้องยุติลง เนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (โควิด-19) ทำให้เกิด New Normal ทางการเมือง (การเมืองวิถีใหม่) ซึ่งเป็นการชุมนุมทางความคิดโดยไม่จำเป็นต้องออกมาชุมนุมเรียกร้องตามสถานที่ต่างๆ นอกจากนี้ยังเกิดวิกฤตเศรษฐกิจตามมา โดยประชาชนมีความหวังว่าระบบการเมืองภายใต้ระบอบประชาธิปไตยจะมีประสิทธิภาพและทำให้ความเป็นอยู่ของประชาชนดีขึ้น แต่เมื่อไม่เป็นเช่นนั้น จึงมีบุคคลหลายกลุ่มที่ต้องการย้อนระลึกถึงเหตุการณ์การเปลี่ยนแปลงการปกครองในปี 2475⁵ และในเวลาต่อมาได้มีการรวมกันก่อตั้งโดยใช้ชื่อว่า "คณะราษฎร 2563"

สำหรับการก่อตั้งของคณะราษฎรเกิดขึ้นเมื่อ 8 ตุลาคม 2563 โดยตัวแทนจากกลุ่มองค์กรหลากหลาย เช่น แนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุม, กลุ่มประชาชนปลดแอก, เยาวชนปลดแอก, นักเรียนเลว เป็นต้น ได้ประกาศหลอมรวมเป็น 'คณะราษฎร' จะทำหน้าที่เป็นองค์กรนำในการเคลื่อนไหวในการชุมนุมวันที่ 14 ตุลาคม 2563 โดยมีข้อเรียกร้องสามข้อ กล่าวโดยสรุปคือ ให้

³บีบีซี นิวส์, มติศาลรัฐธรรมนูญสั่งยุบพรรคอนาคตใหม่ ตัดสิทธิ กก ก 10 .บห.ปี,สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2563

<https://www.bbc.com/thai/thailand-515825812563>.

⁴บีบีซี นิวส์,แฟลชม็อบนักเรียน, นักศึกษา-สืบค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2563 จาก

<https://www.bbc.com/thai/thailand-516406292558>

⁵บีบีซีไทย,คณะราษฎร 19-วิกฤตโควิด :ทำให้เกิดปรากฏการณ์, "การเกิดใหม่ของคณะราษฎร"สืบค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2563 จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-53160106,2563>.

นายกรัฐมนตรีลาออกจากตำแหน่ง, เปิดประชุมสภาสมัยวิสามัญเพื่อพิจารณาแก้ไขรัฐธรรมนูญ, ปฏิรูปสถาบันพระมหากษัตริย์ให้อยู่ภายใต้รัฐธรรมนูญ⁶

ในช่วงปี 2563 ประเทศไทยได้ประสบกับปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงมีโรคระบาด (COVID-19) รัฐบาลพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ยังเผชิญกับการตรวจสอบของพรรคฝ่ายค้าน และยังต้องหาทางแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของประเทศที่ได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก การแก้ปัญหาปากท้องของประชาชน ปัญหาภัยแล้ง และน้ำท่วมที่กระทบต่อประชาชนในภาคเกษตร ฯลฯ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากระบวนการสื่อสารทางการเมืองของคณะราษฎร 2563 โดยจะทำการศึกษาริบททางการเมืองที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของคณะราษฎร พ.ศ.2563 และกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของคณะราษฎร ในช่วงภาวะวิกฤติทางการเมือง พ.ศ.2563 อันเป็นเหตุการณ์ทางการเมืองครั้งสำคัญยิ่งซึ่งได้เกิดขึ้นกับประเทศไทยจึงเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมที่จะศึกษาเพื่อจะนำข้อมูลที่ได้ค้นพบมาพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาริบททางการเมืองที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของคณะราษฎร พ.ศ.2563
2. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารทางการเมืองของคณะราษฎร ในช่วงภาวะวิกฤติทางการเมือง พ.ศ.2563

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการสื่อสารและการสื่อสารทางการเมือง

ทฤษฎีทางด้านการสื่อสารการเมืองนั้นเป็นการผสมผสานระหว่างทฤษฎีทางด้านการสื่อสารกับทฤษฎีทางด้านรัฐศาสตร์ ดังนั้นหากจะทำความเข้าใจทฤษฎีสื่อสารการเมือง จึงจำเป็นต้องมีความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีทางด้านการสื่อสาร⁷ ดังนี้

ความหมายของการสื่อสาร

⁶บีบีซีนิวส์, ชุมชุม 14 ตุลาคม, สุธาสมนิวไสขชวนเสด็จฯ "เสื่อเหลือง" ประมวลเหตุการณ์ จากปะทะ :สืบค้นเมื่อ ตุลาคม 18 จาก 2563 <https://www.bbc.com/thai/thailand-.54539098,2563>

⁷นันทนา นันทวโรภาส .สื่อสารการเมือง : ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้. พิมพ์ครั้งที่ .2 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แมสมีเดีย .2558.

การสื่อสาร (Communication) มีรากศัพท์มาจากภาษากรีกว่า Communis แปลว่า ทำให้เหมือน ซึ่งต่อมามีนักวิชาการให้ความหมายของการสื่อสารไว้มากมาย ดังที่ปรมะ สตะเวทิน รวบรวมไว้ดังนี้⁸

อริสโตเติล (Aristotle) อธิบายว่า การสื่อสารหรือวิชาวาทศิลป์คือการจูงใจทุกรูปแบบ

จอร์จ เอ. มิลเลอร์ (Gorge A. Miller) กล่าวว่า การสื่อสารหมายถึง การถ่ายทอดข่าวสาร จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง

เอเวอเรต เอ็ม โรเจอร์ และ เอฟ. ฟลอยด์ ชูมคเกอร์ (Everett M. Roger & F. Floyd Shoemaker) ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการในการแลกเปลี่ยน ข่าวสาร ความคิดเห็น ทักษะคติ ระหว่างบุคคลกับบุคคล หรือ กลุ่มบุคคล โดยผ่านทาง การพูด การเขียน กิริยาท่าทาง การแสดงออก เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสารมากที่สุด

จอร์จ เกร็บเนอร์ (George Gerbner) เสนอว่า การสื่อสาร คือ การแสดงปฏิสัมพันธ์ทางสังคมด้วยการใช้สัญลักษณ์ และระบบสาร (Message Systems)

บารเรลสัน และสไตน์เนอร์ (Beralson & Steiner) อธิบายว่าการสื่อสารเป็นกระบวนการ ถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก ผ่านสัญลักษณ์ เช่น ภาษา ภาพ ตัวเลข ฯลฯ

กล่าวโดยสรุปการสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารผ่านสื่อต่างๆ การสื่อสารจึงมิใช่เพียงการเขียน และการพูดเท่านั้น แต่รวมถึงการแสดง และพฤติกรรมทุกอย่างของมนุษย์

ทฤษฎีการสื่อสาร (Communication Theory)

ทฤษฎีการสื่อสารของ เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo)⁹

เป็นทฤษฎีพื้นฐานที่จะทำความเข้าใจกับกระบวนการสื่อสาร ได้อย่างชัดเจน โดย เดวิด เค เบอร์โล อธิบายองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารไว้ 6 ประการ¹⁰ คือ 1. แหล่งสาร (Source) 2. ผู้เข้ารหัสสาร (Encoder) 3. เนื้อหาข่าวสาร (Message) 4. ช่องทางการสื่อสาร (Channel) 5. ผู้ถอดรหัสสาร (Decoder) 6. ผู้รับสาร (Receiver)

การสื่อสารจึงเป็นกระบวนการที่เริ่มต้นจากผู้ส่งสาร อาจเป็นบุคคลคนหนึ่ง หรือกลุ่มคนที่มีจุดมุ่งหมายในการสื่อสาร ทำการส่งเนื้อหาข่าวสาร ซึ่งอาจเป็นคำพูด การเขียน สัญลักษณ์ โดย

⁸ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : รุ่งเรืองสารการพิมพ์. 2527,

⁹ David K. Berlo. The Process of Communication. New York : The Free Press. 1960 ,

¹⁰อ้างแล้วเชิงอรรถที่ 6.

การเข้ารหัสสารผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ไปสู่ผู้รับสาร ซึ่งผู้รับสารจะทำการถอดรหัส เพื่อรับสารนั้น ซึ่งกระบวนการสื่อสารนี้ อาจเรียกทั่วไปว่า SMCR Model ซึ่งประกอบไปด้วยลักษณะสำคัญ ดังนี้

ผู้ส่งสาร (Sender)

จากการแนวคิดเรื่องการสื่อสารของเดวิด เค เบอร์โลนั้น จุดเริ่มต้นของการสื่อสารอยู่ที่ ผู้ส่งสาร ซึ่งการส่งสารจะมีประสิทธิภาพหรือไม่ ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของผู้ส่งสาร 5 ประการดังนี้

1. ทักษะในการสื่อสาร อันหมายถึง ความชำนาญในการพูด การเขียน การคิด การใช้เหตุผลในการโน้มน้าวใจ ซึ่งหากผู้ส่งสารมีความสามารถในการเรียบเรียง จัดระบบความคิดแล้ว นำเสนอด้วยบุคลิก สีสหน้า กิริยาท่าทาง น้ำเสียง ที่น่าเชื่อถือ การสื่อสารนั้น ก็จะมีประสิทธิภาพสูง

2. ทศนคติ หมายถึง วิธีคิดของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ ซึ่งทศนคติในการสื่อสาร ประกอบด้วย ทศนคติต่อตนเอง ทศนคติต่อประเด็นของการสื่อสาร ทศนคติต่อผู้รับสารและ ทศนคติต่อสภาพแวดล้อม ที่ดำรงอยู่ในขณะที่สื่อสารทศนคติเหล่านี้มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารอย่างยิ่งตัวอย่าง เช่น หากผู้ส่งสารมีอคติต่อ “สาร” ที่ต้องการจะนำเสนอ ก็ไม่อาจโน้มน้าว ให้ผู้รับสารเชื่อใน “สาร” นั้นได้

3. ความรู้ของผู้ส่งสาร เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ ผู้ส่งสารจะต้องรอบรู้ในเรื่องที่ต้องการสื่อสารและสถานการณ์ต่างๆ รอบตัว รวมทั้งต้องวิเคราะห์ผู้รับสารให้เข้าใจอย่างลึกซึ้งก่อนที่จะทำการสื่อสาร

4. ระบบสังคม เป็นตัวกำหนดบทบาทและพฤติกรรมของบุคคลในสังคมนั้นๆ ผู้ส่งสารจึงต้องเข้าใจระบบสังคม เพื่อจะปรับตัวให้สอดคล้องกับระบบ ก่อให้เกิดการยอมรับของผู้รับสาร

5. ระบบวัฒนธรรม หมายถึง วิถีชีวิต ค่านิยม ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณีของสังคมนั้นๆ ซึ่งผู้ส่งสารต้องทำความเข้าใจ และไม่สื่อสารในลักษณะที่ขัดแย้งกับความเชื่อ ค่านิยมของผู้รับสาร เพราะนอกจากจะไม่สามารถสื่อสารให้บรรลุเป้าหมายแล้ว ยังอาจนำไปสู่ความขัดแย้งได้

สาร (Message)

องค์ประกอบที่สองของการสื่อสาร คือ “สาร” (Message) จะต้องมีคุณลักษณะดังนี้

1. รหัสของสาร (Message code) คือ การนำเอาภาษา สัญลักษณ์ต่างๆ มาใช้เพื่อถ่ายทอดข้อมูล ไปยังผู้รับสาร ซึ่งรหัสของผู้ส่งสาร ควรเป็นระบบเดียวกันกับรหัสของผู้รับสาร เพื่อให้ผู้รับสาร สามารถถอดรหัสสารได้ หากผู้รับสารไม่สามารถถอดรหัสสารได้ การส่งสารนั้น ก็ไม่บรรลุเป้าหมาย

2. เนื้อหา (Content) คือ สารที่ต้องการนำเสนอ ครอบคลุมประเด็นต่างๆ ทั้งหมด เนื้อหาของสารนั้น ไม่ควรที่จะยากจนเกินกว่าความสามารถที่ผู้รับสารจะเข้าใจได้ และไม่ยากจนจนผู้รับสารไม่มีความจำเป็นต้องรับสารแต่อย่างใด

3. การจัดสรร (Treatment) คือ การจัดเรียงลำดับเนื้อหา การเลือกใช้ถ้อยคำ ภาษาไวกรณ์ การเน้นย้ำข้อความ ซึ่งการจัดสรรนี้จะต้องมีการเตรียมการล่วงหน้า หากจัดสรรได้ดีก็ย่อมส่งผลต่อประสิทธิภาพที่ดีของการสื่อสารด้วย ซึ่งจากการสำรวจวิธีการจัดสรร จากผู้รับสารจำนวนมากพบว่า การจัดสรรที่มีความสำคัญไว้ตอนต้น หรือ ตอนท้าย จะได้ผลในการจูงใจมากกว่า การจัดสรรที่สำคัญไว้ตรงกลางเรื่อง

สื่อหรือช่องทางการส่งสาร (Channel)

ช่องทางการสื่อสาร หรือ พาหนะที่นำสารไปสู่ผู้รับสาร เดวิด เค เบอร์โล อธิบายการนำสารไปสู่ประสาทรับรู้ ทั้ง 5 ประการ ได้แก่ 1. การเห็น 2. การได้ยิน 3. การสัมผัส 4. การได้กลิ่น 5. การลิ้มรสซึ่งช่องทางการรับสารดังกล่าว เป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า แต่หากเป็นการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนสื่อเหล่านี้ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และสื่อ ฯลฯ

ผู้รับสาร (Receiver)

องค์ประกอบที่สี่ของการสื่อสาร คือ ผู้รับสาร เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากที่สุด เพราะวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร คือ การนำสารไปให้ถึงผู้รับสารให้ได้ ดังนั้นกระบวนการสื่อสาร สิ่งที่ต้องตระหนักถึงเป็นอันดับแรก คือ ผู้รับสาร ซึ่งในแบบจำลองของเดวิด เค เบอร์โลนี้ ผู้รับสารจะต้องถอดรหัสสารของผู้ส่งสาร คุณลักษณะของผู้รับสาร จึงเป็นองค์ประกอบเดียวกับ ผู้รับสารทั้ง 5 ประการ¹¹

จากกรอบแนวคิดการสื่อสารของเดวิด เค เบอร์โลนั้น จะเห็นว่า ปัจจัยร่วมระหว่างผู้รับสารกับผู้ส่งสาร คือ ทักษะ ทศนคติ ความรู้ ระบบสังคมและวัฒนธรรม นั้นหมายความว่า การสื่อสารจะบรรลุวัตถุประสงค์ ผู้ส่งสารจะต้องเข้าใจทัศนคติ ระบบสังคมวัฒนธรรมของผู้รับสาร เพื่อปรับทักษะทางการสื่อสารให้สอดคล้องกัน ในทางการเมืองหากันการเมืองไม่เข้าใจ หรือไม่ปรับตัวให้เข้ากับผู้รับสาร ก็ยากที่จะเปิดใจให้ประชาชนยอมรับสารของตนได้

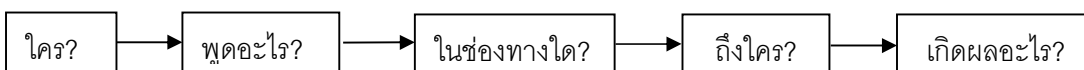
ทฤษฎีการสื่อสารของ ฮาโรลด์ ดี. ลาสเวลล์ (Harold D. Lasswell)¹²

¹¹ อ่างแล้วเชิงอรรถที่ 6

¹² Harold D. Lasswell. Language of Politics Studies in Quantative Semantics. New York : George W. Stewart Publisher, Inc, 1949.

ฮาโรลด์ ดี. ลาสเวลล์ (Harold D. Lasswell) นักรัฐศาสตร์ชาวอเมริกัน อธิบายการสื่อสาร โดยคำถามดังต่อไปนี้

- ใคร คือผู้กำหนดเนื้อหาของสาร
 - กล่าวอะไร คือเนื้อหาของสารที่ถูกส่งออกไป
 - ในช่องทางใด คือสื่อหรือช่องทางที่สารถูกส่งออกไป
 - ถึงใคร คือผู้รับสาร
 - พร้อมด้วยผลอะไร คือ ผลที่เกิดจากการสื่อสาร
- ภาพแบบจำลองการสื่อสารของฮาโรลด์ ดี. ลาสเวลล์ (Harold D. Lasswell)¹³



จากแบบจำลองดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า แบบจำลองการสื่อสารของฮาโรลด์ ดี. ลาสเวลล์ แตกต่างจากแบบจำลองการสื่อสารของเดวิด เค. เบอริโล ตรงส่วนของผลจากการสื่อสาร ซึ่งในทางการเมืองนั้นถือว่าผลของการสื่อสารมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ตัวอย่างเช่น เมื่อรัฐบาลสื่อสารกับประชาชนเกี่ยวกับนโยบายที่รัฐบาลได้จัดทำ รัฐบาลย่อมต้องการทราบผลที่เกิดจากการสื่อสารนั้นว่าประชาชนพึงพอใจมากน้อยเพียงใด ซึ่งอาจทราบผลจากการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนผ่านการทำโพลก็เป็นได้

ทฤษฎีการสื่อสารการเมือง

ทฤษฎีการสื่อสารการเมืองของไบรอัน แมคแนร์ (Brian McNair)¹⁴

ทฤษฎีการสื่อสารการเมืองของไบรอัน แมคแนร์ (Brian McNair) อธิบายว่า การสื่อสารทางการเมืองนั้น เริ่มต้นจากองค์กรทางการเมือง ได้แก่ นักการเมือง พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ กลุ่มก่อการร้าย ฯลฯ ส่งสารไปยังสื่อมวลชนแขนงต่างๆ อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เพื่อให้สื่อมวลชนส่งข้อมูลต่างๆ เหล่านั้นไปยังประชาชน ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่ส่งจากการเมืองนั้น สื่อมวลชนอาจจะนำเสนอหรือไม่นำเสนอ หรือนำเสนอเป็นบางส่วน ก็ได้ ในขณะเดียวกัน สื่อมวลชนก็อาจทำหน้าที่เป็นแหล่งข่าวสารเอง โดยการนำเสนอบทบรรณาธิการ คอลัมน์วิพากษ์วิจารณ์การเมือง ส่งไปยังผู้อ่านซึ่งมีสถานะเป็นผู้รับสาร แต่ในทำนองกลับกัน

¹³Ibid.

¹⁴Brian McNair. *An Introduction to Political Communication*. London : Routledge, 2011.

ประชาชนก็อาจทำหน้าที่ผู้ส่งสาร โดยการส่งจดหมายร้องเรียน เดินขบวนประท้วง เพื่อให้สื่อมวลชนส่งสารนั้นไปยังนักการเมือง

ไบรอัน แมคแนร์ (Brian McNair)¹⁵ ได้อธิบายคุณลักษณะที่จัดได้ว่าเป็นการสื่อสารทางการเมืองใน 3 ข้อดังนี้

1. การสื่อสารทุกรูปแบบที่กระทำโดยนักการเมือง และผู้ที่เกี่ยวข้อง ทางการเมือง โดยมีวัตถุประสงค์ที่เฉพาะเจาะจง
2. การสื่อสารที่สื่อมวลชนและผู้เลือกตั้งส่งถึงนักการเมือง
3. กิจกรรมการสื่อสารที่สื่อมวลชนนำเสนอเกี่ยวกับการเมือง เช่น การรายงานข่าว บทบรรณาธิการ การวิพากษ์วิจารณ์ในคอลัมน์ต่างๆ ฯลฯ

จะเห็นได้ว่าแบบจำลอง ไบรอัน แมคแนร์ (Brian McNair) มิได้กล่าวถึงการสื่อสารโดยตรง ระหว่างพรรคการเมืองกับประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งในภาพของความเป็นจริงนั้น การสื่อสารทางการเมืองแม้จะมีสื่อมวลชนเป็นตัวกลางในกระบวนการสื่อสารเป็นส่วนใหญ่แต่ในช่วงเวลาของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง หรือการรณรงค์ทางการเมืองในบางประเด็นจะพบว่า การสื่อสารโดยตรงระหว่างพรรคกับประชาชนก็เกิดขึ้นอย่างเข้มข้นเช่นกัน ซึ่งการสื่อสารระหว่างพรรคการเมืองกับประชาชนโดยตรงนั้น นอกจากจะเป็นการสื่อสารเพื่อหาเสียงเลือกตั้งแล้ว ยังเป็นช่องทางการรับรู้ปัญหาต่าง ๆ จากประชาชน ซึ่งทำให้พรรคการเมืองสามารถนำไปศึกษาให้คุณค่า และพัฒนาจนกลายเป็นแนวนโยบายที่ตอบสนองของความต้องการของประชาชนได้ทั้งนี้เป็นผลมาจากความหลากหลายในการเข้าถึงสื่อได้โดยตรงจาก เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) รวมทั้งความเข้มข้นในการรณรงค์ซึ่งก่อให้เกิดผลดีต่อประชาชนเอง ที่สามารถรับการสื่อสารทั้งจากทางตรงและทางอ้อม

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่

สื่อใหม่ หรือ New Media เกิดจากการพัฒนาเทคโนโลยีที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการสื่อสาร ทำให้การสื่อสารนั้นสะดวก รวดเร็ว และทำได้ด้วยตัวเอง¹⁶ การสื่อสารบนสื่ออินเทอร์เน็ต ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง สามารถส่งได้ทั้งภาพเคลื่อนไหว และเสียงในเวลาปัจจุบัน (Real Time) มีการพัฒนาเซิร์ฟเวอร์ให้มีความจุสูง ก่อให้เกิดสื่อใหม่ที่คนทั่วไปใช้กันอย่างกว้างขวาง ได้แก่ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ อินสตราแกรม การส่งผ่านข้อมูลแบบ SMS ข้อความสั้น MMS สื่อหลายมิติ การแชตโต้ตอบกันผ่านเว็บแคมที่เห็นภาพ และเสียงในเวลา

¹⁵ Brian McNair. *An Introduction to Political Communication*. London : Routledge, 2011.

¹⁶ Alvin Toffler. *The Third Wave*. New York : William Marrow ,1980.

ปัจจุบัน รวมทั้งโทรทัศน์ดาวเทียมที่มีกระบวนการแพร่ภาพ ได้ง่ายและรวดเร็วกว่าโทรทัศน์ในระบบคลื่นความถี่เดิม¹⁷

บลูมเมอร์ และ กูเรวิช (Blumler & Gurevitch)¹⁸ ได้สรุปไว้ว่า การสื่อสารทางการเมืองในประเทศประชาธิปไตยแบบตะวันตกนั้น จะเปลี่ยนแปลงไปในโลกสมัยใหม่ ดังนี้

1. การเพิ่มขึ้นของความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งมีผลกระทบต่อนักการเมืองและผู้เลือกตั้ง

2. การขยายตัวของสื่ออย่างมหาศาล ส่งผลให้เกิดการผสมปนประหว่างนักสื่อสารมวลชนแท้กับนักสื่อสารมวลชนเทียม

3. การเพิ่มขึ้นของนักสื่อสารการเมือง เช่น ผู้เชี่ยวชาญ ที่ปรึกษา คนปั้นข่าว (Spin Doctor) ซึ่งมักจะแสดงบทบาทที่โดดเด่นมากกว่านักสื่อสารมวลชน

4. การเปลี่ยนแปลงทางภูมิศาสตร์ของการสื่อสารทางการเมืองเป็นสัญญาณว่าขอบเขตของประเทศกำลังถูกลดความสำคัญลง

5. เกิดการผสมผสานระหว่างสื่อที่มากมายหลากหลายกับนักการเมืองและสื่อมวลชน

6. ประชาชนมีอิสระในการวิพากษ์วิจารณ์ทางการเมืองมากขึ้น

เควิน คาวาโมโต้ (Kevin Kawamoto)¹⁹ ได้ให้ความหมายของ "สื่อใหม่" (New Media) ว่าหมายถึง ระบบการสื่อสาร หรือระบบที่มีการเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ของเครือข่ายในระดับโลก

จากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้นักการเมืองต้องปรับตัวและนำเอาสื่อใหม่มาใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งอย่างเต็มรูปแบบ อินเทอร์เน็ตจึงเป็นสื่อใหม่ที่มีอิทธิพลต่อการเมืองยุคใหม่เป็นอย่างยิ่ง เป็นศูนย์กลางการสื่อสารในแนวระนาบ ก่อให้เกิดกลุ่มทางสังคมขนาดใหญ่ เกิดการเปลี่ยนแปลงในยุคอุตสาหกรรมสื่อ รูปแบบวัฒนธรรมทางสังคม และเป็นจุด

เปลี่ยนของพื้นที่สาธารณะรูปแบบใหม่²⁰, นอกจากนี้ นันทนา นันทวโรภาส²¹ ได้อธิบายไว้ว่ากลุ่มบุคคลที่สามารถเข้าถึงสื่อใหม่ได้นั้น นอกจากชนชั้นกลางแล้วยังมีกลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่ง

¹⁷ อ่างแล้วเชิงอรรถที่ 6

¹⁸ Jay G. Blumler & Michael Gurevitch. The New media and our political communication discontents discounts : democratizing cyberspace. New York: Cambridge University Press, 2000.

¹⁹ Kevin Kawamoto. 10 Things should Know about New Media. In The Seminar for Technology Educators. San Francisco : The Freedom Forum Pacific Coast Center 1997.

²⁰ Perter Dahlgren. Young Citizens and New Media: Learning for Democratic Participation. Studies in Social and Political Thought. New York: Routledge, 2008.

เติบโตมาพร้อมๆ กับการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร นับเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญทางการเมือง เพราะหากพรรคใดใฝ่มน้ำใจให้เลือกตั้งได้ ก็มีแนวโน้มที่จะผูกพันภักดีต่อไปอีกยาวนาน บรรดาพรรคการเมือง และนักการเมืองจึงพยายามใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางการสื่อสารไปยังคนเหล่านี้ โดยการจัดทำเว็บไซต์เผยแพร่ข้อมูลพรรค ผลงานตัวบุคคล กิจกรรมต่างๆ นักการเมืองจำนวนมากเปิดเฟซบุ๊กเป็นเวทีประชาสัมพันธ์ผลงาน ความคิด มุมมองในการสื่อสารกับประชาชน แนวโน้มการนำสื่อใหม่มาใช้ในการสื่อสารทางการเมืองมีมากขึ้นเป็นลำดับ

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้มีการนำแนวคิดสื่อใหม่มาใช้ในการศึกษาเพื่อศึกษาวิเคราะห์ คณะราษฎรในการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ เนื้อหาของบล็อก (Blog) คลิปวิดีโอในเว็บไซต์ของ YouTube เพจเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ที่มีการใช้สื่อใหม่เพื่อเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์กับคณะราษฎรในการรวมตัวกันหรือการสื่อสารข้อมูลข่าวสารต่างๆ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ถึงเครื่องมือที่มีความเหมาะสมในการนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

1. การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยจะทำการเก็บข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ ตำรา บทความ งานวิจัย สื่อออนไลน์ สื่ออื่นๆ

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Key Informant) ได้แก่ กลุ่มผู้นำคณะราษฎร กลุ่มนักการเมือง กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มสื่อมวลชน กลุ่มประชาชน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน ในบริบททางการเมืองที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของคณะราษฎร ในช่วงภาวะวิกฤติทางการเมือง พ.ศ.2563 และกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของคณะราษฎร ในช่วงภาวะวิกฤติทางการเมือง พ.ศ.2563

ผลการวิจัย

1. บริบททางการเมือง ในช่วงภาวะวิกฤติทางการเมือง พ.ศ.2563

จากการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2562 ผลปรากฏว่าพรรคพลังประชารัฐได้คะแนนบัญชีรายชื่อมากที่สุดและเป็นแกนนำในการจัดตั้งรัฐบาล โดยพลเอก

²¹อ้างแล้วเชิงอรรถที่ 6

ประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้รับการลงมติในรัฐสภา ให้กลับมาดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีอีกสมัยหนึ่ง²² ต่อมา มีการเปิดประชุมรัฐสภาได้เกิดประเด็น “ถือนุ้่นสื่อ” ของ ส.ส.ฝ่ายค้าน และฝ่ายรัฐบาล และศาลรัฐธรรมนูญได้รับคำร้องไว้พิจารณาและอยู่ในกระบวนการของศาล²³ ต่อมา วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2563 ศาลรัฐธรรมนูญมีมติให้ยุบพรรคอนาคตใหม่เนื่องจากเห็นว่าเป็นการกระทำอันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 72 ของพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญ (พ.ร.บ.) ว่าด้วยพรรคการเมือง พ.ศ.2560 และมีมติให้เพิกถอนสิทธิสมัครรับเลือกตั้งของกรรมการบริหารพรรค²⁴ ภายหลังจากศาลรัฐธรรมนูญสั่งยุบพรรคอนาคตใหม่ได้เกิดกระแสความไม่พอใจของกลุ่มผู้สนับสนุนพรรคอนาคตใหม่ บนสื่อออนไลน์เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะทางทวิตเตอร์#saveอนาคตใหม่ กลายเป็นเทรนด์อันดับหนึ่งและเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2563 มีนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั่วประเทศได้ทยอยจัด “แฟลชม็อบ” หรือ การชุมนุมแบบไม่ยึดเยื้อ เพื่อแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ในการทวงคืนความยุติธรรม และออกแถลงการณ์เพื่อคัดค้านมติยุบพรรคอนาคตใหม่ พร้อมกับต่อต้านรัฐบาลและเรียกร้องประชาธิปไตย ด้วยการร่วมกันจัดกิจกรรมชูป้ายร้องเพลง จุดเทียนและเปิดไฟจากโทรศัพท์มือถือ²⁵ ซึ่งภายหลังจากต่อมาได้มีการรวมตัวกันอีกครั้งโดยใช้ชื่อว่า “คณะราษฎร”

การก่อตั้งของคณะราษฎรเกิดขึ้นเมื่อ 8 ตุลาคม 2563 โดยตัวแทนจากกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ได้แก่ แนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุม, กลุ่มประชาชนปลดแอก, เยาวชนปลดแอก, นักเรียนเลว เป็นต้น ได้ประกาศรวมกันเป็น ‘คณะราษฎร’ เพื่อทำหน้าที่เป็นองค์กรนำในการเคลื่อนไหวในการชุมนุมวันที่ 14 ตุลาคม 2563 โดยมีข้อเรียกร้องสามข้อ กล่าวโดยสรุปคือ ให้นายกรัฐมนตรีต้องลาออกจากตำแหน่ง, เปิดประชุมสภาสมัยวิสามัญเพื่อพิจารณาแก้ไขรัฐธรรมนูญ, ปฏิรูปสถาบันพระมหากษัตริย์ให้อยู่ภายใต้รัฐธรรมนูญแต่ที่สำคัญคือบุคคลที่มีบทบาทในการชุมนุมและบุคคลที่เข้าร่วมการชุมนุมต่างต้องการให้มีการปรับตัวของสถาบันต่างๆ การใช้อำนาจรัฐและการใช้

²² คณะกรรมการการเลือกตั้ง, กตปประกาศผลการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร, แบบบัญชีรายชื่อ, ข่าวสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง เมื่อวันที่ .2562 พฤษภาคม 8

²³ ประชาชาติธุรกิจ 2 พรรค ลากรัฐบาลขึ้นปีที่ 20, ฝ่ายค้านแพ้วัย สนิมในเนื้อ ,เสียง 212 สืบค้นเมื่อ 2563 กันยายน 16 จาก <https://www.prachachat.net/politics/news-.465387,2563>

²⁴ บีบีซี นิวส์, มติศาลรัฐธรรมนูญสั่งยุบพรรคอนาคตใหม่ ตัดสิทธิ กก 10 .บพ.ปี, สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2563 <https://www.bbc.com/thai/thailand-.515825812563>.

²⁵ บีบีซี นิวส์, แฟลชม็อบนักเรียน, นักศึกษา-สืบค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2563 จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-.516406292558>

ความรุนแรงในการสลายการชุมนุมกับการเรียกร้องที่นำโดยคณะราษฎร 2563²⁶ ต่อมารัฐบาลได้ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินที่เมื่อ 15 ตุลาคม 2563 เพื่อดำเนินการกับกลุ่มผู้ก่อการร้าย 63 และมีการกระทำที่กระทบต่อขบวนเสด็จพระราชดำเนิน นายกรัฐมนตรีจึงให้ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินที่มีความร้ายแรงในเขตท้องที่กรุงเทพมหานคร²⁷ จนกระทั่งมีการจับกุมแกนนำกลุ่มคณะราษฎร 63 ซึ่งต่อมาวันที่ 22 ตุลาคม 2563 รัฐบาลได้ประกาศให้มีการยกเลิกประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในเขตท้องที่กรุงเทพมหานครดังกล่าว²⁸ และรัฐบาลได้เปิดประชุมสภาสมัยวิสามัญ เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองและร่วมกันหาทางออกของประเทศ²⁹

สำหรับด้านเศรษฐกิจของไทยในช่วงปี 2563 ที่ผ่านมามีเศรษฐกิจได้รับผลกระทบหนักจากสถานการณ์โรคโควิด-19 เนื่องจากเศรษฐกิจไทยพึ่งพาการท่องเที่ยวสูง รวมถึงปัญหาภัยแล้งที่เข้ามาในช่วงต้นปี ทำให้ประเทศไทยได้รับผลกระทบที่หลากหลาย ขณะที่ทางรัฐบาลก็มีมาตรการออกมาเยียวยาในวงเงินที่สูงถึง 13% ของจีดีพี ซึ่งค่อนข้างสูงประเทศหนึ่งในภูมิภาค และคาดว่าในกรณีพื้นฐานจีดีพีจะเข้าใกล้สู่ระดับก่อนเกิดโควิดฯ ในอีก 2 ปีกว่า แต่ถ้าเป็นกรณีเลวร้ายก็น่าจะใช้เวลาประมาณ 3 ปี³⁰ ประกอบ

จากที่กล่าวมาจะเห็นว่าในช่วงปี 2563 ประเทศไทยได้ประสบกับปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองมาอย่างต่อเนื่องซึ่งเกิดขึ้นในช่วงมีโรคระบาด (COVID-19) รัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ยังเผชิญกับปัญหาการชุมนุมประท้วงเพื่อเรียกร้องประชาธิปไตยของกลุ่มคณะราษฎร และยังคงหาทางแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของประเทศที่ได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ปัญหาความเป็นอยู่ของประชาชน ปัญหาภัยแล้งและน้ำท่วมที่จะกระทบต่อประชาชนในภาคเกษตร เป็นต้น

²⁶ สมชาย ปริชาศิลป์กุล, คณะราษฎร, 2563 สืบค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2563 จาก <https://www.the.101world/khanna-ratsadon-/25632563>.

²⁷ กรุงเทพธุรกิจ, ประกาศ สืบค้นเมื่อ, ฉุกเฉินฯ จัดการมีอบ.ก.ร. 29 ตุลาคม 2563 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/9025952563>.

²⁸ สำนักข่าวอิศรา, ปิด กอธ !ปกติ.ใช้ กม.-ฉ. 'บิ๊กตุ' ยอมถอยเลิกประกาศ พ.ฉุกเฉินฯ.ร. สืบค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2563 จาก <https://www.isranews.org/article/isranews-92935isrsnews-gg.html,2563>.

²⁹ สำนักข่าว อีไฟแนนซ์ไทย, ครม. มีมติเปิดประชุมสภา 26-27 ต.ค. นี้ แก้ปัญหาความขัดแย้งทางการเมือง, สืบค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2563 จาก <https://www.efinancethai.com/,2563>

³⁰ สยามรัฐ, เศรษฐกิจไทยกับการกลับมาของโควิด-19 สืบค้นเมื่อ, 29 ตุลาคม 2563 จาก <https://siamrath.co.th/n/187259,2563>

2. กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของคณะราษฎร ในช่วงภาวะวิกฤติทางการเมือง พ.ศ.2563

จากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้กรอบการวิเคราะห์SMCR ตามแนวทางการสื่อสารของ เดวิด เค.เบอร์โล (David K. Berlo) สามารถอธิบายกระบวนการสื่อสารได้ ดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (Source)

1.1 ภูมิหลัง คณะราษฎรได้มีการรวมกลุ่มกันขึ้นเมื่อ 8 ตุลาคม 2563 โดยตัวแทนจากกลุ่มองค์กรหลากหลาย เช่น แนวร่วมธรรมศาสตร์และการชุมนุม, กลุ่มประชาชนปลดแอก, เยาวชนปลดแอก, นักเรียนเลว เป็นต้น ได้ประกาศหลอมรวมเป็น 'คณะราษฎร'จะทำหน้าที่เป็นองค์กรนำในการเคลื่อนไหวในการชุมนุม มีแกนนำคนสำคัญได้แก่ นส.ปณัสยา สิทธิจิรวัฒนกุล นายพิชิต ชิวารักษ์ นส.จุฑาทิพย์ สิริขันธ์ นส.ชลธิชา แจ่มแจ้ง นายอานนท์ นำพา นส.ภัสราวุฒิ ธนกิจวิบูลย์ผล ฯลฯ ซึ่งล้วนเป็นนักศึกษา หรือบัณฑิต ที่มีอุดมการณ์ประชาธิปไตย มุ่งหวังให้ประเทศไทย ก้าวสู่ความเป็นประชาธิปไตยที่แท้จริง

1.2 ทักษะในการสื่อสาร คณะราษฎร 2563 ทุกคนได้ทำการศึกษาและเรียนรู้เพื่อเอาตัวรอดในการชุมนุมโดยปราศจากแกนนำและมีการสื่อสารกันเพื่อให้การประท้วงเป็นไปด้วยความมีระเบียบเรียบร้อย อาทิเช่น ชี้อื่นขึ้นเหนือศีรษะแปลว่าต้องการร่วม จับหัวแปลว่าต้องการหมวก กอดอกแปลว่ามีอุปกรณ์เพียงพอ เป็นต้นโดยผู้ประท้วงจะทราบถึงการสื่อสารโดยใช้ภาษามือ และสัญลักษณ์ จากการเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดีย รวมทั้งทักษะการใช้ภาษาพูด เช่น เท โฟ ซีไอเอ แครท บล็อกโคล์ ม็อคค่า โอเลี้ยง เป็นต้น³¹

1.3 ทักษะคติทางการเมืองคณะราษฎร 2563 ในฐานะผู้ส่งสารมีทัศนคติทางการเมืองตามแนวทางประชาธิปไตย และสร้างความยุติธรรมให้เกิดขึ้นในสังคม

1.4 สังคมและวัฒนธรรม คณะราษฎร 2563 เป็นผู้ส่งสารที่อายุน้อย แม้จะอยู่ในระบบสังคมและวัฒนธรรมเดียวกันกับผู้รับสาร แต่อาจอยู่ต่างวัยกันกับบุคคลบางกลุ่มทำให้เกิดมุมมองที่แตกต่างกันได้ ส่งผลให้เกิด ช่องว่างระหว่างวัย กลายเป็นความคิดที่แตกต่างกัน

2. เนื้อหาสาร (Message)

³¹โพสต์ทูเดย์,สื่อออกเสอนภาษามือมือบคณะราษฎร สื่อสารกันได้แม้ไม่มีแกนนำ,สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2563 จาก <https://www.posttoday.com/world/635977,2563>

เนื้อหาของสารที่คณะราษฎร 2563 ได้ใช้ในการสื่อสารทางการเมือง ในช่วงปี 2563 ได้แก่

1. การเรียกร้องให้ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีลาออก
2. รัฐสภาต้องเปิดประชุมวิสามัญทันทีเพื่อรับร่างแก้ไขรัฐธรรมนูญฉบับประชาชน และ
3. ปฏิรูปสถาบันกษัตริย์ให้อยู่ภายใต้รัฐธรรมนูญตามระบอบประชาธิปไตย

3. ช่องทางการสื่อสาร (Channel)

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า คณะราษฎร 2563 มีช่องทางในการสื่อสาร โดยใช้ช่องทางผ่านทางโซเชียลมีเดีย ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ ข้อความทาง Facebook Messenger จนล่าสุดเริ่มมีการใช้ Telegram เพื่อใช้เป็นช่องทางในการร่วมกลุ่มนัดหมายชุมนุม³² ซึ่งเป็นสื่อสมัยใหม่ที่นำมาใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารของคณะราษฎร 2563

4. ผู้รับสาร (Receiver)

ผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของคณะราษฎร 2563 ได้แก่ แนวร่วม ธรรมชาติและการชุมนุม, กลุ่มประชาชนปลดแอก, เยาวชนปลดแอก, นักเรียนเลว ที่ร่วมตัวกันเป็น “คณะราษฎร” รวมถึง ประชาชนทั่วไป ที่สนับสนุนระบอบประชาธิปไตย และบุคคลที่มีปฏิเสธรสของคณะราษฎร 2563 เนื่องจากความขัดแย้งในอุดมการณ์ทางการเมือง

การศึกษากระบวนการสื่อสารทางการเมืองของคณะราษฎร 2563 ถือเป็นกรสร้างองค์ความรู้ใหม่ในกระบวนการสื่อสารทางการเมืองและส่งผลให้การสื่อสารทางการเมืองในปัจจุบันมีลักษณะที่โดดเด่นและมีความหลากหลายมากกว่ารัฐบาลอื่น ๆ แต่อย่างไรก็ตามการศึกษาเกี่ยวกับสาร (Message) จากกิจกรรมสื่อสารทางการเมืองของคณะราษฎร 2563 จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจอย่างยิ่ง เนื่องจากจะสามารถสะท้อนให้เห็นถึงการใช้อำนาจรัฐเข้าไปจัดการกับปัญหาทางการเมือง สังคมและเศรษฐกิจ ผ่านการกำกับกรรับรู้ของประชาชนในห้วงเวลาของการเปลี่ยนผ่านทางการเมือง

สรุปได้ว่า “คณะราษฎร” เป็นผู้ส่งสารที่มีประสิทธิภาพมาก มีการนำเสนอสารที่แตกต่างสร้างความแปลกใหม่ โน้มน้าวให้คนรุ่นใหม่เข้าร่วมชุมนุมทางการเมืองได้อย่างกว้างขวาง ทั่วประเทศ สร้างอิทธิพลต่อทัศนคติและการรับรู้ของผู้รับสารที่เป็นเยาวชน และประชาชนที่รักประชาธิปไตยและความเป็นธรรมอย่างมากนับเป็นการสื่อสารทางการเมือง ของผู้ที่มีอายุน้อย แต่สร้างอิทธิพลและการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมาก

³²ข่าวไทยพีบีเอส, Telegram ช่องทางนัดชุมนุมยุคใหม่, สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2563

<https://news.thaipbs.or.th/content/297497,2563>

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ผู้นำต้องควรให้เสรีภาพในการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อต่าง ๆ โดยไม่จำกัดการสื่อสารทุกช่องทาง เพื่อแสดงให้เห็นประจักษ์แก่สาธารณะชน ในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองได้อย่างเสรี โดยรัฐจะต้องไม่เข้าไปควบคุมช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ โดยเฉพาะ สื่อออนไลน์ สื่อมวลชนทั้งวิทยุ, โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทางการเมืองได้มากยิ่งขึ้น

2. เทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อสมัยใหม่มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารทางการเมืองเพิ่มมากขึ้นในด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารให้เกิดประโยชน์ในทางการเมืองและไม่สร้างความขัดแย้งทางความคิดได้นั้น รัฐบาลควรมีนโยบายหรือจัดระเบียบการใช้สื่อให้เกิดความเป็นธรรมและชัดเจน เพื่อให้กระบวนการสื่อสารทางการเมืองเกิดประสิทธิภาพ

3. ผู้นำควรวางแผนการสื่อสารด้วยการใช้กลยุทธ์ที่หลากหลายมากขึ้นจึงจะสามารถบรรลุเป้าหมายในทางการเมืองของประเทศได้ นอกจากนี้ผู้นำควรสร้างสรรแห่งความเข้าใจหรือสร้างความหวังแก่พลเมือง ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมาก เพราะประชาชนจะมีความเข้าใจหรือความหวังร่วมกัน ซึ่งจะเป็นผลดีแก่ผู้นำประเทศในการโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น และการสื่อสารของผู้นำของประเทศจะต้องปราศจากการเจือปนด้วยอารมณ์เช่นกัน ตลอดจนต้องเป็นผู้ที่มีจุดยืนทางการเมืองที่มั่นคง มีภาพลักษณ์เชิงบวกเพื่อให้สอดคล้องกับบริบททางการเมืองจึงจะสามารถชนะใจประชาชนได้

เอกสารอ้างอิง

นันทนา นันทวโรภาส. (2558). สื่อสารการเมือง : ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้. พิมพ์ครั้งที่ 2

กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แมสมีเดีย.

ปรมะ สตะเวทิน. (2527). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : รุ่งเรืองสารการพิมพ์.

ข่าวไทยพีบีเอส. (2563). Telegram ช่องทางนัดชุมนุมยุคใหม่. (5 พฤศจิกายน 2563). สืบค้นจาก

<https://news.thaipbs.or.th/content/297497>

บีบีซี นิวส์. (2563). คณะราษฎร 2563 3 ข้อเรียกร้อง. (5 พฤศจิกายน 2563) สืบค้นจาก

<https://www.bbc.com/thai/thailand-54655786>

บีบีซี นิวส์. (2563). อนาคตใหม่ : 10 บท. ก. มติศาลรัฐธรรมนูญสั่งยุบพรรคอนาคตใหม่ ตัดสิทธิ

(20 กันยายน 2563) สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-51582581>

บีบีซี นิวส์. (2558). แพลตฟอร์มนักเรียน-นักศึกษา กระจายไฟในกระทะหรือเพลิงสามทุ่ง.

- (29 ตุลาคม 2563) สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-51640629>
- บีบีซีนิวส์. (2563). ชุมชน 14 ตุลา, ผู้ชุมนุมนี้ไม่ใช่ขบวนการเสด็จฯ “เสื้อเหลือง” ประมวลเหตุการณ์จากปะทะ. (18 ตุลาคม 2563) สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-54539098>
- บีบีซี นิวส์. (2563). แพลตฟอร์มนักเรียน นักศึกษา ปรากฏไฟในกระทะ หรือเพลิงลามทุ่ง. (29 ตุลาคม 2563) สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-51640629>
- โพสต์ทูเดย์. (2563). สื่อนอกเสนาอำมาตย์มีอคติต่อพระราชกรณียกิจ สื่อสารกันได้แม้ไม่มีแกนนำ, (5 พฤศจิกายน 2563) สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/world/635977>
- สมชาย ปรีชาศิลป์กุล,คณะราษฎร. (2563). (29 ตุลาคม 2563) สืบค้นจาก <https://www.the.101world/khana-ratsadon>
- สยามรัฐ. (2563). เศรษฐกิจไทยกับการกลับมาของโควิด19. (29 ตุลาคม 2563) สืบค้นจาก <https://siamrath.co.th/n/187259>.
- สำนักข่าวอิสรา. (2563). ปิด กอรร !ปกติ.ใช้ กม-จ. 'บิ๊กตุ๋น'ยอมถอยเลิกประกาศ พชกเงิน.ก.ร. (29 ตุลาคม 2563) สืบค้นจาก <https://www.isranews>.
- Alvin Toffler. (1980). The Third Wave .New York : William Marrow.
- BrianMc Nair. (2011). An Introduction to Political Communication. London : Routledge.
- David K. Berlo. (1960). The Process of Communication. New York : The Free Press
- Harold D. (1949). Lasswell.Language of Politics Studies in Quantative Semantics .New York : George W. Stewart Publisher,Inc.
- Jay G. Blumler & Michael Gurevitch. (2000). The New media and our political communication discontents discounts: democratizing cyberspace.New York: CambridgeUniversity Press.
- Kevin Kawamoto. (1997). 10 Thing should Know about New Media. In The Seminar for Technology Educators.San Francisco: The Freedom Forum Pacific Coast Center
- Perter Dahlgren. (2008). Young Citizens and New Media: Learningfor Democratic Participation Studies in in Social and Political Thought. New York: Routledge.

การพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G สังกัดสำนักงาน
คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

Developing Digital Literacy Skills for Teachers in the 5G Era under the Office of the Basic
Education Commission

อินทุกานต์ ชูแก้ว¹

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1. เพื่อศึกษาระดับทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน 2. เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth interviews) กับกลุ่มตัวอย่าง พบว่า Digital literacy หรือ ทักษะการรู้ดิจิทัล หมายถึง ทักษะในการนำเครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบัน อาทิ คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ แท็บเล็ต โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และสื่อออนไลน์ มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการสื่อสาร การปฏิบัติงาน และการทำงานร่วมกัน หรือใช้เพื่อพัฒนากระบวนการทำงาน หรือระบบงานในองค์กร ให้มีความทันสมัย และบุคลากรภาครัฐทุกคนจะต้องมีทักษะด้านดิจิทัลสำหรับการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งทักษะดังกล่าวครอบคลุมความสามารถ 4 มิติ คือ 1) การใช้ (Use) 2) เข้าใจ (Understand) 3) การสร้าง (create) และ 4) เข้าถึง (Access) เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านทักษะการรู้สารสนเทศ (Information literacy) ด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านมาตรวัดการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ด้านการรู้ดิจิทัล (Digital literacy)

คำสำคัญ: ทักษะการรู้ดิจิทัล, ครูยุค 5G, การพัฒนา

Abstract

Research on Digital Literacy Development for Teachers in the 5G Era under the Office of the Basic Education Commission Objectives of research 1. To study the digital literacy skill level for teachers in the 5G Era under the Office of the Basic Education Commission 2. To study the variables that influence the development of

¹ นักศึกษาลำดับสูงสุดระดับบัณฑิตศึกษาภาควิชาการศึกษากับการบริหาร คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

digital literacy skills for Teachers in the 5G Era under the Office of the Basic Education Commission Using Quantitative Research and Qualitative Research, which conducted in-depth interviews with the sample. Found was that digital literacy or digital literacy skills refer to skills in bringing tools, devices, and technology—existing digital such as computers, phones, tablets, computer programs. And online media: To make the most of operational communication and work together Or use it to develop work processes Or work systems in the organization. To be modern, all public sector personnel must have digital skills to operate effectively. These skills cover four dimensions: 1) Use (2) Understand 3) Create and 4) Access (Access) digital technology effectively. And there are four components: information literacy, innovation, and technology adoption. Digital media literacy gauge Digital literacy. Keywords; digital literacy skills, 5G teachers, development

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 65 ได้บัญญัติให้มียุทธศาสตร์ชาติเพื่อให้เป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนและเป็นกรอบในการจัดทำแผนต่าง ๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกัน รวมทั้งเพื่อผลักดันไปสู่เป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) โดยมีวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ในยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนา และเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ มีแนวทางการพัฒนาที่สามารถขับเคลื่อนการปฏิรูปการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G โดยกำหนดให้คนไทยในอนาคตต้องเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ มีความพร้อมทั้งกาย ใจ สติปัญญา สามารถเรียนรู้ได้ตลอดชีวิต มีทักษะในศตวรรษที่ 21 สูการเป็นคนไทยที่มีทักษะสูง เป็นนวัตกรรม นักคิด และผู้ประกอบการบนฐานการรู้คุณค่าความเป็นไทย มีคุณธรรมจริยธรรม มีวินัย มีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีสุขภาพที่ดีโดยเน้นการพัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต และที่สำคัญในยุทธศาสตร์นี้ยังได้กำหนดให้มีการปฏิรูปกระบวนการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 ที่มุ่งเน้นผู้เรียนให้มีทักษะการเรียนรู้ และมีใจใฝ่เรียนรู้ตลอดเวลา มีการออกแบบระบบการเรียนรู้ใหม่ให้เอื้อต่อการพัฒนาทักษะสำหรับ

ศตวรรษที่ 21 การปรับเปลี่ยนบทบาทครูจาก “ครูสอน” เป็น “โค้ช” หรือ “ผู้อำนวยการการเรียนรู้” การเพิ่มประสิทธิภาพระบบบริหารจัดการศึกษาในทุกกระดับและทุกประเภทโดยให้มีมาตรฐานขั้นต่ำของโรงเรียน การพัฒนาระบบการเรียนรู้ตลอดชีวิตโดยเน้นการจัดระบบการศึกษาและระบบฝึกอบรมบนฐานสมรรถนะที่มีคุณภาพสูงและยืดหยุ่นผ่านกลไกต่าง ๆ การสร้างความตื่นตัวให้คนไทยตระหนักถึงบทบาทความรับผิดชอบ และการวางตำแหน่งของประเทศไทยในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์และประชาคมโลก การวางพื้นฐานระบบการรองรับการเรียนรู้โดยใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มที่เน้น การพัฒนาทักษะดิจิทัลทักษะการคัดกรององค์ความรู้การใช้เทคโนโลยีผสมผสานกับคุณค่าของครูการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ที่มีคุณภาพ และการสร้างระบบการศึกษาเพื่อเป็นเลิศทางวิชาการระดับนานาชาติ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2561)

แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 เป็นแผนแม่บททางการศึกษามีความสำคัญในการขับเคลื่อนการปฏิรูปการศึกษา โดยมีความสอดคล้องและรองรับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี การจัดทำแผนการศึกษาชาตินี้มีจุดมุ่งหมายหลักคือ เพื่อวางกรอบเป้าหมายและทิศทางการจัดการศึกษาของประเทศ โดยมุ่งจัดการศึกษาให้คนไทยทุกคน สามารถเข้าถึงโอกาสและความเสมอภาคในการศึกษาที่มีคุณภาพ รวมทั้งพัฒนาระบบการบริหารจัดการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ พัฒนากำลังคนให้มีสมรรถนะในการทำงานที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและ การพัฒนาประเทศ แผนการศึกษาแห่งชาติฉบับนี้ได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการศึกษาภายใต้ 6 ยุทธศาสตร์หลักที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยยุทธศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้องในการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 2 ที่กล่าวถึงการผลิตและพัฒนาากำลังคน การวิจัย และ นวัตกรรม เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยที่มีเป้าหมายถึงกำลังคนมีทักษะที่สำคัญจำเป็นและมีสมรรถนะตรงตามความต้องการของตลาดงานและการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ซึ่งสถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่จัดการศึกษาผลิต บัณฑิตที่มีความเชี่ยวชาญ และเป็นเลิศเฉพาะด้าน และการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรม ที่สร้างผลผลิตและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ สำหรับยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาศักยภาพคนทุกช่วงวัย และ การสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ มีเป้าหมาย ได้แก่ 1) ผู้เรียนมีทักษะและคุณลักษณะพื้นฐานของพลเมืองไทย และทักษะและคุณลักษณะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 2) คนทุกช่วงวัยมีทักษะความรู้ความสามารถ และสมรรถนะตามมาตรฐานการศึกษาและมาตรฐานวิชาชีพ และพัฒนาคุณภาพชีวิตได้ตามศักยภาพ 3) สถานศึกษาทุกระดับการศึกษาสามารถจัดกิจกรรมและกระบวนการเรียนรู้ตามหลักสูตรอย่างมีคุณภาพและ

มาตรฐาน 4) แหล่งเรียนรู้ สื่อตำราเรียน นวัตกรรม และสื่อการเรียนรู้ มีคุณภาพและมาตรฐาน และประชาชนสามารถเข้าถึงได้ โดยไม่จำกัดเวลา และสถานที่ 5) ระบบและกลไกการวัด การติดตาม และประเมินผล มีประสิทธิภาพ 6) ระบบการผลิตครู อาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา ได้มาตรฐานระดับสากล 7) ครู อาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา ได้รับการพัฒนาสมรรถนะตามมาตรฐาน และยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างโอกาส ความเสมอภาค และ ความเท่าเทียมทางการศึกษา มีเป้าหมายดังนี้ 1) ผู้เรียนทุกคนได้รับโอกาสและความเสมอภาคในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ 2) การเพิ่มโอกาสทางการศึกษาผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการศึกษาสำหรับคนทุกช่วงวัย 3) ระบบข้อมูลรายบุคคลและสารสนเทศทางการศึกษา ที่ครอบคลุม ถูกต้อง เป็นปัจจุบัน เพื่อการวางแผนการบริหารจัดการศึกษา การติดตามประเมิน และรายงานผล สำหรับยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาประสิทธิภาพของระบบบริหารจัดการศึกษา มีเป้าหมายดังนี้ 1) โครงสร้าง บทบาท และระบบการบริหารจัดการ การศึกษามีความคล่องตัว ชัดเจน และสามารถตรวจสอบได้ 2) ระบบการบริหารจัดการศึกษามีประสิทธิภาพและประสิทธิผลส่งผลต่อคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา 3) ทุกภาคส่วนของสังคมมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา ที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและพื้นที่ 4) กฎหมายและรูปแบบการบริหารจัดการทรัพยากรทางการศึกษารองรับลักษณะที่แตกต่างกันของผู้เรียน สถานศึกษา และ ความต้องการกำลังแรงงานของประเทศ และ 5) ระบบบริหารงานบุคคลของครู อาจารย์ และบุคลากร ทางการศึกษามีความเป็นธรรม สร้างขวัญกำลังใจ และเสริมสร้างให้ปฏิบัติงาน ได้อย่างเต็มตามศักยภาพ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2563) ซึ่งสามารถสรุปใจความสำคัญจากยุทธศาสตร์ที่ 2 มีความเกี่ยวข้องกับกำลังคนที่มีทักษะที่สำคัญจำเป็นและมีสมรรถนะตรงตามความต้องการของตลาดงานและการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ยุทธศาสตร์ที่ 3 เป็นการพัฒนาศักยภาพคนทุกช่วงวัย และการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้มีเป้าหมายซึ่งครูจะต้องได้ได้รับการพัฒนาสมรรถนะตามมาตรฐาน ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างโอกาส ความเสมอภาค และ ความเท่าเทียมทางการศึกษามีเป้าหมายในการเพิ่มโอกาสทางการศึกษาผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการศึกษาสำหรับคนทุกช่วงวัย และยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาประสิทธิภาพของระบบบริหารจัดการศึกษามีเป้าหมายให้ระบบการบริหารจัดการศึกษามีประสิทธิภาพและประสิทธิผลส่งผลต่อคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาและระบบบริหารงานบุคคลของครู อาจารย์ และบุคลากร ทางการศึกษามีความเป็นธรรม สร้างขวัญกำลังใจ และเสริมสร้างให้ปฏิบัติงาน ได้อย่างเต็มตามศักยภาพซึ่งทั้งหมดสอดคล้องและมีบทบาทสำคัญกับการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G คณะศึกษาศาสตร์และพัฒนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้

สำรวจความคิดเห็นของครู จำนวน 678 คน จาก โรงเรียนใน 67 จังหวัด ในประเทศไทยเพื่อศึกษาความพร้อมในการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ และความต้องการสิ่งสนับสนุนจากโรงเรียนหรือ รัฐบาล หากต้องจัดการเรียนการสอนออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพ ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 หรือโควิด-19 เนื่องกระทรวงศึกษาธิการ (ศธ.) ให้เลื่อนการเปิดภาคเรียน เป็นวันที่ 1 กรกฎาคม 2563 และให้โรงเรียนจัดสอนแบบออนไลน์ ในขณะที่โรงเรียนและนักเรียนยังมีปัญหาในเรื่องความ เหลื่อมล้ำทางสังคมอยู่มาก ประกอบกับความไม่คุ้นเคยในการเรียนการสอนแบบนี้อยู่พอสมควร พบว่าปัญหาทางด้านดิจิทัลของครูโดยครูที่ตอบแบบสอบถาม แบ่งเป็น ครูโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษ 25.5% โรงเรียนขนาดใหญ่ 20.8% โรงเรียนขนาดกลาง 32. % และโรงเรียนขนาดเล็ก 21.7% รับผิดชอบจัดการเรียนการสอนใน ระดับม.ปลาย 46.2% ม.ต้น 45.4% ประถมศึกษา 40.4% และปฐมวัย 1.8% ทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้ เคย เรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์มากที่สุด คือ Youtube จำนวน 83.3% รองลงมา คือ Facebook จำนวน 67.46 และ Google Search จำนวน 55% และตอบว่าไม่เคยใช้เลย จำนวน 9.5% เคยใช้ประกอบการสอนหรือ จัดการเรียนการสอนผ่าน Youtube จำนวน 43% Facebook จำนวน 42.5% และ Line จำนวน 40.5% และจากการสำรวจดังกล่าวแสดงถึงปัญหาในด้านความพร้อมของครูเกี่ยวกับ Digital Literacy ยังพบผลการสำรวจเพิ่มเติมว่าถ้าหากครูมีจำเป็นต้องสอนออนไลน์ ครูจะเลือกใช้ผ่าน Facebook มากที่สุด จำนวน 51.8% รองลงมา คือ Line จำนวน 49% Google classroom จำนวน 38 % Youtube จำนวน 31.1% และ ตอบว่าไม่สามารถสอนออนไลน์ได้ 11.5% โดยมีความพร้อมในการสอนออนไลน์อยู่ในระดับปานกลางขึ้นไป จำนวน 66.6% แต่หากถามว่าจะพร้อมก่อนเปิดภาคเรียนในวันที่ 1 กรกฎาคม 2563 หรือไม่ มีผู้ตอบว่าพร้อมใน ระดับปานกลางขึ้นไป จำนวน 58.2% ในขณะที่เดียวกันจากการสำรวจพบว่าครูยังประเมินว่า มีนักเรียนจำนวนมากที่ไม่สามารถเข้าถึงระบบการเรียนการสอนออนไลน์ได้หากใช้จริง เนื่องจากไม่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ จำนวน 66% ไม่มีอินเทอร์เน็ตใช้ที่บ้าน 57% ไม่มี smart phone จำนวน 36% โดยครูประเมินว่านักเรียนสามารถเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ได้เพียง 45% เท่านั้น อย่างไรก็ตาม ครูได้มีข้อเสนอให้โรงเรียนหรือ รัฐบาลช่วยสนับสนุนสิ่งต่าง ๆ ได้แก่ 1.การอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับการ จัดการเรียนการสอนออนไลน์ 2.งบประมาณสำหรับการจัดทำบทเรียนออนไลน์ 3.การจัดทำโครงสร้างพื้นฐานทั้ง อินเทอร์เน็ตบ้านความเร็วสูงและอุปกรณ์สื่อสารสำหรับนักเรียนทุกคน เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต 4.ระยะเวลาในการเตรียมและสร้างระบบการเรียนการสอนออนไลน์ 5.บุคลากรหรือผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาด้านเทคโนโลยี 6.สื่อการเรียนการสอนออนไลน์สำเร็จรูป เช่น วิดีโอ อนิเมชั่น

อินโฟกราฟิก คลังข้อ สอบ ในส่วนทักษะและระเบียบวินัยของเด็กนักเรียนในการเรียนออนไลน์ อาจจำเป็นต้องอาศัยครูคอยเป็นผู้ติดตาม ให้คำปรึกษา อบรมสั่งสอน เพื่อให้นักเรียนสามารถเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ภายใต้สถานการณ์ฉุกเฉินนี้ (คณะศึกษาศาสตร์และพัฒนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2563)

สำหรับในอนาคตเนื้อหาการเรียนรู้แบบดิจิทัลจะเข้ามาแทนที่และบทบาทในการศึกษา หนังสือทั่วไปจะกลายเป็นเอกสารประกอบในเนื้อหารายวิชาที่เป็นทฤษฎีพื้นฐาน เพราะเนื้อหาไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลง แต่สำหรับเนื้อหาวิชาที่มีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา เช่นเนื้อหาด้าน คอมพิวเตอร์ และวิทยาการต่าง ๆ เนื้อหาการเรียนรู้แบบดิจิทัลจะเข้ามาแทนที่ได้เพราะสามารถแก้ไขเนื้อหาภายใต้สะดวก อีกทั้งขั้นตอนการผลิตหนังสือทั่วไปจะใช้ เวลานาน เนื้อหาการเรียนรู้แบบดิจิทัลจะทำให้ผู้สนใจ ในเนื้อหาต่าง ๆ ได้มีความรู้จากเนื้อหานั้น ๆ โดยที่ไม่จำเป็นต้องเข้าเรียนในสถานศึกษา อนาคตของเนื้อหาการเรียนรู้แบบดิจิทัลไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้อ่านเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับการพัฒนา และการคิดค้นรูปแบบใหม่ๆ เพื่อให้มีความสะดวกในการอ่านให้มากขึ้น และทำให้เนื้อหา มีความน่าสนใจมากขึ้น นอกจากนั้นแล้วเนื้อหาการเรียนรู้แบบดิจิทัลจะเข้าไปทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตลาด สิ่งพิมพ์เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร เป็นต้น จะถูกผลิตมาในรูปแบบที่เป็นแบบดิจิทัลมากขึ้นในอนาคต ดังนั้นครูในโรงเรียนต้องตระหนักถึงความสำคัญ และความจำเป็นของทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) การตัดสินใจนำทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) มาใช้เป็นแนวทางและเครื่องมือในด้านการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียน และปรับเปลี่ยนกระบวนการในการบริหารจัดการโรงเรียน และการนำเครื่องมือทางการจัดการเรียนการสอนใหม่ ๆ และทันสมัยเข้ามาใช้ก็เป็นกลไกและแนวทางหนึ่งในการพัฒนาระบบของสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพและมีผลการปฏิบัติงานที่สูงขึ้นสามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนากิจการจัดการเรียนการสอนทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) ของครูในยุค 5 G อันเป็นเป้าหมายปลายทางของการจัดการศึกษา ดังนั้น การศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการพิจารณากำหนดนโยบายในการแก้ไขปัญหา และนำไปพัฒนาปรับปรุงการจัดการศึกษาให้สูงขึ้น อันจะส่งผลต่อประสิทธิภาพที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศตามนโยบายและเป้าหมายการปรับปรุงคุณภาพการจัดการศึกษาของสถานศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน
2. เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

วิธีการวิจัย

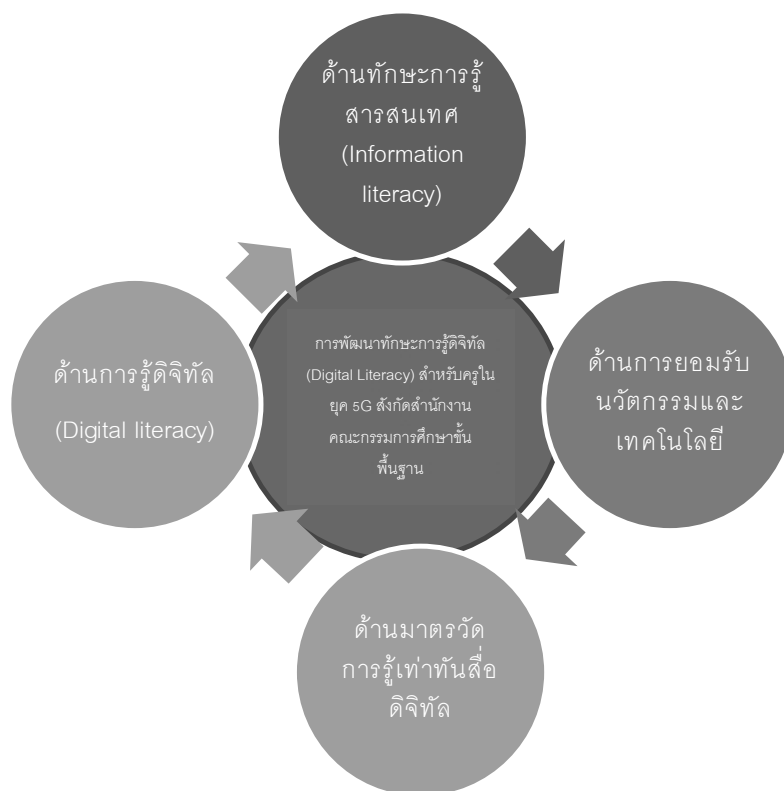
การศึกษาวิจัย เรื่องการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ผู้ดำเนินการวิจัยได้ ทบทวนวรรณกรรม โดยศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร บทความ ตำรา และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงประกาศ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ดังนี้ 1. ทักษะการรู้ดิจิทัล 2. ความสัมพันธ์ของทักษะการรู้สารสนเทศและการรู้ดิจิทัล 3. แนวคิดการรู้ดิจิทัล 4. ระดับของการรู้ดิจิทัล 5. กระบวนการของการรู้ดิจิทัล 6. องค์ประกอบทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) 7. มาตรฐานการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล 8. การรู้เท่าทันดิจิทัลกับพฤติกรรมการใช้ดิจิทัลในการจัดการเรียนรู้ 9. เทคโนโลยี 5G และ 10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ในการวิจัยครั้งนี้มี วิธีดำเนินการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method) ซึ่งสนับสนุนซึ่งกันและกันระหว่าง การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการศึกษาที่ช่วยเสริมให้การวิจัยเชิงคุณภาพ สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ทั้งนี้วัตถุประสงค์หลักของการกำหนดการดำเนินการวิจัยก็คือ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบที่มีประสิทธิภาพสูงสุดจากการวิจัย โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ครูจำนวน 467,357 คน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2563) และกลุ่มตัวอย่าง ครูและบุคลากรทางการศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน 540 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ ตัวแปรที่ศึกษา 1 ตัวแปรต่อหน่วยตัวอย่างที่ต้องศึกษา จำนวน 15-20 คน (เนงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) โดยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้น

พื้นฐาน ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) ด้านทักษะการรู้สารสนเทศ (Information Literacy) ด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านมาตรฐานการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1. เพื่อศึกษาระดับทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน 2. เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth interviews) กับกลุ่มตัวอย่าง พบว่า Digital literacy หรือ ทักษะการรู้ดิจิทัล หมายถึง ทักษะในการนำเครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบัน อาทิ คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ แท็บเล็ต โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และสื่อออนไลน์ มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการสื่อสาร การปฏิบัติงาน และการทำงานร่วมกัน หรือใช้เพื่อพัฒนากระบวนการทำงาน หรือระบบงานในองค์กร ให้มีความทันสมัย และบุคลากรภาครัฐทุกคนจะต้องมีทักษะด้านดิจิทัลสำหรับการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งทักษะดังกล่าวครอบคลุมความสามารถ 4 มิติ คือ 1) การใช้ (Use) 2) เข้าใจ (Understand) 3) การสร้าง (create) และ 4) เข้าถึง (Access) เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านทักษะการรู้สารสนเทศ (Information literacy) ด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านมาตรฐานการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ด้านการรู้ดิจิทัล (Digital literacy)



ภาพที่ 1 การพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G สังกัดสำนักงาน
คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

อภิปรายผลการวิจัย

สำหรับกรวิจัยเรื่อง การพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วย 4 ด้าน มีรายละเอียดดังนี้ องค์ประกอบด้านทักษะการรู้สารสนเทศ (Information Literacy) ประกอบด้วย 1. การตระหนักถึงความต้องการด้านสารสนเทศ 2. จำแนกวิธีการในการค้นหาช่องทางสารสนเทศ 3. สร้างยุทธวิธีในการค้นหาและระบุแหล่งสารสนเทศ 4. ระบุแหล่งสารสนเทศและเข้าถึง 5. เปรียบเทียบและประเมินสารสนเทศ 6. เรียบเรียง ประยุกต์ใช้ และสื่อสาร 7. สังเคราะห์และสร้าง องค์ประกอบทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) ประกอบด้วย 1. เข้าถึง (access) 2. วิเคราะห์ (analyze) 3. ประเมิน (evaluate) 4. สร้างสรรค์ (Create) 5. การมีส่วนร่วม (participate skill) 6. ความตระหนัก 7. เข้าใจ 8. การใช้สื่อดิจิทัล 9 การเรียนรู้ด้วยสื่อดิจิทัล 10. จริยธรรม 11. สะท้อนคิด (reflect) 12. การกระทำ (act) 13. การจัดกลุ่ม (grouping) 14. การอุปนัย (induction) 15. การนิรนัย (deduction) 17. การสรุป (abstracting) 18. โครงสร้างความรู้

(knowledge structures) 19. การมีคุณลักษณะเฉพาะในการเปิดรับสื่อดิจิทัล (personal locus) สำหรับองค์ประกอบของด้านมาตรวัดการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ประกอบด้วย 1. functional consuming 2. critical Consuming 3. functional prosuming 4. critical prosuming 5. การจัดเก็บสื่อดิจิทัล (storing information) 6. การจัดการสื่อดิจิทัล (handling information) 7. การกำจัดสื่อดิจิทัล (disposing information) ดังนั้นถ้ากระทรวงศึกษาธิการต้องการผลักดันนโยบายการสอนออนไลน์ รัฐบาลจำเป็นต้องจัดอบรมเชิงปฏิบัติการอย่างเร่งด่วนเพื่อให้ครูสามารถจัดการเรียนการสอนออนไลน์ได้ เนื่องจากรูปแบบและแนวทางการจัดการเรียนรู้ออนไลน์ที่เหมาะสมของแต่ละกลุ่มสาระการเรียนรู้มีข้อจำกัดและเป้าหมายที่แตกต่างกัน โดยควรมีผู้เชี่ยวชาญ ให้คำแนะนำและตัวอย่างแนวทางที่เป็นไปได้ หรือ ควรจัดตั้งกลุ่มสังคมแห่งการเรียนรู้ในการพัฒนาการ จัดการเรียนการสอนออนไลน์ในแต่ละกลุ่มสาระไปพร้อมกันด้วย สำหรับแนวทางคือรัฐบาลต้องจัดทำหลักสูตรออนไลน์กลางแล้วให้ครูเป็นผู้ประสานงานหรือเป็นสื่อกลางในการช่วยเหลือให้นักเรียนเข้าถึงระบบการเรียนการสอนออนไลน์นี้ สำหรับนักเรียนที่ไม่สามารถเข้าถึงการเรียนการสอนออนไลน์ได้ หรือ ไม่พร้อมด้วยสาเหตุใดก็ตาม รัฐบาลจำเป็นต้องให้การดูแลนักเรียนกลุ่มนี้ไม่ให้ การเรียนรู้ขาดช่วง โดยควรส่งเสริมและหาช่องทางการเรียนรู้รูปแบบอื่นควบคู่ไปพร้อมกัน ในส่วนการจัดหาอุปกรณ์การสื่อสาร และจัดหาอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงให้ในเวลาอันสั้น นอกจากจะเสี่ยงต่อการจ่ายแพงและ ได้ของที่ไม่ตรงกับความต้องการจริง และอาจเป็นการสร้างปัญหาภายหลังได้ หน่วยงานที่มีหน้าที่ดูแล ควบคุม กำกับ การทำงานของโรงเรียน ควรให้การผ่อนปรนตามสถานการณ์ และไม่ใช่เพียงให้ครูสอนออนไลน์เพื่อให้นักเรียนบรรลุจุดประสงค์การเรียนรู้ครบถ้วนตามในหลักสูตร หรือ ไม่ใช่เพียงให้โรงเรียนทำเอกสารไว้ ตรวจสอบประเมินคุณภาพการศึกษา เหมือนว่าอยู่ในสถานการณ์ปกติ (สุมิตร สุวรรณ, 2563)

องค์ประกอบด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ประกอบด้วย 1. การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี (Perceived Usefulness) เป็นทัศนคติ ความเชื่อของบุคคลที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีหรือระบบใดระบบหนึ่ง เพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงาน ของบุคคลนั้น Davis (2017) เป็นความเชื่อหรือมุมมองในการวิเคราะห์และตระหนักถึงคุณค่าหรือประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากเทคโนโลยี หากคุณประโยชน์ของเทคโนโลยีตรงกับความต้องการของบุคคลจะนำไปสู่การยอมรับและใช้เทคโนโลยีนั้นต่อไป 2. การรับรู้ความง่ายของการใช้เทคโนโลยี (Perceived Ease of Use) เป็นการรับรู้ว่าเทคโนโลยีนั้นใช้งานง่าย โดยการใช้มันไม่ต้องใช้ความพยายามมาก ไม่มีความซับซ้อนในการใช้งาน จึงมีความเป็นไปได้ที่จะเกิดการยอมรับจากผู้ใช้งานการรับรู้ความง่ายนั้น มีอิทธิพลทางตรง ต่อพฤติกรรม

การยอมรับหรือความตั้งใจที่จะใช้และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการใช้ โดยส่งผ่านพฤติกรรมยอมรับ (Agarwal et. al, 2015; Venkatesh, 2016) นอกจากนี้ ยังพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์อีกด้วย (Karrahanna, 2018) 3. ทศนคติต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) เป็นทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศและการรับรู้ว่าเป็นระบบ ที่ง่ายต่อการใช้งานในขณะที่ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้งานได้รับอิทธิพลจากทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศและส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้งานจริงในที่สุดและเพื่อให้สามารถอธิบายเหตุผลของบุคคลในการรับรู้ถึงประโยชน์ ที่ได้รับจากระบบสารสนเทศมากยิ่งขึ้น 4. เจตนาเชิงพฤติกรรมการใช้ (Behavioral Intention to Use) เป็นบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรม เป็นปัจจัยหลักที่กำหนดความตั้งใจจะใช้งานและมีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจาก เทคโนโลยีสารสนเทศและภาพลักษณ์ในเชิงบวก 5. ความตั้งใจการใช้ (Intention to Use) เป็นความตั้งใจแสดงพฤติกรรมหรือพฤติกรรมการใช้ที่ได้รับอิทธิพลจาก 7 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1. ความคาดหวังใน ประสิทธิภาพ 2. ความคาดหวังในความพยายาม 3. อิทธิพลของสังคม 4. สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน 5. แรงจูงใจด้านความบันเทิง 6. มูลค่าราคา และ 7. ความเคยชิน ทั้งนี้ สภาพ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และความเคยชินมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้ 6. การใช้งานจริง (Actual System) เป็นการใช้งานจริงที่มีผลกระทบของตัวแปรเสริม หรือ ตัวผันแปร (ประสบการณ์และความสมัครใจ) เกิดความคู่และความเชื่อมโยงระหว่างบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรม และความตั้งใจที่จะใช้งานจริง 7. พฤติกรรมการใช้ (Usage Behavior) เป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงสัมพันธ์กับ ปัจจัย ที่เกิดก่อน ได้แก่ 1. ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับงาน 2. คุณภาพของผลลัพธ์ และ 3. ผลลัพธ์ที่สามารถแสดงให้เห็นก่อนได้ มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศใน เชิงบวก และพบอีกว่า ภายใต้เงื่อนไขการใช้งานโดยบังคับและผู้ใช้งานมีประสบการณ์จำกัดบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรมจะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้ในเชิงบวกนั่นเอง ดังนั้น การวิจัยการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สำหรับครูในยุค 5G สังกัดสำนักงานคณะกรรมการศึกษาขั้นพื้นฐาน ครั้งนี้ทำให้ได้ตัวแปรที่มีผลต่อทักษะด้าน Digital Literacy สำหรับครูในยุค 5G มีข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปทำการประเมินและพัฒนาครูได้ โดยผลการวิจัยครั้งนี้สถานศึกษาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เพิ่ม

ประสิทธิภาพในทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) มีความทันสมัย และเปิดกว้าง และเป็นที่ยอมรับ ซึ่งจะช่วยรักษาครูและบุคลากรรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพสูง มาทำงานกับองค์กรด้วย

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สำหรับทักษะการรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) นั้น สามารถแบ่งเป็น 4 ส่วนที่สำคัญ ได้แก่ ใช้ (Use) เข้าใจ (Understand) สร้าง (Create) และ เข้าถึง (Access) เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้ 1) ใช้ (Use) หมายถึง ความคล่องแคล่วทางเทคนิคที่จำเป็นในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ทักษะและความสามารถที่เกี่ยวข้องกับคำว่า “ใช้” ครอบคลุมตั้งแต่เทคนิคขั้นพื้นฐาน คือ การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เช่น โปรแกรมประมวลผลคำ (Word processor) เว็บเบราว์เซอร์ (Web browser) อีเมล และเครื่องมือสื่อสารอื่น ๆ สู่วิธีขั้นสูงขึ้น สำหรับการเข้าถึงและการใช้ความรู้ เช่น โปรแกรมที่ช่วยในการสืบค้นข้อมูล หรือ เสิร์ชเอนจิน (Search engine) และฐานข้อมูลออนไลน์ รวมถึงเทคโนโลยีอุบัติใหม่ เช่น Cloud computing 2) เข้าใจ (Understand) คือ ชุดของทักษะที่จะช่วยผู้เรียนเข้าใจบริบทและประเมินสื่อดิจิทัล เพื่อให้สามารถตัดสินใจเกี่ยวกับอะไรที่ทำได้และพบบนโลกออนไลน์ จัดว่าเป็นทักษะที่สำคัญและที่จำเป็นที่จะต้องเริ่มสอนเด็กให้เร็วที่สุดเท่าที่พวกเขาเข้าสู่โลกออนไลน์ เข้าใจยังรวมถึงการตระหนักว่าเทคโนโลยีเครือข่ายมีผลกระทบต่อพฤติกรรมและมุมมองของผู้เรียนอย่างไร มีผลกระทบต่อความเชื่อและความรู้สึกเกี่ยวกับโลกส่วนตัวผู้เรียนอย่างไร เข้าใจยังช่วยเตรียมผู้เรียนสำหรับเศรษฐกิจฐานความรู้ที่ผู้เรียนพัฒนาทักษะการจัดการสารสนเทศเพื่อค้นหา ประเมิน และใช้สารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อติดต่อสื่อสารประสานงานร่วมมือ และแก้ไขปัญหา 3) สร้าง (Create) คือ ความสามารถในการผลิตเนื้อหาและการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพผ่านเครื่องมือสื่อสารที่หลากหลาย การสร้างด้วยสื่อดิจิทัลเป็นมากกว่าแค่การรู้วิธีการใช้โปรแกรมประมวลผลคำหรือการเขียนอีเมล แต่มันยังรวมความสามารถในการดัดแปลงสิ่งที่ผู้เรียนสร้างสำหรับบริบทและผู้ชมที่แตกต่างและหลากหลาย ความสามารถในการสร้างและสื่อสารด้วยการใช้ Rich media เช่น ภาพ วิดีโอ และเสียง ตลอดจนความสามารถในการมีส่วนร่วมกับ Web 2.0 อย่างมีประสิทธิภาพและรับผิดชอบ เช่น Blog การแชร์ภาพและวิดีโอ และ Social media รูปแบบอื่น ๆ 4) เข้าถึง (Access) คือ การเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล และข้อมูลข่าวสาร เป็นฐานรากในการพัฒนา การสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ผู้เรียนจำเป็นต้องเข้าใจอินเทอร์เน็ตและการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตด้วยช่องทางต่าง ๆ รวมถึง ข้อดีข้อเสียของแต่ละช่องทางได้ เพื่อให้สามารถ

ใช้ Search Engine ค้นหาข้อมูลที่ต้องการจาก อินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องเข้าใจสื่อทางดิจิทัลชนิดต่าง ๆ รวมถึง การนำไปประยุกต์ใช้งานในปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

กฤษณา ชาวไชย. (2556). พัฒนาการและการขับเคลื่อนแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย. วารสาร JC-e-Journal คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (1 ตุลาคม 2563) สืบค้นจาก http://203.131.210.100/ejournal/?page_id=570

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2563) แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (5 ตุลาคม 2563) สืบค้นจาก <http://www.mict.go.th/view/1/Digital%20Economy>

ไทยรัฐออนไลน์. (2563). ไชรทัส "ประเทศไทย 4.0" สร้างเศรษฐกิจใหม่ ก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง. (2 ตุลาคม 2563) สืบค้นจาก <http://www.thairath.co.th/content/613903>

เสมอ นิมเงิน. (2563). มาแน่5G ปี 63 “จุดเปลี่ยนธุรกิจ-ชีวิตประจำวันครั้งใหญ่”. (1 ตุลาคม 2563) สืบค้นจาก <https://money2know.com/เทคโนโลยี5g/>

เสมอ นิมเงิน. (2563). 5G กำลังมา ไทยเตรียมตัว เปลี่ยนโฉมอีก. (1 ตุลาคม 2563) สืบค้นจาก <https://www.matichon.co.th/economy/news/823125>

Center for Media Literacy. (2019). What is Media Literacy? A Definition...and More. Retrieved October 1, 2020, from <http://www.medialit.org/reading-room/what-media-literacydefinitionand-more>

Livingstone, Sonia. (2017). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies [online]. London: LSE Research Online. Available at: <http://eprints.lse.ac.uk/1017>

National Association for media Literacy education (NAMLE). (2019) Media Literacy Defined. Retrieved October 10, 2020, from <https://namle.net/publications/media-literacydefinitions/>

Ribble, Mike. (2015) Digital Citizenship in Schools. International Society for Technology in Education. Retrieved October 10, 2020, from <https://www.iste.org/docs/excerpts/-DIGCI2excerpt.pdf>

การศึกษาป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตศูนย์กลางชุมชนปากน้ำโพ
จังหวัดนครสวรรค์

A Study of Shop Sign of Thai-Chinese People in Pak Nam Pho Community Center,
Nakhon Sawan Province

อิสรา รุ่งแหยม¹ ดุจสิตา ขำนาพึง² นภาพร สุขหรั่ง³
พัทธนันท์ LOYTHABLOET⁴ รัฐสิกา แก้วสมนึก⁵ และ วศิน สุขสมบุญวงศ์⁶

Aisara Rungyeam Dutsita Kamnapung Napapon Sukrong Pattanan Loythabloet
Ratsika Khaewsomnuek and Wasin Suksomboonwong

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.ศึกษาวิธีการตั้งชื่อร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตศูนย์กลางชุมชนปากน้ำโพ 2.ศึกษาคำมงคลที่ปรากฏอยู่ในป้ายร้านค้าและความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตศูนย์กลางชุมชนปากน้ำโพ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วารสาร สื่อออนไลน์ และการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามด้วยการลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นผู้ประกอบการในพื้นที่ ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมโดยมีการบันทึกภาพป้ายร้านค้าประกอบ

ผลการวิจัยพบว่า ที่มาของป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีนในชุมชนปากน้ำโพส่วนใหญ่เป็นภาษาจีนแต้จิ๋ว (潮州话) นิยมทำป้ายชื่อร้านเป็นภาษาไทยที่กำกับเสียงเป็นภาษาจีนและตัวอักษรจีน ข้อความบนป้ายร้านค้าส่วนใหญ่มาจากชื่อและนามสกุลภาษาจีนของเจ้าของธุรกิจ โดยบางป้ายมีเพียงชื่อและนามสกุล บางป้ายมีทั้งชื่อ นามสกุล และประเภทของธุรกิจ การศึกษาครั้งนี้ยังสะท้อนให้เห็นว่า ชาวไทยเชื้อสายจีนในชุมชนปากน้ำโพให้ความสำคัญกับการใช้ภาษาในการตั้งชื่อร้านค้า ทั้งชื่อร้านภาษาจีนและภาษาไทย สิ่งสำคัญที่ปรากฏในชื่อร้านสามารถสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมและความเชื่อของชาวไทยเชื้อสายจีนว่า การมีตัวอักษรที่เป็นสิริมงคลประกอบอยู่ในป้ายร้านค้าจะนำมาซึ่งผลกำไรและความเจริญรุ่งเรืองของธุรกิจ นอกจากนี้ยังพบว่า ชาวไทยเชื้อสายจีนในชุมชนปากน้ำโพยังคงสืบทอดความเชื่อในเรื่องของสีสันทันที่สื่อถึงความเป็นสิริมงคลบนป้ายร้านค้า ใช้ความหมายและความสำคัญของสีสันทันมาสร้างขวัญกำลังใจ และยังใช้เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวทางจิตใจในการมุ่งมั่นประกอบกิจการของตนเอง

คำสำคัญ : ป้ายร้านค้า; ชาวไทยเชื้อสายจีน; ชุมชนปากน้ำโพ

1-5 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาวิชาภาษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏพินุลสงคาม จังหวัด พินุลโลก 65000

โทรฯ : 065-7490723 email : Gameitsara.com@gmail.com

6 อาจารย์ที่ปรึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพินุลสงคาม

Abstract

The purposes of this qualitative research were 1) to study the methods of giving shop names of Thai-Chinese people in the Pak Nam Pho Community Center and 2) to study the auspicious words appeared on the shop signs and their relationship with the way of life of Thai-Chinese people in the Pak Nam Pho Community Center. Data were collected from exploring related documents, research, journals, online media, and field study data. In addition, data were also collected through in-depth interview with key informants (local entrepreneurs as well as non-participant observation). Shop sign pictures were recorded to be analyzed through triangulation in order to verify the accuracy of the information.

The results of this research indicated that the origin of the Chinese-language shop signs in Pak Nam Pho Community was mostly in Teochew Chinese. The shop name signs in Thai language with sound label in Chinese and Chinese characters have been popularly used. Most of the text on the shop signs came from the business owner's Chinese first and last name. Either first name or last name was appeared on some shop signs. Some signs indicated both first and last names as well as type of business. The findings of this study also reflected that Thai-Chinese people in Pak Nam Pho community have appreciated the shop naming through both Chinese and Thai languages. More importantly, Shop names could reflect the culture and beliefs of Thai-Chinese people that the presence of auspicious letters in the shop signs could lead to profit and prosperity. Besides, Thai-Chinese descents in Pak Nam Pho community continue to inherit the beliefs in colors that convey auspiciousness on the shop signs, the use the meaning and importance of color to build morale as well as using as a mental anchor in their own business determination.

Keywords : Shop signs; Thai-Chinese people; Pak Nam Pho Community

ที่มาและความสำคัญ

คนจีนเริ่มอพยพเข้าสู่ประเทศไทยตั้งแต่ปลายสมัยกรุงศรีอยุธยาเรื่อยมาจนถึงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น โดยสาเหตุส่วนใหญ่ของการอพยพของชาวจีนเข้าสู่ไทยก็เพราะความไม่สงบภายในประเทศจีน ความอดอยาก และการเข้ามาติดต่อค้าขาย ประกอบกับความสามารถในการเดินเรือของจีน จากทะเลจีนใต้สู่ม่าน้ำเจ้าพระยา จากนั้นจึงล่องขึ้นมาทางภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทยบริเวณต้นแม่น้ำเจ้าพระยา แล้วขึ้นฝั่งมาตั้งรกรากในจังหวัดนครสวรรค์เกิดเป็นชุมชนชาวจีนปากน้ำโพที่มีอายุเกือบหนึ่งร้อยปี ชาวจีนทั้งหมดที่อพยพเข้ามาอยู่ในนครสวรรค์นั้นมีหลายกลุ่ม ชาวจีนไหหลำ (海南) เป็นกลุ่มแรกที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในอำเภอเก้าเลี้ยว และตำบลบ้านมะเกลือ ต่อมาชาวจีนแต้จิ๋ว (潮州) จีนแคะ (客家) และจีนกวางตุ้ง (广东) ก็เริ่มอพยพตามมา จากการศึกษาของศาสตราจารย์ จี วิลเลียม สกินเนอร์ (G. William Skinner, 2005) เกี่ยวกับจำนวนคนจีนในจังหวัดนครสวรรค์ช่วงปี พ.ศ.2477 พบว่า ประชากรชาวจีนในมณฑลนครสวรรค์ (เขตการปกครองในขณะนั้น) มีจำนวนมากถึง 6,300 คน จากจำนวนคนจีนทั้งหมดในภาคกลาง 10,900 คน (มณฑลภาคกลางประกอบด้วย นครสวรรค์ พิชณุโลก เพชรบูรณ์) ขณะที่คนจีนทั้งประเทศขณะนั้นมีจำนวนมากถึง 397,100 คน ในอดีตการค้าของนครสวรรค์อาศัยทางน้ำเป็นหลัก พ่อค้าชาวจีนเป็นคนกลางในการนำสินค้าจากกรุงเทพมหานครและสินค้าสำเร็จรูปจากต่างประเทศมาขายในนครสวรรค์และอำเภอต่าง ๆ โดยขากลับจะนำผลผลิตทางการเกษตร ของป่า และของพื้นเมืองล่องแม่น้ำเจ้าพระยาไปขายที่กรุงเทพมหานคร ด้วยพ่อค้าชาวจีนเหล่านี้อาศัยอยู่ในเรือของตนซึ่งจอดอยู่ในแม่น้ำเจ้าพระยา ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการติดต่อทำการค้าและขนส่งสินค้าลงมากรุงเทพมหานคร การขยายตัวทางการค้าโดยเฉพาะในสมัยรัชกาลที่ 5 เป็นต้นมา ทำให้ชาวจีนหลั่งไหลเข้ามาขายแรงงานและประกอบการค้าในนครสวรรค์มากขึ้น จนกระทั่งมีการย้ายศูนย์กลางการค้าจากฝั่งตะวันออก คือ ฝั่งแม่น้ำน่านมายังฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา หรือที่เรียกกันในปัจจุบันว่า “ตลาดปากน้ำโพ” ซึ่งเป็นบริเวณที่คนไทยเชื้อสายจีนอาศัยอยู่ ที่มาของคำว่า “ปากน้ำโพ” เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เกือบจะเทียบเท่ากับนาม “เมืองนครสวรรค์” ซึ่งมีที่มาจากหลายแห่ง และมีเหตุผลแตกต่างกันไป ประเด็นแรกกล่าวว่า “ปากน้ำเฒ่า” หรือ “ปากน้ำโพเฒ่า” ชาวเรือแพที่ล่องสินค้ามาจากทางภาคเหนือตามแควต่าง ๆ เช่น ปิง วัง ยม น่าน จนถึงปากน้ำโพอันกว้างใหญ่ไพศาล ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำเจ้าพระยา ต่างก็อุทยานออกมาด้วยความโล่งใจ ใฝ่หรือเผลอ แล้วเพราะได้สิ้นสุดภาระการล่องเรือในลำน้ำที่แสนจะคดเคี้ยวและแคบด้วยความลำบากเหน็ดเหนื่อย แต่เดิมคงจะเรียกว่า “ปากน้ำเฒ่า” ตามสำเนียงภาคเหนือ แล้วคงมาเพี้ยนเป็น “ปากน้ำโพ” อีกประเด็นหนึ่งกล่าวกันว่า มาจากคำว่า “โพธิ์” เพราะมีต้นโพธิ์ขนาดใหญ่อยู่ตรงปากแม่น้ำ เมื่อล่องเรือแพผ่านไปมาจะมองเห็นต้นโพธิ์ใหญ่ต้นนี้อยู่ตรงปากแม่น้ำและมีวัด ๆ หนึ่งคือวัดโพธิ์ (วัดโพธารามในปัจจุบัน) เป็นสถานที่ทำบุญของชาวเมืองลอย (ชาวปากน้ำโพ) จึงมีชื่อตามชื่อต้นโพธิ์หรือชื่อวัดโพธิ์ว่า “ปากน้ำโพธิ์” และกลายมาเป็น “ปากน้ำโพ” ในหนังสืออักษรานุกรมภูมิศาสตร์ฉบับราชบัณฑิตยสถานกล่าวไว้ว่า แม่น้ำแควปิง ตั้งแต่ตรงที่แม่น้ำวังกับ

แม่น้ำปิงรวมกันที่จังหวัดตาก ลงมาจนถึงต้นแม่น้ำเจ้าพระยา สมัยโบราณมีชื่อเรียกอีกชื่อว่า “แม่น้ำโพ” ฉะนั้น ตรงที่แม่น้ำแควปิงหรือแม่น้ำโพกับแม่น้ำแควใหญ่ ซึ่งหมายถึงแม่น้ำยมไหลมารวมกับแม่น้ำน่าน จึงเรียกว่า “ปากน้ำโพ” ได้เช่นกัน (จังหวัดนครสวรรค์, ม.ป.ป.)

จากบทความเรื่อง “เกร็ดความรู้เกี่ยวกับขบวนแห่เจ้าพ่อเจ้าแม่ปากน้ำโพ” (ณัฐนิชา คงประกอบ, 2561) ที่กล่าวถึงชาวจีนในจังหวัดนครสวรรค์ว่า “ลักษณะที่อยู่อาศัยการสร้างบ้านเรือนส่วนใหญ่จะอยู่รวมกันเป็นชุมชนขนาดเล็กและขนาดใหญ่ กระจัดกระจายอยู่ทั่วทุกอำเภอในจังหวัดนครสวรรค์ แต่เดิมมีลักษณะเป็นบ้านไม้ชั้นเดียวติดกันและครอบครัวจะเป็นครอบครัวใหญ่มีญาติพี่น้องอยู่รวมกัน ปัจจุบันคนจีนในจังหวัดนครสวรรค์ จะกระจัดกระจายอยู่ในแหล่งชุมชนที่เจริญอยู่เกือบทุกอำเภอ แหล่งที่อยู่ของคนไทยเชื้อสายจีนได้แก่ ตลาดในตัวเมืองหรือตัวอำเภอที่มีการค้าขายเนื่องจากนิยมสร้างบ้านเป็นที่อยู่อาศัยแล้ว ยังใช้เป็นร้านค้า ห้างร้าน บริษัทเพื่อประกอบอาชีพ ค้าขายทำธุรกิจต่าง ๆ อีกด้วย” ทำให้เห็นว่าในปัจจุบันชาวจีนมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในจังหวัดนครสวรรค์ มีความสามารถในการพัฒนาตนเองให้เข้ากับระบบเศรษฐกิจของประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปได้ตลอดเวลา โดยเฉพาะการเข้ามาประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจในหลายรูปแบบ เช่น เป็นพ่อค้าคนกลาง นายทุนเงินกู้ เจ้าของทุนด้านเกษตรและอุตสาหกรรม การธนาคาร การคมนาคม และบริษัทเงินทุน เป็นต้น เมื่อระยะเวลาผ่านไปการผสมกลมกลืนเกี่ยวกับวัฒนธรรม ศาสนา และภาษา ระหว่างชาวไทยที่มีอยู่เดิมกับชาวไทยเชื้อสายจีนที่เข้ามาอาศัยอยู่ในนครสวรรค์เหล่านี้ สามารถปรับตัวเข้ากันได้อย่างกลมกลืน แต่ในขณะเดียวกันก็ยังคงรักษาเอกลักษณ์ของขนบธรรมเนียมประเพณีจีนไว้ได้เป็นอย่างดี วัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนในจังหวัดนครสวรรค์ เช่น ศาลเจ้าจีน วัดจีน สุสานจีน โรงเรียนจีน ประเพณี วัฒนธรรมเทศกาลต่าง ๆ ที่ยึดถือปฏิบัติ และยังคงมีการอนุรักษ์สืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน เช่น ประเพณีเฉลิมฉลองในช่วงเทศกาลตรุษจีน (春节) ประเพณีการเซ่นไหว้ในช่วงวันสารทจีน (中元节) และวันเซ็งเม้ง (清明节) เป็นต้น

ด้วยอิทธิพลของความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมดั้งเดิมและอำนาจทางเศรษฐกิจของชาวจีนในท้องถิ่นจังหวัดนครสวรรค์ สิ่งเหล่านี้ทำให้ภาษาและวัฒนธรรมจีนของชาวจีนในท้องถิ่นที่อพยพเข้ามาตั้งรกรากเมื่อประมาณเกือบหนึ่งร้อยปีที่ผ่านมามีจนถึงปัจจุบัน กลายเป็นภาษาและวัฒนธรรมของชาติพันธุ์จีนที่ยังคงดำรงรักษาอัตลักษณ์ของตนไว้ได้อย่างเหนียวแน่น วัฒนธรรมทางภาษาที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจค้าขายของชาวจีนที่สังเกตเห็นได้ชัดเจนที่สุดคือ “ป้ายชื่อร้านค้า” เพราะป้ายร้านเป็นการสื่อสารให้ผู้คนสามารถจดจำและรับรู้ได้ว่า สถานที่ดังกล่าวขายสินค้าหรือให้บริการประเภทใด ดังข้อความที่กล่าวถึงประโยชน์ของป้ายร้านค้าไว้ว่า 1. ช่วยโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ 2. ทำให้เกิดการจดจำชื่อร้านและสินค้าที่ขาย 3. ช่วยตกแต่งหน้าร้านให้โดดเด่นและเป็นจุดสนใจ (ธนาชัย เพ็งแก้ว, ม.ป.ป.)

จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของคณะผู้วิจัยพบว่า ในพื้นที่บริเวณชุมชนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์นั้น มีป้ายร้านของชาวไทยเชื้อสายจีนซึ่งจะประกอบไปด้วย ป้ายร้านที่กำกับเสียงภาษาจีนด้วย

ตัวอักษรภาษาไทย และป้ายร้านค้าที่เป็นตัวอักษรจีน โดยภายใต้แนวคิดเกี่ยวกับการตั้งชื่อร้านค้านั้น ชาวจีนยังคงให้ความสำคัญเกี่ยวกับความเชื่อในเรื่องคำมงคลที่สามารถเสริมสร้างความเป็นสิริมงคลในการส่งเสริมให้กิจการค้าขายเจริญรุ่งเรืองขึ้นอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการสำรวจชื่อป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีนในชุมชนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ ว่ามีวิธีการตั้งชื่อร้านค้าที่แสดงให้เห็นวิถีชีวิตชุมชนและค่านิยมต่าง ๆ ของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ อย่างไร รวมถึงศึกษาความหมายคำมงคลของป้ายร้านค้า เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเผยแพร่ อันจะเกิดประโยชน์ต่อวงการวิชาการ ผู้รับบริการในสังคม และยังเป็นการสืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิธีการตั้งชื่อร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีน ในเขตศูนย์กลางชุมชนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อศึกษาคำมงคลที่ปรากฏอยู่ในป้ายร้านค้าและความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชาวไทยเชื้อสายจีน ในเขตศูนย์กลางชุมชนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์

วิธีการดำเนินวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีนในชุมชนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ โดยมุ่งศึกษาวิธีการตั้งชื่อร้านค้าที่แสดงให้เห็นวิถีชีวิตชุมชนและค่านิยมต่าง ๆ ของคนในท้องถิ่น รวมถึงความหมายของคำมงคลในป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีนในชุมชนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยศึกษาข้อมูลและทบทวนวรรณกรรม จากเอกสาร หนังสือ วารสารวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการพิจารณาวิธีการในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนาม โดยคณะผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับป้ายหน้าร้าน และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อและลักษณะการออกแบบป้าย จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาตรวจสอบแบบวิธีสามเส้า (triangulation) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ และนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อค้นพบตามประเด็นวัตถุประสงค์ที่คณะผู้วิจัยตั้งไว้

สำหรับการกำหนดพื้นที่ในการวิจัยนั้น ในเบื้องต้นคณะผู้วิจัยได้ทำการประเมินข้อมูลจากสถานที่จริงและจากอินเทอร์เน็ต ที่มีร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีนอยู่เป็นจำนวนมากซึ่งสังเกตจากร้านค้าหรือสถานประกอบการที่มีป้ายตัวอักษรภาษาจีนรวมทั้งป้ายตัวอักษรภาษาไทยที่กำกับเสียงเป็นภาษาจีน จากนั้นจึงกำหนดขอบเขตในการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลต่อไป โดยทิศเหนือไปถึงทิศใต้เริ่มตั้งแต่ถนนสวรรค์วิถี ไปจนถึงถนนโกสีย์ ทิศตะวันออกไปจนถึงทิศตะวันตกเริ่มตั้งแต่ถนนมาตุลีไปจนถึงถนนโกสีย์

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อจีนในชุมชนปากน้ำโพ จังหวัด นครสวรรค์ คณะผู้วิจัยได้นำเนิ่นการค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลแยกตามประเภทของการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. ขั้นตอนการสำรวจและศึกษาข้อมูลจากเอกสาร คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและสืบค้นเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับป้ายร้านค้า รวมไปถึงข้อมูลเกี่ยวกับชาวไทยเชื้อสายจีนในพื้นที่ที่ทำการรวบรวมข้อมูล อีกทั้งยังได้ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากวารสาร หนังสือ สื่อออนไลน์ รวมทั้งเอกสารวิชาการที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ กำหนดเป็นแนวทางในการศึกษาข้อมูลต่อไป

2. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม คณะผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล ภาคสนาม เกี่ยวกับป้ายร้านค้าในเขตพื้นที่ที่กำหนดไว้ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการ ธุรกิจและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม มีการบันทึกภาพป้ายร้านค้า เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาจัดระเบียบและ วิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

2.1 การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การศึกษาวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ ตัวแทนของผู้ประกอบการธุรกิจ การค้าแต่ละประเภทในชุมชนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ ได้แก่ ประเภทธุรกิจของร้านค้าที่ขายสินค้า จำเป็น 9 ร้าน และประเภทธุรกิจของร้านค้าที่ขายสินค้าฟุ่มเฟือย 9 ร้าน

2.2 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยคณะผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลทั้งแบบวัจนภาษาคือ ชื่อ ข้อความบนแผ่นป้ายชื่อของธุรกิจการค้าในชุมชนปากน้ำโพ และแบบอวัจนภาษาคือ สี ตัวอักษร สัญลักษณ์บนแผ่นป้าย เป็นต้น การเก็บข้อมูลภาคสนามนั้น คณะผู้วิจัยเดินสำรวจป้ายจากร้านค้าหรือ สถานที่ประกอบการที่มีป้ายตัวอักษรภาษาจีนรวมทั้งป้ายตัวอักษรภาษาไทยที่กำกับเสียงเป็นภาษาจีน ตาม ถนนสายต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ในพื้นที่ในการวิจัย และใช้แบบสังเกตในการพิจารณาป้ายของแต่ละร้านและ บันทึกภาพของป้ายชื่อร้านค้าอีกครั้ง เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

3. ขั้นตอนการจัดระเบียบข้อมูล คณะผู้วิจัยนำรายชื่อร้านค้าที่ได้จากการลงพื้นที่ซึ่งมีจำนวน ทั้งหมด 88 ร้าน แล้วนำมาแบ่งกลุ่มของประเภทร้านค้า เช่น หมวดอาหารและเครื่องดื่ม ประกอบด้วย ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ร้านขนม หมวดเทคโนโลยีประกอบด้วย ร้านขายโทรศัพท์ ร้านคอมพิวเตอร์ ร้าน ขายและซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น เพื่อความเป็นระบบในการนำเสนอและวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อค้นพบ

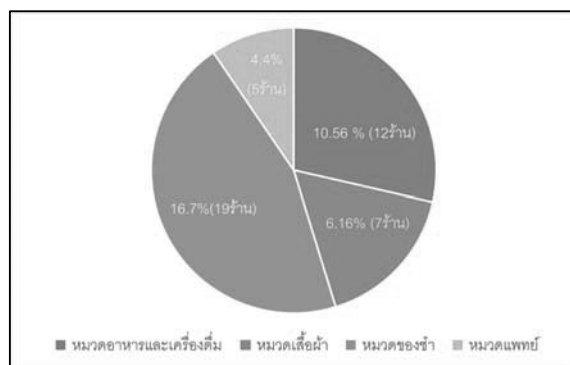
จากการสำรวจข้อมูลร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตศูนย์กลางชุมชนปากน้ำโพ จังหวัด นครสวรรค์ ด้วยการเก็บข้อมูลภาคสนามจากการสังเกตและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการใน พื้นที่ โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลจากตัวแทนของธุรกิจการค้าแต่ละประเภท จำนวน 19 คน สามารถสรุปข้อ ค้นพบในการวิจัย โดยแยกตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ศึกษาวิธีการตั้งชื่อร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตศูนย์กลางชุมชนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์

ผลการวิจัยพบว่า มีจำนวนร้านค้าที่มีป้ายตัวอักษรจีนและป้ายที่มีเสียงกำกับภาษาจีนจำนวนทั้งหมด 88 ร้าน ซึ่งคณะผู้วิจัยจะนำเสนอการจำแนกประเภทธุรกิจการค้า โดยใช้เกณฑ์ของ นครวัฒน์ สาระ (2550) สามารถแบ่งประเภทของร้านค้าออกเป็นคือ ประเภทร้านค้าที่ขายสินค้าจำเป็นและประเภทร้านค้าที่ขายสินค้าฟุ่มเฟือย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

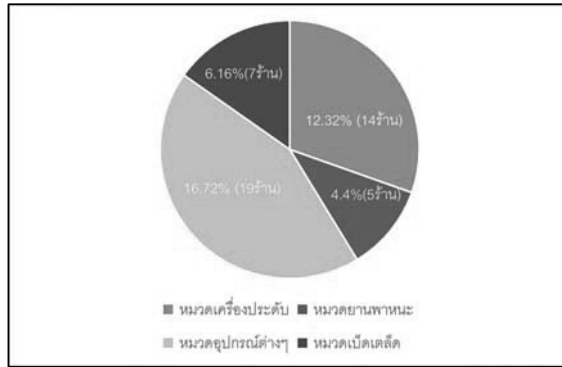
ประเภทร้านค้าที่ขายสินค้าจำเป็น คือร้านค้าที่ขายสินค้าที่เป็นปัจจัยที่มีความจำเป็นในการดำรงชีวิตประจำวัน แบ่งออกเป็น 4 หมวดย่อย คือ หมวดอาหารและเครื่องดื่ม หมวดเสื้อผ้า หมวดของชำ และหมวดแพทย์ ซึ่งจากการสำรวจพบว่า ประเภทของป้ายภาษาจีนที่มีจำนวนมากที่สุดคือ หมวดของชำ มีจำนวน 19 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 16.7 อันดับต่อมาคือ หมวดอาหารและเครื่องดื่ม มีจำนวน 12 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 10.56 อันดับที่สามคือหมวดเสื้อผ้า มีจำนวน 7 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 6.16 และอันดับที่สี่คือหมวดแพทย์ มีจำนวน 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 4.4 (ดังแผนภูมิที่ 1)

แผนภูมิที่ 1 แสดงประเภทธุรกิจของร้านค้าที่ขายสินค้าจำเป็นของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตศูนย์กลางชุมชนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์



ประเภทร้านค้าที่ขายสินค้าฟุ่มเฟือย คือร้านค้าที่ขายสินค้าที่เกินความจำเป็นขั้นพื้นฐานในการครองชีพ แบ่งออกเป็น 4 หมวด ดังต่อไปนี้ หมวดเครื่องประดับ หมวดยานพาหนะ หมวดอุปกรณ์ต่าง ๆ และหมวดเบ็ดเตล็ด ซึ่งจากการสำรวจพบว่า ประเภทของป้ายภาษาจีนที่มีจำนวนมากที่สุดคือ หมวดอุปกรณ์ต่าง ๆ มีจำนวน 19 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 16.7 อันดับต่อมาคือ หมวดเครื่องประดับ มีจำนวน 14 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 12.32 อันดับที่สามคือหมวดเบ็ดเตล็ด มีจำนวน 7 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 6.16 และอันดับที่สี่คือหมวดยานพาหนะ มีจำนวน 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 4.4 (ดังแผนภูมิที่ 2)

แผนภูมิที่ 2 แสดงประเภทธุรกิจของร้านค้าที่ขายสินค้าฟุ่มเฟือยของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตศูนย์กลางชุมชนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์



นอกจากนี้ยังพบว่า ลักษณะของภาษาที่ปรากฏอยู่บนป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขต ศูนย์กลางชุมชนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. ป้ายที่มีเฉพาะตัวอักษรไทยกำกับเสียงเป็นภาษาจีน มีจำนวน 28 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 24.64



ตัวอย่าง



จไทย

กำกับเสียงเป็นภาษาจีน



2. ป้ายที่มีทั้งตัวอักษรไทยกำกับเสียงเป็นภาษาจีนและตัวอักษรจีน มีจำนวน 44 ร้าน คิดเป็น ร้อยละ 38.72



ตัวอย่างภาพป้ายร้านค้าที่มีตัวอักษรไทยกำกับเสียงเป็นภาษาจีนและตัวอักษรจีน

3. ป้ายที่มีการตั้งชื่อเป็นภาษาไทยและมีตัวอักษรจีนประกอบ มีจำนวน 16 ร้าน คิดเป็นร้อยละ

14.08



ตัวอย่างภาพป้ายร้านค้าที่มีชื่อภาษาไทยประกอบกับตัวอักษรจีน

สรุปได้ว่า ร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีน ในเขตศูนย์กลางชุมชนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ ส่วนใหญ่นิยมทำป้ายชื่อร้านแบบที่มีทั้งตัวอักษรไทยกำกับเสียงภาษาจีนและตัวอักษรภาษาจีนมากที่สุด มีจำนวน 44 ร้าน รองลงมาคือป้ายร้านค้าที่มีอักษรไทยกำกับเสียงภาษาจีน มีจำนวน 28 ร้าน และป้ายร้านค้าที่มีชื่อร้านเป็นภาษาไทยประกอบกับตัวอักษรจีน มีจำนวน 16 ร้าน คำที่ใช้โดยส่วนใหญ่เป็นคำที่บ่งบอกชื่อธุรกิจของกิจการค้าขาย เพื่อให้ลูกค้าทราบว่าร้านค้าของตนขายสินค้าประเภทใด นับว่าเป็นการสะท้อนความคิดในเชิงพาณิชย์ได้มากพอสมควร

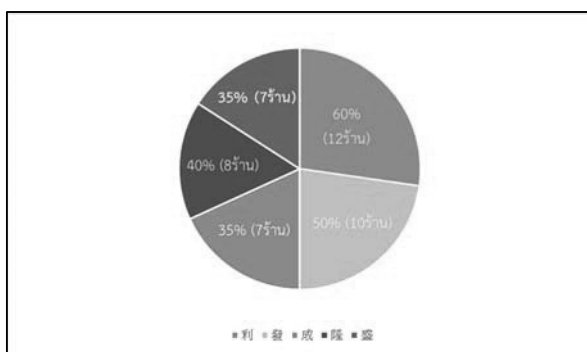
2. ศึกษาตัวอักษรที่มีความหมายเป็นมงคลที่ปรากฏอยู่ในป้ายร้านค้าและความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตศูนย์กลางชุมชนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์

จากการศึกษาคำมงคลที่ปรากฏในป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตศูนย์กลางชุมชนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์นั้น คณะผู้วิจัยได้สำรวจข้อมูลชื่อร้านค้าจำนวนทั้งหมด 88 ร้าน พบว่าป้ายร้านค้าที่มีตัวอักษรจีนปรากฏอยู่บนป้าย มีจำนวน 60 ร้าน โดยคณะผู้วิจัยเลือกศึกษาเฉพาะป้ายร้านค้าที่มีตัวอักษรจีนปรากฏอยู่ ส่วนป้ายร้านค้าที่มีอักษรไทยกำกับเสียงภาษาจีนเพียงอย่างเดียว นั้นไม่สามารถระบุความหมายของข้อความบนป้ายได้ เนื่องจากไม่สามารถระบุได้ว่าเสียงที่ใช้กำกับตัวอักษรจีน (ซึ่งส่วนใหญ่เป็นภาษาแต้จิ๋ว) บนป้ายนั้นเป็นเสียงของอักษรจีนตัวใด

จากการวิเคราะห์ความหมายของป้ายร้านค้าที่มีตัวอักษรจีนที่มีคำมงคลปรากฏอยู่ โดยอ้างอิงความหมายของตัวอักษรจีนจากพจนานุกรมจีน-ไทย ฉบับปรับปรุง (เกียรติชัย เตียมวรเมธ, 2559) พบว่าบนป้ายร้านค้าส่วนใหญ่มีตัวอักษรจีนที่มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจการค้า โดยตัวอักษรจีนที่พบบ่อย จำนวน 20 ตัวอักษร ได้แก่ตัวอักษร“利、發、隆、成、盛、豐、興、裕、昌、金、振、炳、茂、順、余、勤、誠、忠、嘉、寶”นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวอักษรจีนที่ปรากฏบนป้ายร้านค้าที่มีจำนวนมากที่สุด 5 อันดับแรกคือ ตัวอักษร“利”มีความหมายว่า “ราบรื่น, ใช้อำนวยประโยชน์, โชคดี, โชคอำนวยผลกำไรหรือดอกเบีย” คิดเป็นร้อยละ 60

อันดับสองคือตัวอักษร“發”มีความหมายว่า “เจริญเติบโต,เฟื่อง,ร่ำรวย” คิดเป็นร้อยละ 50 อันดับสามคือตัวอักษร“隆”มีความหมายว่า “ยิ่งใหญ่,มโหฬาร,เจริญรุ่งเรือง” คิดเป็นร้อยละ 40 และอันดับสี่ มีตัวอักษรจีนที่ปรากฏจำนวนความถี่เท่ากันคือ ตัวอักษร“成”มีความหมายว่า “ดำเนินการสำเร็จ,สำเร็จ,เสร็จ” และตัวอักษร“盛”มีความหมายว่า “เจริญ,เฟื่องฟู,รุ่งเรือง” โดยคิดเป็นร้อยละ 35 ดังแผนภูมิที่ 3

แผนภูมิที่ 3 แสดงคํามงคลที่นิยมใช้ในป้ายร้านค้าจำนวน 5 อันดับของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตศูนย์กลางชุมชนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์



จากการวิเคราะห์ลักษณะความสำคัญของป้ายและความหมายของคำที่ปรากฏอยู่บนป้ายร้านค้า จะเห็นได้ว่าป้ายร้านค้าที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เป็นตัวแทนของความเป็นสิริมงคลจากรุ่นของบรรพบุรุษ ดังคำสัมภาษณ์ของ รุ่งรัตน์ แซ่เฮ้ง (2563) ที่กล่าวว่า “คนจีนเขาจะนับถือป้ายเก่า เขาจะติดไปเรื่อย ๆ เขาจะไม่ทำลาย ถือเป็นของมงคล ยิ่งทิ้งไว้นานก็ยิ่งดีนะ”

การตั้งชื่อร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตศูนย์กลางชุมชนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ ที่มีความหมายเป็นคํามงคล สะท้อนให้เห็นเกี่ยวกับแนวคิดความเชื่อของชาวไทยเชื้อสายจีนที่ให้ความสำคัญกับการตั้งชื่อธุรกิจหรือกิจการที่มีความหมายดี มีความเป็นสิริมงคล มุ่งหวังให้กิจการของตนประสบความสำเร็จมากที่สุด ดังคำสัมภาษณ์ของ ทองทิพย์ พัทธิ (2563) ที่กล่าวว่า “มีความเชื่อของป้ายที่ต้องการให้ร้านค้ามีความเจริญรุ่งเรือง คำขายร่ำรวยตามชื่อของร้านค้า”

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง การสำรวจป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตศูนย์กลางชุมชนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ที่มาของป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีนส่วนใหญ่เป็นภาษาจีนแต้จิ๋ว (潮州话) เนื่องจากร้านค้าในเขตศูนย์กลางชุมชนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ ส่วนใหญ่ดำเนินกิจการโดยชาวไทยเชื้อสายจีนที่มีบรรพบุรุษอพยพมาจากประเทศจีนตอนใต้ ผู้ประกอบกิจการส่วนใหญ่จึงตั้งชื่อเป็นภาษาจีนดั้งเดิมตามภาษาที่ใช้ของบรรพบุรุษ ป้ายร้านค้าภาษาจีนส่วนใหญ่จึงปรากฏการถ่ายทอดเสียงภาษาจีนสำเนียงแต้จิ๋ว

และภาษาจีนสำเนียงอื่น ๆ ด้วย ขณะเดียวกัน ชุมชนปากน้ำโพก็เป็นชุมชนชาวจีนที่มีชาวไทยและชาวไทยเชื้อสายจีนอาศัยอยู่ร่วมกันหนาแน่น ส่วนใหญ่จึงนิยมใช้ชื่อร้านภาษาไทยที่กำกับเสียงเป็นภาษาจีนและตัวอักษรจีน เช่น จีนเซ่งฮวด (發成振) ทงฮะ (合通) เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาจำนวนประชากรชาวจีนในจังหวัดนครสวรรค์ช่วงปี พ.ศ. 2477 ของ G William Skinner (2005) ที่พบว่าจำนวนประชากรจีนในช่วงเวลาดังกล่าว มีจำนวนมากถึง 6,300 คน และยังคงสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบการที่กล่าวว่า “มีการติดตั้งป้ายร้านค้าอันนี้มาประมาณ 70-80 ปีแล้ว”

2. จากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่าแหล่งที่มาของป้ายร้านค้าภาษาจีน ส่วนใหญ่มาจากชื่อสกุลภาษาจีนของเจ้าของธุรกิจ โดยบางป้ายมีเพียงชื่อและนามสกุล เช่น เซียะล่ง (隆錫) บางป้ายมีทั้งชื่อ นามสกุล และประเภทของธุรกิจ เช่น ตู ยนต์การ (棧利和) ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการตั้งชื่อร้าน จดจำได้ง่าย และยังมีความหมายเป็นสิริมงคลอยู่แล้วเนื่องจากเป็นชื่อของบรรพบุรุษตนเอง เมื่อลูกค้าได้อ่านชื่อร้านค้าจะสามารถทราบได้ทันทีว่าใครเป็นเจ้าของกิจการ เป็นการสร้างความภาคภูมิใจในธุรกิจการค้าของตนเอง ดังคำสัมภาษณ์ของ ชัยยะพันธ์ (2563) ที่กล่าวว่า “ป้ายมีความสำคัญต่อกิจการ ช่วยดึงดูดความสนใจของลูกค้า และที่ใช้ชื่อว่า ยนต์สมานมิตร ก็เพราะมันเกี่ยวข้องกับอะไหล่” นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นครวัฒน์ สาระ (2550) ที่พบว่า ชื่อร้านค้าสามารถสะท้อนความคิดในเชิงพาณิชย์ได้ด้วยคำที่บ่งบอกกิจการ คำที่บ่งบอกชื่อคนกับกิจการ และคำที่บ่งบอกทำเลที่ตั้งกับกิจการ” สำหรับการนำชื่อแซ่ของบรรพบุรุษตนเองมาตั้งชื่อนั้นยังเป็นการแสดงออกถึงวัฒนธรรมความเป็นจีนที่ให้ความสำคัญสูงสุดในด้านคุณธรรมความกตัญญูและการสืบทอดเชื้อสายของวงศ์ตระกูล

3. การอพยพของชาวไทยเชื้อสายจีนที่กล่าวมาข้างต้นเหล่านี้ ยังคงดำรงรักษาวัฒนธรรมจีนที่สืบทอดจากประเทศจีนมาสู่ประเทศไทยไว้ได้อย่างมั่นคง จากรูปแบบและลักษณะตัวอักษรที่ปรากฏในชื่อร้านค้า สะท้อนให้เห็นว่าชาวไทยเชื้อสายจีนอพยพมาอยู่ในประเทศไทยก่อนการปฏิวัติตัวอักษรจีนที่เกิดขึ้นในประเทศจีนเมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2495 ซึ่งมีนโยบายมุ่งส่งเสริมให้การอ่านออกเสียงตัวอักษรจีนเป็นเอกภาพ เปลี่ยนจากการเขียนตัวหนังสือแนวตั้งเป็นแนวนอน เปลี่ยนจากการเขียนแบบขวาไปซ้ายเป็นซ้ายไปขวา และเปลี่ยนจากอักษรจีนตัวเต็ม (繁体字) เป็นอักษรจีนตัวย่อ (简体字) ดังนั้นป้ายร้านค้าของชาวจีนที่ปรากฏในชุมชนปากน้ำโพจึงมีลักษณะเป็นอักษรจีนตัวเต็มและเขียนจากขวาไปซ้าย

4. จากศึกษาเกี่ยวกับตัวอักษรที่มีความหมายเป็นมงคลที่ปรากฏบนป้ายร้านค้า ผู้วิจัยยังพบว่าตัวอักษรที่มีความหมายเป็นมงคลบนป้ายร้านค้าส่วนใหญ่สามารถถอดความหมายซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวกับวิถีชีวิตในการประกอบกิจการธุรกิจ เช่น ความราบรื่น ความเจริญรุ่งเรือง ความมุ่งมั่นพยายาม ความอุดมสมบูรณ์ ความสำเร็จ เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาวิเคราะห์ชื่อร้านค้าภาษาจีน ของ เมฆดม สอดส่องฤกษ์ (2555) ที่กล่าวว่า “ชาวไทยเชื้อสายจีนให้ความสำคัญกับการใช้ภาษาในการตั้งชื่อร้านค้า

ทั้งชื่อร้านภาษาจีนและภาษาไทย สิ่งสำคัญที่ปรากฏในชื่อร้านคือความเป็นมงคลต่อการขาย” สิ่งเหล่านี้จึงสามารถสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมและความเชื่อของชาวไทยเชื้อสายจีน หากมีตัวอักษรที่เป็นมงคลประกอบอยู่ในป้ายร้านค้าจะนำมาซึ่งผลกำไรในการประกอบธุรกิจการค้า กิจกรรมจะเจริญรุ่งเรือง อีกทั้งยังคงสืบทอดความเชื่อในเรื่องของสีที่สื่อถึงความเป็นสิริมงคลบนป้ายร้านค้า ใช้ความหมายและสำคัญของสีนั้นมาสร้างขวัญกำลังใจ และยังใช้เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวทางจิตใจในการประกอบกิจการของตนเอง สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของ สุธีรา ฉัตรวิทยานนท์ กล่าวว่า “คนจีนนิยมใช้สีทองเป็นตัวหนังสือบนป้าย พื้นของป้ายเป็นสีแดงแสดงถึงความเป็นมงคล”

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

การศึกษาเรื่องการสำรวจป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตศูนย์กลางชุมชนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลเกี่ยวกับคติชนวิทยาและจีนศึกษา และยังสามารถนำข้อมูลความรู้ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้เกี่ยวกับ การแปลจีน-ไทย หรือการใช้ภาษาจีนเชิงธุรกิจการค้า

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบแนวโน้มในการตั้งชื่อร้านค้าประเภทต่าง ๆ เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างของภาษาที่ใช้
2. ควรมีการศึกษาชื่อร้านค้าภาษาจีนในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อใช้เป็นการศึกษาเปรียบเทียบในเชิงพื้นที่ และเป็นองค์ความรู้ต่อจังหวัดนั้น ๆ อีกทั้งอาจพบความแตกต่างของการตั้งชื่อที่สะท้อนจากท้องถิ่น

เอกสารอ้างอิง

จังหวัดนครสวรรค์. (ม.ป.ป.). **ประวัตินครสวรรค์**. (26 กุมภาพันธ์ 2563) สืบค้นจาก

<http://www.geocities.ws/54003491035/index.html>.

ณัฐนิชา คงประกอบ. (2561). **ข้อมูลอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของคนไทยเชื้อสายจีน**.

(1 กุมภาพันธ์ 2563) สืบค้นจาก <http://nsnstudies.nsr.u.ac.th>.

ธนาชัย เพ็งแก้ว. (ม.ป.ป.). **ประโยชน์ของป้ายร้าน**. (28 กุมภาพันธ์ 2563) สืบค้นจาก

<http://www.xn--q3cdve7ec1nd.com>.

เกียรติชัย เขียวมวรมธ. (2559). **พจนานุกรมจีน-ไทย ฉบับปรับปรุง**. กรุงเทพฯ : บริษัท รวมสาส์น (1977)

จำกัด.

นควัฒน์ สาระ. (2550). **การตั้งชื่อร้านค้าในจังหวัดปัตตานี : ความสัมพันธ์ระหว่างชื่อร้านค้ากับวิถีชีวิตในชุมชน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

เมฆม สอดส่องกฤษ. (2555). การสำรวจและศึกษาวิเคราะห์ที่ชื่อร้านค้าภาษาจีนของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. 8(2), 59-89.

George William Skinner. (2005). **สังคมจีนในประเทศไทย : ประวัติศาสตร์เชิงวิเคราะห์**. กรุงเทพฯ : มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.

การศึกษาความเครียดที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน: กรณีศึกษา ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
A Study of Tension Affecting Employees Engagement: A Case Study of Commercial Banks and Specialized Financial Institutions In Hat Yai District and Muang District, Songkhla Province

อุรकिनทร์ ทองใส¹, กัญฐิกา เดชดำนิล², ดาราพร ชูสูง³,
สหราช ราชนวม⁴, สัจชัย ลั้งแท้กุล⁵

Urakin Tongesai, Kantika Detdamnil, Daraporn Choosang,
Saharach Rachanaum, Sunchai Langthaekun

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความเครียดในการทำงานและระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน และ 2) เพื่อศึกษาความเครียดในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ พนักงานธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่าความเครียดในการทำงานในภาพรวม อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย = 2.085) และระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในภาพรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.067) จากการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่ามีความเครียด 5 ด้านที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วย ด้านพฤติกรรม ด้านลักษณะงาน ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ด้านโอกาสก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน และด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน
คำสำคัญ : ความเครียด, ความผูกพันต่อองค์กร, ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ

Abstract

The research had purposes 1) to study tension and engagement of employees, and 2) to study working tension factors which effected the employee engagement. The sample group of the study was 400 of employees of commercial banks and specialized financial institutions (SFIs) in Hat Yai and Mueang Songkhla districts. The instrumentation was questionnaires, and the data

¹⁻⁴หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการประกอบการและการจัดการ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

⁵ผศ.ดร.สัจชัย ลั้งแท้กุล สาขาการประกอบการและการจัดการ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

analytic was descriptive statistics. The hypothesis of the study was tested by multiple regression analysis.

The result found that the overview of tension's level was low (mean = 2.085), and the overview of employee engagement's level was high (mean = 4.067). The hypothesis test, which statistical significance was at 0.05, found that working tension factors effected the employee engagement including; behavior, working category, relationship with the supervisor, career progression, and colleague relation.

Keyword : Tension, Employee Engagement, Commercial Banks and Specialized Financial Institutions (SFIs)

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

วิถีชีวิตของคนในสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของแต่ละคน ทำให้เกิดความเครียดซึ่งจะมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับสภาพของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน โดยสาเหตุที่สำคัญของความเครียดนั้นเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมในการดำรงชีวิตและความต้องการของบุคคล (ดลภางค์ จันทร์ทอง, 2548: 1) จะมีลักษณะเฉพาะเจาะจงขึ้นอยู่กับความชอบและความสามารถที่จะปฏิบัติได้ของแต่ละบุคคล (Girdano et al., 1993) เช่นเดียวกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจของธนาคารที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทั้งด้านเทคโนโลยี ด้านพฤติกรรมของลูกค้า และรูปแบบของการดำเนินธุรกิจ ส่งผลให้พนักงานธนาคารต้องมีการปรับตัวเพื่อการแข่งขันและภาระงานหลากหลายด้านทั้งนี้เพื่อความอยู่รอดและบรรลุเป้าหมายขององค์กร

ความเครียดสามารถก่อให้เกิดผลดีและผลเสียทั้งบุคคลากรและองค์กร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับความเครียดของบุคคลากร การรับรู้ ประสบการณ์ และความสามารถในการจัดการกับความเครียด (จารุวรรณ หาดเหมินทร์, 2553 : และกรมสุขภาพจิต, 2540) นอกจากนี้ความเครียดจะส่งผลถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รวมไปถึงความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งความเครียดที่เกี่ยวข้องกับการทำงานโดยทั่วไปมีหลายปัจจัย เช่น ปัญหาด้านสุขภาพกายและสุขภาพจิตของพนักงาน ปัญหาความไม่พอใจในการทำงาน การหยุดงาน หนึ่งงาน การลาออก ตลอดจนปัญหาการทำร้ายผู้อื่น การทำร้ายตนเอง บางรายถึงขั้นฆ่าตัวตาย ดังนั้น ปัญหาความเครียดที่เกี่ยวข้องกับการทำงานจึงเป็นเรื่องที่ผู้บริหารและพนักงานทุกคนควรตระหนักรู้ และศึกษาเพื่อหาแนวทางป้องกันและแก้ไข (วิภาพร มาพบสุข, 2545: 158)

ความผูกพันต่อองค์กรเป็นพฤติกรรมรูปแบบหนึ่งที่แสดงออกมาของสมาชิกในรูปของความสม่ำเสมอของพฤติกรรม ซึ่งองค์กรจะเห็นถึงความพึงพอใจของพนักงาน และความผูกพันต่อองค์กรเป็นสิ่งที่พึงประสงค์ขององค์กรทั่วไป หากพนักงานขาดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ผลที่ตามมาคือความสูญเสียขององค์กรในรูปแบบต่างๆ อาจเป็นในรูปแบบของทรัพยากรมนุษย์ ขวัญและกำลังใจของพนักงาน การ

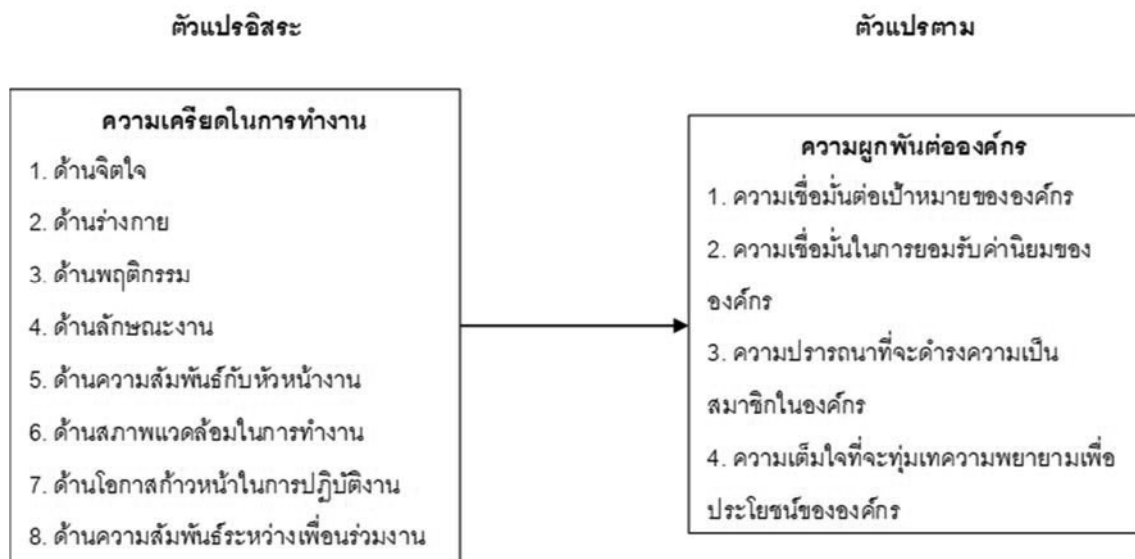
ลดลงของผลผลิต การเสียเวลาคัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานใหม่ นอกจากนี้นักวิชาการอีกหลายท่านพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถช่วยลดปัญหาดังกล่าวได้ (บุษยาณี จันทรเลิศสุข, 2538: 1)

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาความเครียดที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน: กรณีศึกษา พนักงานธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา” ทั้งนี้มีความมุ่งหวังว่าผลการศึกษจะสามารถนำไปใช้กับองค์กรหรือหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้อง ในการวิเคราะห์และกำหนดแนวทางในการดูแลภาวะความเครียด และจัดการความเครียดที่เกิดจากการทำงานของพนักงาน เพื่อเป็นตัวกระตุ้นและส่งเสริมให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรและก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดขององค์กร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความเครียดในการทำงานและระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความเครียดที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

แนวคิดทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม
กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ: ความเครียดในการทำงาน ประกอบด้วย ด้านจิตใจ ด้านร่างกาย ด้านพฤติกรรม ด้านลักษณะงาน ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านโอกาสก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน และด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน

ตัวแปรตาม: ความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วย ความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายขององค์กร ความเชื่อมั่นในการยอมรับค่านิยมขององค์กร ความปรารถนาที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร และความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร

สมมติฐานการวิจัย

ความเครียดในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจต่างกันความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานแตกต่างกัน

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวกจากพนักงานธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 21 ธนาคาร จำนวน 100 สาขา เป็น 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ธนาคารที่ปฏิบัติงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงาน ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความเครียดในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวัด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัยเรื่อง การศึกษาความเครียดที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน: กรณีศึกษา ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ได้ดำเนินการดังนี้ การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินความตรงเชิงเนื้อหา โดยคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิแบบเจาะจงจำนวน 3 ท่าน ผู้วิจัยได้เลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ที่มีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป เพราะเป็นข้อคำถามที่มีความสอดคล้องเหมาะสมหรือมีความตรงเชิงเนื้อหา จากนั้นดำเนินการแก้ไขข้อคำถามตามผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำ เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ และการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปร พบว่า ด้านจิตใจ มีค่าเท่ากับ 0.908 ด้านร่างกาย มีค่าเท่ากับ 0.871 ด้านพฤติกรรม มีค่าเท่ากับ 0.791 ด้านลักษณะงาน มีค่าเท่ากับ 0.862 ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน มีค่าเท่ากับ 0.911 ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน มีค่าเท่ากับ 0.898 ด้านโอกาสก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน มีค่าเท่ากับ 0.897 และด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน มีค่าเท่ากับ 0.913 จึงอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ว่าเครื่องมือแบบสอบถามสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2546)

การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ในการจัดการกับข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS for Window เพื่อหาค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ การวิเคราะห์ค่าสถิติอ้างอิง การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านความเครียดในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลาที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

การแปลผลค่าเฉลี่ย

การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย โดยถือกฎของ บุญชม ศรีสะอาด, 2545

4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วยมาก 2.50-3.49 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง 1.50-2.49 หมายถึง เห็นด้วยน้อย และ 1.00-1.49 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท และมีประสบการณ์ในการทำงานกับธนาคารมากกว่า 10 ปี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความเครียดในการทำงาน

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเครียดในการทำงาน

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ด้านจิตใจ	2.028	0.950	น้อย
ด้านร่างกาย	2.449	0.966	น้อย
ด้านพฤติกรรม	1.728	0.721	น้อย
ด้านลักษณะงาน	2.312	0.924	น้อย
ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน	2.126	0.990	น้อย
ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน	1.967	0.934	น้อย
ด้านโอกาสก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน	2.026	0.995	น้อย
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน	2.049	0.974	น้อย
ภาพรวมความเครียดในการทำงาน	2.085	0.720	น้อย

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเครียดในการทำงานในภาพรวม อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.085$, S.D. = 0.720) โดยหากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเครียดในการทำงาน อยู่ในระดับน้อย เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านร่างกาย ($\bar{X} = 2.449$, S.D. = 0.966) โดยหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านมีอาการปวดเมื่อยตามร่างกาย เช่น ไหล่ คอ ฝ่ามือ แขน ขา หลัง ($\bar{X} = 3.143$, S.D. = 1.281) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านรู้สึกหัวใจเต้นแรงหรือเร็วกว่าปกติ ($\bar{X} = 1.895$, S.D. = 1.050) ด้านลักษณะงาน ($\bar{X} = 2.312$, S.D. = 0.924) โดยหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ งานที่ท่านทำมีการเปลี่ยนแปลงและแก้ไขเนื้อหาอยู่ตลอดเวลา ($\bar{X} = 2.590$, S.D. = 1.239) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ งานในหน้าที่รับผิดชอบปัจจุบันไม่เหมาะสมกับความสามารถของท่าน ($\bar{X} = 2.075$, S.D. = 1.080) ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ($\bar{X} = 2.126$, S.D. = 0.990) โดยหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านรู้สึกว่าหัวหน้างานมอบหมายงานให้ท่านมากเกินไป ($\bar{X} = 2.130$, S.D. = 1.287) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านไม่ได้รับความเที่ยงตรงและยุติธรรมในการประเมินผลการทำงานจากหัวหน้างาน ($\bar{X} = 1.913$, S.D. = 1.055) ด้าน

ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ($\bar{X} = 2.049$, S.D. = 0.974) โดยหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แผนกของท่านมีการแข่งขันกันสูง ($\bar{X} = 2.588$, S.D. = 1.365) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ พนักงานในแผนกของท่านมีความขัดแย้งและแบ่งเป็นฝ่าย ($\bar{X} = 1.823$, S.D. = 1.067) ด้านจิตใจ ($\bar{X} = 2.028$, S.D. = 0.950) โดยหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านมีความเบื่อง่ายในงาน ($\bar{X} = 2.323$, S.D. = 1.220) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านรู้สึกฟุ้งซ่าน ฉุนเฉียว โกรธง่าย ($\bar{X} = 1.880$, S.D. = 1.058) ด้านโอกาสก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 2.026$, S.D. = 0.995) โดยหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านรู้สึกว่ามีโอกาสได้เลื่อนตำแหน่งในหน้าที่การงาน ($\bar{X} = 2.133$, S.D. = 1.193) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ องค์กรของท่านไม่มีหน่วยงานในการจัดเตรียมและพัฒนาแหล่งข้อมูลเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้หรือการพัฒนาบุคลากร ($\bar{X} = 1.878$, S.D. = 1.190) ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ($\bar{X} = 1.967$, S.D. = 0.934) โดยหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บรรยากาศในการทำงานของท่านมีแต่ความกดดันและไม่น่าทำงาน ($\bar{X} = 2.120$, S.D. = 1.142) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สภาพแวดล้อมในการทำงานของท่านมีอากาศร้อน อบอ้าว การระบายอากาศไม่ดี ($\bar{X} = 1.835$, S.D. = 1.056) และด้านพฤติกรรม ($\bar{X} = 1.728$, S.D. = 0.721) โดยหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านมีอาการนอนไม่หลับหรือนอนน้อยลง ($\bar{X} = 2.003$, S.D. = 1.147) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านมีการขาดงานบ่อยๆ ($\bar{X} = 1.305$, S.D. = 0.688)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายขององค์กร	3.940	0.820	มาก
ความเชื่อมั่นในการยอมรับค่านิยมขององค์กร	4.059	0.873	มาก
ความปรารถนาที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร	4.095	0.858	มาก
ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร	4.174	0.791	มาก
ภาพรวมความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน	4.067	0.782	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.067$, S.D. = 0.782) โดยหากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน อยู่ในระดับมาก เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร ($\bar{X} = 4.174$, S.D. = 0.791) โดยหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านมีความเต็มใจและยินดีที่จะปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จในทุกๆ ด้าน ($\bar{X} = 4.240$, S.D. = 0.874) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่าน

พอใจที่จะทำงานล่วงเวลาให้กับองค์กรเสมอ ถึงแม้ว่าค่าตอบแทนที่ท่านได้รับจะไม่คุ้มค่า ($\bar{X} = 4.013$, S.D. = 0.982) ด้านความปรารถนาที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร ($\bar{X} = 4.095$, S.D. = 0.858) โดยหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ($\bar{X} = 4.228$, S.D. = 0.932) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านเชื่อมั่นว่าการทำงานอยู่ที่องค์กรนี้ จะทำให้ท่านมีความสุขในการทำงาน และรักที่ท่านจะอยู่ที่องค์กรตลอดไป ($\bar{X} = 4.025$, S.D. = 0.965) ด้านความเชื่อมั่นในการยอมรับค่านิยมขององค์กร ($\bar{X} = 4.059$, S.D. = 0.873) โดยหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านยอมรับและปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กร ($\bar{X} = 4.120$, S.D. = 0.867) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ บ่อยครั้งที่ท่านเห็นด้วยกับนโยบายสำคัญๆ ที่เกี่ยวกับพนักงานขององค์กร ($\bar{X} = 3.978$, S.D. = 0.974) และด้านความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายขององค์กร ($\bar{X} = 3.940$, S.D. = 0.820) โดยหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เมื่อมีบุคคลกล่าวถึงองค์กรในทางเสียหายท่านจะรีบชี้แจงแก้ไขทันที ($\bar{X} = 4.080$, S.D. = 0.895) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านมักร่วมวิพากษ์วิจารณ์องค์กรในทางบวกกับเพื่อนร่วมงานอยู่เสมอ ($\bar{X} = 3.663$, S.D. = 1.068)

การทดสอบสมมติฐาน

ความเครียดในการทำงาน	ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ						
	S.E.	B	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	.113	4.758		42.219	.000		
ด้านจิตใจ (X1)	.058	-.079	-.096	-1.380	.168	.420	2.382
ด้านร่างกาย (X2)	.053	-.016	-.020	-.298	.766	.472	2.120
ด้านพฤติกรรม (X3)	.074	-.152	-.140	-2.047	.041	.438	2.285
ด้านลักษณะงาน (X4)	.063	.165	.196	2.641	.009	.375	2.670
ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (X5)	.054	-.231	-.292	-4.253	.000	.434	2.304
ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน (X6)	.059	-.107	-.128	-1.814	.070	.415	2.409
ด้านโอกาสก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน (X7)	.053	-.143	-.181	-2.707	.007	.457	2.190
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน (X8)	.051	.186	.231	3.631	.000	.506	1.975

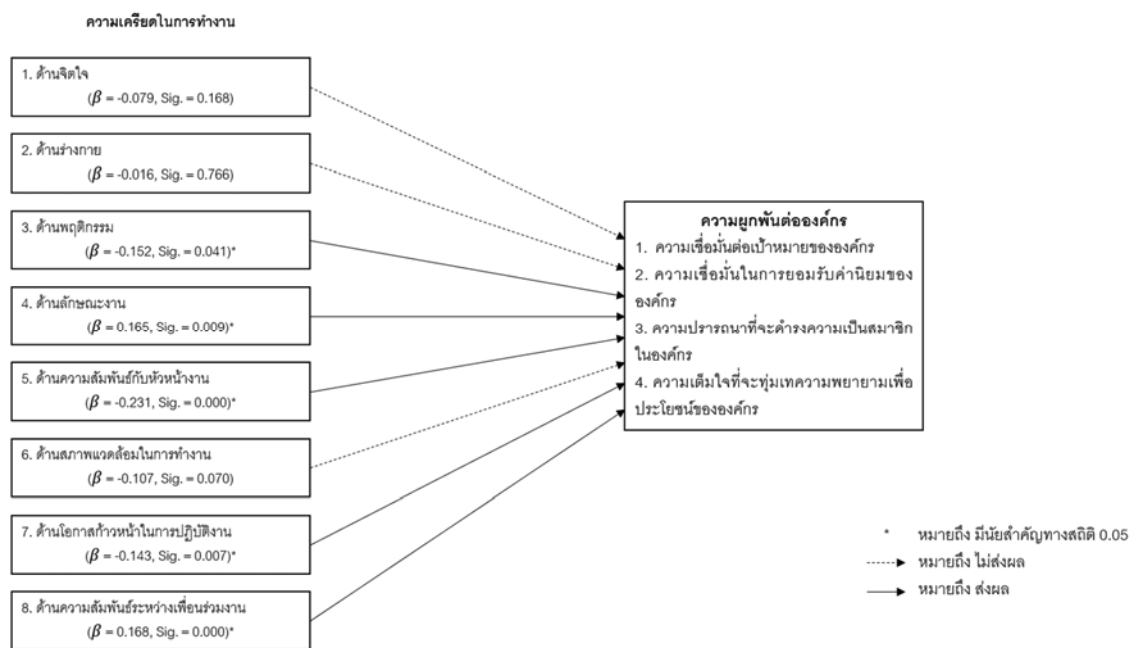
ผลจากการทดสอบสมมติฐานความเครียดในการทำงาน โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ พบว่าความเครียดในการทำงาน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 5 ด้านที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ 1) ด้านพฤติกรรม (Sig. = 0.041) 2) ด้านลักษณะงาน (Sig. = 0.009) 3) ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (Sig. = 0.000) 4) ด้านโอกาสก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน (Sig. = 0.007) และ 5) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน (Sig. = 0.000) ไม่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านจิตใจ (Sig. = 0.168) 2) ด้านร่างกาย (Sig. = 0.766) และ 3) ด้านสภาพแวดล้อมใน

การทำงาน (Sig. = 0.070) สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบได้ดังนี้ $Y = 4.758 - 0.152(X3) + 0.165(X4) - 0.231(X5) - 0.143(X7) + 0.186(X8)$

ตารางที่ 3 Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.444	.197	.181	.70793

จากตารางที่ 3 สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ ($R^2 = 0.197$) แสดงให้เห็นว่าความเครียดในการทำงาน ด้านพฤติกรรม ด้านลักษณะงาน ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ด้านโอกาสก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน และด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานคิดเป็นร้อยละ 19.70 ที่เหลืออีกร้อยละ 80.30 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น



ภาพที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาความเครียดที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน: กรณีศึกษา พนักงานธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา มีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความเครียดในการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเครียดในการทำงานในภาพรวม อยู่ในระดับน้อย โดยหากพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่าง

มีความเครียดในการทำงาน อยู่ในระดับน้อย เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านร่างกาย รองลงมา ด้านลักษณะงาน รองลงมา ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน รองลงมา ด้านสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน รองลงมา ด้านจิตใจ รองลงมา ด้านโอกาสก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน รองลงมา ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน และรองลงมา ด้านพฤติกรรม

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยหากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน อยู่ในระดับมาก เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร รองลงมา ความปรารถนาที่จะดำรงความเป็นสมาชิกในองค์กร รองลงมา ความเชื่อมั่นในการยอมรับค่านิยมขององค์กร และรองลงมา ความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายขององค์กร

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่องการศึกษาความเครียดที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน: กรณีศึกษา ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ในครั้งนี้สามารถอภิปรายผลร่วมกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้ ระดับความเครียดในการทำงานในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย = 2.085) ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งระดับปฏิบัติการ ร้อยละ 45.3 และมีอายุน้อยกว่า 40 ปี ร้อยละ 73.3 ซึ่งอาจมีภาระงานน้อยเมื่อเทียบกับงานระดับบริหาร ไม่สอดคล้องกับ (อาทิตยา โชติสำราญ, 2554) ที่พบว่าพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดราชบุรี มีระดับความเครียดเกี่ยวกับความเครียดในการทำงานภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากธนาคารกรุงเทพ เป็นธนาคารชั้นนำและมีขนาดใหญ่ซึ่งต่างจากกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ที่ประกอบด้วยธนาคารทุกระดับทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็ก ส่วนระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในภาพรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.067) สอดคล้องกับ (ศรัณย์นภา ทศนัยนา, 2558) พบว่าระดับความผูกพันของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ปิ่นเกล้า มีระดับความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบันงานหายากขึ้นและบริษัทต่างๆ ได้รับผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจและ COVID ทำให้พนักงานเห็นคุณค่าต่อที่ทำงานในปัจจุบันมากขึ้น

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่าความเครียดในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านพฤติกรรม ด้านลักษณะงาน ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน 4) ด้านโอกาสก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน และ 5) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน และมีปัจจัยด้านความเครียดที่ไม่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านจิตใจ 2) ด้านร่างกาย และ 3) ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ (กฤตินี ชลิตาภรณ์, 2559) ที่พบว่าโดยภาพรวมความเครียดและความผูกพัน

ต่อองค์กรพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างขององค์กรที่ศึกษาพนักงานมีอายุการทำงานนานทำให้มีความภักดีต่อองค์กร ดังนั้นเมื่อเจอความเครียดในการทำงานก็ไม่ใช่อุปสรรคที่จะทำให้ความผูกพันต่อองค์กรน้อยลง และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งอาวุโสมีระดับความผูกพันต่อองค์กรสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งเจ้าหน้าที่ทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งระดับปฏิบัติการ (ลลิตา จันทรงาม, 2560) พบว่าความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ประกอบด้วย ความคาดหวังที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ทักษะที่ดีต่อเพื่อนร่วมงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยนี้ เพราะพนักงานในตำแหน่งระดับปฏิบัติการจะมีความคาดหวังก้าวหน้าในงาน

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ธนาคารและสถาบันการเงินเฉพาะกิจควรให้ความสำคัญและกำหนดแนวทางเพื่อลดความเครียดด้านพฤติกรรม ซึ่งผลที่ได้จากงานวิจัยพบว่าเมื่อพนักงานมีความเครียด ทำให้มีพนักงานเบื่อนายการทำงาน มีอาการปวดเมื่อยตามร่างกายและนอนน้อยลง ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ นอกจากนี้นอกจากนี้พนักงานจะมีความเครียดด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน เนื่องจากในปัจจุบันพนักงานธนาคารมีการปฏิบัติงานนอกพื้นที่เพิ่มมากขึ้น

2. การสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารและสถาบันการเงินเฉพาะกิจควรเน้นปัจจัย 5 ด้านต่อไปนี้ คือ ด้านพฤติกรรม ด้านลักษณะงาน ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ด้านโอกาสก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน และด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน เพราะจากผลการวิจัยพบว่าส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยควรใช้ตัวแปรด้านอื่น เนื่องจากตัวแปรด้านความเครียดของงานวิจัยนี้สามารถอธิบายตัวแปรตามได้น้อย

2. ผู้วิจัยอาจจะเปรียบเทียบระดับความเครียดตามลักษณะงานหรือตามตำแหน่งงาน ซึ่งอาจจะได้ข้อค้นพบใหม่ ๆ

เอกสารอ้างอิง

กฤตินี ชลิตาภรณ์. (2559). การศึกษาปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล ความเครียดและแรงจูงใจในการทำงานที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน Technology Association จำกัด. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ถนอมศักดิ์ จิรายุสวดี. (2551). **กลยุทธ์การบริหารการจัดการธุรกิจเงินแสนล้านของบัณฑูร ล่ำซำ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ อนิเมทกรุ๊ป.
- ธาริณี อภัยโรจน์. (2554). **การศึกษาสมรรถนะหลักเพื่อการพัฒนาบุคลากร: กรณีศึกษา สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตศาลายา**. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **การวิจัยเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2548). **การบริหารทางวิชาการ**. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ.
- ลลิตา จันทร์งาม. (2560). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ กลุ่มลูกค้าบุคคล**. รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ) สาขาวิชาบริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ สำหรับนักบริหาร คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศรัณย์นภา ทศน์ยนา. (2557). **การศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้จัดการต่อระดับความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรและประสิทธิผลขององค์กร** กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ปิ่นเกล้า. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2546). **ระเบียบวิธีวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ เพ็ญฟ้าพรินต์ติ้ง จำกัด.
- อาทิตยา ไชติสำราญ. (2554). **การศึกษาภาวะความเครียด และกลยุทธ์การจัดการความเครียดของพนักงานธนาคารกรุงเทพในการให้บริการประกันชีวิต** กรณีศึกษา จังหวัดราชบุรี. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Girdano, D. A., G. S. Everly and Dusek. (1993). **Controlling Stress and Tension**. New Jersey.

การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน :
กรณีศึกษา ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่
และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

A Study of Demographic Factors Affecting Employee Efficiency : A Case Study of
Commercial Banks and Specialized Financial Institutions In Hat Yai District and
Muang District, Songkhla Province

อุรคินทร์ ทองใส¹ กัญฐิกา เดชดำนิล² ดาราพร ชูสง³ สหราช ราชนวม⁴ และ สัจชัย ลั้งแท้กุล⁵

Urakin Tongesai, Kantika Detdamnil, Daraporn Choosang,

Saharach Rachanaum, and Sunchai Langthaekun

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ พนักงานธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐานด้วยค่าความแปรปรวนแบบทางเดียว ผลการศึกษาพบว่าระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.787) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท และมีประสบการณ์ในการทำงานกับธนาคารมากกว่า 10 ปี จากการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่ามีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ 4 ด้านที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย ด้านด้านอายุ ด้านธนาคารที่ปฏิบัติงาน ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และด้านประสบการณ์ในการทำงาน

คำสำคัญ : ประชากรศาสตร์, ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน, ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ

Abstract

The research had purposes 1) to study efficiency of employees, and 2) to study demographic factors which effected the employee efficiency. The sample group of the study was 400 of employees of commercial banks and specialized financial institutions (SFIs) in Hat Yai and

¹⁻⁴ หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการประกอบการและการจัดการ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

⁵ ผ.ศ. สาขาการประกอบการและการจัดการ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Mueang Songkhla districts. The instrumentation was questionnaires, and the data analytic was descriptive statistics. The hypothesis of the study was tested by one-way anova. The result found that the overview of efficiency's level was high (mean = 3.787) most of the sample were 31-40 years old with a bachelor's degree be an employee of Krung Thai Bank Public Company Limited with average monthly revenue 15,000-25,000 baht and have more than 10 years of working experience at a bank. The hypothesis test, which statistical significance was at 0.05, found that demographic factors effected the employee efficiency including; age, bank, revenue and working experience.

Keywords : demographic factors, employee efficiency, commercial banks and specialized financial institutions (SFIs)

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจเป็นสื่อกลางที่มีความสำคัญทางการเงินต่อประชาชน และในปัจจุบันธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นบทบาทด้านการบริการ บทบาทด้านผลตอบแทน ซึ่งสังคมในปัจจุบันล้วนแล้วแต่มีเงินเป็นตัวแปรที่สำคัญ ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจจึงก้าวเข้ามามีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของประชาชนมากขึ้น ทำให้ปัจจุบันมีธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจเพิ่มมากขึ้น (บดีนทร์รัช นิमितนราดล, 2558)

หลักในการพัฒนาองค์กรในด้านทรัพยากรมนุษย์ที่ผู้บริหารธนาคารสนใจ คือ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคล ด้วยเหตุผลที่ว่า หากสามารถพัฒนาคุณภาพของแต่ละบุคคลให้เกิดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้นั้นก็จะเป็นรากฐานอันมั่นคงขององค์กร โดยผู้บริหารธนาคารถือว่า “คน” คือ ทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อองค์กรต้องทะนุถนอมรักษาคนดีให้คงอยู่กับองค์กร ซึ่งการมีบริการที่ดีมีประสิทธิภาพและมีการประเมินผลบุคคลด้วยงานมากกว่าที่จะใช้ความสนิทสนมคุ้นเคย (ถนอมศักดิ์ จิรายุ สวัสดิ์, 2551: 3-4) ดังนั้น การพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กร คือ การให้ความสำคัญกับคนหรือที่เรียกว่า ทูมมนุษย์ (Human Capital) เพราะมนุษย์หรือพนักงานถือได้ว่าเป็นหัวใจและกลไกที่สำคัญของกระบวนการพัฒนา และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) หากองค์กรใดมีทูมมนุษย์ที่มีคุณภาพที่เหมาะสมกับสมรรถนะ (Competency) ขององค์กรย่อมทำให้องค์กรไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ (ธาริณี อภัยโรจน์, 2554: 61)

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเกิดจากความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จของงานและองค์กร หากปฏิบัติงานไม่มีประสิทธิภาพก็จะส่งผลให้คุณภาพของงานลดลงและเป็นผลเสียต่อองค์กร ในทางตรงกันข้ามหากองค์กรมีพนักงานที่มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานก็

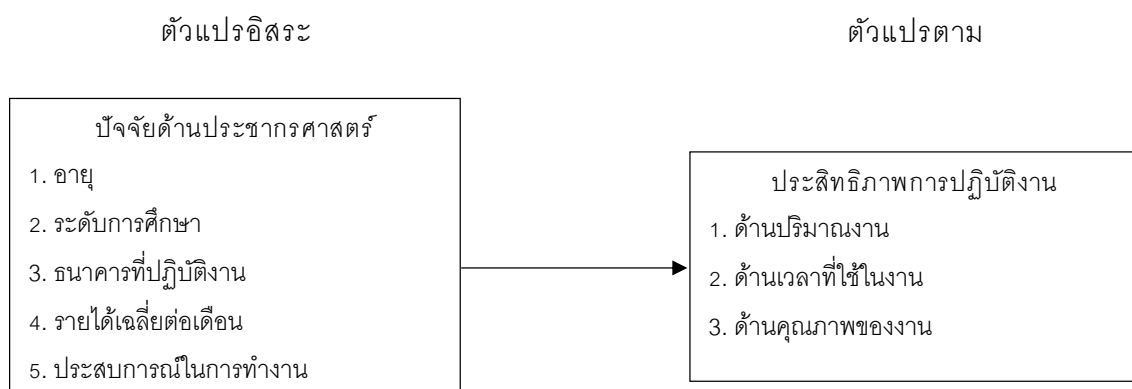
ย่อมส่งผลบวกต่อการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังสะท้อนถึงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรนั้นๆ (ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2548: 142)

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษา “การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน: กรณีศึกษา พนักงานธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา” ทั้งนี้มีความมุ่งหวังว่าผลการศึกษานี้จะสามารถนำไปให้องค์กรหรือหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องในการวิเคราะห์และกำหนดนโยบายหรือแนวทางในการบริหารจัดการ เพื่อเป็นตัวกระตุ้นและส่งเสริมให้พนักงานมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและรักษาพนักงานให้คงอยู่กับองค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิภาพของพนักงานธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

แนวคิดทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ: ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา ธนาคารที่ปฏิบัติงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงาน

ตัวแปรตาม: ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย ด้านปริมาณงาน ด้านเวลาที่ใช้ในงาน และด้านคุณภาพของงาน

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของพนักงานธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจต่างกัน ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวกจากพนักงานธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 21 ธนาคาร จำนวน 100 สาขา ขนาดตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 2 ส่วน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา ธนาคารที่ปฏิบัติงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงาน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า

โดยส่วนที่ 2 มีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ ดังนี้ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างมาก 4 หมายถึง ค่อนข้างเห็นด้วย 3 หมายถึง เห็นด้วยเล็กน้อย 2 หมายถึง ค่อนข้างไม่เห็นด้วย และ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างมาก

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวัด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน: กรณีศึกษา ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในเขตอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ได้ดำเนินการดังนี้

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาให้เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ โดยคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิแบบเจาะจง จำนวน 3 ท่าน

ซึ่งค่า IOC ของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้อยู่ระหว่าง 0.6-1.0 ซึ่งค่า IOC ของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ต้องมีค่ามากกว่า 0.6 ดังนั้น ผู้วิจัยได้เลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ที่มีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป เพราะเป็นข้อคำถามที่มีความสอดคล้องเหมาะสมหรือมีความตรงเชิงเนื้อหา จากนั้นดำเนินการแก้ไขข้อคำถามตามผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำ เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์

การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปร พบว่า ด้านปริมาณงาน มีค่าเท่ากับ 0.918 ด้านเวลาที่ใช้งาน มีค่าเท่ากับ 0.949 และด้านคุณภาพของงาน มีค่าเท่ากับ 0.953 จึงอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ว่าเครื่องมือแบบสอบถามสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2546)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ในการจัดการกับข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS for Window เพื่อหาค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์สถิติอ้างอิง

การวิเคราะห์หาความแตกต่างของค่ากลางระหว่างประชากร โดยการพิจารณาผ่านค่าความแปรปรวนแบบทางเดียว One-Way ANOVA เพื่อทดสอบสมมุติฐานการวิจัย

การแปลผลค่าเฉลี่ย

การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย ให้เกณฑ์ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วยมาก 2.50-3.49 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง 1.50-2.49 หมายถึง เห็นด้วยน้อย และ 1.00-1.49 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท และมีประสบการณ์ในการทำงานกับธนาคารมากกว่า 10 ปี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ด้านปริมาณงาน	3.518	0.889	มาก
ด้านเวลาที่ใช้ในงาน	3.876	0.863	มาก
ด้านคุณภาพของงาน	3.967	0.828	มาก
ภาพรวมประสิทธิภาพในการทำงาน	3.787	0.778	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีประสิทธิภาพในการทำงานในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.787$, S.D. = 0.778) โดยหากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีประสิทธิภาพในการทำงาน อยู่ในระดับมาก เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านคุณภาพของงาน ($\bar{X} = 3.967$, S.D. = 0.828) ด้านเวลาที่ใช้ในงาน ($\bar{X} = 3.876$, S.D. = 0.863) และด้านปริมาณงาน ($\bar{X} = 3.518$, S.D. = 0.889)

การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

Variable		df	SS	MS	F	p-value	Remarks
1. อายุ	Between Groups	3	3.328	1.109	1.845	0.139	ยอมรับสมมติฐาน
	Within Groups	396	238.160	0.601			
	Total	399	241.488				
2. ระดับการศึกษา	Between Groups	2	0.442	0.221	0.364	0.695	ปฏิเสธสมมติฐาน
	Within Groups	397	241.046	0.607			
	Total	399	241.488				
3. ธนาคารที่ปฏิบัติงาน	Between Groups	11	17.733	1.612	2.795	0.002	ยอมรับสมมติฐาน
	Within Groups	388	223.755	0.577			
	Total	399	241.488				
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Between Groups	4	6.702	1.675	2.819	0.025	ยอมรับสมมติฐาน
	Within Groups	395	234.786	0.594			
	Total	399	241.488				
5. ประสบการณ์ทำงาน	Between Groups	3	5.291	1.764	2.957	0.032	ยอมรับสมมติฐาน
	Within Groups	396	236.197	0.596			
	Total	399	241.488				

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ ธนาคารที่ปฏิบัติงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงานต่างกันจะมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ของอายุ โดยใช้วิธี LSD

อายุ	Mean	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	50 ปีขึ้นไป
21-30 ปี	3.73	-	0.90	0.42	0.03*
31-40 ปี	3.75		-	0.46	0.03*
41-50 ปี	3.83			-	0.21
50 ปีขึ้นไป	4.02				-

จากตารางที่ 3 พนักงานอายุ 50 ปี ขึ้นไป มีระดับคะแนนเฉลี่ยประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสูงสุด (4.02) ดังนั้นเมื่อผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้านอายุพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และ 31-40 ปี มีประสิทธิภาพการทำงานต่างจากกลุ่มอายุ 21-30 ปี

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ของธนาคารที่ปฏิบัติงาน โดยใช้วิธี LSD

ธนาคาร	Mean	GSB	GHB	TBANK	BBL	KTB	ISBT	CIMBT	TMB	KBANK	SCB	BAY	OTHER
GSB	3.94	-	0.05*	0.14	0.01**	0.45	0.84	0.07	0.02*	0.20	0.68	0.08	0.83
GHB	3.56		-	0.71	0.91	0.14	0.08	0.74	0.53	0.00**	0.11	0.69	0.03*
TBANK	3.64			-	0.58	0.34	0.18	0.53	0.35	0.01**	0.26	0.98	0.11
BBL	3.53				-	0.04*	0.04*	0.77	0.53	0.00**	0.03*	0.53	0.01*
KTB	3.82					-	0.46	0.16	0.06	0.04*	0.77	0.25	0.33
ISBT	3.98						-	0.09	0.04*	0.46	0.61	0.13	0.96
CIMBT	3.46							-	0.83	0.01**	0.13	0.52	0.06
TMB	3.39								-	0.00**	0.05*	0.32	0.02*
KBANK	4.15									-	0.10	0.00**	0.30
SCB	3.87										-	0.19	0.54
BAY	3.64											-	0.06
OTHER	3.97												-

หมายเหตุ * หมายถึง ระดับนัยสำคัญ 0.05 ** หมายถึงระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 4 พนักงานที่ปฏิบัติงานในธนาคาร KBANK มีระดับคะแนนเฉลี่ยประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสูงสุด (4.15) ดังนั้นเมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้านธนาคารที่ปฏิบัติงานพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในธนาคาร KBANK มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานต่างจากธนาคารอื่นๆ มากที่สุด ได้แก่ GHB TBANK BBL KTB CIMBT TMB และ BAY ส่วนความแตกต่างของคู่อื่นๆ ดังที่ได้แสดงไว้ในตารางที่ 4

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธี LSD

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	Mean	< 15,000	15,000-25,000	25,001-35,000	35,001-45,000	> 45,000
ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.22	-	0.09	0.06	0.30	0.03*

15,000-25,000 บาท	3.76	-	0.48	0.14	0.06
25,001-35,000 บาท	3.83		-	0.06	0.28
35,001-45,000 บาท	3.57			-	0.01**
45,001 บาทขึ้นไป	3.95				-

หมายเหตุ * หมายถึง ระดับนัยสำคัญ 0.05 ** หมายถึงระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 5 พนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท มีระดับคะแนนเฉลี่ยประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสูงสุด (3.95) ดังนั้นเมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานแตกต่างจากพนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ย 35,000-45,000 บาท

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ของประสบการณ์ในการทำงาน โดยใช้วิธี LSD

อายุ (ปี)	Mean	< 3 ปี	3-5 ปี	6-10 ปี	> 10 ปี
น้อยกว่า 3 ปี	3.52	-	0.02*	0.06	0.00**
3-5 ปี	3.83		-	0.48	0.60
6-10 ปี	3.76			-	0.19
มากกว่า 10 ปี	3.89				-

หมายเหตุ * หมายถึง ระดับนัยสำคัญ 0.05 ** หมายถึงระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 6 พนักงานที่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 10 ปี มีระดับคะแนนเฉลี่ยประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสูงสุด (3.89) ดังนั้นเมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้านประสบการณ์ทำงานพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 3 ปี มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานแตกต่างจากพนักงานที่มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 3-5 ปี และ มากกว่า 10 ปี

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท และมีประสบการณ์ในการทำงานกับธนาคารมากกว่า 10 ปี

ประสิทธิภาพในการทำงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านคุณภาพของงาน ด้านเวลาที่ใช้นางาน และด้านปริมาณงาน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ ธนาคารที่ปฏิบัติงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงานต่างกันจะมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านคุณภาพของงาน ด้านเวลาที่ใช้ในงาน และด้านปริมาณงาน ซึ่งสอดคล้องกับ จุฑารัตน์ ทางธรรม (2558) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของงาน รองลงมาคือเวลาที่ใช้ในการทำงาน และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ปริมาณงาน

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างต่างกัน ด้านอายุ ด้านธนาคารที่ปฏิบัติงาน ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และด้านประสบการณ์ในการทำงาน ทำให้มีประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ สุรพงษ์ ฉันทพัฒน์พงศ์ (2558) ที่พบว่าปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล ประกอบด้วย พนักงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และรายได้ที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานไม่แตกต่างกัน และไม่สอดคล้องกับ กัลยา วงษ์ลัมัย (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริการด้านเครื่องประดับเครดิต (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา) พนักงานที่มีอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษาต่างกันจะมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน อาจจะเป็นเนื่องจากภาระงานและความรับผิดชอบจะเพิ่มขึ้นตามระดับการศึกษาของพนักงาน สอดคล้องกับ สุรพงษ์ ฉันทพัฒน์พงศ์ (2558) พบว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกันประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานไม่แตกต่างกัน ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บริหารธนาคารควรมีการวางแผนด้านทรัพยากรมนุษย์ให้มีความสอดคล้องกับภาระงาน เนื่องจากในปัจจุบันพนักงานธนาคารในระดับปฏิบัติงานส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปริมาณงานที่ได้รับมีค่อนข้างเยอะเมื่อเทียบกับเวลาในการทำงาน

2. ผู้บริหารธนาคารควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมเพิ่มทักษะการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะการเรียนรู้เพื่อประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงานเนื่องจากพนักงานกลุ่มนี้ยังประเมินว่าตนเองมีประสิทธิภาพในการทำงานต่ำเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น

3. ผู้บริหารธนาคารควรมุ่งเน้นสร้างแรงจูงใจกับกลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ เนื่องจากพนักงานกลุ่มนี้อาจจะมีความอดทนต่อปัญหาและอุปสรรคได้ไม่มากนัก เพราะมีรายได้น้อยเมื่อเทียบกับพนักงานกลุ่มอื่นๆ ซึ่งจะส่งผลต่ออัตราการออกจากงานเพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วงษ์ลัมย์. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริการด้านเครื่องรูดบัตรเครดิต(ธนาคารกรุงศรีอยุธยา)**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.
- จุฑารัตน์ ทางธรรม. (2558). **ปัจจัยด้านการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความเครียดและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์**. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ณอมศักดิ์ จิรายุสวัสดิ์. (2551). **กลยุทธ์การบริหารการจัดการธุรกิจเงินแสนล้านของบัทซูร ล้ำช้า**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ อนิเมทกรุ๊ป.
- ธาริณี อภัยโรจน์. (2554). **การศึกษาสมรรถนะหลักเพื่อการพัฒนาบุคลากร: กรณีศึกษา สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตศาลายา**. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปดินทร์รัช นิมิตรนาดล. (2558). **การศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยบางประการที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเชิงรุกของพนักงานสายงานสินเชื่อของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มเครือข่ายนครหลวง 3**. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **การวิจัยเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2548). **การบริหารทางวิชาการ**. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2546). **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ เพ็ญฟ้าพรินต์ติ้ง จำกัด.
- สุรพงษ์ ฉันทพัฒน์พงศ์. (2558). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานสายเทคโนโลยีของธนาคารแห่งหนึ่ง**. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนในสังกัด

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 1

Teachers' Development for the 21 st Century Learning Management of

the School under the Primary Educational Service Area Office 1

เอกพล สุমানันทกุล¹ และ บัณฑิต ประสิทธิ์นอก²

Ekapon Sumananthakul¹ and Bundit Prasitnok²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหาและข้อเสนอแนะในการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา และครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 1 จำนวน 377 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ความถี่และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 1 โดยรวม อยู่ในระดับมาก

2. ปัญหาในการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 1 ได้แก่ ปัญหาด้านการพัฒนาหลักสูตร ปัญหาด้านเวลาที่ใช้ในการจัดฝึกอบรมและพัฒนาครูมีน้อยเกินไป ปัญหาขาดการนิเทศการสอนอย่างต่อเนื่อง โดยมีข้อเสนอแนะ ได้แก่ 1) โรงเรียนควรจัดทำโครงการฝึกอบรมและพัฒนาครูให้เหมาะสมกับเวลา และควรมีการพัฒนาครูด้านการทำงานเป็นทีม และ 2) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 1 ควรจัดทำคู่มือการพัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

คำสำคัญ : การพัฒนาครู, การจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21, โรงเรียน

¹อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย Email: ekaponsmn@gmail.com

²นักวิชาการ Email: bundit@hotmail.com

Abstract

The purpose of this research were to study states, problems and suggestions in Teachers' Development for the 21 st Century Learning Management of the School under the Primary Educational Service Area Office 1. The sample was used to the 377 people. The research instruments were questionnaires and interview. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation and content analysis.

The research results as follows: 1) The states of Teachers' Development for the 21 st Century Learning Management of the School under the Primary Educational Service Area Office 1 was in high level 2) The problems in Teachers' Development for the 21 st Century Learning Management of the School under the Primary Educational Service Area Office 1 were as curriculum development Timeless for training and lack of supervision. The suggestions for school were as follows: 1)the scool shall to make the training project teaching plan appropriately and the teachers development teamwork and 2) the Primary Educational Service Area Office 1 shall to approach a handbook for the 21 st Century Learning.

Keywords: Teachers' Development, the 21 st Century Learning Management, School

บทนำ

ครูไทยในยุคศตวรรษที่ 21 ต้องเร่งปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกข้อมูลข่าวสารในปัจจุบัน จึงเสนอแนวทางการพัฒนาครู ได้แก่ การผลิตครูที่ต้องมีกระบวนการให้ได้บุคลากรที่มีคุณภาพ การพัฒนาครูที่มีอยู่ในปัจจุบันให้รู้จักปรับตัวเข้าสู่โลกยุคปัจจุบัน ในศตวรรษที่ 21 ครูควรประกอบไปด้วยคุณลักษณะสำคัญ 7 ประการ คือ 1.สร้างและบูรณาการความรู้ได้ 2.มีความคิดวิเคราะห์และสร้างสรรค์ 3.มีวิสัยทัศน์และตักผลึกทางความคิดเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้เรียน 4.ครูต้องรู้และเข้าใจเทคโนโลยีใหม่ มีทักษะใหม่ๆ พร้อมทั้งแนะข้อดีข้อเสียให้ผู้เรียนได้ 5.มีทักษะการสอนเด็กให้เติบโตเต็มศักยภาพและสร้างผลงานใหม่ๆ 6.ต้องเข้มแข็งในจรรยาบรรณ คุณธรรม จริยธรรม และชักชวนให้คนอื่น ๆ ทำเพื่อสังคม 7. มีบทบาทนำด้านการสอนและวิชาชีพ พัฒนาคุณภาพของโรงเรียนและในวิชาชีพร่วมกับผู้บริหารมากขึ้น(ไพฑูริย์ สีนลรัตน์, 2559) ดังนั้น โรงเรียนต้องจัดระบบสนับสนุนการเรียนรู้ด้านมาตรฐานและการประเมิน หลักสูตรและการเรียนการสอน การพัฒนาครู และสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและเอื้อต่อการเรียนรู้ ในศตวรรษที่ 21 แนวคิดในการจัดการเรียนรู้สำหรับศตวรรษที่ 21 คือ สอนน้อยลง ทำให้เรียนรู้ได้มากขึ้น (Teach Less , Learn More) หมายถึง ครู

ใช้วิธีสอนแบบบรรยายหรือครูคอยบอกเล่าให้น้อยลง แต่สนับสนุนให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเองเพิ่มขึ้น ส่วนอีกแนวคิดคือ การเรียนรู้โดยตรง (Active learning) โดยมุ่งจัดการเรียนรู้ในลักษณะที่ให้ผู้เรียนได้มีโอกาสเรียนรู้ด้วยตนเองมากที่สุด โดยผ่านการศึกษา ค้นคว้า ทดลอง ลงมือปฏิบัติ คิด แก้ปัญหา ริเริ่มสร้างสรรค์ ทำงานเป็นกลุ่ม สรุปเป็นความรู้และสามารถนำเสนอได้อย่างเหมาะสม (ทิตินา แชมมณี, 2560)

โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดสมุทรปราการ เขต 1 มีนโยบายการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 และกำกับดูแล นิเทศ ติดตาม และสนับสนุนส่งเสริมครูผู้สอนอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้ครูมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 แต่ยังไม่มีการศึกษาวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศในการปรับปรุงนโยบายการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ให้มีประสิทธิภาพ

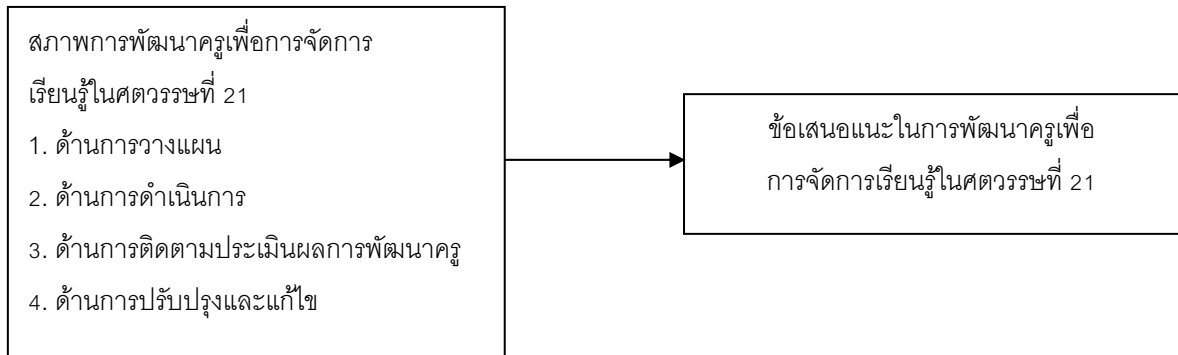
ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 1 เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศในการตัดสินใจและการบริหารจัดการศึกษาของโรงเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดสมุทรปราการ เขต 1
2. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดสมุทรปราการ เขต 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แนวคิดวงจรคุณภาพ PDCA จำนวน 4 ด้าน ของ Goetsch & Davis (2014) ประกอบด้วย การวางแผน การดำเนินงาน การติดตามประเมินผล และการปรับปรุงแก้ไข เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อเสนอแนะการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดสมุทรปราการ เขต 1 ดังแสดงในแผนภาพ



ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 1 สามารถใช้ข้อมูลสารสนเทศจากการวิจัยไปกำหนดนโยบายและจัดทำคู่มือการพัฒนาครูด้านการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องตามความต้องการของโรงเรียน
2. โรงเรียนมีทิศทางในการกำหนดแผนงาน โครงการฝึกอบรมและพัฒนาครูด้านการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 และส่งเสริมให้ครูจัดทำสื่อสำหรับการสอนในศตวรรษที่ 21
3. ครูได้รับการพัฒนาให้สามารถเป็นครูต้นแบบการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อการพัฒนาผู้เรียนในศตวรรษที่ 21
4. โรงเรียนสามารถสร้างกลยุทธ์ในการบริหารจัดการด้านการพัฒนาครูและการบริหารงานบุคคลที่มีประสิทธิภาพ

แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทบาทของครูในศตวรรษที่ 21

คำว่า “ครู” เป็นคำที่เราคุ้นเคยกันมาตลอด ครู คือ ผู้ที่ให้คำแนะนำ เพื่อให้เกิดประโยชน์ทางการเรียนสำหรับผู้เรียน หรือนักเรียน/นักศึกษาในสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ซึ่งคุณลักษณะของครูในศตวรรษที่ 21 หมายถึงคุณลักษณะที่จำเป็นสำหรับครูไทยในอนาคต (C-Teacher) ซึ่งมีทักษะที่จำเป็นสำหรับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย 8 ประการ คือ (ถนอมพร เลหาจรัสแสง, 2550 : 15-18)

1. C-Content หมายถึง การที่ผู้สอนต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญเนื้อหาที่ตนรับผิดชอบในการสอน C-Content ถือเป็นลักษณะที่จำเป็นอย่างที่สุดและขาดไม่ได้สำหรับผู้สอน เพราะถึงแม้ผู้สอนจะมีทักษะ C อื่นที่เหลือทั้งหมด แต่หากขาดซึ่งความเชี่ยวชาญในเนื้อหาการสอนของตนแล้ว เป็นไปไม่ได้เลยที่ผู้เรียนจะ

สามารถเรียนรู้จากกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากผู้สอนที่ไม่แม่นยำในเนื้อหา หรือไม่เข้าใจในสิ่งที่ตนพยายามถ่ายทอด/ส่งผ่านให้แก่ผู้เรียน

2. C-Computer (ICT) Integration หมายถึง การที่ผู้สอนมีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์ในการบูรณาการกับการเรียนการสอนในชั้นเรียน เหตุผลสำคัญที่ผู้สอนจำเป็นต้อง มีทักษะด้านการประยุกต์คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือหนึ่งในการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ นอกจากจะเป็นการติดอาวุธด้านทักษะในการใช้ ICT โดยทางอ้อมให้แก่ผู้เรียนแล้ว หากมีการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพก็ยังสามารถส่งเสริมทักษะกระบวนการคิด ของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี

3. C-Constructionist หมายถึง การที่ผู้สอนเป็นผู้สร้างสรรค์มีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด Constructionism ซึ่งมุ่งเน้นว่าการเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้นั้นเป็นเรื่องภายในของตัวบุคคลจากการที่ได้ลงมือทำกิจกรรมใดๆ ให้เกิดการสร้างสรรค์ความรู้ใหม่ที่เชื่อมโยงกับประสบการณ์หรือความรู้เดิมที่อยู่ในตัวบุคคลนั้น มาก่อน ผู้สอนที่เป็นผู้สร้างสรรค์ไม่เพียงแต่ใช้ทักษะนี้ในการพัฒนาในด้านของเนื้อหาความรู้ใหม่สำหรับผู้เรียน หากยังสามารถนำไปใช้ในการสร้างแผนการเรียนรู้ต่างๆ ซึ่งครอบคลุมกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเป็นผู้สร้างความรู้ขึ้นในตนเอง ผ่านการลงมือผลิตชิ้นงานต่างๆ เช่น งานศิลปะ การเขียน โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ฯลฯ

4. C-Connectivity หมายถึง การที่ผู้สอนมีทักษะในการจัดกิจกรรมที่เชื่อมโยงระหว่างผู้เรียนด้วยกัน เพื่อนอาจารย์ทั้งในสถานศึกษาเดียวกันและต่างสถานศึกษา หรือเชื่อมโยงสถานศึกษา บ้าน และ/หรือชุมชนเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งแวดล้อมการเรียนรู้ของผู้เรียน เนื่องจากแนวคิดที่ว่า การเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้อย่างดีเมื่อสิ่งที่เรียนรู้มีความสัมพันธ์โดยตรง หรือเกี่ยวข้องกับความสนใจ ประสบการณ์ ความเชื่อ สังคม และวัฒนธรรมของผู้เรียน การที่ผู้สอนสามารถเชื่อมโยงสิ่งที่ผู้เรียนเรียนรู้ในชั้นเรียนกับเพื่อน อาจารย์ในสถานศึกษา บ้าน และสังคมแวดล้อมที่ผู้เรียนเป็นส่วนหนึ่งได้มากเท่าใด ก็ย่อมทำให้ผู้เรียนเกิดการเชื่อมโยงระหว่างสิ่งที่เรียนรู้กับประสบการณ์ตรง ได้มากเท่านั้น

5. C-Collaboration หมายถึง การที่ผู้สอนมีความสามารถในการเรียนรู้แบบร่วมมือกันกับผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ ผู้สอนจะต้องมีทักษะในบทบาทของการเป็นโค้ช หรือที่ปรึกษาที่ดีในการเรียนรู้ (ส่วนใหญ่จะอยู่ในลักษณะของการเรียนรู้ด้วยตนเอง) ของผู้เรียน รวมทั้งการเป็นผู้เรียนเองในบางครั้ง ทักษะสำคัญของการเป็นโค้ชหรือที่ปรึกษาที่ดีนั้น ได้แก่ การสร้างฐานการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนเป็นระยะ อย่างเหมาะสม อำนวยให้ผู้เรียนเกิดฐานการเรียนรู้ที่จะต่อยอด การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมขึ้นได้ ทั้งนี้การเรียนรู้จะเกิดขึ้นในผู้เรียนได้อย่างจำกัดหากปราศจาก ฐานการเรียนรู้ที่เหมาะสมผู้สอน

6. C-Communication หมายถึง การที่ผู้สอนมีทักษะในการสื่อสารกับผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีใช้เฉพาะการพัฒนาให้เกิดทักษะของเทคนิคการสื่อสารที่ดี เช่น การอธิบายด้วยคำพูด ข้อความ ยกตัวอย่าง ฯลฯ เท่านั้น หากยังหมายรวมถึงการเลือกใช้สื่อ (Media) ที่หลากหลายที่ช่วยให้ผู้สอนสามารถส่งผ่านเนื้อหาสาระที่ต้องการจะนำเสนอ หรือสร้างสิ่งแวดล้อมที่เอื้อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองได้อย่างเหมาะสม

7. C-Creativity หมายถึง การที่ผู้สอนเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ เพราะบทบาทของผู้สอนในยุคสมัยนี้นั้นไม่ได้มุ่งเน้นการเป็นผู้ป้อน/ส่งผ่านความรู้ให้กับผู้เรียนโดยตรง หากมุ่งไปสู่บทบาทของการสร้างสรรค์ ออกแบบสิ่งแวดล้อมการเรียนรู้ที่เอื้อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองของผู้เรียน ผู้สอนจะได้รับการคาดหวังให้สามารถที่จะรังสรรค์กิจกรรมใหม่ๆ ต่างๆ ที่ส่งเสริม การเรียนรู้ของผู้เรียน

8. C-Caring หมายถึง การที่ผู้สอนจะต้องมีความมุกิตา ความรัก ความปรารถนา และความห่วงใยอย่างจริงใจแก่ผู้เรียน ในทักษะทั้งหมดที่ได้กล่าวมานั้น ทักษะ Caring นับว่าเป็นทักษะ ที่สำคัญที่สุด ทั้งนี้เพราะความมีมุกิตา รัก ปรารถนาดี และห่วงใยกับผู้เรียนของผู้สอนนั้นจะทำให้ผู้เรียนเกิดความเชื่อใจต่อผู้สอน ส่งผลให้เกิดสิ่งแวดล้อมการเรียนรู้ในลักษณะการตื่นตัวอย่าง ผ่อนคลาย แทนความรู้สึกรัดกุมกังวลในสิ่งที่จะเรียนรู้ ซึ่งการตื่นตัวอย่างผ่อนคลาย ถือว่า เป็นสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมที่สุดที่จะทำให้สมองเกิดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทบาทผู้บริหารในการพัฒนาครู

1. สร้างความเข้าใจและเห็นความสำคัญในการเป็นครูและผู้บริหารแบบใช้โรงเรียนเป็นฐาน
2. มุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา
3. เป็นผู้นำในการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นภายในโรงเรียน
4. สนับสนุน ส่งเสริมให้ครูในการพัฒนาตนเอง โดยเพื่อนครู โดยวิทยากร
5. จัดทำการพัฒนาคุณภาพการศึกษาโดยใช้โรงเรียนเป็นฐานที่ชัดเจน กำหนดกิจกรรมเน้นการพัฒนาภายในโรงเรียนที่บูรณาการกับแผนปฏิบัติการประจำปี
6. จัดให้มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในโรงเรียนให้ครูได้มีโอกาสเรียนรู้ร่วมกันและระหว่างโรงเรียน
7. นิเทศ/ติดตาม ประเมินผลการพัฒนาของครูอย่างต่อเนื่อง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดสมุทรปราการ เขต 1 จำนวน 143 โรงเรียน รวม 744 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ 1) กลุ่มตัวอย่างครู จำนวน 234 คน ได้มาโดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) สุ่มจากกลุ่มประชากรครูที่รับผิดชอบงาน 4 ฝ่าย จำนวน 572 คน แล้วสุ่มอย่างง่ายโดยการจับสลาก และ 2) ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 143 คน โดยการเลือกแบบเจาะจงผู้ที่เป็นผู้บริหารตำแหน่งผู้อำนวยการโรงเรียน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 377 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพการพัฒนาคู่มือเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดสมุทรปราการ เขต 1 ตามแนวคิดวงจรคุณภาพ PDCA จำนวน 4 ด้าน (Goetsch & Davis, 2014) ดังนี้

1. ด้านการวางแผน
2. ด้านการดำเนินการ
3. การติดตามประเมินผลการพัฒนาคู่มือ
4. ด้านการปรับปรุงและแก้ไข

ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในการตอบ ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความคิดเห็น อยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความคิดเห็น อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิดระบุปัญหาและข้อเสนอแนะในการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้
ในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดสมุทรปราการ เขต 1

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ความถี่และค่าร้อยละ
2. การพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดสมุทรปราการ เขต 1 โดยการหา ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยรวม และรายด้าน แล้วนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ทางสถิติ มาแปลผล ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 แปลความหมายว่า มีการดำเนินการ อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 แปลความหมายว่า มีการดำเนินการ อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 แปลความหมายว่า มีการดำเนินการ อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 แปลความหมายว่า มีการดำเนินการ อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 แปลความหมายว่า มีการดำเนินการ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. วิเคราะห์ ปัญหาการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดสมุทรปราการ เขต 1 ทั้ง 4 ด้าน คือ 1. ด้านการวางแผน 2. ด้านการดำเนินการ 3. การติดตามประเมินผลการพัฒนาครู และ 4. ด้านการปรับปรุงและแก้ไข โดยใช้ค่าความถี่

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติดังนี้

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. สถิติหาคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.93
3. ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และอธิบายด้วยฐานนิยม ค่าความถี่ และร้อยละ และจัดลำดับปัญหา อันดับ 1 - 5 ในการวิเคราะห์ปัญหา และข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดสมุทรปราการ เขต 1

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดสมุทรปราการ เขต 1 โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05, S.D.=0.46$) เมื่อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย จากมากไปหาน้อย ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการติดตามประเมินผลการพัฒนาครู อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05, S.D.=0.46$) รองลงมา คือ ด้านการปรับปรุงและแก้ไข อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93, S.D.=0.57$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการดำเนินการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83, S.D.=0.70$)

2. ด้านการวางแผน โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90, S.D.=0.61$) เมื่อพิจารณารายข้อเรียงตามลำดับ ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา และต่ำที่สุด ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานตามแผนงาน/โครงการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 และมอบหมายงานอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10, S.D.=0.79$) รองลงมา คือ มีการจัดทำแผนงาน/โครงการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 สอดคล้องตามนโยบายการจัดการศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04, S.D.=0.55$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการสำรวจความต้องการของครูในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เพื่อนำข้อมูลมาพิจารณาจัดอบรมครู อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70, S.D.=0.70$)

3. ด้านการดำเนินการ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83, S.D.=0.82$) เมื่อพิจารณารายข้อเรียงตามลำดับ ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา และต่ำที่สุด ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีหลักสูตรในการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92, S.D.=0.74$) รองลงมา คือ มีการเชิญวิทยากรจากภายนอกหรือหน่วยงานทางการศึกษา มาให้ความรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90, S.D.=0.87$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ครูและบุคลากรทุกฝ่ายให้ความร่วมมือในการดำเนินการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73, S.D.=0.78$)

4. ด้านการติดตามประเมินผลการพัฒนาครู โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87, S.D.=0.51$) เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา และต่ำที่สุด ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการรายงานผลการติดตามประเมินผลให้ครูและผู้บริหารทราบข้อมูลการดำเนินการพัฒนาครู อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07, S.D.=0.73$) รองลงมา คือ ครูมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการพัฒนาครู อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00, S.D.=0.77$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ครูมีเจตคติที่ดีต่อการเข้ารับการพัฒนาครูอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47, S.D.=0.80$)

5. ด้านการปรับปรุงและแก้ไข โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63, S.D.=0.58$) เมื่อพิจารณารายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา และต่ำที่สุด ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ประสานความร่วมมือจากครูในด้านการพัฒนาตนเอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23, S.D.=0.76$) รองลงมา ประชุมปรึกษาหารือครูและผู้บริหารเพื่อจัดทำแผนพัฒนาครูให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93, S.D.=0.97$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการสำรวจสภาพความจำเป็นในการพัฒนาครูอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.97, S.D.=0.65$)

6. ปัญหาการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดสมุทรปราการ เขต 1 จำนวน 21 คน จากผู้ตอบแบบสอบถาม 234 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 โดยระบุปัญหาลำดับ 1-5 ดังนี้

อันดับที่ 1 ด้านการพัฒนาหลักสูตรและเวลาที่ใช้ในการจัดฝึกอบรมและพัฒนาครูมีน้อยเกินไป ไม่สอดคล้องกับเนื้อหาการฝึกอบรม ร้อยละ 71.43

อันดับที่ 2 ปัญหาการพัฒนาครูด้านการทำงานเป็นทีม ร้อยละ 66.66

อันดับที่ 3 คู่มือการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ไม่เพียงพอ ร้อยละ 52.38

อันดับที่ 4 ขาดการนิเทศการสอนอย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 47.62

อันดับที่ 5 ขาดการจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาครูอย่างเพียงพอ ร้อยละ 38.29

7. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดสมุทรปราการ เขต 1 มีดังนี้

1. โรงเรียนควรจัดทำโครงการฝึกอบรมและพัฒนาครูให้เหมาะสมกับเวลา
2. โรงเรียนควรมีการพัฒนาครูด้านการทำงานเป็นทีม
3. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 1 ควรจัดทำคำอธิบายคู่มือการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ให้เพียงพอ
4. โรงเรียนควรจัดอบรมพัฒนาครูด้านการจัดทำสื่อสำหรับการสอนในศตวรรษที่ 21
5. โรงเรียนควรประสานงานกับหน่วยงานการศึกษาที่เป็นต้นแบบการจัดการเรียนรู้อย่างจริงจัง
6. ครูควรจัดการเรียนการสอนและออกแบบการใช้เทคนิคการสอนคิดวิเคราะห์ในศตวรรษที่ 21
7. โรงเรียนควรมีการนิเทศการสอนอย่างต่อเนื่อง
8. โรงเรียนควรจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาครูอย่างเพียงพอ
9. ควรส่งเสริมให้ครูจัดการสอนแบบทีมเพื่อฝึกทักษะการคิดวิเคราะห์ให้เด็ก

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยมีประเด็นอภิปรายดังนี้

1. จากสภาพการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ที่พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก นั้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริหารโรงเรียนส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานและอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อยู่ในระดับมากที่สุด และจากการติดตามประเมินผลการพัฒนาครู ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งพบว่า ครูมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการพัฒนาครู อยู่ในระดับมาก ครูมีเจตคติที่ดีต่อการเข้ารับการพัฒนา อยู่ในระดับมาก และครูสามารถออกแบบจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 อยู่ในระดับมากเช่นกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ

สุทธิวรรณ ตันตริจนาวงศ์ (2560) ที่ระบุว่า ทิศทางการจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21 โรงเรียนควรเป็นสถานที่ใช้เป็นศูนย์รวมการประสานระหว่างครู และผู้เรียนในการติดต่อกับชุมชนและสังคม ครูในสภาพแวดล้อมใหม่นี้จะเป็นผู้ทำกิจกรรมการเรียนการสอนน้อยลงและเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการช่วยเหลือให้ผู้เรียนจัดการเรียนรู้ข้อมูลด้วยตนเองมากขึ้น สำหรับปัญหาการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ที่พบว่าอันดับแรกนั้นคือด้านการพัฒนาหลักสูตรและเวลาที่ใช้ในการจัดฝึกอบรมและพัฒนาครูมีน้อยเกินไปไม่สอดคล้องกับเนื้อหาการฝึกอบรมนั้น สุทธิวรรณ ตันตริจนาวงศ์ (2560) เห็นว่าครูประจำการควรเข้าสู่การพัฒนาคุณภาพเกี่ยวกับความรู้ทางวิชาการและประสบการณ์ทางการสอนเพื่อการเป็นครูมืออาชีพในศตวรรษที่ 21 อย่างเป็นระบบและต่อเนื่องในด้านต่าง ๆ อย่างไรก็ตามผลการวิจัยที่พบว่า การสำรวจสภาพความจำเป็นในการพัฒนาครูอย่างต่อเนื่อง มีการดำเนินการอยู่ในระดับปานกลางนั้น สุทธิวรรณ ตันตริจนาวงศ์ (2560) เห็นว่าสถานศึกษาต้องติดตามประเมินผลการจัดการเรียนการสอนของครูและมีการนิเทศการจัดการเรียนการสอนของครูอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

2. ประเด็นปัญหาการพัฒนาครูเพื่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียน ที่พบว่า มีปัญหาด้านเวลาที่ใช้ในการจัดฝึกอบรมและพัฒนาครูมีน้อยเกินไป ขาดการจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาครูอย่างเพียงพอและขาดการนิเทศการสอนอย่างต่อเนื่อง นั้น อาจเนื่องมาจากโรงเรียนยังไม่มี การสนับสนุนให้ครูช่วยเหลือกันและทำงานเป็นทีม และเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ควรที่จะมีการประชุมวางแผนอบรมพัฒนาครูอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวัจน์ ศรีสวัสดิ์ (2558) ที่พบว่า สภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียน เป็นสำคัญของครูในสังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดกาฬสินธุ์ ในด้านการวางแผนการสอน ด้านการเตรียมการสอน ด้านการจัดการเรียนรู้ และด้านการวัดผลและประเมินผลด้านการวางแผนการสอน เห็นว่าสถานศึกษาควรมีการกำหนดนโยบายและการประชุมวางแผนงานที่ ชัดเจนในการบริหารจัดการสถานศึกษา ศึกษาสภาพปัจจุบัน ศึกษาปัญหาและแต่งตั้งคณะกรรมการ ทำงานเพื่อรับผิดชอบในการบริหาร การศึกษาให้มีคุณภาพ และส่งเสริมในด้านการประเมินผลการ เรียนรู้เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมมาปรับปรุงแก้ไขการเรียนของนักเรียนให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ด้านการเตรียมการสอน ควรมีการจัดประชุมผู้บริหาร และบุคลากรเพื่อร่วมกันคิดวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียนของนักเรียนทุกชั้นและเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์กับเกณฑ์มาตรฐานขั้นต่ำ จัดทำหลักสูตร ที่เปิดโอกาสให้องค์กรท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดหลักสูตร ที่ยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ ด้านการ จัดการเรียนรู้ ควรมีการส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาผู้เรียนโดยส่งเสริมกิจกรรมในด้านวิชาการ ทักษะความรู้ การประกวดโครงงาน เป็นต้น เพื่อส่งเสริมคุณภาพด้านวิชาการอยู่เสมอ สถานศึกษา ควรมีการส่งเสริมด้านแหล่งเรียนรู้ ให้ผู้เรียนได้รับรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอันสำคัญ และด้านการวัดผลและประเมินผล ควรเน้นการวัดที่การปฏิบัติจริงมากกว่าทดสอบเนื้อหาวิชาสามารถตรวจสอบความก้าวหน้าในการเรียนของนักเรียนแต่ละคนได้ การกำหนดระบบการประเมินควรมีชัดเจน และ ครอบคลุม

วัตถุประสงค์การเรียนรู้สามารถนำไปบูรณาการใช้ได้กับทุกรายวิชา และควรประเมินผู้เรียน จากความก้าวหน้า เป็นรายบุคคลซึ่งจะสามารถทราบถึงพัฒนาการของนักเรียนสามารถแก้ไขปัญหา นักเรียนได้ตามรายบุคคล โดยสรุป ครู เห็นว่า ปัญหาการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ควรให้การสนับสนุน ส่งเสริมให้สถานศึกษาให้มีการ ดำเนินการเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในทุก ๆ ด้าน เพื่อพัฒนา กระบวนการเรียนรู้ของสถานศึกษาให้ ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และบุคลากรทุกคนมีความ เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับการพัฒนากระบวนการ เรียนรู้และเป็นตัวกลางสำคัญในการส่งเสริมสนับสนุน การจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. โรงเรียนควรจัดทำโครงการพัฒนาครูอย่างต่อเนื่องและนำผลการติดตามประเมินโครงการมาใช้ในการ ปรับปรุงและพัฒนาครูให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. ผู้บริหารสถานศึกษาควรมุ่งเน้นการทำงานเป็นทีม เพื่อให้ครูสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์และ ช่วยเหลือกันในการทำงานและการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของนโยบายการ จัด การศึกษา
3. โรงเรียนควรวางแผนจัดทำโครงการพัฒนาครูให้เหมาะสมเวลา และสอดคล้องกับความต้องการ ของครูโดยทำการสำรวจสภาพปัญหาและความต้องการจำเป็นในการพัฒนาครู

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการพัฒนาครูเพื่อการพัฒนาผู้เรียนอย่างยั่งยืน โดย ใช้วิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
2. ควรศึกษาวิจัยด้านการพัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ
3. ควรศึกษาวิจัยรูปแบบการพัฒนาครูที่มีประสิทธิผลในการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

เอกสารอ้างอิง

- ถนอมพร เลหาจรัสแสง. (2550). การเรียนรู้ในยุคสมัยหน้า 1 : ตอน คุณลักษณะที่จำเป็นของผู้เรียนยุคทวินี่ (Tweenies). E – magazine, Information Technology Service, Chiang Mai University.
- ทีศนา แชมณี. (2560). **องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 2
กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ไพฑูริย์ สีนลาวัฒน์. (2559). **การศึกษาเชิงสร้างสรรค์และผลิตภาพ**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุทธิวรรณ ตันติธนาวงศ์. (2560). ทิศทางการจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21. *Veridian E-Journal*,
Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ ,10(2),
2843 – 2854.
- สุวัจน์ ศรีสวัสดิ์. (2558) **สภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนที่เน้น ผู้เรียนเป็นสำคัญ
ของครูในสังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดกาฬสินธุ์**. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม :
มหาสารคาม
- Cronbach, L. J. et. Al. (1973). *Toward Reform of Program Evaluation*. California :
Jossey-Bass Publishers.
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2014). *Quality management for organizational excellence*.
New Jersey : Pearson
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational
and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.

คุณลักษณะของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารสถานศึกษา
ของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร

Administrators' Traits Affecting Community Participation of
the School in Ladprao District under the Bangkok Metropolitan

เอกพล สุมานันท์กุล¹ รุจา รอดเข็ม² และ ฐิติกร หมายมัน³
Ekapon Sumananthakul¹ RuJa Rodkhem² and Thitikorn Maiman³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความคิดเห็นของครูที่มีต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร 2) ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารสถานศึกษาของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร และ 3) คุณลักษณะของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารสถานศึกษาของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ครูจำนวน 162 คน ซึ่งได้มาโดยการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ เครจซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan) และสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่น 0.97 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยหา ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการศึกษาพบว่า 1. ระดับความคิดเห็นของครูที่มีต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก 2. ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารสถานศึกษาของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก 3. คุณลักษณะของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารสถานศึกษา คือ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ซึ่งผู้บริหารสถานศึกษาและสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร ควรพัฒนาคุณลักษณะดังกล่าวให้เป็นคุณลักษณะพื้นฐาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบริหารสถานศึกษามากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: คุณลักษณะของผู้บริหาร, การมีส่วนร่วมของชุมชน, โรงเรียน

¹ อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย Email: ekaponsmn@gmail.com

² อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย Email: Ruja@eau.ac.th

³ อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย Email: jitlada@eau.ac.th

Abstract

The aims of this research was to study Administrators' Traits Affecting Community Participation of the School in Ladprao District under the Bangkok Metropolitan . The sample was 162 people calculated by the Krejcie & Morgan. The instrument was a 5 level scale questionnaire constructed by the researcher. The reliability was 0.97. The collected data were analyzed by percentage, mean, standard deviation, and stepwise multiple regression analysis.

The research results :

1. The levels of the Administrators' Traits overall and specific were in the high level.
2. The participation in the schools in their community, overall and specific was in the high level.
3. The Administrators' Traits which affect in participation of the School in Ladprao District under the Bangkok Metropolitan, there was ethics and morality make the participation of the community more effectively. The school administrators should have improved the ethics and morality that would make more efficiently and effectively administration.

Keywords : Administrators' Traits, Community Participation, School

บทนำ

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการศึกษา กำหนดเป็นหลักการสำคัญไว้ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2545 มาตรา 8 (2) ว่า การจัดการศึกษาให้ยึดหลักให้สังคมมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา และมาตรา 9 (6) กำหนดให้จัดระบบโครงสร้างและกระบวนการจัดการศึกษาให้ยึดหลักการมีส่วนร่วมของบุคคล ครอบครัว ชุมชนองค์กรชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เอกชน องค์กรเอกชน สถาบันศาสนา สถานประกอบการและสถาบันสังคมอื่น ด้านแนวการจัดการศึกษา มาตรา 24 (6) ให้โรงเรียนและชุมชนมีการประสานความร่วมมือในการจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้เรียน ตามศักยภาพ

ผู้บริหารสถานศึกษานับว่าเป็นบุคคลสำคัญยิ่งเนื่องด้วยเป็นผู้มีบทบาทต่อการบริหารในฐานะที่เป็นผู้บังคับบัญชาและมีฐานะเป็นผู้นำองค์กร ความสำเร็จและประสิทธิภาพขององค์กรจะมีมากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้บริหารองค์กร (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) และการที่ผู้บริหารจะสามารถพัฒนางานในสถานศึกษาให้ประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพโดยที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาได้นั้น ปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลต่อนำพาสถานศึกษาให้บรรลุเป้าหมาย คือ คุณลักษณะของ

ผู้บริหาร ดังที่ สุมน อมรวิวัฒน์ (2560) กล่าวว่า ผู้บริหารสถานศึกษาจึงเป็นบุคลากรหลักที่สำคัญของสถานศึกษาและเป็นผู้นำวิชาชีพที่จะต้องมีความรู้ ความสามารถ และคุณธรรม จริยธรรม ตลอดทั้งจรรยาบรรณวิชาชีพที่ดี จึงจะนำไปสู่การจัดและการบริหารสถานศึกษาที่ดี มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพได้

การจัดการศึกษาของกรุงเทพมหานคร มีรากฐานมาจากการทำให้โรงเรียนเป็นโรงเรียนของชุมชน และการบริหารของโรงเรียนขึ้นอยู่กับความร่วมมือของชุมชนเป็นสำคัญ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาถึงคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร ที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริหารงานในสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

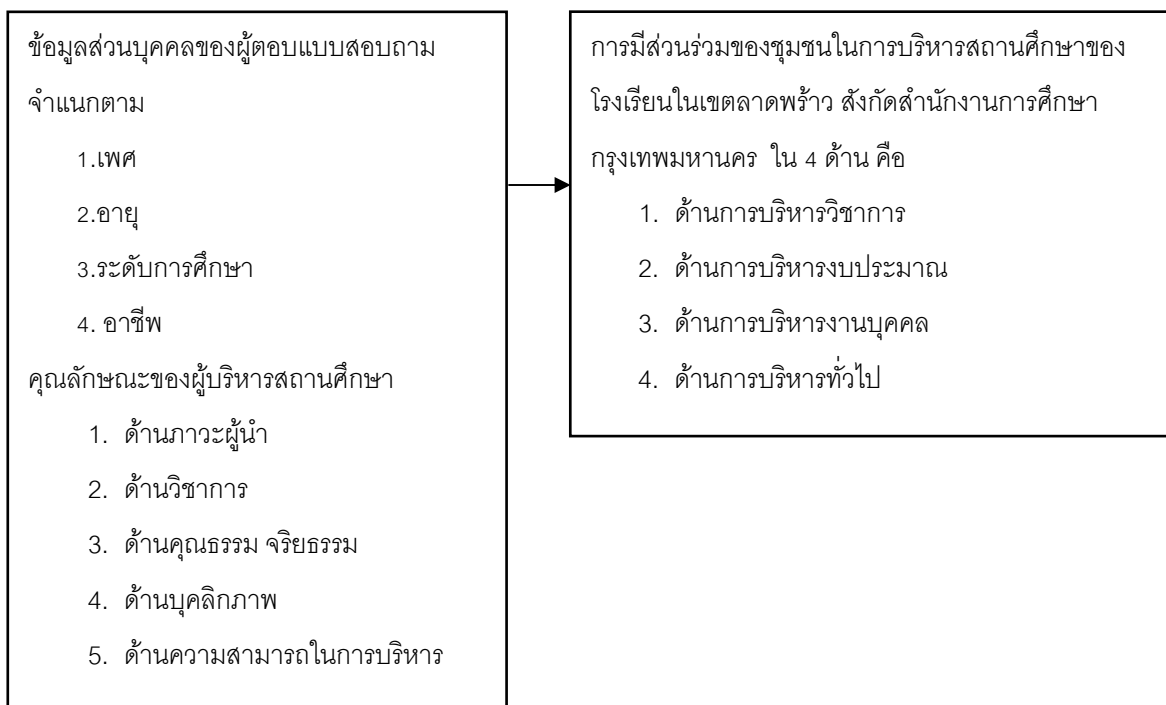
1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของครูที่มีต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารสถานศึกษาของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารสถานศึกษาของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาคุณลักษณะของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารสถานศึกษาของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร โดยสังเคราะห์จากแนวคิดของเมธา ภูมิเขต (2554), ปิยวรรณ สวามิภักดิ์ (2560) และเสาวนีย์ ยิ้มถนอม (2554) สำหรับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารสถานศึกษา กำหนดตามภารกิจการดำเนินงานบริหารสถานศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2546) จำนวน 4 ด้าน เป็นกรอบแนวคิด ดังแสดงในแผนภาพ

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหารเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารในการบริหารสถานศึกษาที่เหมาะสมในการเป็นผู้นำการบริหารจัดการศึกษาของชุมชน
2. นำผลการศึกษาใช้เป็นข้อมูลสารสนเทศในการกำหนดนโยบาย และวางแผนการบริหารสถานศึกษา ที่ยึดหลักการมีส่วนร่วมของชุมชน ให้บรรลุตามเจตนารมณ์ของกฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. ได้พัฒนาองค์ความรู้ทางการวิจัยทางการบริหารสถานศึกษา เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลการวิเคราะห์สภาพปัญหาการจัดการศึกษาแบบมีส่วนร่วมของชุมชน และส่งเสริมให้ชุมชนในกรุงเทพมหานคร มีส่วนร่วมในการจัดการศึกษามากยิ่งขึ้น

แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้
แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาด้านภาวะผู้นำ
ภาวะผู้นำ คือ ความสามารถในการจูงใจ โน้มน้าว กระตุ้นให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความศรัทธา และรวมพลังกันทำงานด้วยความเต็มใจ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร
สำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร (2550 : 60) ได้กำหนดให้ผู้บริหารที่ดี ควรจะเป็นผู้ที่มีภาวะผู้นำ ดังนี้

1. รู้จักวิเคราะห์บนพื้นฐานความเป็นจริง (swot) เพื่อรู้จุดเด่น (strength) จุดด้อย (weakness) โอกาส (opportunity) และอุปสรรค (tread) ของตนเองอยู่เสมอ
2. ควรเป็นผู้ให้คำปรึกษาแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้ อย่าช่วยเหลือแนะนำมากเกินไป
3. ควรรู้จักให้กำลังใจแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา โดยยึดหลักทำดีควรได้รับการชมเชยในที่เปิดเผย ทำผิดต้องได้รับการตำหนิในที่ส่วนตัว
4. ควรส่งเสริม สนับสนุนผู้ใต้บังคับบัญชา เมื่อเขาทำดีมีผลงาน
5. รู้จักใช้วิธีบริหารแบบยืดหยุ่น เข้าใจธรรมชาติของมนุษย์
6. รู้จักวางแผนงาน มอบหมายงาน และสั่งงาน โดยรู้จักใช้คนให้เหมาะสมกับงานตามหลักการ “put the right man on the right job”
7. ควรรู้จักกระตุ้นให้ผู้ใต้บังคับบัญชาแสดงทัศนะ ความคิดเห็น โดยรับฟังอย่างตั้งใจ
8. ควรให้ความสนใจสวัสดิภาพ สวัสดิการ ความเป็นอยู่ของผู้ใต้บังคับบัญชา
9. ควรมีมิตรภาพนอกเวลาทำงาน แสดงความยินดีเอื้ออาทรต่อผู้ใต้บังคับบัญชา และสมาชิกในครอบครัวของผู้ใต้บังคับบัญชาตามโอกาสอันควร
10. ควรเป็นคนมีอารมณ์ขัน พุดคุย เล่นกับผู้ใต้บังคับบัญชาบ้างตามโอกาสอันควร

แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านวิชาการ ดังนี้

1. ความสามารถในการจัดการเรียนการสอน หมายถึง ผู้บริหารสถานศึกษามีความรู้ความสามารถ และให้ความสำคัญในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียน เข้าใจในการจัดบุคลากร ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ การจัดกิจกรรมเชิงวิชาการและการวัดผลประเมิน
2. การพัฒนาหลักสูตร หมายถึง ผู้บริหารสถานศึกษามีความรู้ความสามารถในการวางแผนจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาให้เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียน ควบคุมดูแลการนำหลักสูตรไปใช้ในการจัดการเรียนรู้ การประเมินผลหลักสูตร การปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรอย่างเป็นขั้นตอน

3. การวิจัย หมายถึง ผู้บริหารสถานศึกษามีความรู้ความสามารถในการศึกษาค้นคว้าวิจัยเพื่อค้นหาคำตอบของการพัฒนา รวมทั้งให้ความสำคัญ สนับสนุนการจัดทำการวิจัยของครูและนักเรียน เป็นแบบอย่างในการทำวิจัยและสามารถให้คำแนะนำกระบวนการศึกษาวิจัยต่อครูได้

4. การประกันคุณภาพภายใน หมายถึง ผู้บริหารสถานศึกษา มีความรู้ความสามารถให้ความสามารถต่อระบบการประกันคุณภาพภายใน มุ่งเน้นการจัดระบบงานให้มีประสิทธิภาพ มีผลการปฏิบัติงานบรรลุมาตรฐานคุณภาพ ให้ความสำคัญในการรายงานคุณภาพการบริหารต่อสาธารณชนเพื่อการยอมรับและความมั่นใจในภาพรวม

แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านคุณธรรม จริยธรรม ดังต่อไปนี้

1. มีพรหมวิหาร 4 คือ เมตตา กรุณา มุทิตา อุเบกขา
2. มีความหนักแน่น ไม่หวั่นไหว รับฟังความคิดเห็นจากทุกฝ่าย
3. มีความยุติธรรม และให้ความเสมอภาคแก่ทุกคน
4. มีความซื่อสัตย์สุจริต
5. อ่อนหวาน อ่อนน้อม สุภาพ
6. อดทนด้วยความเยือกเย็นต่อคำพูดที่ขัดแย้งหรือไม่เป็นมิตร
7. เป็นตัวอย่างที่ดีทุกด้านของผู้เยาว์
8. ละเว้นจากการประพฤติชั่วซึ่งจะทำให้สังคมรังเกียจตามสภาพของสังคมไทย
9. ไม่ดูต่ำหรือว่ากล่าวคำมั่วสวาทใด ๆ ผู้ใต้บังคับบัญชาต่อหน้าคนอื่น
10. รู้จักถนอมน้ำใจ

แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านบุคลิกภาพ

มีนักการศึกษา และนักวิชาการกล่าวถึงคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ ไว้ดังนี้

George and Jones (1996 : 40; อ้างถึงใน กานดา สุขุม. 2556 : 55) ให้ความหมายของคำว่าคุณลักษณะเป็นส่วนประกอบของบุคลิกภาพ เป็นการบ่งบอกนิสัยของบุคคลโดยเฉพาะเกี่ยวกับความรู้สึก (feel) ความคิด (think) และการกระทำ (act) เช่น อาหารประจำวัน การวิพากษ์วิจารณ์ และการเป็นคนลักษณะง่าย ๆ โดยได้จัดรูปแบบบุคลิกภาพที่ชัดเจน 5 รูปแบบ ดังนี้

1. การเป็นคนเปิดเผย ชอบสังคม
2. การเป็นผู้ที่เอาใจต่อความรู้สึก มีความวิตกกังวล
3. การเป็นคนเข้ากับคนได้ง่าย

4. การเป็นคนพิถีพิถันมีระเบียบวินัยในตนเอง

5. การเป็นผู้มีประสบการณ์หลากหลาย เปิดใจกว้างสนใจสิ่งใหม่ ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านความสามารถในการบริหาร

คุณลักษณะด้านความสามารถในการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการใช้แผนเป็นเครื่องมือในการบริหารโรงเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถ สนับสนุนให้บุคลากรเกิดความมุ่งมั่นในการพัฒนา จัดกิจกรรมหลากหลายเพื่อสนับสนุนการเรียนการสอน สามารถประสานความร่วมมือจากทุกฝ่ายเพื่อพัฒนางานสามารถประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ใช้วิธีการที่หลากหลาย ให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วม นำผลการประเมินไปนิเทศ และพัฒนางานการบริหารเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดได้

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ครูของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร จำนวน 277 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร จำนวน 162 คน ซึ่งได้มาจากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหารที่ส่งผลกระทบต่อความร่วมมือของชุมชนในการบริหารสถานศึกษาของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร ใน 5 ด้าน คือ ด้านภาวะผู้นำ ด้านวิชาการ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านบุคลิกภาพ และด้านความสามารถในการบริหาร ลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารสถานศึกษาของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร ใน 4 ด้าน คือ ด้านการบริหารวิชาการ ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการบริหารงานบุคคล และด้านการบริหารทั่วไป ลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ และระดับการศึกษา โดยใช้ความถี่และค่าร้อยละ

2. วิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของครู โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยรวมและรายด้าน

3. วิเคราะห์ข้อมูลการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารสถานศึกษาของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยรวมและรายด้าน

4. นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ทางสถิติมาแปลผล ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 แปลความหมายว่า มีคุณลักษณะของผู้บริหารและการมีส่วนร่วมของชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 แปลความหมายว่า มีคุณลักษณะของผู้บริหารและการมีส่วนร่วมของชุมชนอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 แปลความหมายว่า มีคุณลักษณะของผู้บริหารและการมีส่วนร่วมของชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 แปลความหมายว่า มีคุณลักษณะของผู้บริหารและการมีส่วนร่วมของชุมชนอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 แปลความหมายว่า มีคุณลักษณะของผู้บริหารและการมีส่วนร่วมของชุมชนอยู่ในระดับน้อยที่สุด

5. วิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารสถานศึกษาของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นต่อน (Stepwise multiple regression analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติดังนี้

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. สถิติหาคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.97
3. วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (stepwise multiple regression analysis)

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.20 มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 46.22 และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 61.35

2. ระดับความคิดเห็นของครูที่มีต่อคุณลักษณะของผู้บริหารโรงเรียน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12, S.D. = 0.31$) เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา และต่ำสุด ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านคุณธรรม จริยธรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15, S.D. = 0.45$) รองลงมา คือ ด้านบุคลิกภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14, S.D. = 0.43$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านวิชาการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09, S.D. = 0.39$)

3. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12, S.D. = 0.29$) เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา และต่ำสุด ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการบริหารงบประมาณ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17, S.D. = 0.40$) รองลงมา คือ ด้านการบริหารทั่วไป อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14, S.D. = 0.39$) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการบริหารงานบุคคล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07, S.D. = 0.43$)

4. คุณลักษณะของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร คือ คุณลักษณะด้านคุณธรรม จริยธรรมส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่ พบว่า คุณลักษณะของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร ได้แก่ คุณธรรม จริยธรรมของผู้บริหาร มีประเด็นอภิปราย ดังนี้

คุณธรรม จริยธรรมของผู้บริหาร ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร สะท้อนให้เห็นว่า เมื่อผู้บริหารมีคุณธรรม จริยธรรมในการบริหาร อยู่ในระดับมาก จึงส่งผลให้ชุมชนมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารอยู่ในระดับมากด้วย ทั้งนี้เนื่องจากการบริหารแบบมีส่วนร่วมนั้นเป็นสิ่งสำคัญในทุกองค์กร แม้กระทั่งในการบริหารสถานศึกษา ซึ่งผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายส่วน ทั้งบุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กรชุมชน องค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น เอกชน องค์กรเอกชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการ และสถาบันสังคมอื่น เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารในทุกด้าน เพื่อช่วยให้สถานศึกษามีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้ปกครองซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนได้เสียโดยตรงในการจัดการเรียนการสอนของสถานศึกษา ดังที่ กิตติศักดิ์ เทียงมน (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาบุรีรัมย์ เขต 3 พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาบุรีรัมย์ เขต 3 โดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับเสาวนีย์ ยิ้มถนอม (2554) ได้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาตามความต้องการของครู สังกัดกรุงเทพมหานคร เขตทวีวัฒนา พบว่า คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาตามความต้องการของครู สังกัดกรุงเทพมหานคร เขตทวีวัฒนา ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งด้านคุณธรรม จริยธรรม ความรอบรู้ ความสามารถความชำนาญ มีการศึกษา และมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ เช่นเดียวกับที่เมธา ภูมิเขต (2554) ได้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลบุรี เขต 2 พบว่า คุณลักษณะของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลบุรี เขต 2 อยู่ในระดับมาก ทั้งด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านบุคลิกภาพ ด้านความเป็นผู้นำ ด้านความรู้ ความสามารถในการบริหาร ด้านคุณธรรม จริยธรรม เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของครู ที่มีต่อคุณลักษณะของผู้บริหารโรงเรียน จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน โดยรวมและรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติศักดิ์ เทียงมน (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาบุรีรัมย์ เขต 3 พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาบุรีรัมย์ เขต 3 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการบริหารงานทั่วไป การบริหารงานบุคคล การบริหารงานวิชาการ และด้านการบริหารงบประมาณ ผู้ปกครองนักเรียนและกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนที่มีขนาดต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารโรงเรียนไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของเสาวนีย์ ยิ้มถนอม (2554) ที่พบว่า คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาตามความต้องการของครู สังกัดกรุงเทพมหานคร เขตทวีวัฒนา ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีพื้นฐานเดิมเป็นทุน มีคุณธรรม จริยธรรม มีความรู้ลึกและรอบรู้ มีความสามารถความ

ชำนาญ มีการศึกษา และมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ เช่นเดียวกับงานวิจัยของสุดา หมื่นจง (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูผู้สอนโรงเรียนประถมศึกษาอำเภอเบตงสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษายะลา เขต 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อคุณลักษณะผู้บริหารโรงเรียนของครูผู้สอนโรงเรียนประถมศึกษาอำเภอเบตง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ยะลา เขต 3 ในภาพรวมทั้ง 8 ด้าน โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อ คุณลักษณะผู้บริหารโรงเรียนของครูผู้สอนโรงเรียนประถมศึกษาอำเภอเบตง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษายะลา เขต 3 พบว่า ครูผู้สอนที่มีเพศและวุฒิการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นไม่มีความ แตกต่างกัน ส่วนครูผู้สอนที่มีอายุ และประสบการณ์ในการทำงานต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันซึ่ง เมธา ภูมิเขต (2554) ได้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครู พบว่า คุณลักษณะของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ชลบุรี เขต 2 อยู่ในระดับมาก เรียงตามคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านบุคลิกภาพ ด้านความเป็นผู้นำ ด้านความรู้ ความสามารถในการบริหาร ด้านคุณธรรม จริยธรรม เมื่อเปรียบเทียบ คุณลักษณะของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ชลบุรี เขต 2 จำแนกตามเพศ วุฒิการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากผลการศึกษาคุณลักษณะของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหาร สถานศึกษาของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัดสำนักการศึกษากรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากผลการศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารของโรงเรียนในเขตลาดพร้าว สังกัด สำนักการศึกษากรุงเทพมหานคร ด้านการบริหารงานบุคคล มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย ดังนั้น ผู้บริหาร สถานศึกษา ควรส่งเสริมและเปิดโอกาสให้ผู้ปกครอง และชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารสถานศึกษา โดยเฉพาะด้านการบริหารงานบุคคลให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้การบริหารสถานศึกษามีประสิทธิภาพมากที่สุด

3. จากผลการศึกษาคุณลักษณะของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหาร สถานศึกษา ได้แก่ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาและสำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร ควรพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารดังกล่าวให้เป็นคุณลักษณะพื้นฐาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพในการบริหารสถานศึกษา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาคุณลักษณะที่สำคัญจำเป็นของผู้บริหารในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมคุณภาพการจัดการศึกษาในสังคม 4.0
2. ควรศึกษาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมทางการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารทั่วทั้งองค์กร ในสังคม 4.0

เอกสารอ้างอิง

กานดา สุขทุม. (2556). **รูปแบบความสัมพันธ์เชิงเส้น คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษาตามเกณฑ์มาตรฐาน สมศ. ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.**

โครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ

กิตติศักดิ์ เทียงมน. (2553). **การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาบุรีรัมย์ เขต 3. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, บุรีรัมย์.**

ปิยวรรณ สวามิภักดิ์. (2560). **คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบุรี เขต 2. Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 10(2), 583 – 596.**

เมธา ภูมิเขต. (2554). **คุณลักษณะของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 2. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.**

สำนักงานศึกษากรุงเทพมหานคร (2550). **แผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐานกรุงเทพมหานคร 2550-2555. สำนักงานนโยบายและแผนการศึกษาการศึกษา กรุงเทพมหานคร.**

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2546). **หน้าที่ความรับผิดชอบของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา. ประชากรศึกษา 53(5), 6 – 17.**

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). **แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2560 – 2579. พริกหวานกราฟฟิค : กรุงเทพฯ.**

สุดา หมื่นจง. (2553). **คุณลักษณะของผู้บริหารโรงเรียนตามความคิดเห็นของครูผู้สอนโรงเรียนประถมศึกษาอำเภอเบตง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษายะลา เขต 3. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, ยะลา.**

สุมน อมรวิวัฒน์. (2560). **ครุศึกษากับความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทาย. พัชรินทร์ พี.พี. : กรุงเทพฯ**

เสาวนีย์ ยิ้มถนอม. (2554). **คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาตามความต้องการของครู สังกัด**

กรุงเทพมหานคร เขตทวีวัฒนา. โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, กรุงเทพฯ.

Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.

Factors Influencing Thai Fabric Bag Purchasing Decisions in Taiwan

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกระเป๋าผ้าไทยในไต้หวัน

Chenin Chen¹ and Hui Yuan Chiu²

เฉินินทร์ เชน และ ฮุยหยวน ชิว

¹International colleges Krirk University 3,Ram Inthra Road,Anusawari Sbudistrict,Bang Khen District,Bangkok
10220,Thailand Tel: 02-5523502-9 E-mail: chenin@email.krirk.ac.th

วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยเกริก ที่อยู่ เลขที่ 3 ถนนรามอินทรา ซอย1 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ Tel: 02-
5523502-9 E-mail: chenin@email.krirk.ac.th

²International colleges Krirk University 3,Ram Inthra Road,Anusawari Sbudistrict,Bang Khen District,Bangkok
10220,Thailand Tel: 02-5523502-9 E-mail: huiyuan@email.krirk.ac.th

วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยเกริก ที่อยู่ เลขที่ 3 ถนนรามอินทรา ซอย1 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ Tel: 02-
5523502-9 E-mail: huiyuan@email.krirk.ac.th

Abstract

The purposes of this study are 1) To explore the consumers' characteristic, purchasing behavior, and perception toward Thai fabric bags in Taiwan, 2) To study factors which influence purchasing decisions of consumers in Taiwan toward fabric bags, and 3) To offer recommendations for Thai entrepreneurs who are interested in expand their fabric bags to Taiwan. The data was collected by distributing questionnaire survey to 400 bag shoppers who shop for bags in Taipei city, Taiwan. The questionnaire respondents can be both male and female, with any ages, nationalities, and occupations.

The results are analyzed by using SPSS which concluded that among bag shoppers, there are more females than males, and most of the respondents are still students with their bachelor's, with ages of 21-30 years old, and have income per month below 25,000 NTD. The majority of them are single and Taiwanese. Shoulder bags are the most popular among them. The purpose of buying is mostly for their own usages. The respondents like dark monochrome color bags and vintage print for multicolor ones. They usually go shopping bags at street shops/stores. The researcher has grouped the factors influencing consumers' buying behavior into 7 groups which are self-maintenance, service quality, appearance attention, consumer awareness, product quality, price attention, and fashionable product. For the existing brands in the market, the respondents most satisfied on design, function, material, price, and durability, respectively.

Keywords : Consumer; Behavior; Thai fabric bags

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรมของผู้ซื้อและการรับรู้ของกระเป๋าผ้าไทยในไต้หวัน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในไต้หวันต่อกระเป๋าผ้า และ 3) เพื่อเสนอแนะ สำหรับผู้ประกอบการในไทยที่สนใจส่งออกกระเป๋าผ้าไปไต้หวัน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสำรวจไปยังผู้ซื้อกระเป๋าจำนวน 400 คน ที่ซื้อกระเป๋าผ้าในเมืองไทเปประเทศไต้หวัน ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชายและหญิงทุกช่วงอายุเชื้อชาติและอาชีพ

ผลการวิจัยแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม SPSS ซึ่งสรุปได้ว่าผู้ซื้อกระเป๋ามีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังเป็นนักเรียนที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อายุ 21-30 ปี และมี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 25,000 บาท ส่วนใหญ่มีสถานะภาพ โสด และกระเป๋าสะพายเป็นที่นิยมที่สุดในหมู่ชาวไต้หวัน วัตถุประสงค์ของการซื้อเป็นส่วนใหญ่สำหรับใช้งานของตนเอง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบกระเป๋าผ้าสีขาวดำ แบบหลายสี และแบบลายพิมพ์โบราณ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อกระเป๋าที่ร้านค้า / ร้านค้าริมถนน ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค 7 กลุ่ม ได้แก่ คุณลักษณะด้วยตนเอง คุณภาพบริการ การคำนึงถึงรูปลักษณ์ การรับรู้ของผู้บริโภค คุณภาพของผลิตภัณฑ์ การใส่ใจในราคา และผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย สำหรับแบรนด์ที่มีอยู่ในตลาด สำหรับการออกแบบการใช้งาน วัสดุ ราคา และความทนทานผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจมากที่สุด ตามลำดับ

คำสำคัญ : ผู้ซื้อ; พฤติกรรม; กระเป๋าผ้าไทย

Introduction

Thai fabric bags, with supple materials, distinctive patterns and vibrant colors, are well-known for their variety, quality, functionality, and pricing among countries around the world especially in Taiwan, China, Japan, and United Arab Emirates. This growing trend is becoming more popular since most of the foreign tours would always have a part of their program for visiting a Thai fabric bag shop either in Bangkok or other provinces.

As there are many companies in Thailand have expanded their Thai fabric bag business to foreign counties, it is important for the company owners to understand various factors that influence consumer buying behavior on fabric bags.

Taiwan is one of the countries with the most demand on Thai fabric bags as approximately 50% of the bags from all Thai producers are exported to Taiwan (Dolmanas Gajae and Komchadluek, 2018). The large demand makes Taiwan a perfect place to study how consumer comes up with the purchasing decision towards fabric bags.

Therefore, the purpose of this study is to explore into the influential factors that affect buying decision on fabric bags of consumers in Taiwan to understand and be able to utilize these factors to improve the business's profitability.

Literature Review And Country/Business Overview

1.Consumer Behavior

The study of consumer behavior focuses on how individuals make decisions to spend their available resources (time, money, credit, or effort) on consuming products or services. That includes what they buy, why they buy it, where they buy it, how often they buy and use it, how they would evaluate it after the purchase and how that impact on the future purchases, and how they dispose of it. In order to create a successful marketing campaign or decide a business strategy, it is necessary to understand these factors and utilize those behaviors in a manner that motivates consumers to make purchases.

Customer Satisfaction

After consumers have made acquisition or consumption, they can evaluate the outcome of their decisions. If their evaluation is positive – if they perceive that their needs have been met – they feel satisfaction. Satisfaction can be associated with feelings of acceptance, happiness, relief, excitement, and delight. On the other hand, when customers have a negative evaluation of an outcome, they feel dissatisfaction. Dissatisfaction can be related to feelings of tolerance, distress, sadness, regret, agitation, and outrage. (Wayne D. Hoyer et al., 2018).

2.Taiwan Bag Market and Industry

Taiwan has been known as “Kingdom of Bags & Luggage”. Women are the key consumers of bags and luggage in Taiwan with handbags becoming an increasingly important accessory. With an improving economic scenario woman are increasingly looking to trade up from basic handbags to mid and luxury handbags, with brand awareness increasing as personal accessories are used as a sign of status (Euro Monitor International, 2018).

There is a non-profit organization for the industry of luggage, handbags, sports bags, casual bags, and leather goods in Taiwan called Taiwan Bag Association (TBA) to serve all buyers, suppliers, and retailers in the industry. Over the years, it has provided strong leadership for the industry, and involved in governor to make policy which will sharpen the industry's future. All of the member companies including manufactures and trading companies are required to set

up overseas factories in China and Southeast Asia. With low labor costs, Taiwan bag industry remains competitive in the market in both price and quality (Taiwan Bag Association, 2017).

Research Methodology

1. Target population

This study used the questionnaires as an instrument to collect data from the sample group of customers who shopped in fabric bag shops in Taipei. They could be either male or female with any range of age, nationality and occupation.

2. Research Instrument

The questions of the questionnaire are divided into 4 parts as these followings:

Part 1: General information

The required information in this part includes gender, age, nationality, education, marital status, occupation, and income per month.

Part 2: Bag Usage and Shopping Behavior

The questions in this part are mostly close ended questions, the only open-ended one is for the respondents to put the name of the place they often go to shopping for each types of shopping places in Taipei, Taiwan. The rest of the questions require information about what kind of bags they usually buy, how often they buy them, who they buy the bags for, the reason that they buy bags and, what color/what print they like.

Part 3: Factors influencing fabric bag purchasing behavior

This part explores mainly the influencing factors from marketing inputs which were focused on all the Marketing Mix or the 4Ps (price, product, promotion, and place). In this part, the questionnaires employed the method of Likert Scale, the easiest attitude scale form for the researchers to interpret and for the consumers to answer, which respondents will be asked to rate how important of each factor for them when purchasing bags.

Part 4: Customer Satisfaction toward Thai Fabric Bags

This part collects consumers' satisfaction about Thai fabric bags of the existing brands in the market. As same as in Part 3, Likert Scale has been used to explore what consumers like and dislike about the existing brands of Thai fabric bags. It starts by asking whether the consumers know Thai fabric bags and where they have heard about them. If the consumer has some past experiences about the products, they will be required to rate their satisfaction about each factors.

The questionnaire ends with the question “Would you buy Thai fabric bags that is not the brand you know?” to determine whether the majority of consumers would be loyal only to the existing brands or would give themselves opportunities to try new brands.

RESULTS AND DATA ANALYSIS

There were 400 questionnaires collected, nevertheless, 9 of them were incomplete or inconsistent and has been discarded. Thus, the total of completed responses is 391, which was used as the sample size for this statistical analysis by using Microsoft Excel and Statistical Package for the Social Science (SPSS).

Part 1: Demographic data

The demographic details of the samplings are shown in Table 1.

TABLE 1: Numbers and Percentages of the respondents classified by personal demography (n = 391)

Personal Factor	Number	Percentage
Gender		
Female	315	80.56
Male	76	19.44
Age		
20 or under	81	20.72
21-30	273	69.82
31-40	32	8.18
41-50	3	0.77
Above 50	2	0.51
Nationality		
Taiwanese	301	76.98
American	3	0.77
Brazilian	1	0.26
Chinese	10	2.56
Danish	1	0.26
French	2	0.51
German	8	2.05
Hong Kong	2	0.51
Indonesian	3	0.77

Personal Factor	Number	Percentage
Japanese	5	1.28
Korean	8	2.05
Macao	4	1.02
Malaysian	20	5.12
Singaporean	11	2.81
Thai	12	3.07
Education		
Under High School	16	4.09
High School	34	8.70
Bachelor's Degree	258	65.98
Master's Degree	79	20.20
Doctoral Degree	4	1.02
Marital Status		
Single	276	70.59
Married	29	7.42
In a relationship	86	21.99
Occupation		
Student	287	73.40
Private Company Employee	88	22.51
Gov. Official/State Enterprise Employee	7	1.79
Business Owner	9	2.30
Income per month		
25,000 NTD or below	268	68.54.
25,001-45,000 NTD	93	23.79
45,001-65,000 NTD	13	3.32
65,001 NTD or above	17	4.35

Part 2: Bag Usage and Shopping Behavior

Types of bags and buying frequency

The results from questionnaires shows that shoulder bag is the most popular among all the respondents, since 305 out of 391 (78.01%) would usually buy it. The next top one for consumers is backpack which 264 out of 391 (67.52%) often buy it. The following the mentioned

two types are hand bag, coin bag, pencil bag, multifunction bag, cellphone bag, and cosmetic bag.

For bag buying frequency, the majority for shoulder bag (34.02%), handbag (37.85%), backpack (54.73%), pencil bag (48.08%), and coin bag (42.71%) are once in more than 1 year, and for cosmetic bag (55.50%), cellphone bag (41.69%), and multifunction bag (45.01%) are never. Within a year, consumers tend to change their shoulder bags (55.50%), handbags (33.50%), and backpacks (34.78%) most frequently comparing to other kinds of bags. The least popular types are those mentioned three (cosmetic bag, cellphone bag, and multifunction bag) which most samplings have never bought one.

Consumer bag preference

Color of bags: The respondents refer bags with dark monochrome (253 respondents) the most, then light monochrome (58 respondents), and multicolor (40 respondents). These facts are confirmed by the results from consumers' color preference ranking that the colors which consumers prefer the most are black (113 respondents or 28.90%), dark blue (75 respondents or 19.18%), and brown (60 respondents or 15.35%).

Shopping places for bags: The survey can be summarized that the most popular market for consumers to shop for their bags is street shop/store (162 respondents or 41.43%). The next popular is department stores (129 respondents or 32.99%) and night markets (74 respondents or 18.93%). The least popular in this case is other shopping channels such as secondhand market and outlet.

From 341 responses, the most popular 5 street shops/stores are Gongguan, Eastern District Shopping area, Ximending, Wufenpu, and Taipei Main Station with percentage of respondents who usually shop there of 24.05%, 23.75%, 19.35%, 10.85% and 7.04% respectively.

According to the 363 responses, the most popular 5 department stores are Sogo, Shin Kong Mitsukoshi, Q-Square, Breeze Center, and Taipei 101 with percentage of respondents who usually shop there of 32.78%, 31.96%, 7.99%, 6.89% and 5.79% respectively.

The results from 268 responses, the most popular 5 night markets are Shilin night market, Shida night market, Gongguan night market, Raohe night market, and Lehua night market with percentage of respondents who usually shop there of 40.49%, 27.99%, 11.68%, 6.79% and 3.26% respectively.

Part 3: Factors Influencing Consumers Behavior on Buying Bags

The respondents had ranked the level of importance on each factor (1 = The Least Important, 5 = The Most Important). The first step is to group factors into main factors using KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) and Bartlett's Test. This set of data has a KMO value of 0.784 and a significant value of .000 (Table 2) which means that the data is effective for doing factor analysis.

TABLE 2: KMO and Bartlett's Test

KMO Measure of Sampling Adequacy.		.784
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3468.26
	df	253
	Sig.	.000

The table 3 shows the data results from SPSS which presented how 23 factors are grouped by high factor loading in each component into 7 main factors as these followings:

1. Self-Maintenance: easy to clean, waterproof, washable and thickness.
2. Service Quality: service, salesperson, gift wrapping service, and repair service.
3. Appearance Attention: various color, various size, collection set, and available spare parts for sale.
4. Consumer Awareness: product origin and distribution channel factors which are distribution channel, brand, available on website, and country of origin.
5. Product Quality: material, function, and durability.
6. Price Attention: price and promotion.
7. Fashionable Product: design and trend.

Table 3 : Rotated Component Matrix

Rotated Component Matrix (Rotation converged in 9 iterations.)								Group
Factors	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	
Easy to Clean	0.79 6	0.15 0	0.13 2		0.14 2		- 0.10 1	Self-Maintenance
Waterproof	0.75 7		0.10 6		0.21 9			
Washable	0.72 6	0.17 2	0.27 7				- 0.15 8	
Thickness	0.63 4	0.10 9		0.10 5		0.19 8	0.19 8	
Service		0.85 3	0.13 2	0.15 6	0.12 3	0.15 3		Service Quality
Salesperson		0.84 6		0.13 1		0.24 6		
Gift Wrapping Service	0.17 8	0.59 5	0.37 1	0.23 4	- 0.16 5			
Repair Service	0.35 7	0.56 2	0.25 7	0.12 8	0.13 8	- 0.23 7		
Various Color	0.10 3	0.13 8	0.84 1			0.11 2	0.11 0	Appearance Attention
Collection Set			0.76 0	0.19 1		0.11 8		
Various Size	0.29 2	0.20 0	0.70 4		0.17 7			

Rotated Component Matrix (Rotation converged in 9 iterations.)								Group
Factors	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	
Available Spare Parts for Sale	0.31 1	0.35 8	0.45 5	0.10 9		- 0.19 1	0.12 9	
Distribution Channel	0.13 9	0.16 0		0.84 4				
Brand	- 0.15 7	0.21 9		0.75 4	0.18 1	- 0.15 7	0.19 3	
Available on Website	0.23 5		0.29 0	0.63 1	- 0.27 8	0.23 5		
Country of Origin		0.27 9	0.21 3	0.49 2	0.33 2	- 0.30 3	- 0.17 6	
Material				0.13 1	0.72 0	0.12 3	0.12 9	
Function	0.29 1	- 0.10 4			0.63 7	0.17 9		
Durability	0.46 6	0.11 1	0.14 7	- 0.10 2	0.56 7			
Price			0.12 1		0.23 4	0.71 2	0.22 7	
Promotion	0.10 2	0.43 0	0.13 0	0.10 7		0.64 0		
Design					0.15 5	0.14 1	0.84 1	Consumer Awareness Fashionable Product

Rotated Component Matrix (Rotation converged in 9 iterations.)								Group
Factors	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	
	-				-			
	0.13	0.38	0.20	0.16	0.33		0.57	
Trend	4	8	9	9	3		5	

Cluster Analysis

The next step after grouped factors into 7 main factors is to conduct cluster analysis, a statistical technique used to group cases into homogeneous sub-groups based on responses to the variables. By using K-Means cluster, the algorithm assigns cases to clusters based on the smallest amount of distance between cluster mean and case (University of North Texas, 2018). The result data in a final cluster center (Table 4) can describe each cluster by variables as these followings:

Cluster 1 likes trendy bags as they would pay close attention to the design, size, color, collection set and trends. Consumers in this cluster also concern about a little detail such as how they will be able to clean the bag, if it waterproof, and if they can find the spare parts to fix when something happen to it. This cluster is the only one who is price sensitive and likes when the stores are having good promotions. Good services can draw these consumers' attention as well. This cluster could be called as "Trend Lover".

Cluster 2 likes variety in products, since they would pay close attention to how they get to choose colors, sizes, and collection set. They will be really satisfied if their bags are easy to clean, washable, and waterproof. Consumers in this cluster have no price concern and do not follow any trend. The quality of bags is not important to them. These first two clusters do not concern much about the origin of bags, brands, and distribution channels. Similarly to consumers in cluster 1, consumers in this cluster would enjoy shopping more with good service atmosphere. This cluster could be called as "Variety Lover".

Cluster 3 would pay close attention to the origin of products, brands, fashion, but not as much as to the quality of bags they are buying. Service, price, or other additional features are not important to them. This cluster could be called as "Brand Lover".

Table 4 : Final Cluster Centers

Factors	Cluster		
	1.Trend Lover	2. Variety Lover	3. Brand Lover
Self-Maintenance	0.583	0.220	-0.796
Service Quality	0.028	0.347	-0.169
Appearance Attention	0.098	0.473	-0.303
Consumer Awareness	-0.096	-0.008	0.121
Product Quality	-0.126	-0.520	0.355
Price Attention	0.306	-0.203	-0.295
Fashionable Product	0.402	-1.553	0.110

For the number of cases in each cluster and percentages, the largest group is Trend Lover (183 responses or 46.80%), following by Brand Lover (150 responses or 38.36%), and Variety Lover (58 responses or 14.83%).

Cluster Analysis by Demographic Data

The objective of this part of the study is to find the difference in each cluster by using respondents' demographic data to test how consumers pay attention to those factors at 5% significant level (.05). The differences within each cluster could be identified as the followings:

Cluster 1: Trend Lover

- Female consumers pay more attention than male consumers on self-maintenance and product quality factors.

- Younger consumers pay more attention than older consumers on self-maintenance and consumer awareness factors.

- Taiwanese consumers pay more attention than non-Taiwanese consumers on self-maintenance and price attention factors.

- Lower education level consumers pay more attention than higher education level consumers on self-maintenance, appearance attention, consumer awareness and fashionable product factors.

- Married consumers pay more attention than consumers who are single on self-maintenance and service quality factors.

- Consumers who are single pay more attention than married consumers on price attention factors.

- Gov. officials/state enterprise employees pay the most attention on service quality factors, students pay the least attention to them.

- Business owners and government officials/state enterprise employees pay more attention than students and private company employees on product quality factors.

- Gov. officials/state enterprise employees and students pay more attention than business owners and private company employees on price attention factors.

- Higher level of income per month consumers pay more attention than lower level of income per month consumers on self-maintenance, consumer awareness, and fashionable product factors.

- Lower level of income per month consumers pay more attention than higher level of income per month consumers on service quality and price attention factors.

Cluster 2: Variety Lover

- Younger consumers pay more attention than older consumers on service quality factors.

- Taiwanese consumers pay less attention than non-Taiwanese consumers on appearance attention and consumer awareness factors.

- Taiwanese consumers pay more attention than non-Taiwanese consumers on fashionable product factors.

- Higher education level consumers pay more attention than lower education level consumers on self-maintenance factors.

- Consumers who are single pay more attention than married consumers on service quality and price attention factors.

- Business owners pay the least attention on fashionable products factors comparing to all others.

- Higher level of income per month consumers pay more attention than lower level of income per month consumers on appearance attention factors.

- Lower level of income per month consumers pay more attention than higher level of income per month consumers on product quality and fashionable product factors.

Cluster 3: Brand Lover

- Male consumers pay more attention than Female consumers on product quality factors.

- Female consumers pay more attention than male consumers on fashionable product.

- Older consumers pay more attention than younger consumers on service quality factors.

- Younger consumers pay more attention than older consumers on fashionable product factors.

- Taiwanese consumers pay more attention than non-Taiwanese consumers on self-maintenance and service quality factors.

- Taiwanese consumers pay less attention than non-Taiwanese consumers on fashionable product factors.

- Higher education level consumers pay more attention than lower education level consumers on consumer awareness factors.

- Married consumers pay more attention than consumers who are single on product quality factors.

- Business owners and private company employees pay more attention than students and government officials/state enterprise employees on service quality factors.

- Business owners pay the most attention on appearance attention factors comparing to all others.

- Business owners and government officials/state enterprise employees pay more attention than students and private company employees on product quality factors.

- Lower level of income per month consumers pay more attention than higher level of income per month consumers on self-maintenance and product quality factors.

Part 4: Customer Satisfaction Toward Thai Fabric Bags

There is 172 from 391 respondents (56.01%) know the existing brands of Thai fabric bags. Among them, most of the consumers know Thai fabric bags from their friends (62 respondents or 36.05%) and internet (57 respondents or 33.14%) and there are 88 respondents (51.16%) has purchased them.

The questionnaires also have asked the 88 respondents who have ever bought the Thai fabric bags about their satisfaction for each factors and the results came out that the five highest satisfaction factor scores are design (15.91%), function (14.32%), material (12.79%), price (11.10%), and durability (9.97%), respectively.

The last question asked all the respondents to find out if they would buy the bag that is not the brand they know. Most of the respondents' answers (256 respondents or 67.77%) are that they are willing to buy.

Recommendation

1. Recommendation for each cluster

Cluster 1: Trend Lover

The majority of respondents are in this cluster (183 of 391 respondents or 46.80%). To satisfy Trend Lovers, the entrepreneurs should focus on trend of bags at the present and creating various design, size, color, and collection sets for consumers to choose. Trend Lovers will be happier if the bags are also able to clean, waterproof, and the shops have the spare parts for sales. Since the Trend Lovers are also price sensitive, the price of product should not be high as entrepreneur may need to rely on profits from selling quantity more than high margin on each piece. The shops should also provide good promotions often and make sure that the salespersons are providing good services to consumers always.

Cluster 2: Variety Lover

For the Variety Lovers, entrepreneurs should focus more on providing variety in products (colors, sizes, and collection sets) and also making the bags that are easy to clean, washable, and waterproof. Similarly, to the Trend Lovers, entrepreneurs have to make sure that the salespersons are providing good services to consumers.

Cluster 3: Brand Lover

Consumers in this cluster are quite hard to make them satisfied since they pay close attention to the origin of products and brands. However, entrepreneurs can focus on fashion and quality of bags to impress them and finally become a famous brand.

2. Recommendation for all consumers

- The shops should have shoulder bags as their largest proportion, following by backpacks, hand bag, coin bag, pencil bag, multifunction bag, cellphone bag, and cosmetic bag, respectively.

- There should be gift wrapping service providing as the second purpose consumers buy bags is to give them as gifts to someone else.

- The shops should provide more proportion of dark color bags than light color bags (mainly black, dark blue, and brown).

- For multicolor bags, the shop should produce more proportion of vintage print, tartan print, and flower print, respectively.

- Most recommended type of shop for opening is street shops/stores which would be best at Gongguan area. However, Eastern District Shopping area, Ximending, Wufenpu, and Taipei Main Station are also good alternatives for shop location.

- If the entrepreneurs prefer to have their shops in the department stores, Sogo is the best location for them, following by Shin Kong Mitsukoshi, Q-Square, Breeze Center, and Taipei 101, respectively.

- For the entrepreneurs who wants to have their shops at night markets, Shilin night market is the best choice for that, following by Shida night market, Gongguan night market, Raohe night market, and Lehua night market, respectively.

3. Recommendation for competing in the market

The factors that consumers are satisfied from existing competitors' products are design (15.91%), function (14.32%), material (12.79%), price (11.10%), and durability (9.97%), respectively. To compete in this market, entrepreneurs should not only focus on these factors, but also need to add values to their products by achieving other factors such as variety of products, services, etc. to gain more consumers' satisfactions and increase market share for the companies. Moreover, the entrepreneurs should also consider about making waterproof bags,

since different parts of the country are abundant with rainfalls in different periods and all bags that are made in Taiwan nowadays are waterproof.

References

- Dolmanas Gajae. Komchadluek. (2018). **ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าไทยสไตล์ฝรั่งป้อนตลาดหลัก "ไต้หวัน-ดูไบ"**. (2018, March 13). Retrieved from http://www.komchadluek.net/detail/20100313/51881/51881.html#.Uvz V4WJ_sZw.
- Wayne D. Hoyer, Deborah J. MacInnis, and Rik Pieters, (2018). **Consumer Behavior – 7th edition**. CENGAGE Learning.
- Euro Monitor International. (2018). **Bags and Luggage in Taiwan**. (July 2018) Retrieved from <http://www.euromonitor.com/bags-and-luggage-in-taiwan/report>
- Taiwan Bag Association. (2017). **About Us**. Retrieved from http://www.bags.org.tw/english_version/profile/profile.php.
- University of North Texas (2018). **Texas Center for Digital Knowledge, Cluster Analysis**. Retrieved from http://txcdk.unt.edu/iralab/sites/default/files/K-Means_Handout.pdf.

Motivational Factors of Salespeople and The Difference between Those Working in Multinational Enterprise and in Local Enterprise in Thailand

Chenin Chen, Hui Yuan Chiu, Sen Xie

Abstract

The objectives of this study are: (1) To provide sales manager with insight into different attributes which affects the motivation of Thai sales force to increase their productivity; and (2) To identify if motivational factors differ among Thai sales force due to the difference in organizational culture or management system of foreign multinational company versus local enterprise in Thailand.

The findings of this research indicated that intrinsic and extrinsic factors as well as effective sales culture and management method are effective motivation factors applicable to sales force working in Thailand. However, the level of effectiveness is more prominent in sales force working in foreign multinational enterprises than in local enterprises.

1 Rationale for the Study

In present day digitally connected era, business environment constantly evolving due to ease of access to information and availability of productivity improvement technology. Information can be quickly obtained and analyzed to develop strategies which attribute increasing efficiency in business operations. This results in an increasingly competitive business environment which drives demand for higher operating efficiency, constant improvement to lower cost or increase of productivity from both equipment and employee. While each functional role within an organization holds its own

importance, the performance of Sales department can directly and significantly affect the overall performance outcome of an organization. Salespeople are at the forefront and hold the crucial role in bringing in consistent revenue stream towards the company. However, Sales department largely compose of autonomous workers whose work environment faces a constant challenge from both internally and externally (Fu, 2015). Due to the nature of salespeople work environment, the motivation of employee in this field is a critical driving force of productivity. Thus, a better understanding of factors which motivate sales can result in more efficient and effective training, coaching, and reward system. In addition, this study also analyzes general differences in organizational structure and work culture between Thai and multinational that affects the sale force work environment and attempt to explore if organizational culture difference between a foreign multinational company and Thai local enterprise produces a different result of the motivational factors.

2 Literature Review

2.1 Local Enterprise VS Multinational Enterprise

In this study, the local enterprise is defined as a company with primary headquarter establishment located in Thailand and dominated by Thai culture when observing corporate culture. This may include a multinational company with Thai origin which encourages the distinctive business practice and cultural norm observe at its head office to be replicated at its foreign subsidiary. On the other hand, a foreign multinational company is defined as a company who operates in more than one

country with established headquarter outside of Thailand, whose corporate culture is based on the foundation of and influenced by culture and business practice of its country of origin.

2.2 Foundation of Organizational Culture

According to Hayden and Edward (2001), multinational company organizational culture is highly influenced by the distinctive management culture fostered by the business environment and its formal and informal institution of the country of origin. This creates a foundation in which the business developed its underlying principle and focus on its operational guideline and corporate culture. As a result, management practice and cultural norm of each region develop distinctive characteristics due to the difference in culture and business environment of each country. Although Hayden and Edwards's research found that multinational company experience the erosion of country of origin effect due to absorption and integration of its subsidiary culture into its core culture when adapting to the global business environment, it does not eradicate the fundamental characteristics inherit from its home country which remains at the core of corporate culture and value which reflects its practice and policy. Thus, an investigation into the difference in cultural dimension could explain difference management style and expectation which influences employee motivation.

2.3 Country Comparison – Cultural Dimension

Hofstede's cultural dimension defined culture as a collective programming of the mind that distinguish one group or category of people from another in certain specific aspect. Culture is developed and evolved based on environmental factors which influence the decision making and

outcome based on experience and communal expectations. Hence, the culture of the community in which the organization founded upon imbed subconsciously into the company's core value which influences its business value, focus, operational practice, and policy. Since Hofstede's research is conducted on a country basis, this research will target only countries with largest foreign direct investment (FDI) in Thailand for comparison which includes Japan, Netherlands, United States, and Singapore according to Thailand Board of Investment 2016 statistics.

Main Investing Countries (FDI)	Year 2016
Japan	22.2 %
Netherlands	8.0 %
USA	7.0 %
Singapore	6.3 %

Table 1 Foreign Direct Investment value share in percentage for FY2016

2.4 Hofstede's Cultural Dimensions

National culture relative position is scored on a 0–100 points scale in 6 independent dimensions based on research data from a multinational company (IBM) for comparison. The dimensions are power distance, collectivism/individualism, femininity/masculinity, uncertainty avoidance, long/short term orientation, and indulgence/restraint.

Comparison of the 4 cultural dimensions of countries with highest FDI in Thailand for the fiscal year 2016 shown in figure 1, it is evident that although countries may share similarities in certain dimensions, none score the same in all aspect and each country is unique. Thus, this result difference set of behavior and preference in term of organizational core value, expectations, and management style preference. The difference in the degree of power distance, individualism, and masculinity also result in different expectations of role, behavior, and degree of instructions or freedom in decision making process. Furthermore, it also generates different reaction towards internal and external competition, reward mechanisms, and risk analysis (Bhaskaran & Sukumaran, 2007).

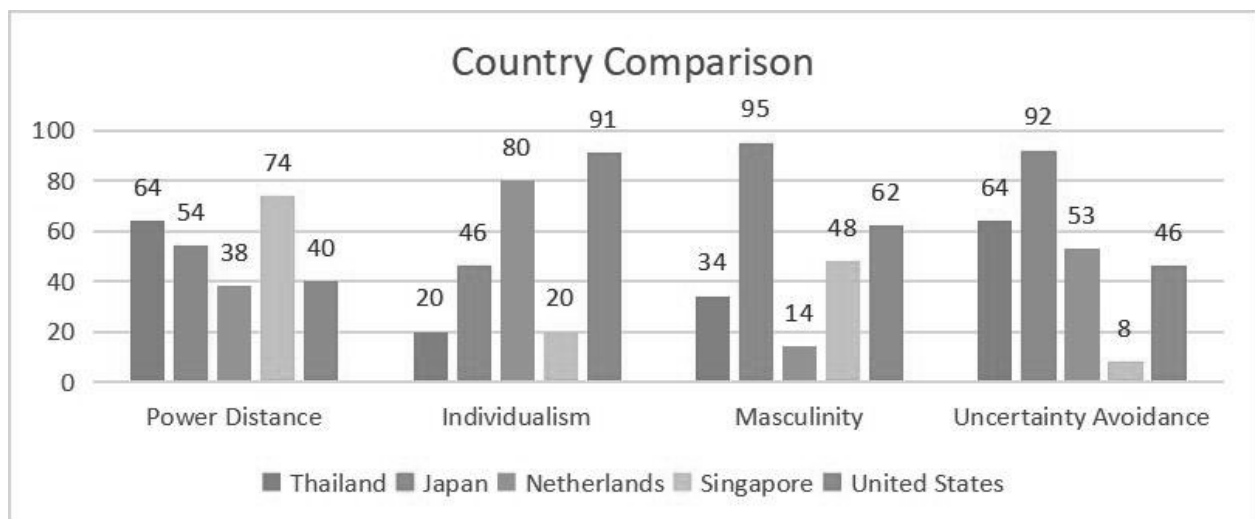


Figure 1 Cultural dimensions comparison of top FDI countries FY2016

2.5 Sales Culture

The sales culture is unique to the culture of other organizational units. This is attributed to the differences in how professionals socialized, work performance expectation, job behavior, and pay structures. As aforementioned, salespeople are under constant pressure to perform in the

continuously competitive work environment. A face-time culture consisting of face-to-face meeting with team members or management is a form of managerial supervision commonly exercises on salespeople.

2.6 Sales force motivation model

The sales force motivation model illustrates how motivation, job performance, rewards, and employee satisfaction affect one another in work environment of salespeople. The work environment of a salesperson is affected by the variables of personal, organizational, and environmental variables. Like other functions within the organization, the role and responsibility of a salesperson must be clearly defined, and enough training must be provided to equip the sales force with required aptitude. However, as aforementioned, motivation plays a crucial role in the decision whether to exert additional effort in relation to perceived reward and outcome (Brown 1994). Since salespeople work autonomously, self-motivation is imperative to a salesperson as a stimulus to initiate sales call, especially after facing rejection or when facing a difficult situation. Hence, the level of motivation of sales team within an organization is critical toward achievement of company sales and financial target.

2.7 Related Research and adaptation - Intrinsic and Extrinsic Factors, and Sales Cultures variables

In Ferreira's (2017) research to identify factors in sales team management and influence on individual performance, she identified and tested 32 variables, 8 of which are classified as intrinsic variables and the remaining are extrinsic variables. The variables identified by Ferreira, was adapted from

theories of Ryan and Deci (2000), Herzberg (1968), Locke and Latham (1990), Maslow (1954), McGregor (1960), and Vroom (1964). In the Schultz and Schwepker's (2012) comparative study of Baby Boomer vs Millennial conflict regarding sales culture, sales force recognition, and supervisor expectation, they identified 7 variables of sales culture for the study. This research adapted these variables to test sales culture. The variables identified by Ferreira was used as a foundation for development of pilot questionnaire, which was subject to scrutiny by experience sales team in multiple interviews in order to adapt to be more suited to the sales environment experience by Thai salespeople working in Thai and foreign company.

Questionnaire are distributed and reviewed by sales team leader, sales manager, and members of senior sales who comment in adapting the variables to the questionnaire of this study. After interviewing sales team leader, sales manager, and members of senior sales for questionnaire feedback adjustment was made from the original version to simplify understanding for Thai respondent. Several variables originally identified by Ferreira has been omitted due to reliability issue when conducted pilot survey and sales culture is added to factor in certain sales environment and management technique for comparative purpose to find the similarity and differences in management technique preference for Thai sales people working in local enterprise and foreign multinational enterprise.

2.8 Conceptual Framework

The study follows sales force motivation model but narrow focus towards intrinsic factors, extrinsic factors, and sales culture which influence employee motivation which drive, or initiate performance results as showed in the following figure.

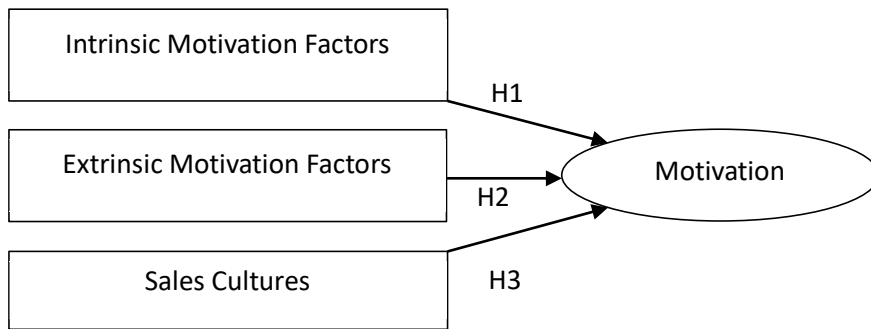


Figure 2 Conceptual Framework

3 Research Methodology

3.1 Research Instrument

The questionnaire was fully translated into Thai version in order to avoid specialized and technical words, thus, to provide comfortable environment for respondents to all questions without obscurity. Also, a completely translated questionnaire raises response latency and response accuracy as well as feedback rate.

The questionnaires utilized in this study were structured by 4 main parts as following: Part 1: Organizational Demographic; Part 2: Intrinsic Motivational Factors; Part 3: Extrinsic Motivational Factors; Part 4: Sales Culture

Intrinsic Motivational Factors	
F1 Autonomy	F5 Skills acquired

F2 Responsibility	F6 Personal and professional fulfillment
F3 Competition – being the best	F7 Appreciation for business
F4 Project challenge	F8 Personal goals
Extrinsic Motivational Factors	
F9 Status	F15 Interpersonal relationship
F10 Possibility of promotion	F16 Job stability
F11 Work environment	F17 Work conditions
F12 Productivity award	F18 Satisfaction with salary
F13 Royalties materials (e.g. cars, mobile phones and trips)	F19 Satisfaction with pay scheme (Bonus/Commission)
F14 Contact with customers	
Sales Cultures	
F20 Weekly coaching meeting with supervisor	F24 Freedom of action in interactions with customers
F21 Flexibility of work time and method	F25 Participation in top management meetings
F22 Timely feedback and recognition by management	F26 Transparency and loyalty in interactions with manager
F23 Career development opportunity	

Table 2 summarizes intrinsic motivational factors, extrinsic motivational factors and sales cultures adopt in part 2, 3, and 4 of the questionnaires

The variables identified in Table 2 is adapted from Ferreira study. However, certain variables have been rephrased under advice of salespeople and sales manager interviewed in the pilot survey phase. Company politics, leisure activities, safety at work, and trust in company has been omitted as these variables are identified by the interview panelist as hygiene factors, according to Herzberg motivation model, that does not affect motivation or produces inconsistent responses among panelist.

3.2 Research Validity and Reliability

To achieve more accuracy, and congruence of each item used in the questionnaires, it was commented, reviewed and corrected by the management and senior sales. Cronbach's Alpha coefficient was conducted to measure the reliability of the questionnaires. The author distributed the pilot test for 50 questionnaires; the respondents of this test are sale force who working in multinational enterprise and local enterprise in Thailand.

From Table 3, the reliability value of each variable was shown by Cronbach's Alpha score. It indicated that the questionnaire is considered as an acceptable item that could be used to make a formal questionnaire.

Variables	Cronbach's Alpha
Intrinsic Motivational Factors	0.762
Extrinsic Motivational Factors	0.776
Sales Cultures	0.689

Table 3 Cronbach's Alpha Score

3.3 Data Collection and Analysis

For greater convenience, the type of sampling adopted is non-probabilistic. Questionnaire was distributed electronically targeting salesforce in the companies identified by WorkVenture, a recruitment and job matching service portal. Although it is unable to verify the actual amount of

respondent who access the survey and did not complete all the questionnaire due to the absent of tracking system, approximately 847 questionnaires were distributed, 47 of which were conducted using non-probabilistic sampling method for convenient to meet the number of sample size needed for each group to replace unusable questionnaires. There are 800 valid questionnaires. The descriptive statistics analysis was conducted by using frequency, percentage, compare means and standard deviation to examine the content of each variable. Cross tabulation comparison analysis was used to explore the difference in motivation level contributed by each factor on respondent of different demographic background. Finally, multiple comparison was used to determine whether each group has similarity or different response to different group of stimuli potentially due to preferential difference resulted from organizational structure or management style. The seven-point Likert-type scale use were interpreted by using the interval scale.

4 Research Findings

4.1 Organizational Profile

The distribution of organization profile from samples collected was equal between sales force working in foreign multinational company and local enterprise due to sample size requirement. However, the survey was structured to identify country of origin for foreign multinational company, categorized by countries with high FDI in Thailand, and management culture identified by respondents. Among 800 respondents, result found frequency of respondents identify their corporate management culture as follow: Thai 43.5 percent, Western 38.1 percent, Japanese 23.5 percent, and others 5.9 percent.

Company	Frequency	Percentage
Thai Company	400	50.0
Foreign Company	400	50.0
Total	800	100.0

Table 4 Respondents Company's Nationality

Country of Origin	Frequency	Percentage
Thailand	400	50.0
United States	100	12.5
Japan	90	11.2
European	149	18.6
Others	61	7.6
Total	800	

Table 5 Respondents Company's Country of Origin

Management Culture	Frequency	Percentage
Thai	348	43.5
Western	305	38.1
Japanese	100	12.5
Others	47	5.9
Total	800	100.0

Table 6 Management Culture Identified by Respondents

Distribution of organization size (Table 7) found to be slightly skewed towards medium and large organization due to proprietary profiling of renown company and prioritization of professional sales in non-probabilistic sampling process. Thus, organization size distribution of sample found respondents identified to work in company number of employees in Thailand less than 50 employees at 27.8 percent, 50 to 250 employees at 36.4 percent, and more than 250 employees at 35.9 percent.

Organization Size in Thailand by Number of Employees	Frequency	Percentage
Less than 50	222	27.8
50 – 250	291	36.4
More than 250	287	35.9
Total	800	100.0

Table 7 Organization Size in Thailand by Number of Employees

Data of number of countries organization operate in (Table 8) is also collected to factor cultural erosion for company which operates in more than one country and absorb the local culture into its management and corporate core culture. The distribution of samples found that 76.8 percent of respondents report to be working for company which operates in two or more countries, which is expected since more than half of the sample size work for foreign multinational companies which operates in more than one country. Result found number of respondents working for company which operates in one country 23.3 percent, two to three countries 35.8 percent, and more than three countries 41 percent.

Number of Countries Company Operates In	Frequency	Percentage
One country	186	23.3
2 – 3 countries	286	35.8
More than 3 countries	328	41
Total	800	100.0

Table 8 Number of Countries Company Operates in

4.2 Cross Tabulation Analysis

Cross tabulation analysis of respondent data is also conducted to precisely identify distribution of sample company demographic background. Results found that the majority respondents from Thai owned company identified their organization management culture as Thai (340), with small number identified as Western (20), Japanese (10), and others (30). In contrast, respondents who work in foreign owned company identified their management culture as Western (285), Japanese (90), others (17), and Thai (8) (Table 9). Furthermore, respondents' distribution found that those who work for Thai company distribution are skewed towards small company while those who work for foreign company report contrasting result, shown in Table 10. Additionally, respondents of samples are who work in foreign company are more expose to international operation and culture as a significant number of respondents working in Thai company indicates that their company does not operate in other country outside of Thailand (Table 11).

	Organization Management Culture				
	Thai	Western	Japanese	Others	Total
Thai Company	340	20	10	30	400
Foreign Company	8	285	90	17	400
Total	348	305	100	47	800

Table 9 Cross Tabulation Analysis of Respondents Organization Management Culture

	Organization Size by Number of Employee			
	Less than 50	50 – 250	More than 250	Total
Thai Company	178	122	100	400
Foreign Company	44	169	187	400
Total	222	291	287	800

Table 10 Cross Tabulation Analysis of Respondents' Organization Size

	Number of Countries Operate In			
	1 Country	2-3 Countries	More than 3 countries	Total
Thai Company	186	130	84	400
Foreign Company	0	156	244	400
Total	186	286	328	800

Table 11 Cross Tabulation Analysis of Number of Countries Operate In

4.3 Motivational Factors and Sales Culture Test

Intrinsic variables which receives the highest mean score among 800 respondents is appreciation from peers and business (6.39). Most respondents also indicating that personal and professional achievement highly effect their level of motivation at work with mean score of 6.39 followed by ability to pursue personal goal with mean score at 6.31. All variables are effective intrinsic motivation factors and hold mean score above 5.

Extrinsic variable which receives the highest mean score among 800 respondents is performance award and recognition (6.55). Work conditions compare to industrial standard is also indicated as highly effect respondents' level of motivation with mean score of 6.52 and very low standard deviation (0.667) indicating answers are in similar and positive direction.

Extrinsic Factors test result

For effective sales culture for inspiring motivation, Sales force surveyed report factors identified by Schultz & Schwegker to be effective with all factors receiving mean score above 5. The most effective variable is flexible work time and method with a mean score of 6.63. Most respondents also indicating that career development opportunity highly affects their level of motivation at work with mean score of 6.29 followed by transparency in management decision with mean score at 6.31.

Sales Cultures and Management Technique test result

This study also wants to explore if the difference in work and core culture which company inherent from its country of origin affects how individual is motivated and produce different result. When deep dived to compare the result between two groups, it is found that respondents who work for Thai company rated intrinsic factors effecting motivation average mean at 5.49 lower than those who work for foreign company with average mean scored 6.48. The result produced for Extrinsic factors, however with marginal difference, with Thai company average mean 6.34 and foreign company 6.35. Similarly, sales culture preference also results with Thai company lower average mean score of 5.86 compares to foreign company at 6.27. This indicates that those who work for foreign company are more motivated on average by most factors, potentially due to the difference in organizational and work culture between Thai enterprise and foreign multinational company.

Comparison of Average Mean and Group Statistics between Thai Enterprise and Foreign Company

Thai sales force who work for local enterprise rate F7, F13 and F21 as extremely affected motivation. Similarly, Thai sales force who work for foreign multinational company also F7 and F21 as extremely affected motivation. However, F5, F6 F8, F15, F18, F19, F21, and F26 also rated extremely affected motivation. The most contrasting result, defined as the difference between mean is more than 1, where Thai sales force working in foreign company score significantly higher mean than those who work for local enterprise are F5 (+1.68), F4 (+1.47), F2(+1.15), and F3 (1.15). The opposite only results in F16 where Thai sales force working in local enterprise mean score is 1.32 higher than those working in foreign multinational companies. This is expected as Thai company tends to have higher job security than foreign company due to different business culture. Although extrinsic factors which effect motivation are scored similarly for both those who working in local enterprise and work in foreign multinational company, intrinsic factors and sales cultures mean average shows noticeable gap difference between the two groups.

To test statistic difference between the two groups, Levene's test was conducted to confirm whether the difference in motivation factors between the two group has statistically significant difference. Sig > 0.05 means the two groups are similar, while Sig < 0.05 indicates statistically significant difference

in result. Since F-test result for all factors has sig < 0.05, T-test will use lower figure as equal variance not assumed.

	Levene's Test		t-test for Equality of Means							
	for Equality of		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Diff	Std. Error Diff	95% Confidence Interval of the Difference		
	F	Sig.						Lower	Upper	
Intrinsic Factors	Equal variances assumed	19.031	.000	-35.741	798	.000	-.994	.028	-1.049	-.939
	Equal variances not assumed			-35.741	762.300	.000	-.994	.028	-1.049	-.939
Extrinsic Factors	Equal variances assumed	7.860	.005	-1.114	798	.266	-.019	.017	-.053	.015
	Equal variances not assumed			-1.114	782.815	.266	-.019	.017	-.053	.015
Sales Cultures	Equal variances assumed	44.490	.000	-18.809	798	.000	-.41143	.02187	-.45437	-.36849
	Equal variances not assumed			-18.809	696.270	.000	-.41143	.02187	-.45437	-.36848

Independent Samples Group Test

From the result of independent samples T-test, it can be concluded that Thai salespeople working in local enterprise and foreign multinational company is statistical difference in motivation factors for intrinsic factors, $t = -35.741$, $df = 762.3$, $sig = .000$, and sales cultures factors, $t = -18.809$, $df = 696.27$, $sig = .000$ which equal variances not assumed. However, statistic difference in motivation factors derived from sales cultures as $sig > 0.05$. Thus, the result indicates that the extrinsic factors which effect motivation of Thai sales force working in local enterprise and foreign company are similar with no statistic significant difference at 0.05 in its level of motivation. This indicates the two groups have different preference in intrinsic factors and sales cultures which effects their motivation. Thus, the sales management policy towards sales behavior and environment which support intrinsic factors must be manage different for the two groups to increase effectiveness.

The study went further to explore whether Thai salespeople who work in small vs. large company would be affected differently by intrinsic factors, extrinsic factors, or sale behaviors. Similarly, for intrinsic factors and sales cultures, Thai salespeople working in different company size are different affected by motivation factors, intrinsic $F = 42.341$, $sig = .000$, sales cultures $F = 24.778$, $sig = .000$. However, there is no significant difference for extrinsic factors in effecting motivation of Thai sales force working in different company size.

Table 12 Descriptive Statistic Comparing Difference in Company Size

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Intrinsic factors	Between Groups	30.840	2	15.420	42.341	.000
	Within Groups	290.250	797	.364		

	Total	321.090	799			
Extrinsic factors	Between Groups	10.067	2	.033	.569	.566
	Within Groups	46.885	797	.059		
	Total	46.952	799			
Sales cultures	Between Groups	6.452	2	3.226	24.778	.000
	Within Groups	103.765	797	.130		
	Total	110.217	799			

Table 13 ANOVA Test for Different Company Size

Dependent Variable	(I)	(J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Intrinsic factors	Less than 50	50 - 250	-.411 [*]	.054	.000	-.52	-.31
		More than 250	-.461 [*]	.054	.000	-.57	-.35
	50 - 250	Less than 50	.411 [*]	.054	.000	.31	.52
		More than 250	-.049	.050	.325	-.15	.05

More than 250	Less than 50	.461*	.054	.000	.35	.57
	50 - 250	.049	.050	.325	-.05	.15
Extrinsic factors	Less than 50	.014	.022	.505	-.03	.06
	50 - 250	.014	.022	.505	-.06	.03
	More than 250	-.007	.022	.758	-.05	.04
	50 - 250	.021	.020	.296	-.06	.02
	Less than 50	.014	.022	.505	-.06	.03
	50 - 250	.021	.020	.296	-.02	.06
	More than 250	-.007	.022	.758	-.04	.05
Sales cultures	Less than 50	-.17862*	.03215	.000	-.2417	-.1155
	50 - 250	-.17862*	.03215	.000	.1155	.2417
	More than 250	-.21633*	.03225	.000	-.2796	-.1530
	50 - 250	.03770	.03002	.209	-.0966	.0212
	Less than 50	.21633*	.03225	.000	.1530	.2796
	50 - 250	.03770	.03002	.209	-.0212	.0966

*The mean difference is significant at the 0.05 level.

Multiple Comparison Between Different Motivation Factors and Company Size

Multiple comparison between Thai sales force respondents from working in company of different size found to be without statistic significant for extrinsic factors ($\text{sig} > 0.05$). However, for intrinsic factors which effect motivations of sales force, statistic significant difference is presence in small company (size less than 50 local employees) vs medium (size 50 - 250 employees) with $\text{sig} = .000$, and similarly for small company (size less than 50 local employees) vs large (size larger than 250 local employees) with $\text{sig} = .000$. This indicates that the difference in organization size and structure between large and small company influence how individuals' response to different motivation stimuli. Similar result is replicated for the sales behavior factors which effect motivations of Thai sales force with statistic significant difference is presence in small company (size less than 50 local employees) vs medium (size 50 - 250 employees) with $\text{sig} = .000$, and similarly for small company (size less than 50 local employees) vs large (size larger than 250 local employees) with $\text{sig} = .000$.

5 Conclusion and Discussion

The research has explored the conceptual framework developed to test effective motivation factors of Thai sales forces. It is found that intrinsic and extrinsic factors and effective sales culture and management method are effective motivation factors applicable to Thai sales force. However, the level of effectiveness is more prominent in Thai sales force working in foreign multinational company, due to the similarity in work culture, core culture, and expectation as it is transferred from country of origins where samples of the two models were originally tested. Although still effective, it is less as mentioned that root cause is likely due to difference in culture and expectation of Thai who has less exposure to foreign culture. However, the study did identify that certain factors are highly effect on Thai sales force working for local company, even more than those working for multinational enterprise, such as royalties, job security, and career development support. Hence, this allow manager to develop proper sales culture and management technique to support the needs of salespeople and

use as effective tools to entice employee to work towards desire goal. Significant difference in response to motivation stimuli for those working in different organization size is also identified. The difference could be influenced by difference in management structure and type of individual attracted or sought after to match desire organizational fit by certain type of organization in the recruitment system to develop targeted work environment or align with company's core culture. Thus, to develop effect sales motivation tools for specific organization, management must understand the unique context of the company's environment and its sales team to tailor effective motivation stimuli in order to promote productivity and enthusiasm towards reaching target goal. It is found that sales force working in Thai local enterprise identified lower score for factors which effect motivation than those who work in multinational enterprise. While most of the differences can be explained, one factor that hasn't been considered is the willingness to express self or freedom of expression. Interview with some of the respondents found that those working in Thai company tends to rate lower due to culture to maintain subtleness in fear of over stating facts.

6 Managerial Implications

Due to the market uncertainty associated with new product commercialization and demand for growth while minimizing cost and manpower, many salespeople suffer role ambiguity, which is a significant barrier to sales motivation. Training professionals and management need to adjust their communication strategies, benefit policy, and sales culture environment to accommodate salespeople. The research found that sales force maintain similar factors which effect their level of motivation, although culture, age, personal preference, and career stage may result in different weight for each factor. Thus, manager should explore what is the best motivation factor which entice their employee to work toward their desire goal and use it as leverage to drive growth and productivity to achieve company's objective. This is also beneficial to employee as motivated salesperson are eager to learn and persistence to work towards goal which result in development or master of skills and attainment of satisfaction from accomplishment and goal.

Acknowledgment

The authors are thankful for assistance in data collection and analysis from Mr. Aphirat Suphavilai.

References

- Bhaskaran, S., & Sukumaran, N. (2007). National culture, business culture and management practices: consequential relationships? *Cross Cultural Management: An International Journal*, 14(1), 54-67. doi:10.1108/13527600710718831
- Brown, S. P., & Peterson, R. A. (1994). The Effect of Effort on Sales Performance and Job Satisfaction. *Journal of Marketing*, 58(2), 70-80. doi:10.2307/1252270
- Ferreira, T. S. (2017). Motivational factors in sales team management and their influence on individual performance. *Tourism & Management Studies*, 13(1), 60-65. doi:10.18089/tms.2017.13108
- Fu, F. Q., CPT, PhD. (2015). MOTIVATE TO IMPROVE SALESFORCE PERFORMANCE: THE SALES TRAINING PERSPECTIVE. *Performance Improvement*, 54(4), 31-36. doi:10.1002/pfi.21474
- Hayden, A., & Edwards, T. (2001). The Erosion of the Country of Origin Effect: A Case Study of a Swedish Multinational Company. *Relations Industrielles*, 56(1), 116-140. doi:10.7202/000143ar
- Herzberg, F. (1968). *The motivation to work*. New York: John Wiley & Sons.
- Hofstede, G. (1981). Culture and organizations. *International Studies of Management and Organizations*, 10(4), 15-41.
- Locke, E.A., & Latham, G.P. (1990). *A theory of goal setting and task performance*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Maslow, A. (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper.
- McGregor, D. (1960). The Human Side of Enterprise. *Reflections*, 2(1). Retrieved September 19, 2017, from <http://www.kean.edu/~lelovitz/docs/EDD6005/humansideofenterprise.pdf>

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25, 54-67. doi:10.1006/ceps.1999.1020

Schultz, R. J., Dr., & Schwepker, Jr., C. H., Dr. (2012). Boomers vs. Millennials: Critical Conflict Regarding Sales Culture, Salesforce Recognition, and Supervisor Expectations. *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 2(1), 32-41. Retrieved October 8, 2017, from http://www.ijbhtnet.com/journals/Vol_2_No_1_January_2012/4.pdf

Thailand Board of Investment. (2017, March 3). Net Application Submitted January - February 2017 Comparing to 2015, 2016. Retrieved July 9, 2017, from http://www.boi.go.th/upload/1702_net_en_29563.pdf

Vroom, V. (1964). *Work and Motivation*. New York: Wiley.

ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับ 5 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขต
พัทยา จังหวัดชลบุรี

Important Factors for Chinese Tourists to Select 5-Star Hotel Service in Pattaya City,
Chonburi Province

DONG, WENFU ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ และ ผศ.ดร.सानิต ศิริวิศิษย์กุล
คณะบริหารธุรกิจ วิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลคุณลักษณะประชากรศาสตร์และส่วน
ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขต
พัทยา จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 5
ดาว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม
และใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test
และ F-test สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน และส่วน
ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในเขต
พัทยา จังหวัดชลบุรี มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี เรียงลำดับ
ความสำคัญจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร/ พนักงานผู้ให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ
ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด
คำสำคัญ : ประชากรศาสตร์นักท่องเที่ยวชาวจีน, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจเลือกใช้
โรงแรมระดับ 5 ดาว

Abstract

The objective of this research was to study the influence of Chinese tourists' population
characteristics and marketing mix on the decision to select 5-star hotel. The sample group of this
study included 400 Chinese tourists who stayed at five-star hotel in Pattaya city, Chonburi
province. Questionnaires, statistics, frequency, percentage and standard deviation were used in
this research. Statistics hypothesis of t-test and F-test were used in the analysis. The results from
the hypothesis testing showed that different population characteristics was important affecting
factor to affect Chinese tourists' selection of 5-star hotel service in Pattaya city, Chonburi province

and statistically significant different is at 0.05 and 0.01. For the Chinese tourists, Sorting the marketing mix factors that affected respondents of deciding to select 5-star hotel service were people, product, process, place, Physical, price and promotion.

Keyword: Population characteristics of Chinese tourists, Marketing factors, Decision select service of five-star hotel

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อประเทศไทยเป็นอย่างมากเพราะนอกจากจะสร้างรายได้เข้าประเทศยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวอีกด้วย รวมถึงค่าครองชีพในประเทศไทยยังมีราคาที่ไม่สูงมากจึงทำให้สะดวกต่อการเข้ามาท่องเที่ยว สาธารณูปโภคและการสื่อสารของไทยก็ยังคงสะดวกสบาย ค่อนข้างพร้อมและต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเข้าสู่สภาวะการแข่งขันทางอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวที่มีเพิ่มขึ้นทุกวัน และเมืองเศรษฐกิจที่ทุกคนนั้นนึกถึงอันดับแรกก็คือเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ดังนั้นธุรกิจโรงแรมจึงพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหลายๆ อย่าง เพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้มาเยือนให้มีความต้องการอยากกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งหนทางในการสร้างความประทับใจจะต้องประกอบไปด้วยหลายส่วนไม่ว่าจะเป็น อัตราค่าที่พัก สถานที่ตั้งขนาดของโรงแรม สิ่งอำนวยความสะดวกสบายหรือแหล่งผ่อนคลายต่างๆ รวมไปถึงการบริการของพนักงานทุกฝ่ายจะต้องมีคุณภาพได้มาตรฐานตอบสนองลูกค้าหรือผู้มารับบริการให้เกิดความพึงพอใจได้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิสมัย ปิโศติการ (2538, หน้า 12 อ้างใน ชัยศักดิ์ คล้ายแดง, 2551, หน้า 3) ได้กล่าวว่า ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่สำคัญในการบริการอาหารและเครื่องดื่ม และเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการคือ อุตสาหกรรมที่อำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ให้แก่ผู้เดินทางและนักท่องเที่ยวสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาในเมืองไทยเป็นจำนวนมาก

จำนวนนักท่องเที่ยวจีนในปี 2561 คือ 10,535,241 คน และในปี 2562 คือ 5,150,271 คน เป็นอันดับแรกของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) อย่างไรก็ตาม จำนวนโรงแรมที่มากขึ้นเกินความต้องการของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดปัญหาจากแนวโน้มเกิดการเติบโตของที่พักในรูปแบบที่หลากหลายและส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านกลยุทธ์การตลาดจากผู้ประกอบการโรงแรมมากขึ้น (อดุลภา สายบัวทอง, 2550, หน้า 3) การแข่งขันชิงส่วนแบ่งทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจโรงแรม สามารถสังเกตเห็นได้จากการขยายตัวของโรงแรมในเขตเมืองพัทยาในช่วงหลายปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันนับว่าสูงมาก หากนับเฉพาะที่เป็นไฮเอนด์หรือบูติกไฮเต็ลด้วยแล้ว ยังมีตัวเลขสูงกว่าโรงแรมระดับ 5 ดาว ทวีไปอีกด้วย นับเป็นการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของจำนวนห้องพักประเภทต่าง ๆ มาก

ขึ้นทุกวัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษาเพื่อทราบคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี และนำผลที่ได้มาปรับกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดให้ผู้ให้บริการกลับมาใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรีซ้ำอีกในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

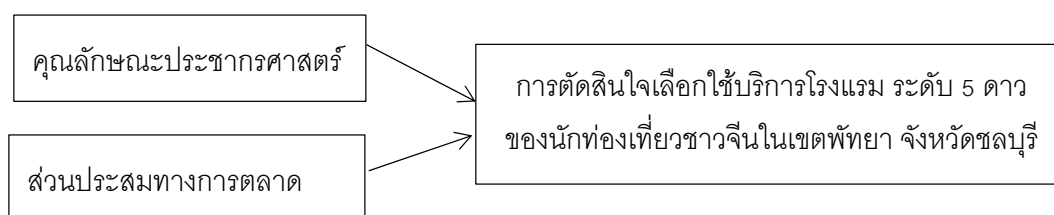
ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ ดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาคุณลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี

แนวคิดส่วนผสมทางการตลาด

ธุรกิจบริการมีความแตกต่างจากธุรกิจทั่วไป เพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) ที่นำเสนอต่อลูกค้าหรือตลาด ฟิลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ผู้เป็นเจ้าของแนวคิดส่วนผสมทางการตลาด แนวคิดเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด (7P's) ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์(Product) 2) ราคา(Price) 3) สถานที่ (Place) 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) กระบวนการให้บริการ (Process) 6) People (บุคลากรหรือพนักงานให้บริการ) 7) ลักษณะทางกายภาพ (Physical) และกรอบแนวความคิด ดังนี้



ภาพที่ 1 : กรอบแนวความคิด

ทบทวนวรรณกรรม

ในประเทศไทยหรือต่างประเทศ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับสูงหรือพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมระดับสูงมีมากมาย แต่งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว

จีนมีจำนวนน้อยมาก ส่วนใหญ่เป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติ

ชลธิชา เตชะวัชรมงคล (2559) ได้ทำการศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตพื้นที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม รวมไปถึงผู้ประกอบการรายใหม่ได้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกโรงแรมระดับ 5 ดาว ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาวมีทิศทางในการปรับตัวได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้มีทั้งหมด 400 คน จากการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 30,001-45,000 บาท และสถานภาพโสด เมื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกใช้บริการระดับ 5 ดาว เพราะชื่อเสียงของโรงแรม เดินทางมาหัวหินครั้งนี้เป็นครั้งแรก โดยมีผู้ร่วมเดินทางเป็นครอบครัว/ญาติ และช่องทางจองโรงแรมคือจองกับโรงแรมโดยตรง เมื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ อายุ ภูมิภาค อาชีพ ไร้อุปสรรคการเดินทางมาหัวหิน ระยะเวลาที่พักผ่อนผู้ร่วมเดินทาง และวิธีการจองห้องพัก เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สำหรับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดธุรกิจบริการพบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นปัจจัยสำคัญสุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ศศิโสภณ ดวงรักษา (2558) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ เปรียบเทียบปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับ 4-5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการโรงแรม 4-5 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อเปรียบเทียบส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ กับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวและเลือกใช้บริการโรงแรม 4-5 ดาวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 ราย โดยค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test ไค -สแควร์ และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ

วาสิตา คลองตาล (2554) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในเขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมในเขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในเขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมในเขตคลองเตย กรุงเทพมหานครกับ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาใช้บริการโรงแรมในเขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ด้วยร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t-test และ F-test

Jiju (2018) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การประเมินคุณภาพบริการของโรงแรมในเครือในประเทศอังกฤษ โดยงานวิจัยนี้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยใช้กรณีศึกษากลุ่มโรงแรมในประเทศอังกฤษในบริเวณที่ต่างกัน 6 แห่ง ซึ่งการประมวลผล

คุณภาพบริการนี้ทำโดยการปรับปรุงเครื่องมือ SERVQUAL ซึ่งประกอบด้วย 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) 2) ความน่าเชื่อถือ หรือ ไว้วางใจได้ (Reliability) 3) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) 4) การให้ความมั่นใจ(Assurance) 5) การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) จากผลการวิจัยพบว่า การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด และการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) เป็นปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุด ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การให้บริการซ้ำเป็นปัญหาสำคัญของโรงแรมในเครือนี้ซึ่งมีสาเหตุมาจากการที่พนักงานขาดความเข้าใจในความต้องการของผู้มาใช้บริการ

สมมติฐานของงานวิจัย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่แตกต่างกัน การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี ต่างกัน

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ประชากร จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้าพักในเขตพัทยา ในปี 2561 มีจำนวนทั้งหมด 2,705,575 คน, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2562)

3.2 กลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน ซึ่งได้จากสูตรการคำนวณของ Yamane (1967) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกจากโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ตั้งของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตพัทยา

จังหวัดชลบุรี

3.3 ตัวแปรที่ใช้ศึกษา ตัวแปรอิสระคือคุณลักษณะประชากรศาสตร์ ตัวแปรตามคือ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix)

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test และ F-test

3.6 ระยะเวลาที่ใช้ศึกษา ตุลาคม ค.ศ.2019 -พฤษภาคม ค.ศ.2020

3.7 วิธีการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลได้จากการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ท่องเที่ยว ในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรีการแจกแบบสอบถามทำได้โดยขอความร่วมมือจากโรงแรม 5 ดาวและบริษัทนำเที่ยว ให้พนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรม 5 ดาวและพนักงานบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้ช่วยในการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักจริงในโรงแรม 5 ดาวที่เขตพัทยา โดยระหว่างเดือนพฤศจิกายน ค.ศ.2019 ถึงมกราคม ค.ศ.2020 และการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป(IBM SPSS Statistics)

ผลการวิจัย

สรุปผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 1 แสดงค่าความถี่และร้อยละ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาใช้บริการโรงแรม

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาใช้บริการโรงแรม	จำนวน	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	139	34.75
หญิง	261	65.25
รวม	400	100.00

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาใช้บริการโรงแรม	จำนวน	ร้อยละ
2.อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	16	4.00
20-30 ปี	148	37.00
31-40 ปี	171	42.75
41-50 ปี	20	5.00
51-60 ปี	23	5.75
มากกว่า 60 ปี	22	5.50
รวม	400	100.00
3.สถานภาพ		
โสด	279	69.80
สมรส	121	30.30
รวม	400	100.00
4.อาชีพ		
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	27	6.80
พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน	272	68.00
ธุรกิจส่วนตัว	64	16.00
นักเรียน/ นักศึกษา	37	9.25
รวม	400	100.00
5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	33	8.25
20,001-35,000 บาท	35	8.75
35,001-50,000 บาท	72	18.00
50,001-65,000 บาท	149	37.25
มากกว่า 65,000 บาทขึ้นไป	111	27.75
รวม	400	100.00

ตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด เป็นอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001-70,000 บาท

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน
เลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มากสุดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแต่
ละด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว

ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ทั้งโรงแรม รวมถึงห้องพักมีความสะอาด การตกแต่งสวยงาม (ความ หรูหรา,ความทันสมัย)	4.88	0.553	มากที่สุด
ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ห้องพักคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายและเหมาะสม 5 ดาว	4.76	0.184	มากที่สุด
ด้านสถานที่	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ทำเลที่ตั้งของโรงแรมพบได้ง่ายและสามารถเข้าถึงได้สะดวก	4.61	0.552	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	แปลผล
มีส่วนลดในกรณีที่ลูกค้าจองห้องพักจำนวนคืนหรือจำนวนห้องมาก ขึ้น	4.62	0.68	มากที่สุด
ด้านบุคลากร/ พนักงานผู้ให้บริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
พนักงานมีอัธยาศัยกับลูกค้าได้ดี	4.88	0.404	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
บริเวณพื้นที่ของทั้งโรงแรม มีความปลอดภัยได้มาตรฐาน	4.80	0.336	มากที่สุด
ด้านกระบวนการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การให้บริการที่รวดเร็ว ต่อเนื่อง เช่น เช็คอินเช็คเอาท์ห้องพัก	4.72	0.441	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อจำแนกเป็นรายข้อลำดับแรก พบว่า ทั้งโรงแรมรวมถึงห้องพักมีความ
สะอาด การตกแต่งสวยงาม (ความหรูหรา,ความทันสมัย) ค่าเฉลี่ยเป็นลำดับแรก

ด้านราคา เมื่อจำแนกเป็นรายข้อลำดับแรก พบว่า ห้องพักมีความคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่าย
และเหมาะสมกับโรงแรมระดับ 5 ดาว ค่าเฉลี่ยเป็นลำดับแรก

ด้านสถานที่ เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อลำดับแรก พบว่า ทำเลที่ตั้งของโรงแรมสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก ค่าเฉลี่ยเป็นลำดับแรก

ด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อลำดับแรก พบว่า มีส่วนลดในกรณีที่ลูกค้าจองห้องพักจำนวนคืนหรือจำนวนห้องมากขึ้น ค่าเฉลี่ยเป็นลำดับแรก

ด้านบุคลากร/ พนักงานผู้ให้บริการ เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อลำดับแรก พบว่า พนักงานมีอัธยาศัยดีกับลูกค้า ค่าเฉลี่ยเป็นลำดับแรก

ด้านลักษณะทางกายภาพ เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อลำดับแรก พบว่า มีความปลอดภัยได้มาตรฐาน ค่าเฉลี่ยเป็นลำดับแรก

ด้านกระบวนการให้บริการ เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อลำดับแรก พบว่า มีการให้บริการที่รวดเร็วและต่อเนื่อง เช่น เช็คอินเช็คเอาท์ห้องพัก ค่าเฉลี่ยเป็นลำดับแรก

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

เพศแตกต่างกัน แต่มีการตัดสินใจในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมและด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

อายุแตกต่างกัน แต่มีการตัดสินใจในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมและด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

สถานภาพแตกต่างกัน แต่มีการตัดสินใจในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมและด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

อาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนโดยรวมและด้านอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีการตัดสินใจในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

การอภิปรายผล

ผลการศึกษาปัจจุบันการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ 2)

ด้านราคา 3) ด้านสถานที่ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ และ 7) ด้านกระบวนการให้บริการ สามารถอภิปรายผลได้ พบว่า

1) ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นด้านที่มีความความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้เป็นอันดับที่สอง โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว นักท่องเที่ยวต้องพักห้องพักที่มีขนาดที่เหมาะสม มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันเหมาะสมกับระดับของที่พัก ไม่ว่าจะเป็น โทรทัศน์, เครื่องเสียง, มินิบาร์, อินเทอร์เน็ต ห้องพักที่มีความสะอาด การตกแต่งสวยงาม ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญในการตัดสินใจเข้าพัก โรงแรมเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาลิน เมธียนนท์ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมธุรกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตตัวเมือง ได้กล่าวว่า ผู้เข้าพักตัดสินใจจะตัดสินใจใช้บริการโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ด้วย เช่น ห้องคาราโอเกะ ผับ คาเฟ่ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

2) ด้านราคา สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน มีความสัมพันธ์ต่อบัณฑิตปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้เป็นอันดับที่หก โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งปกติแล้วนักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเข้าพักโรงแรมที่ให้ความรู้สึกถึงความคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่าย ในราคาห้องพักเหมาะสมกับระดับของโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิโสภณ ดวงรักษา (2558) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ เปรียบเทียบปัจจัยและพฤติกรรมการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวเลือกเข้าพักโรงแรมจากความเหมาะสมของราคาที่ได้รับ

3) ด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์ต่อบัณฑิตปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้เป็นอันดับที่สี่ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน ซึ่งส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวต้องการเข้าพักโรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งพบได้ง่าย เข้าถึงได้โดยสะดวก มีการตกแต่งสวยงามทันสมัยที่เป็นเอกลักษณ์ และมีจอดรถเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรินทร์ เรือนแก้ว(2553) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติคในจังหวัดเชียงใหม่ กล่าวว่ายิ่งโรงแรมอยู่ในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวที่เข้าถึงได้ง่ายหรือง่ายต่อการเดินทางแต่มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม หรือแม้แต่อยู่ในเขตเมืองในย่านเศรษฐกิจหลักแต่การจราจรที่ไม่ติดขัดและมีพื้นที่ความเป็นส่วนตัวสูง ก็จะส่งผลให้ราคาห้องพักของโรงแรมนั้นเพิ่มขึ้น

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้น้อยที่สุด โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ มีการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าสมาชิกหรือประจำ เช่น แลกคะแนนสะสม ให้ส่วนลด แกมอาหารหรืออื่นๆ มีส่วนลดในกรณีที่ถูกค่าจองห้องพัก จำนวนคืนหรือจำนวนห้องมากขึ้น นักท่องเที่ยวชาวจีนมาเข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ที่พัทยา เป็นสมาชิกหรือจองหลายห้อง/หลายคืนโดยที่มีส่วนลด จะไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา เตชวัชรมงคล (2559) ได้ทำการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับ 5 ดาว ในเขตพื้นที่

อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้กล่าวว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรมีการทำ ส่วนลดในกรณีที่ลูกค้าจองห้องพักจำนวนคืนหรือจำนวนห้องมากขึ้น และกรณีที่ลูกค้าเป็นลูกค้าสมาชิก หรือประจำ

5) ด้านบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยสำคัญ ในการตัดสินใจเลือกใช้เป็นระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ พนักงานแต่งกายเรียบร้อย มีความสุภาพในการให้บริการ พนักงานให้ข้อมูลได้อย่างชัดเจน พนักงานมีความกระตือรือร้นในการ ทำงาน มีอัธยาศัยดี กับลูกค้า และมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ บริการรวดเร็ว ถูกต้อง ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย เพื่อต้องการพักผ่อนและได้รับการบริการที่ดี ดังนั้นพนักงานก็ต้องบริการดี ทำให้ลูกค้ามีความสบายใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา เตชวีชรมงคล (2559) ได้ทำการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับ 5 ดาว ในเขตพื้นที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้กล่าวว่า พนักงานบริการไม่ดี เช่น ไม่เชี่ยวชาญ ล่าช้าหรือทำผิด สามารถทำให้ลูกค้าเสียอารมณ์ทันที

6) ด้านลักษณะทางการภาพ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้เป็นระดับ มาก อันดับที่ยี่ห้า คือ สภาพแวดล้อมรอบโรงแรมมีความสะอาด ตกแต่งสวยงาม โรงแรมมีป้ายสัญลักษณ์ ต่างๆ ที่ชัดเจน โรงแรมตกแต่งสถานที่ด้วยโชนสีให้ความรู้สึกผ่อนคลาย สบาย ภายในโรงแรมมีกลิ่นหอม สบาย บริเวณพื้นที่ของทั้งโรงแรม มีความปลอดภัยได้มาตรฐาน สำหรับลูกค้า โรงแรมระดับ 5 ดาว หมายความว่า ระดับสูง ความสวยงาม ความสะอาด ถ้าลูกค้าเข้าถึงโรงแรมแล้วพบว่า ไม่สะอาดและมี กลิ่นเหม็น ลูกค้าจะคิดว่าโรงแรมนี้ไม่คุ้มค่าระดับ 5 ดาว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพล พนมเลิศ มงคล (2553) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของโรงแรมพูลแมน จังหวัดขอนแก่น

7) ด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้เป็นระดับ มาก อันดับที่ยี่สาม คือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค ให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน มีการ ให้บริการที่รวดเร็ว ต่อเนื่อง เช่น เช็คอินเช็คเอาท์ห้องพัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ ไพศาล ทองคำ (2551) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา บริเวณอ่าวนาง จังหวัดกระบี่ ได้กล่าวว่า กระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อลูกค้าปัจจัยสำคัญใน การตัดสินใจเลือกใช้เป็นระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิ พลต่อ

การเลือกใช้โรงแรมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด จำแนกเป็นรายชื่อพบว่า ทั้งโรงแรมรวมถึงห้องพักมีความสะอาด การตกแต่งสวยงาม (ความหรูหรา,ความทันสมัย) อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรม 5 ดาว ควรรักษาความสะอาดอย่างดี และตกแต่งโรงแรมอย่างหรูหราทันสมัย หากพบว่าโรงแรมเก่าและไม่ทันสมัยแล้ว ควรตกแต่งใหม่

ด้านราคา

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ด้านราคามีอิทธิพลต่อการเลือกใช้โรงแรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก จำแนกเป็นรายชื่อ พบว่า ห้องพักมีความคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายและเหมาะสมกับระดับ 5 ดาว อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรม 5 ดาว ควรอุปทานการบริการมากขึ้น

ด้านสถานที่

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้โรงแรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก จำแนกเป็นรายชื่อ พบว่า ทำเลที่ตั้งของโรงแรมพบได้ง่ายและสามารถเข้าถึงได้สะดวก อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับแรก ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรม 5 ดาวควรต้องมีป้ายบอกทางโรงแรมอย่างชัดเจนและใช้อักษรทั้งภาษาอังกฤษและภาษาจีน

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้โรงแรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก จำแนกเป็นรายชื่อพบว่า มีส่วนลดในกรณีที่ถูกค่าจองห้องพักจำนวนคืนหรือจำนวนห้องมากขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก ในกรณีลูกค้าชาวเงินจองห้องพักจำนวนคืนหรือจำนวนห้องมากขึ้น ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรม 5 ดาวควรให้ส่วนลด

ด้านบุคคลกร/พนักงานให้บริการ

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ด้านบุคคลกร/พนักงานให้บริการมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้โรงแรมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด จำแนกเป็นรายชื่อพบว่า พนักงานมีอัธยาศัยดีกับลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรม 5 ดาวควรมีอัธยาศัยดีกับลูกค้าชาวเงิน เพราะว่ามีนักท่องเที่ยวชาวเงินที่มาเข้าพักโรงแรม 5 ดาว ส่วนมากเป็นผู้ที่มีรายได้สูงและหวังว่าได้รับความเคารพจากผู้ให้บริการ

ด้านลักษณะทางกายภาพ

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ด้านลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้โรงแรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก จำแนกเป็นรายชื่อพบว่า บริเวณพื้นที่ของทั้งโรงแรม มีความปลอดภัยได้มาตรฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรม 5 ดาว ควรทำให้ทั้งโรงแรมเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยแห่งชาติ

ด้านกระบวนการให้บริการ

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ด้านกระบวนการให้บริการมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด จำแนกเป็นรายข้อพบว่า มีการให้บริการที่รวดเร็วและต่อเนื่อง เช่น เช็คอินเช็คเอาท์ห้องพัก อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก ระยะเวลาเดินทางของนักท่องเที่ยวมีความจำกัด ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรม 5 ดาว ควรต้องให้บริการอย่างรวดเร็ว

เสนอแนะอื่นๆ

จากผลการศึกษาในส่วนของพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า โดยส่วนมากกลุ่มตัวอย่างจะทราบข้อมูลเกี่ยวกับที่พักโรงแรมระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี ผ่านทางแอปพลิเคชัน (Application) ของประเทศจีน ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรม 5 ดาว ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ลงในทางแอปพลิเคชัน (Application) ของประเทศจีน เช่น Ctrip, Qunar, Tuniu, mafengwo เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

ชัยศักดิ์ คล้ายแดง. (2551). ความพึงพอใจผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการด้านเครื่องตีมนในโรงแรมระดับ 5 ดาว กรณีศึกษา: แคมบูบัวร์ โรงแรมโอเรียนเต็ล เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรัตนนคร.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). อันดับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย. สืบค้นจาก: <https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/11851>

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

ศศิโสดม ดวงรักษา. (2558). เปรียบเทียบปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

มาลิน เมธิยานนท์. (2554). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมธุรกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตวัฒนา

ศศิโสดม ดวงรักษา. (2558). เปรียบเทียบปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี

พัชรินทร์ เรือนแก้ว. (2553). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติคในจังหวัดเชียงใหม่

ชลธิชา เตชวีธรรมงคล. (2559). การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับ 5 ดาว ในเขตพื้นที่ อำเภอหัวหิน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ณัฐพล พนมเลิศมงคล. (2553). พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของโรงแรมพูล
แมน ขอนแก่น

ไพศาล ทองคำ. (2551) . พฤติกรรมและความต้องการเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยว ภาควิชา
บริหารอำนวยการ จังหวัดกระบี่

Philip Kotler. (2012). Marketing Management

ชลธิชา เตชวีธรรมงคล. (2559). การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตพื้นที่ อำเภอหัวหินจังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์

ศศิโสภณ ดวงรักษา. (2558). เปรียบเทียบปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
โรงแรม ระดับ 4-5 ดาว

วาสิิตา คลองตาล. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในเขตคลองเตย กรุงเทพฯ

Jiju. (2018). การประเมินคุณภาพบริการของโรงแรมในเครือในประเทศไทย

THE RELATIONSHIP BETWEEN CUSTOMER EXPERIENCE QUALITY AND EMPLOYEE RECRUITMENT OF GRAND HYATT SHANGHAI, CHINA.

Pengying Chen¹ Dr.Prapatsorn Kittimanorom² and Dr.Yootanat Boonyachai³

Abstract

The purposes of this research were as follows: (a) to study the customer experience quality, (b) to study the employee recruitment for Grand Hyatt Shanghai, China., and (c) to study the relationship between the customer experience quality and the employee recruitment of employees of Grand Hyatt Shanghai, China. The research instrument used in this study was a questionnaire, and 80 employees were randomly selected to participate in this study. The data obtained from the questionnaire were analyzed using descriptive statistics and the Pearson's correlation coefficient.

In terms of the customer experience quality, it was found that the participants said that the most important problem they had while working for the company was the customer experience quality, followed by the outcome focus, peace-of-mind, and product experience respectively. With regard to the employee recruitment of employees work, it was found that the participants wanted the company to provide them with passion, no other employment and personal reason. The results of the hypothesis testing showed that there was a positive relationship between the customer experience quality and the employee's recruitment of employee working for Grand Hyatt Shanghai, China. with a statistical significance of .01.

Keywords : Customer Experience Quality, Employees' Recruitment.

Background

¹Master Degree, Rajapruek University, No. 9 Moo 1, Bang Khanun Subdistrict, Bang Kruai District, Nonthaburi Province 11130. Tel: 02-4326111. email: 61601910010@rpu.ac.th.

²Advisor, Rajapruek University. Nonthara Village 2, 61/47 Moo 6, Bang Khun Kong Subdistrict, Bang Kruai District, Nonthaburi. 11130. Tel: 095-697-961-5. email: poodleponpae@gmail.com.

³Advisor, Rajapruek University. Nonthara Village 2, 61/47 Moo 6, Bang Khun Kong Subdistrict, Bang Kruai District, Nonthaburi. 11130. Tel: 097-056-3737. email: yoboona@rpu.ac.th

Both historically and until today, the hospitality sector of economy has been characterized by intense competition, customer-centric environment, and ever increasing empowerment of customers who are rather sensitive to local, regional and global conditions in economy, politics and society. High fixed costs and cyclical nature of demand also add specifics to this type of business. These and other factors of influence emphasize the importance of guest satisfaction and customer loyalty as crucial contributors to the business success of an accommodating organization, so guest satisfaction in hospitality is closely linked to customer loyalty and customer retention as well as economic performance and profitability of the business. Brand perception and prices such as the cost of stay are some of the factors proven to influence guest satisfaction. Most important criteria of influence is people who provide the services. Their attitude and communication, the atmosphere they create around themselves matter. This is especially true about the hotel's frontline employees who are they are the direct point of contact for visitors and who shape the customers' perception about the hotel with their behavior the most. These are the key people who help the hotel succeed in creating experiences for its clients.

In hospitality sector hotel industry should be constantly redefined and redesigned according to the ever-changing customer-driven market. To understand the changing customer-driven market, continuous analyses of hotel guests' perspectives on customer experience quality attributes. The knowledge of short comings learnt from the hotel guests' survey should be starts from the recruitment and selection process when human resource managers can use their knowledge and experience to hire the best fitting professionals to the frontline positions in the hotel, in order to ensure maximum possible guest satisfaction. Recruitment and selection is the important function of HR department in any organization recruitment is the process of attracting potential candidate towards organization. Recruitment represents the first contact that a company makes with the potential employees. The recruitment process is the channel of communication and serves as bridge to gap between job seeker and job provider regarding employment opportunities, create a positive image of the company, provide enough information about the job so that applicants can make comparisons with their qualifications and interests and generate enthusiasm among the best candidates so that they will apply for the vacant positions. In simple words, recruitment function helps the organization in the following ways: Attract highly qualified and competent people, ensure that selected candidates stay longer with the company, match cost and returns, and help the firm create more culturally diverse workforce.

Therefore, the researcher an interested is studying focuses on customer experience quality and employee recruitment of Grand Hyatt Shanghai, China. As an important for solving the problem which provides answers to the question of how to employee stay longer with the company, match cost and returns.

Research objectives

1. To study the customer experience quality level of Grand Hyatt Shanghai, China.
2. To study the employee recruitment level of Grand Hyatt Shanghai, China.
3. To study a relationship between customer experience quality and employee recruitment of Grand Hyatt Shanghai, China.

Research Hypotheses

There is relationship between customer experience quality and employee recruitment of grand hyatt shanghai, China.

Research Scopes

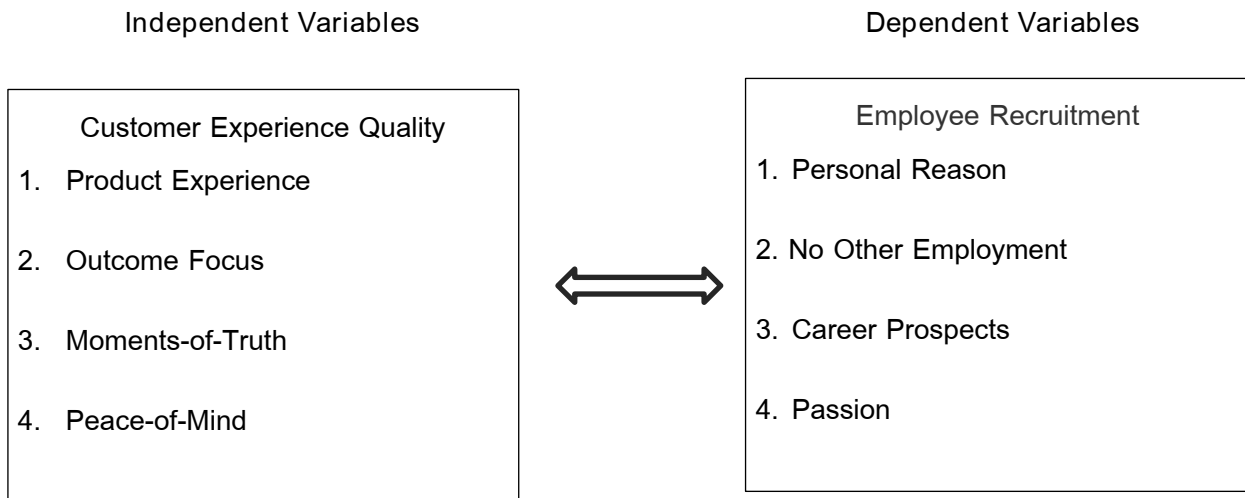
This research would be focused on the area of customer experience quality (Klaus & Maklan, 2013).1.Product experience 2.Outcome focus 3.Moments-of-truth 4. Peace-of-mind.This research would be focused on the employee recruitment (Harish K. Padmanabhan et al, 2018) 1. Personal reason 2. No Other employment 3. Career prospects 4. Passion. The population was Grand Hyatt Shanghai, China, employee 100 people, the area 88 Century Avenue, Lujiazui, Pudong New Area, Shanghai, China.

Literature Reviews

Customer experience quality: to study based on literature theory of Klaus & Maklan, 2013. Theory's model is identified with four POMP dimensions denoting 1) Product Experience, 2) Outcome Focus, 3) Moments-of-Truth, and 4) Peace-of-Mind (Klaus & Maklan, 2013).

Employee recruitment: to study based on literature theory of Harish K. Padmanabhan Theory's that each of four dimensions 1) personal Reason 2) No Other Employment 3) Career Prospects 4) Passion(Harish K. Padmanabhan et al, 2018).

Conceptual Framework



Research Hypotheses

There is relationship between customer experience quality and employee recruitment of Grand Hyatt Shanghai, China.

Research Methodology

In this study, the research of Grand Hyatt Shanghai Hotel. were selected as a simple of this research. The hotel has a total of 100 employees. The researchers used the sample scales of Krejcie and Morgan (1970). The population is the staff of Grand Hyatt Shanghai Hotel In 2019, the number of employees was 100, the sample size is 80 samples. Questionnaires were distributed and data were collected. The company has a total of 100 employees of Grand Hyatt Shanghai Hotel. The researchers used the sample scales of Krejcie and Morgan (1970). 80 employees were randomly selected to participate in this study on survey to obtain permission collect data from 3 department's personnel marketing & sales and food & beverage.

The questionnaire design is divided into fourth parts. The first part is the general information of the employees. The design of the problem is closed and has a choice of answers. The second part is the Customer Experience Quality level. The third part of the Employee Recruitment. The fourth part is the suggestion. The questionnaire is divided individual customer experience quality and employee recruitment are designed as Level 5 answers. Research method the question survey by level 5 answers. Likert's Scale (1932, Warmbrod, 2014) 1 = strongly disagree, 2 = disagree, 3 = neutral, 4 = agree, 5 = strongly agree

All questions in the questionnaire will be fixed after the professional has conducted a reliability effectiveness test. This process ensures that all issues are valid and reliable. Assessment of Research Tools.1 General Information of the employee, including gender age position, educational background, duration of employee, Customer Experience Quality all questions were in close-ended form. Employee's questionnaire was used to test whether Employees Recruitment, The whole number of items were divided into four parts included product experience, outcome focus, moments-of-truth and peace-of-mind. The Employee Recruitment questionnaire was designed to test the level of employee. The whole numbers of items of Employee Recruitment were divided into four parts personal reason, no other employment, career prospects and passion. The questionnaire was designed after interviewing employees personal market & sales and food & beverage of the Grand Hyatt Shanghai Hotel, China. Depends on feedback of experts, researcher revised the instrument. The Item-Objective Congruence (IOC) was used to evaluate the Items of the questionnaire based on the score range from -1 to +1 (Rovinelli and Hableton, 1977). The items that had scores lower than 0.5 were revised. On the other hand, the items that had scores higher than or equal to 0.5 were reserved. In this process, three experts checked the questionnaire. The average score is 0.918, more than 0.50. The score was accepted to issue questionnaire. The reliability of Customer Experience Quality to Employees Recruitment of Grand Hyatt Shanghai, China. The reliability of the questionnaire was determined by using to test for non-response bias; the mean of all variables obtained from early and late respondents was calculated. In order to evaluate the reliability, an initial sample of 30 questions was try out. The reliability value was calculated by using Cronbach's alpha to ensure whether there was internal consistency within the items. Therefore, in order for the research questionnaire was 0.945, accepted reliable, its value of Coefficient Cronbach's Alpha must be at least 0.7 (Cronbach, 1951). According to the questionnaire trial, the total Cronbach's alpha was 0.940, the Cronbach's alpha of Customer Experience Quality and the Cronbach's alpha of Employee Recruitment was 0.937. The questionnaire was highly reliable. Data Analysis Descriptive statistical analysis was used to describe the level of Customer Experience Quality and Employee Recruitment. These data are described by frequency, percentage, average and standard deviation, likert's scale (1932) referred in Warmbrod (2014), Interpret the average of mean scale (Best, 1981: 82). Performance was using Pearson correlation standard level of the correlation (Evans, J.D. 1996.)

Research Result

Most of the respondents were male of aged 21-30 years old, education background of bachelor degree, duration of employment 1-5 years and work in production staff.

Table 1 Mean and Std. Deviation of Customer Experience Quality of Grand Hyatt Shanghai, China. (Overall)

Customer Experience Quality	\bar{x}	SD	Level	Rank
1. Product Experience	3.69	0.93	Agree	4
2. Outcome Focus	4.20	0.19	Agree	1
3. Moments-of-Truth	3.96	0.84	Agree	3
4. Peace-of-Mind	4.16	0.25	Agree	2
Total	4.01	0.23	Agree	

Table 1 showed most respondent's opinion of customer experience. The overall level was found that respondents gave importance to the level was at agree ($\bar{X} = 4.01$, SD = 0.23), the highest level of outcome focus was at agree ($\bar{X} = 4.20$, SD = 0.19). The second level of peace-of-mind was at agree ($\bar{X} = 4.16$, SD = 0.25), and the lowest level of was product experience was at agree ($\bar{X} = 3.69$, SD = 0.93).

Employee Recruitment

Table 2 Mean and Std. of Employee Recruitment (Overall)

Employee Recruitment	\bar{x}	SD	Level	Rank
1. Personal Reason	3.67	0.99	Agree	4
2. No Other Employment	4.19	0.20	Agree	2
3. Career Prospects	3.69	0.96	Agree	3
4. Passion	4.20	0.19	Agree	1
Total	3.94	0.32	Agree	

Table 2 shows the respondent's opinion of employee recruitment. The overall was found that respondents gave importance to the level of employee recruitment was at agree ($\bar{x} = 3.94$, SD = 0.32), the highest was passion was at agree ($\bar{x} = 4.20$, SD = 0.19), the second was no other employment was at agree ($\bar{x} = 4.19$, SD = 0.20), the lowest was personal reason was at agree ($\bar{x} = 3.67$, SD =

0.99).

Hypothesis test results

Table 3 Summarize the relationship between Customer Experience Quality and Employee Recruitment of Grand Hyatt Shanghai, China.

Customer Experience Quality	Employee Recruitment				
	Personal Reason	No Other Employment	Career Prospects	Passion	Rank
	Strong positive relationship	Very strong positive relationship	Strong positive relationship	Very strong positive relationship	
1. Product Experience	.060	0.80**	0.72**	0.80**	4
2. Outcome Focus	.067	0.86**	0.73**	0.94**	1
3. Moments-of-Truth	.075	0.81**	0.65**	0.81**	3
4. Peace-of-Mind	0.72	0.85**	0.62**	0.85**	2
Total	0.68**	0.82**	0.77**	0.84**	

** Correlation is significant at the .01 level.

Table 3 Showed that, there was a strong positive correlation between customer experience quality and employee recruitment. The highest was relationship between customer experience and passion (r=.84). Second was relationship between customer experience quality and no other employment (r = 0.82), and the lowest was relationship between customer experience and personal reason (r = .68).

Discussions

Most of the respondents were male of aged 21-30 years old, education background of bachelor degree, duration of employee 1-5 years and work in production staff. These indicate inconsistency in Harish K. (2018). Studies on recruitment and selection practices at three star hotels in Nashik City.

Customer Experience Quality the overall level was found that respondents gave importance to the level of customer experience was at agree, the highest level of outcome focus was at agree. The second level of peace-of-mind was at agree, and the lowest level of was product experience was at agree. These indicate inconsistency in (Choo & Tan & Fernando, 2018). Studies A Review of Customer Experience Quality Measurement in Malaysian Heritage Hotels, found that, fundamental

changes by operations management to continually innovate differentiated new and existing service innovation offerings to hotel guests. Exploring the right strategic and operational alignment between delivering differentiated service innovation offerings and meeting expected international recognized total customer experience quality can avoid unnecessary operational losses and increase Malaysian heritage hotels' business sustainability. Found that, the holistic customer experience quality comprising product experience, outcome focus, moments-of-truth, and peace-of-mind can provide heritage hotel operators and researchers with a holistic measurement metric provided in the survey questionnaire by design. This measurement metric can enable hoteliers to monitor and improve the quality of heritage hotel experience for both domestic and foreign tourists. Muhammad Ali. Employee Recruitment the overall level was found that respondents gave importance to the level of employee recruitment was at agree, the highest level was passion was at agree, the second level was no other employment was at agree, the lowest level was personal reason was at agree. These indicate inconsistency in Alexandra, Fragkiskos Filippaios, Leonidas (2018). Studies Hotel Recruitment and Selection Practices: The Case of the Greek Hotel Industry, found that, Hotel industry, as a service industry, is greatly dependent upon its employees. Recruitment and Selection practices constitute an important starting stage for hotels towards generating an efficient and productive workforce. The present study, by focusing on 5* and 4* hotels, examines the current trends in the implementation and effectiveness of recruitment and selection practices in the Greek hotel industry, controlling for class category, size and ownership. An inferential quantitative research design was used, and an online survey was conducted, using a seven–point questionnaire. The study concludes that hotel industry, at least in Greece, is still using old – fashioned and cost effective recruitment and selection methods. Findings also outline that 5* and 4* hotels do not differentiate their mix of methods used in recruiting and selecting future employees. Internal recruitment methods are mostly considered to be effective in contrast to external recruitment methods. While interviews and reference checks are listed at the top of the effectiveness list of selection methods. The findings of this research enhance industry understanding of the use and effectiveness of recruitment and selection methods and indicate the need for hotels of superior class to re–examine their recruitment and selection methods and adopt more contemporary ones in their mix. Marie, Michal, lenka (2014).Studies Satisfaction of company employees. Article. Human Resources Management & Ergonomics. Found that, the employment is our everyday duty and we spend a substantial part of our lives there. Our job satisfaction together with other factors, such as family, friends or interests therefore is reflected in the overall life satisfaction. To enjoy our job commitment, our job motivation is crucial. The reasons,

why to go to work, may differ with different people. Someone's reason is to financially secure their family.

The relationship between customer experience quality of Grand Hyatt Shanghai, China. and employee recruitment was strong positive correlation. The outcome focus peace-of-mind was at very strong positive, product experience was at strong positive. The relationship between customer experience and passion no other employment, and personal reason. The research is mainly aimed to investigate the relationship between Grand Hyatt Shanghai, China., and Customer Experience Quality and Employee Recruitment. The result show that outcome focus peace-of-mine and product experience respectively, has significant positive values in correlation for Grand Hyatt Shanghai, China. All the variables must be positive to get better results from Grand Hyatt Shanghai, China practice. Traditionally Grand Hyatt Shanghai, China., design of human resource management practices such as performance management have been studied independently for organizational success. The study revealed that employee performance is driven by the levels of Employee Recruitment. The result show that passion no other employment and personal reason, Some of the key areas of enhancing employee performance were having a good performance management system. The findings agree with Jing Li. (2020). Rethinking the Customer Experience: An Empirical Comparison of Airbnb and Hotels. Experience is at the heart of the tourism and hospitality industry. One of the fundamental objectives of this sector is to create memorable customer experiences. For years, the sharing economy has been an essential industry phenomenon. Distinct from the traditional sector, Airbnb emerged as a disruptive innovation and a dominant online sharing-economy platform and has had a significant impact on the traditional industry. Despite growing interest in customers' experiences in tourism and hospitality, limited research has provided insight into what constitutes the customer experience with Airbnb, how it can be conceptualized, and how it should be measured. In addition, Airbnb is a major competitor to hotels and is increasingly taking market share from the hotel industry. Empirical research is currently lacking in terms of an in-depth understanding of how this type of customer experience influences consumer behavior, especially when comparing Airbnb and hotels. Thus, this study aims to understand the nature and multidimensional structure of customers' experiences with Airbnb. Further, this study examines the role of customers' experiences with Airbnb in building brand loyalty and destination loyalty along with the moderating effects of involvement and customer generations on the modeled relationships. Guided by a definitive research paradigm, this study incorporated two phases of quantitative research: scale development and research-model testing. Specifically, Phase 1 was intended to develop and validate a measurement scale of

customers' experiences with Airbnb Heritage hotel guests' positive judgment of experience quality increases the likelihood of repeat purchase behavior and motivate potential.(Choo,Tan,& Fernando, 2018). It is also evident that the Grand Hyatt Shanghai, China., were guided by a culture of stability, outcome focus effective communication system. The results also show that there was greater accountability for end results in the organization, complied with the organizational policies and professional code of conduct and were strongly agree involved in achieving organizational objectives. These findings reveal out that the organizational leadership, managerial support, competence; job challenge and honesty were often determinants of performance.

Suggestions

Recommendations

Organizational culture positively influenced organizational performance in Grand Hyatt Shanghai, China. The study recommends the need for additional studies to be conducted in this area of study, however particular consideration to be given to all sectors of the economy. It will also be interesting to carry out a study in a public organization setting so as to be able to establish if indeed the same findings will be achieved. More studies regarding the Grand Hyatt Shanghai, China., and organizational culture has been shown to be an important aspect of a firm, as it can, and does affect employee's behaviors, motivation and values. Organizational performance management system creates career paths for employees as well as groupings of people who remain in the firm for a long enough time for a company culture to form. This outlook suggests that firms can implement such management practices that foster job security and internal career development in order to keep turnover low and maintain those social phenomena that comprise organizational culture (values, beliefs, norms, assumptions) within the organization, and therefore forming a strong organizational culture. In this very competitive environment, any business company will only survive and flourish if only it's capable to discover new products since creativity and performance is inseparable. Greater levels of creativity lead to much innovation. Growing an organizational culture that ignites and promotes creativity and innovation is very essential for organizations which are in quest of competitive advantage. Organizations should develop a culture in order to use it as special unique competitive advantage. Organizational culture triggers innovations, hence producing better products and services. Organizational culture balances the internal and external operations, enabling the organization to realize new and profitable business arenas. For an organization to effectively utilize its culture corporately, the organization should research and study to understand its culture. The customer

experience quality should be improved in Grand Hyatt Shanghai, China., because it boosts organizational performance. Specifically, Grand Hyatt Shanghai should motivate its employees to strive to achieve the company's set goals and objectives. Grand Hyatt Shanghai, should also cultivate a corporate culture in which employees are free and conversant on how the company functions, mission, vision and objectives that guide all stakeholders. Grand Hyatt should review and redesign good ethical codes of conduct. These are organizational set of principles and policies which guides the inter relationship between the employees. The company is also required to motivate employees to have a sense of belonging which boosts their devotion to work because this will positively encourage effective organizational performance.

Further Research

The researcher faced some challenges during the process of carrying out the research. Some of the respondents from the management level were actually very busy with big workloads on daily basis, hence making very difficult in filling the questionnaires. Although, the researcher had several visits to their offices and communicated frequently through phone calls and emails. Some of respondents were not free to reveal the information regarding their organizational culture and its performance as they viewed as being confidential. Regardless of the researcher promising them that the information sought from them would be utilized for the reasons of the research only. Generalizing the findings to other organizations was a limitation in that since Grand Hyatt Shanghai, China., had a very exemplary set of cultural variables which can't fit any other organization. The research was restricted to the use of organized questionnaires as data collection method. The questionnaires were closed ended and this deprived of the respondents the chance of expressing their ideas and judgments which were outside the questionnaire structure.

This review of the related Customer Experience Quality aim to provide justifiable reasons for employing a set of survey questionnaire for hotel guests in future research. who have suggested four dimensions of customer experience quality namely peace-of-mind, outcome focus, moments-of-truth, and product experience. Future quantitative research should consider using the developed set of Grand Hyatt Shanghai, China. Hotel guest survey questionnaire based on holistic customer experience quality. This consideration is especially important as hotel guests data can identify customer's perspective on which customer experience quality attributes (product experience, outcome focus, a-moment-of-truth, and peace-of-mind) are popular and which attributes require improvement. Aligning customer expectations of experience quality with hotel operational strategy is

important because operational constraints make it impossible to implement all options of innovative new service. It may be worthwhile to study the relationship between service innovation development of new services onto the driven market. These hotel innovations magnitude and speed should be aligned to the size and growth of potential domestic and international tourists segment they want to retain and attract. The study prompts for a similar research to be conducted on the correlation between organizational performance and culture in non-profit companies in china. The study findings can then be generalized to the other companies. The researcher also prompts an extensive study be conducted to investigate the cultural programs and policies in companies in china and particularly in Grand Hyatt Shanghai, China., It is also important to study the manifestation of organizational culture in different organizations and encourage more studies on different approaches used in entrenching organizational culture in these organizations.

Bibliography

- Alexandra, Filippaios², Leonidas. (2018). **Hotel Recruitment and Selection Practices: The Case of the Greek Hotel Industry**. International Journal of Organizational Leadership.
- Best, John W. 1981. **Research in Education**. 3 rd ed. Englewood cliffs, New Jersey: Prentice. Hall Inc.
- Choo & Tan & Fernando. (2018). **A Review of Customer Experience Quality Measurement in Malaysian Heritage Hotels**. Global Business and Management Research:An International Journal 10(1):379-395. Project: Malaysian Heritage Boutique Hotels in UNESCO world heritage cities.
- Cronbach, L.J. (1951). **Coefficient alpha and the internal structure of tests**. Psychometrika, 16 (3), 297-334.
- Evans, J.D. (1996). **Straightforward Statistics for the Behavioral Sciences**. Brooks/Cole Publishing, Pacific Grove.
- Harish K. Padmanabhan and Madhulika A. Sonawane. (2018). **Recruitment and Selection Practices at Three Star Hotels in Nashik City**. Article. **International Journal of Research in Management. Economic and Commerce. North Maharashtra University**. India.
- Jing Li. (2020). **Rethinking the Customer Experience: An Empirical Comparison of Airbnb and Hotels**. Journal. (Doctoral dissertation). University of South Carolina. Retrieved from <https://scholarcommons.sc.edu/etd/5877>.

- Klaus and Maklan, (2013). **Have empirically affirmed that customer experience quality is better predictor of customer loyalty and word-of-mouth.**
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W(1970).). **Determining Sample Size for Research Activities.**
- Likert, R. (1932). **A technique for the measurement of attitudes.** Archives of Psychology, 1-55.
Referred in Warmbrod, J.R. (2014). Reporting and Interpreting Scores.
- Marie, Michal, lenka. (2014). **Satisfaction of company employees. Article. Human Resources Management & Ergonomics.** Human Resources Management & Ergonomics Volume VIII.
- Harish K. Padmanabhan¹ and Dr. Madhulika A. Sonawane (2018). **A Study on Recruitment and Selection Practices at Three Star Hotels in Nashik City.** International Journal of Research in Management, Economics and commerce, ISSN 2250-057X, Impact Factor: 6.384, Volume 08 Issue 1, January 2018, Page 20-28.
- Poh Wai Choo, Cheng Ling Tan, Sook Fern Yeo (2018) **A Review of Customer Experience Quality Measurement in Malaysian Heritage Hotels.**Global Business and Management Research: An International Journal Vol. 10, No. 1.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. Dutch Journal of Educational Research, 2, 49-60.
- Warmbrod. R. (2014). **Reporting and interpreting score derived from Likert-type scales.** Journal of Agricultural Education, 55(5), 30-47.

A Comparative Study of China's Manufacturing Industry Moving to ASEAN, Africa and South Asia

Wang Kun Chen¹ and Wang Wang Zhu²

¹International colleges Krirk University 3,Ram Inthra Road,Anusawari Sbudistrict,Bang Khen District,Bangkok 10220,Thailand Tel: 02-5523502-9 e-mail: Chen.wan@staff.krirk.ac.th

²International colleges Krirk University 3,Ram Inthra Road,Anusawari Sbudistrict,Bang Khen District,Bangkok 10220,Thailand Tel: 088-5588018 e-mail: Zhu.wang@staff.krirk.ac.th

Abstract

Through the study of China's manufacturing migration, this paper explores the differences between China and ASEAN, Africa and South Asia's manufacturing environment. In view of the phenomenon of a large number of Chinese manufacturing industry moving out to these three places, the advantages and crises brought about by the manufacturing environment in China and these three places are analyzed. This paper confirms from the results of literature research that China's low-end manufacturing enterprises have already begun an irreversible outflow. ASEAN, on the other hand, is more attractive in terms of land and manpower than Africa and South Asia. And although the transfer of manufacturing has certain disadvantages, but for China and ASEAN is still a win-win situation. The study points out that ASEAN should raise market access caps, relax financing policies, increase fiscal and tax support and provide benefits to relevant citizens. And the Chinese side should also encourage enterprises to invest and start businesses abroad, in order to achieve the positive interaction brought in by going out. African countries should relax their policies to meet the arrival of China's manufacturing industry, ease population pressure, provide more labor resources and enhance the development of all aspects of manufacturing industry, while South Asian countries should correctly view China's migration trend, do a good job in infrastructure construction, so as to achieve mutual benefit and complementary advantages with China. The research of this paper is helpful to the local governments and investors in China and above to make reasonable decisions.

Keyword: Chinese manufacturing; Emigration; ASEAN.

1. Introduction

Through the study of China's manufacturing migration, this paper explores the differences between China and ASEAN, Africa and South Asia's manufacturing environment. In view of the phenomenon of a large number of Chinese manufacturing industry moving out to these three places, the advantages and crises brought about by the manufacturing environment in China and these three places are analyzed. This paper confirms from the results of literature research that China's low-end manufacturing enterprises have already begun an irreversible outflow. ASEAN, on the other hand, is more attractive in terms of land and manpower than Africa and South Asia. And although the transfer of manufacturing has certain disadvantages, but for China and ASEAN is still a win-win situation. The study points out that ASEAN should raise market access caps, relax financing policies, increase fiscal and tax support and provide benefits to relevant citizens. And the Chinese side should also encourage enterprises to invest and start businesses abroad, in order to achieve the positive interaction brought in by going out. African countries should relax their policies to meet the arrival of China's manufacturing industry, ease population pressure, provide more labor resources and enhance the development of all aspects of manufacturing industry, while South Asian countries should correctly

view China's migration trend, do a good job in infrastructure construction, so as to achieve mutual benefit and complementary advantages with China. The research of this paper is helpful to the local governments and investors in China and above to make reasonable decisions.

This study will explore the following issues:

1. About the reasons why China's manufacturing industry has been declining in recent years.
2. The current state of manufacturing in ASEAN, South Asia and Africa, as well as the ability to undertake manufacturing migration.
3. China faces the advantages of manufacturing exoded and the risk crisis it will face.

2. Literature review

2.1. Reasons for China's Manufacturing Decline

The reason for The decline of China's manufacturing industry is, first of all, that marketing means are greater than core technologies, and that most enterprises invest far more in marketing than in core technology research, resulting in many things that are far less physical than advertising and marketing. All kinds of after-sales service cannot keep up with sales protection. High fees do not provide high-tech services, and large profits fall into the pockets of capitalists. Second, there is no administrative regulation. Managers don't know anything about technology, and technology and creativity don't work. Employees hate managers, and managers don't trust them enough. Third, the procurement staff professional quality is low, not really good for the company, just for individuals to earn more profits. The birth of counterfeit and inferior products is inextricable from the habit of purchasing personnel. Fourth, there is not enough respect for intellectual property rights, all kinds of piracy, cottage versions emerge endlessly. Not only deceive consumers, but also deceive partners. The last point is that the living standards Chinese the Chinese people have improved and their spending power has become stronger. Li Shimei (2004)^[1] said that China's manufacturing strength has always been a matter of great concern to the international community, she began with the internal and external factors affecting china's manufacturing development, and analyzed the current bottleneck factors affecting China's manufacturing development. This paper not only points out the obvious disadvantages of China's manufacturing industry in terms of technological innovation ability, labor productivity and market concentration, but also highlights the lag in the development of China's logistics industry and the financial system, the lag in the reform of foreign exchange management system, which seriously restricts the further development of China's manufacturing industry, and advocates the elimination of external constraints is a more important task for China's manufacturing industry to grow.

2.2. Research on Current Situation of ASEAN Manufacturing Industry

Li Fu (2016)^[2]research shows that after the establishment of the China-ASEAN Free Trade Area, china-ASEAN manufacturing industry trade scale gradually expanded, China's capital to ASEAN, technology-intensive manufacturing and labor-intensive manufacturing exports have increased significantly. Although China's manufacturing labor-intensive exports to ASEAN have grown faster in recent years, China's manufacturing capital and technology-intensive exports to ASEAN have also outpaced the growth rate of ASEAN's exports of such products, indicating that the China-ASEAN Free Trade Area has promoted the transformation and upgrading of China's manufacturing industry, and the analysis of semi-digital models also shows that China-ASEAN manufacturing industry in-industry trade has promoted the improvement of China's manufacturing industry structure, of which import trade has been more effective in the transformation and upgrading of China's manufacturing industry structure. The results of DEA model analysis also show that China-ASEAN manufacturing trade has promoted the development efficiency of China's manufacturing industry.

Based on the perspective of industrial competitiveness, Cheng Guangbin (2017) ^[3] and others used panel data from the 2008 and 2015 UN Commodity Trade (UN Commodity Trade) databases to empirically analyze the comparative advantages and competitive advantages of 10 sectors of China and ASEAN countries, as well as the current situation and changing trends of industrial competitiveness of China and ASEAN countries. The results show that the competitiveness level of the manufacturing sector in ASEAN countries is weaker than that of China, that manufacturing is the entry point for China's capacity cooperation with ASEAN countries, that primary products such as dairy products, plants and vegetables are the main direction for China to cooperate with ASEAN middle- and low-income countries, that energy-intensive products and information management technologies are key areas for China's industrial exports, and that low- and middle-income ASEAN countries have strong international competitiveness in agricultural products. Exchange and cooperation with agricultural products is conducive to promoting the sustained and healthy development of China's economy.

2.3. Research on the Present Situation of Manufacturing Industry in South Asia

Michel Bartio (1981) ^[4] studies show that several East and South Asian countries have become truly industrialized countries. Their manufacturing industries employ at least 30 per cent of the total labor force, while their output accounts for more than one third of gross national product. These rates are no less than those of the major countries of the European Economic Community. Of all the countries in the world that have reached this level of development, Japan, South Korea... It was achieved by their own efforts without the participation of Europeans.

Adrian Wood (2017) ^[5] found that globalization deepened the pattern of sectoral specialization associated with factor endowments between 1985 and 2015. In developed countries with sufficient technological power, manufacturing has become more technology-intensive. In land-scarce developing East Asian countries, particularly China, labor-intensive manufacturing has expanded. In land-sparing developing regions, manufacturing has stagnated or even declined; In most countries, the service sector's share of output and employment has increased, but the main reason is not globalization. Changes in sector structure over the coming decades will be affected by many uncertainties, but the general trend will continue to be shaped by differences between national land stocks and technology supplies.

2.4. Research on the Current Situation of African Manufacturing Industry

Studies such as Belulu (2018) ^[6] show that urbanization in sub-Saharan Africa has developed rapidly in recent years, but manufacturing has lagged behind. The empirical study on the coupling between urbanization and manufacturing development is carried out, and the results show that the overall coordination between urbanization and manufacturing development in sub-Saharan Africa is not high, and the imbalance between urbanization and industrialization development is not high. It further analyzes its internal causes, discusses how China-Africa cooperation can promote the coordinated development of urbanization and manufacturing in sub-Saharan Africa, clarifies the role of the two sides in cooperation, and points out the future direction of deepening cooperation.

Liu Chen (2018) ^[7] believes that since the 1990s, African economies have gradually recovered and achieved rapid growth, known as the "African growth miracle". In terms of long-term development factors, African manufacturing still lags behind and has not achieved a manufacturing-driven structural transformation. African countries will face more difficulties in the process of economic transformation than Asian countries because of the different initial conditions. More importantly, low capital accumulation is a major obstacle to long-term economic development, so achieving sustained capital accumulation growth remains a daunting task for African countries.

3. Research method

3.1. Research framework

The first part is the introduction. In this part, we will first introduce the background of this paper and the significance of choosing this topic, secondly, review and summarize the relevant research on the competitiveness of manufacturing trade in the 10 ASEAN countries, and expound the significance of this topic.

The second part is the literature review. These include an analysis of the causes of China's manufacturing decline today and the literature, as well as the current state of manufacturing in ASEAN, South Asia and Africa.

The third part is the elaboration of the research method. This part will express the framework, method and main content of this paper, and clear the regulations for the study later in this paper, so that the content of each part is more clear and clear.

The fourth part is the study of the results of the study, first of all, to China's enterprises Sany Heavy Industries as an example, to explain the inevitability of China's manufacturing industry relocation. And ASEAN, South Asia and Africa's current capacity to undertake a comparative analysis, analysis of its competitive advantage and manufacturing development trends.

The fifth part is the discussion of China's future manufacturing migration. This part mainly analyzes the advantages of Chinese enterprises moving out in the face of manufacturing trends, as well as the crisis they face and the crisis situation they will face in the future.

The sixth part is the conclusion and recommendation. Mainly in the light of the actual situation, the future prospect of China's manufacturing industry migration put forward a certain response strategy. To improve and maintain China's manufacturing industry trade competitiveness, expand China's trade volume, establish a sustainable and core competitiveness of the value chain put forward targeted advice and suggestions.

3.2. Research method

(1) Literature research method

Based on the research of references in related fields, this paper understands the research on China's manufacturing industry relocation at home and abroad. Through the relevant research results, learn from the advanced results, find out the crux of the problem, and combined with the current form, give China's manufacturing industry relocation will face a crisis response.

(2) Comparative research method

This paper compares the ASEAN, South Asia and Africa aspects of China's manufacturing migration trend, and discusses the necessity and crisis of China's manufacturing migration under the general environmental trend. Provide guidance for manufacturing relocation.

3.3. Content of comparative study

Combined with the relevant literature and the research results of domestic and foreign scholars, compare the current development status of manufacturing industry in ASEAN, South Asia and Africa and the ability to undertake manufacturing industry, analyze the advantages of China's manufacturing industry relocation and the crisis that will be encountered, and give some suggestions to deal with it.

4. Results

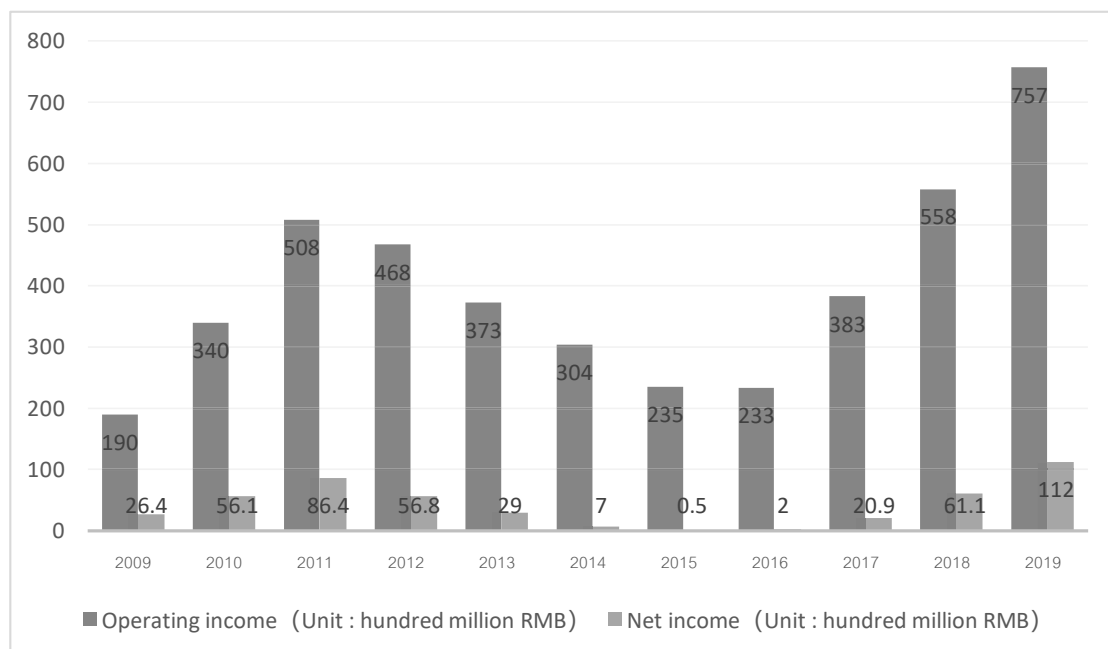
4.1. The trend of Chinese enterprises' relocation - take Sany Heavy Industry as an example

Enterprise relocation is a phenomenon that will inevitably appear when the economy develops to

a certain level, and it is also the embodiment of the modernization of China's industrial structure. After three decades of development and progress, China's economic development model and industrial structure has accumulated a lot of contradictions. At this stage, China's industry must upgrade and transform in order to achieve better development. Intelligent manufacturing is the foundation of China's industrial upgrading, the goal is to reduce labor costs, improve product quality, industrial upgrading. The Chinese government's 2015 Action Plan for China's Manufacturing Industry 2025.

Taking Sany Heavy Industries, China's domestic engineering machinery leader, as an example, Sany Heavy Industries is one of the pilot demonstration projects for intelligent manufacturing in China^[8]. At the time, Sany Heavy Industries has successfully transformed intelligent manufacturing with huge industrial data. Sany Heavy Industries reached the peak of the industry in 2011-2012, and revenues continued to decline in the following years. Under the difficult situation of the industry, Sany Heavy Industries has also begun to implement the transformation. Not only is it reforming and innovating internally, it continues to promote its internationalization strategy and hopes to actively explore foreign markets through the strategic opportunities of the Belt and Road To hedge against falling sales in the domestic market. In addition, Sany Heavy Industry has also tried to diversify into the military, residential industrialization, and financial sectors. In order to improve product quality, Sany Heavy Industry has also promoted intelligent manufacturing and technological innovation, through remote control systems, the remote customers in the hands of machinery for accurate positioning, monitoring health, from the side to enhance the sales performance of enterprises.

Figure 1 Performance of Sany Heavy Industry in Recent Years.



Data source: Eastern wealth Choice data.

In 2016, Sany Heavy Industry's operating income began to rise, with the previous profitability, optimization and innovation of products, solid company fundamentals, so that the market share continues to increase. In this round of industry recovery, Sany Heavy Industries' performance is much more resilient than other companies, and as cash flow and revenue continue to heat up, the profit side will gradually release^[9]. At present, Sany Heavy Industry overseas sales revenue accounted for 45% of total revenue, products have been sold to more than 100 countries and regions around the world. Sany Heavy Industries is vigorously promoting "big data" and has become the representative of

China's traditional manufacturing industry to "smart manufacturing" transformation and upgrading. In the future, Sany Heavy Industry will further significantly enhance the level of internationalization.

Although the export of manufacturing industry will have some impact on a country's economy, it will also provide more favorable conditions for the upgrading of domestic industrial structure. After the enterprise moves out, other enterprises can reuse the land resources of the original enterprise, and make the local human resources get some relief. In China's southeastern coastal areas, for example, many low-end manufacturing industries have moved out to some extent to ease the pressure on local labor, freeing up more resources for redistribution and utilization. Through the use of the basic equipment left behind by enterprises, after a certain degree of transformation and improvement, can be used to attract foreign investment, attract high-tech enterprises. For some high-polluting and energy-efficient enterprises, relocation can greatly reduce local environmental pressures.

4.2. The current capacity of ASEAN to undertake

Table 1 Population of ASEAN countries in 2017.

	Population in 2017 (10 million people)	Chinese provinces with similar population in 2017
Asean	64.737	46.6% of China's total population
Indonesia	26.4	Guangdong+Henan+Jiangxi
Philippines	10.49	Shandong
Vietnam	9.554	Sichuan
Thailand	6.904	Hunan
Myanmar	5.337	Anhui
Malaysia	3.162	Chongqing
Cambodia	1.6	Tianjin
Laos	0.686	Ningxia
Singapore	0.561	Qinghai
Brunei	0.043	Tibet

Data source: [Sohu News Network](#).

Table 2 GDP and per capita GDP of ASEAN countries in 2017.

GDP and per capita GDP of ASEAN countries in 2017		
	GDP (\$100 million)	Per capita GDP (USD)
Indonesia	10155.39	3846
Thailand	4553.21	6593
Xin Jia pi	3239.07	57714
Malaysia	3145.00	9944
Philippines	3135.99	2988
Vietnam	2238.64	2343
Myanmar	693.22	1298
Cambodia	221.58	1384
Laos	168.53	2457
Brunei	121.28	28290
Ten ASEAN countries	27670.91	/

Data source: [Sohu News Network](#).

Table 3 Total population and per capita GDP of South Asian countries in 2017.

Total GDP and per capita GDP of South Asian countries in 2017				
World ranking	Country	The total GDP is US\$ billion	Population	Per capital GDP(USD)
Ranked 7 th	India	24390.1	1.324 billion	1842
No ranking	Pakistan	3100	193 million	1606
Ranked 43 rd	Bangladesh	2500.23	163 million	1534
Ranked 64th	Sri Lanka	835.67	31.2 million	2678
Ranked 101st	Nepal	240.65	38.98 million	617
Ranked 148th	Maldives	45.2	420 thousand	10762
Ranked 155th	Bhutan	23.21	800 thousand	2901
In 2017, China's per capita GDP was about 9,000 US dollars				

Data source: [Sohu News Network](#).

Table 4 Total population and per capita GDP of African countries in 2017.

Total GDP and per capita GDP of the top ten countries in Africa in 2017			
Country	Total GDP (unit: USD 100 million)	Population	Per capital GDP(USD)
Nigeria	3948.18	191 million	2092
Egypt	3494.3	96.4 million	3651
South Africa	3440.64	57 million	6089
Algeria	1754.67	41.4 million	4225
Angola	1240.34	29.8 million	4401
Sudan	1189.79	40.8 million	2917
Morocco	1107.08	35.6 million	3177
Ethiopia	797.35	106 million	861
Kenya	783.97	50.2 million	1678
Tanzania	516.14	54.7 million	1041

Data source: [Sohu News Network](#).

As can be said from the table above, the number of ASEAN is close to half of Chinese, and the GDP per capita of some ASEAN countries is not high, indicating that ASEAN's overall salary is relatively cheap compared with China's^[10]. But ASEAN's overall economic strength is very strong. Cooperation between China and ASEAN is constantly evolving, and we look at it through data. ASEAN's foreign direct investment (FDI) increased from \$83.8 billion to \$114.5 billion between 2007 and 2017, and the United Kingdom Government expects ASEAN's foreign direct investment (FDI) to reach \$328.3 billion by 2030, demonstrating the outside world's trust in ASEAN. Foreign direct investment outside ASEAN accounts for a larger proportion of FDI flows to ASEAN, which

accounted for about 75 per cent of ASEAN's total FDI in 2016. FDI within ASEAN typically accounts for about a fifth of total inflows, but increased to a quarter in 2016, showing a faster growth rate. In terms of FDI sources, the European Union is the largest country for FDI in ASEAN. In 2016, Investment in the European Union reached 30 per cent, higher than investment from within ASEAN (25 per cent), followed by Japan (14 per cent), the United States (12 per cent) and China (10 per cent).

In terms of FDI inflows, the vast majority of foreign investment from China entered real estate, wholesale and retail, finance and insurance, manufacturing and construction in 2017. In 2014-2016, the top four sectors continued to be finance and insurance, real estate, wholesale and retail and manufacturing, although FDI stocks in finance and insurance declined and were gradually overtaken by real estate and wholesale and retail.

Within ASEAN countries, China spends more on FDI in Singapore, Indonesia and Malaysia, but still less than Japan and the United States. In contrast, China's FDI investment in less developed ASEAN countries is relatively modest, but in Myanmar, Laos and Cambodia over the United States and in Laos over Japan. This is mainly related to china's large infrastructure contracts with these less developed countries.

Recently, as the Sino-US trade war heats up, it highlights the competitive advantage of manufacturing in Southeast Asia, which will be the biggest beneficiary of the Sino-US trade war. Southeast Asia, on the other hand, is likely to slow exports of components to Chinese factories.

In this Sino-US trade war, Taiwan businessmen have also been affected, and actively adjust the production route. For example, Delta Electric has turned Thailand's relationship company, Delta Electronics Thailand, into a subsidiary, with plans to gradually withdraw from its Production Base in China. In addition, Kingpo Group will also build a new plant in the Philippines, the group's chief executive Shen Yirong pointed out that at the request of customers are gradually moving production lines to Southeast Asia.

4.3. Current capacity of undertaking in South Asia

South Asia has a population of about 1.69 billion, while China and South Asia have a total population of 3 billion. China is not only a large population, a large market, but also the world's fastest growing region and the world's largest emerging market, with great potential for cooperation and cooperation. it is an important area to advance *the Belt and Road Strategy*^[11]. In the short term, China's manufacturing capacity cooperation with South Asia presents a symmetrical reciprocal symbicance, while in the long term, it presents a symmetrical reciprocal symbicance, in order to realize the mutual symbicance of China's production capacity cooperation with South Asia. The following tasks should be focused on, as shown in Figure 3.

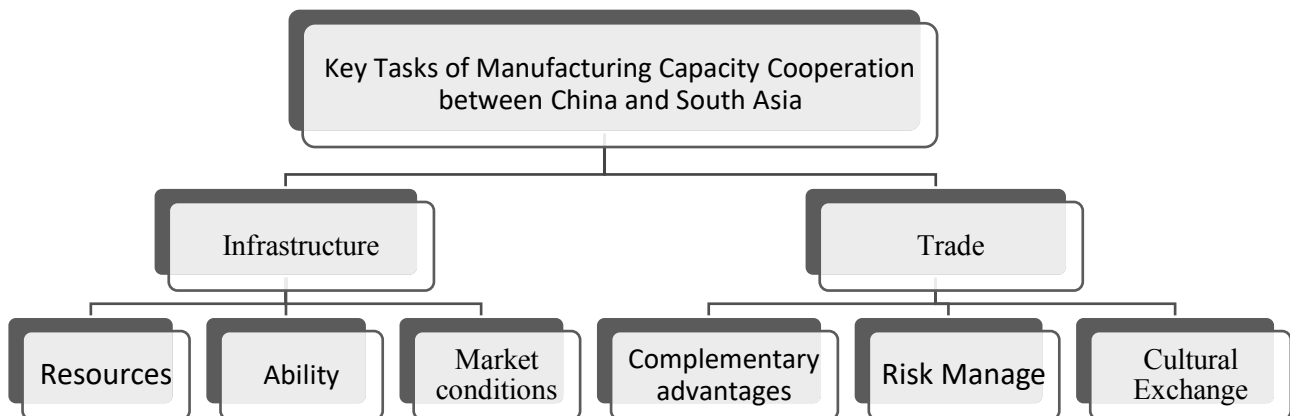


Figure 2 Key Tasks of Manufacturing Capacity Cooperation between China and South Asia.

China's industrial products because of cost-effective in the international market advantage. South Asia provides a huge market for China's industrial products, and cooperation with South Asian manufacturing capacity can ease the saturation of the domestic market. Most countries in South Asia, for example, are traditional agricultural powers with low levels of agricultural automation. China's export of agricultural machinery and equipment to South Asian countries can enhance the level of local agricultural automation, but also to promote China's road, railway, port and other infrastructure-related products exports, as well as fire and electricity, hydropower, nuclear power, and other related equipment manufacturing, survey and design products and upstream and downstream industry product exports. Long-term manufacturing capacity cooperation will first realize the "five-way" road smooth, trade openness and trade facilitation will be correspondingly enhanced, so that future trade activities will be rapid development, for China's economic growth to provide a new impetus. Through the establishment of overseas industrial parks, the gradual transfer of manufacturing industry, make full use of the low-cost labor force in South Asia, while providing a large number of local employment opportunities, research and development design and other high value-added activities and high-end equipment manufacturing as the focus of domestic attention, thereby promoting the transformation and upgrading of China's manufacturing industry.

4.4. Current Africa's Carrying Capacity

China's choice of direct investment industry in Africa involves many problems, the choice of industry plays an important role in the investment process, whether the choice of industry is correct and reasonable, directly affect the effect and income of China's investment in Africa^[12]. Choosing a reasonable industry in the investment process is conducive to further developing the African market and achieving a win-win situation for the economic development of China and Africa. According to data from the 2014 China FDI report, the top five sectors in China's total stock of direct investment in 2014 were construction, mining, finance, manufacturing and scientific research and technology services, of which manufacturing accounted for 16.35 percent, accounting for 83.4 percent of China's stock of non-direct investment. If investment in non-green space is taken into account alone, China invested 77 projects in manufacturing between 2003 and 2014, amounting to US\$13.3 billion, ranking first in all areas of non-investment. China's cumulative manufacturing investment in Africa grew by about 10% a year, with Chinese companies accounting for the largest share of new construction

projects in Africa between 2003 and 2014, several financial institutions said in a research report.

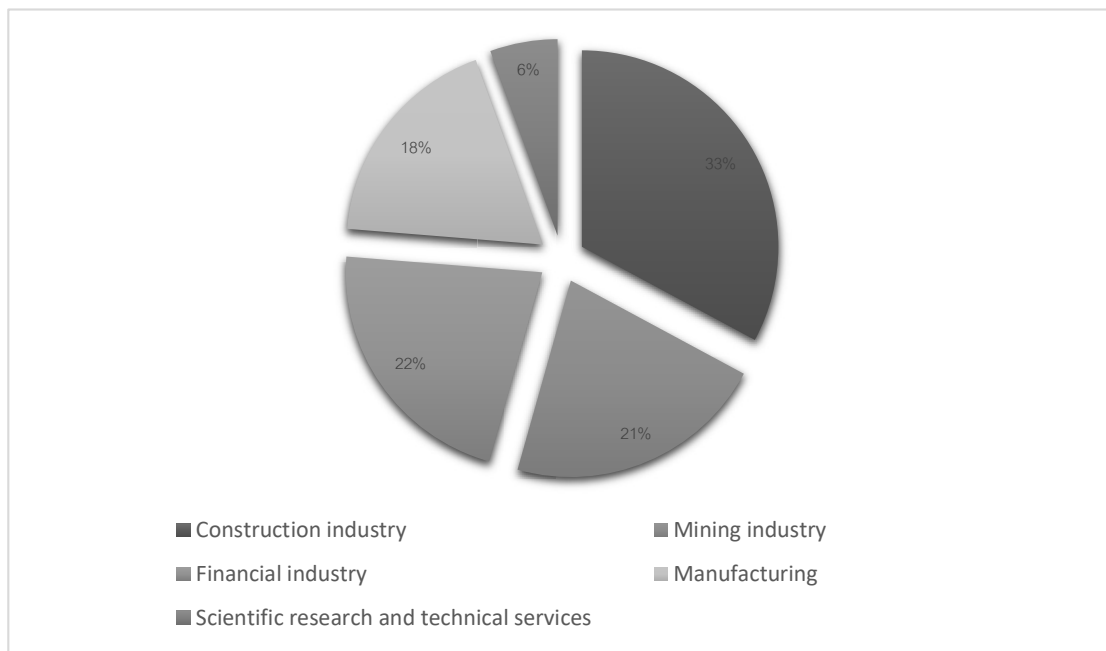


Figure 3 The proportion of China's non-investment industries in 2014.

Data source: Statistical Bulletin of China's Foreign Direct Investment in 2014, Ministry of Commerce of the People's Republic of China.

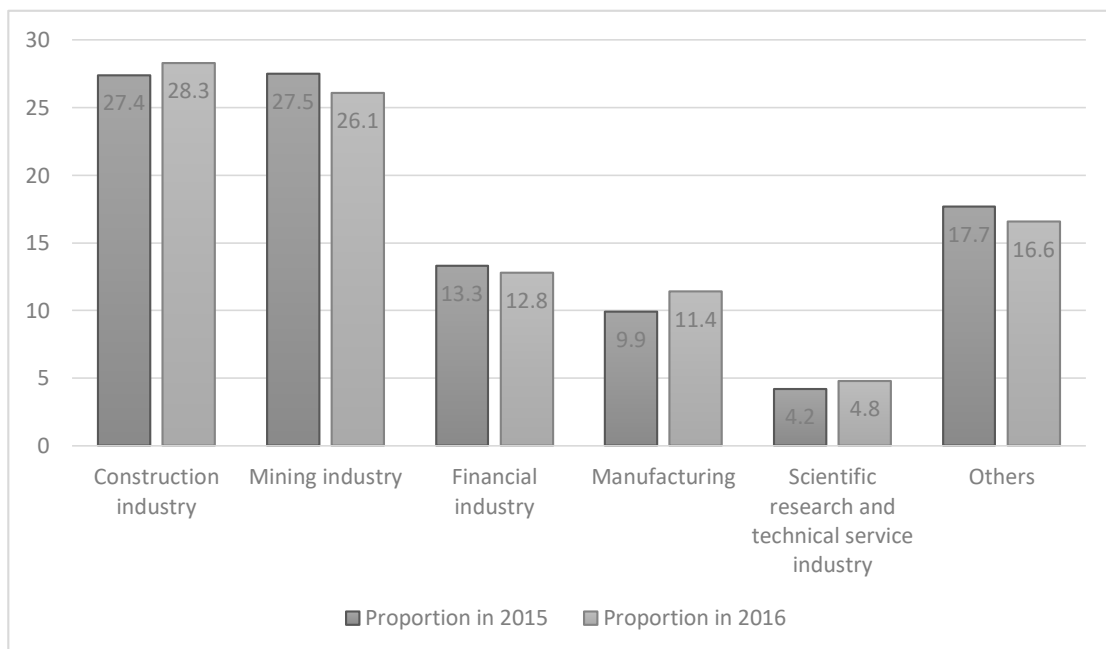


Figure 4 The proportion of China's non-investment industries in 2015 and 2016.

Data source: Statistical Bulletin of China's Foreign Direct Investment in 2015-2016, Ministry of Commerce of the People's Republic of China.

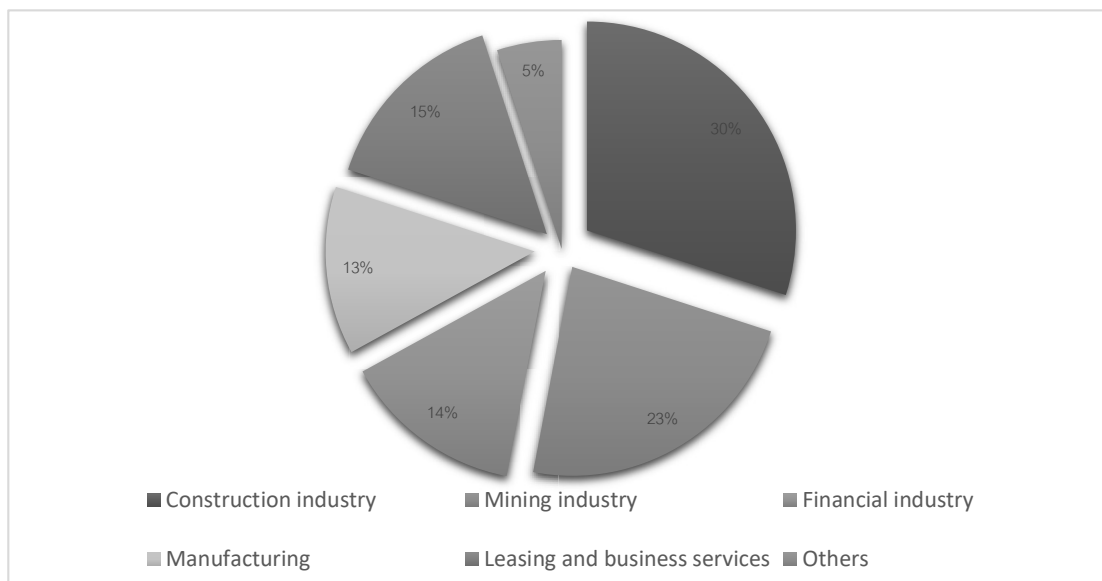


Figure 5 The proportion of China's non-investment industries in 2017.

Data source: [Statistical Bulletin of China's Foreign Direct Investment in 2017, website of Ministry of Commerce of China.](#)

In 2019, the trade volume between China and Africa reached US\$ 187.5 billion, an increase of 0.7% year-on-year, which was 3.1 percentage points higher than that of China's foreign trade, continuing the growth trend since 2017. China's exports to non-exports were \$100.9 billion, up 5.6% year-on-year, while imports from non-imports were \$86.5 billion, down 4.5% year-on-year. South Africa, Angola, Nigeria, Egypt and Algeria have maintained their positions as the top five trading partners for seven consecutive years. In addition, China's direct investment in Africa-wide industries amounted to US\$2.8 billion, an increase of 4.6 per cent against the trend. Zambia, Nigeria, Angola, Kenya and Congo (DRC) are among China's top five investment destinations. Construction, manufacturing, leasing and business services, mining, wholesale and retail trade are the top five sectors for Chinese investment in Africa.

5. Discussion on China's Future Manufacturing Migration

5.1 Advantages and Crisis of Trends

5.1.1 Grasp the reform of industrial structure and enter a new production mode

The demographic dividend has helped south Asia modernize its manufacturing sector, particularly in labor-intensive industries^[13]. As production and labor incomes increase, the demographic dividend will also help to expand the consumer market. Foreign investment is attracted by the demographic dividend of the ASEAN region, and the speed and scale of accession to ASEAN is expected to increase over the next decade. Population change in South-East Asian countries is still in its infancy and the benefits of the demographic dividend will continue to be felt for decades to come. China's labor force declined for the first time in 2012. Not only has the absolute number of Chinese labor falling, but labor costs have also risen, and the trend of migration from manufacturing bases to South Asia is beginning to show. While the shift of part of China's manufacturing sector to South Asia has some impact in some areas, it would be beneficial to both sides if Chinese manufacturing seized the opportunity to move to the high end and establish a division of labor among labor-intensive industries in South-East Asia. The development of Southeast Asia has also brought new opportunities to China.

The development of manufacturing is influenced not only by demographic factors, but also by infrastructure, investment environment, governance, political stability and vocational training, where China has great potential to cooperate with Southeast Asian countries^[14]. South-East Asian countries differ significantly from developed countries and other middle-income countries in terms of spending on education and the quality of education. In order to make full use of the demographic dividend, there was a huge gap between the countries of South-East Asia and the developed countries in terms of the share of gross domestic product (GDP) spent by Governments on education, and in order to make full use of the demographic dividend, the countries of South-East Asia must increase their investment in education and improve the quality of education. The impact of the demographic dividend depends on the economy's ability to use more of its workforce. For example, some countries in South-East Asia have benefited from increased savings and investment rates, thereby accelerating the accumulation of tangible capital, increasing the productive capacity of the labor force and in line with a rapidly growing population. The demographic dividend in developing countries should also be seen as a benefit, not necessarily from a favorable demographic structure, but as a potentially favorable opportunity to realize that benefit by investing in physical and human capital and ensuring that the social, economic and political systems reflect the demographic dividend.

While some well-known Chinese manufacturers have started production in Africa, few of the companies surveyed consider Africa their favorite destination for investment, and large companies are generally more likely than smaller companies to expand or move production chains abroad. Only 8% of foreign companies tend to emigrate, but this is still four times the number of foreign private companies in China. Compared with private enterprises, foreign-funded enterprises in the Pearl River Delta have accumulated overseas investment experience. At the same time, in order to make full use of low labor costs---- overseas labor costs, only enterprises with a certain scale, overseas management experience, overseas vertical supply chain and overseas business risks can carry out overseas industrial transfer and fully benefit from it Generally speaking, small enterprises are small, only for the Chinese market, the ability to resist risks is weak, the degree of integration into the global industrial chain is not high, the degree of preparation and ability is not enough, the mentality is more hesitant.

With China's working-age population decreasing year by year, land and resources scarce, and population dividends reduced, economic growth must shift from a high degree of dependence on factors and resources to a high degree of dependence on scientific and technological progress to improve the quality of labor. The construction of manufacturing power and the development of advanced manufacturing industry are not only the development needs of China in the post-industrial era, but also the inevitable requirements of the global industrialization trend, especially the new round of scientific, technological and industrial revolution. After the 2008 international financial crisis, developed countries launched the strategy of re-industrialization, while a new round of technological and industrial revolution characterized by Informa ionization, intelligence and service of manufacturing industry has begun. From a challenging perspective, in the context of a new technological and industrial revolution, the brutal development model of China's manufacturing industry is unsustainable and must be shifted to an innovation-oriented, high-quality development model. From the perspective of opportunity, a new round of industrial technology revolution has provided a technological and economic basis for the modernization and development of China's manufacturing innovation and guided the direction of development. As the world's largest manufacturing country, China must seize the historic opportunity of this technological and industrial revolution, greatly improve the quality of manufacturing development, and accelerate the construction of a strong manufacturing country.

5.1.2 The regional economy is also developing towards a positive level

Economic growth in Southeast Asia is expected to climb because of weak global growth, according to the latest estimates from the Asian Development Bank. This has been made available because of the generally stable development environment in South Asian countries, substantial investment in infrastructure and industrial restructuring, which provide unique opportunities for the region to attract investment, develop manufacturing, stimulate trade and domestic demand. As one of the most dynamic regions of the world economy, many South-East Asian countries have increased their investment in infrastructure development in recent years, adjusted their industrial structures and used their advantages to make progress in global value chains.

Singapore's focus on innovation-oriented economic development, Malaysia's quest for a regional economic center, the Philippines' booming service outsourcing sector, Cambodia's efforts to improve manufacturing technology, and Thailand's focus on the "Top Ten Future Industries", including healthcare and digital, are all good examples of economic dynamics in South-East Asia. The ASEAN Economic Community (AEC) was inaugurated on 31 December 2015 and offers great opportunities in a region with a population of over 620 million and a gross domestic product (GDP) of \$2.6 billion. A study conducted by the Ministry of International Trade and Industry of Malaysia showed that up to 83 per cent of market participants believed that the establishment of the ASEAN Economic Community would have a positive impact. By reducing trade tariffs and the costs of labor, services and capital flows, the establishment of the ASEAN Economic Community would significantly improve regional connectivity, improve the business environment and attract more investment.

5.1.3 Foreign high-end industries join China's manufacturing cluster

Over-reliance on low-end industries, over-reliance on cheap labor, over-reliance on resources and the environment have not fundamentally changed, and innovation and motivation to stimulate development are inadequate. China can launch the "Four for Three" project, explore in depth the potential of investment to achieve transformation and modernization, build economic clusters, and improve the quality and efficiency of economic development. "Four change" is change for birds, machine replacement, space for land, e-commerce for the city, "three" that is, famous enterprises, famous products, famous. It is also one of the advantages of seeking effective investment. The true integration of information technology and industrialization will create opportunities for investment at the geometric level. China should speed up the construction of a national demonstration zone for industrialization and deep integration of information, encourage enterprises to increase investment in "machine replacement" and "e-commerce for market", and use digitalization and intelligence to transplant and upgrade traditional manufacturing industries. The focus of machine replacement is to rely too heavily on labor to crack and replace cheap labor with advanced equipment. E-commerce exchange aims to eliminate over-reliance on traditional markets and actively use e-commerce to expand the market. Enterprises can also promote the deepening of economic transformation, China must also work to promote the construction of industrial clusters, focusing on better location conditions, a solid industrial base, more comprehensive supporting functions, production integration and high-end factor concentration and other areas. Each cluster focuses on two or three dynamic advanced industries, with leading and basic projects coexisting, as well as specialized funding companies, thus enabling industry to be based on continuous innovation, technological progress and profound development of human capital. Investment opportunities in these industrial areas have also increased. The cluster focuses on the introduction of well-known large-scale foreign enterprises, which receive political support in the fields of land, taxation, finance, science and technology. China

needs to explore more investment opportunities and produce greater chemical reactions. Industrial cluster area is the greatest space, potential and hope for future economic development.

5.1.4 The modernization process in Southeast Asia will be accelerated and accelerated

The development of manufacturing industry in Southeast Asia will make institutionalization and modernization affect employees, and thus affect society. Advanced systems, such as KPI assessment, will speed up the institutional development and modernization of Southeast Asian countries.

5.2 The crisis to be encountered

5.2.1 Irreversible damage to the original ecological environment in Southeast Asia

In the garment manufacturing industry as an example, the environmental pollution that clothing can produce is divided into two categories. The first category is in the garment production and processing process, that is, textile, printing and dyeing, production process produced by printing and dyeing wastewater, textile noise, cutting corner waste and so on^[15]. According to statistics, the discharge of textile printing and dyeing wastewater accounts for about 35% of the total discharge of industrial wastewater. About 600 to 700 million tons of textile printing and dyeing wastewater are discharged into water bodies each year in China. Noise is one of the main occupational hazards in the textile industry, it is estimated that the average noise in the textile workshop is about 100dB (A), which not only affects the quality and efficiency of textile factory production, seriously endangers the health of textile workers, especially pregnant women's physical and mental health has also been seriously affected. The second category is the waste of clothes after a large amount of garbage, especially chemical fiber clothing caused by the formation of environmental pollution. The damage of this kind of pollution to the environment is often not environmental management, environmental protection can be restored. It causes irreversible damage to southeast Asia's tourism industry, which is known for its environmental scenery.

5.2.2 China's low-end labour has nowhere to export, bringing a large number of unemployed groups

Oversupply of labor, migrant workers unable to meet development needs and an increasingly unfavorable trading environment are the three main causes of the unemployment boom^[16]. Unemployment is sometimes not caused by the unemployed themselves, but poor psychological quality of the unemployed may lead to extreme behavior and social reprisals. Unemployment can also trigger family conflicts, divorce rates will rise, and people without jobs will turn their resentment towards society and the government to family members, leading to alcoholism, domestic violence, and so on. The widening gap between the rich and the poor in society caused by unemployment will also exacerbate social contradictions.

5.2.3 The situation of high salary and low energy will appear in a large area

With the development of manufacturing industry in Southeast Asia, the demand for labor will increase, and the labor gap will increase, so will the situation of high-paying employment in order to fill the labor gap. High pay and low energy will follow. Because the development of manufacturing industry is too fast, the development of education and the level of education of workers are slowly increasing.

5.2.4 Will face the risk of fleeing again

At present, the export of manufacturing industries to Southeast Asia is a real benefit to Southeast Asia, but these manufacturing industries do not have core technology, the 1900s in China can, the

10th can move to Southeast Asia, the 20th can also move to Africa. Once the manufacturing industry escapes again, Southeast Asia, which does not have core competitiveness, risks "breaking down" if it relies on manufacturing development.

6. Conclusions

There are many factors in the exoded manufacturing industry, which are broadly divided into internal and external factors. For China itself, the first is china's strategic efforts to boost high-end manufacturing. The second is to focus on and encourage the upgrading of low-end manufacturing. The third is to reduce china's industrial support costs and optimize the industrial development environment. In the future, China's manufacturing industry will continue to develop to a certain extent. Chinese companies and governments should follow this trend, and China should pay attention to the prospect of the transfer of low-end manufactured goods in Southeast Asia and Africa. Southeast Asia, as China's profound strategic economy, is the threshold for China to become a world power. In fact, China and ASEAN took the lead in establishing a free trade zone, China is the main source of ASEAN surplus, the industry has also formed a china-led situation.

References

- [1] Li Shimei. Research on the main problems and countermeasures of China's current manufacturing development [J]. Journal of Central University of Finance and Economics, 2004(12):55-59.
- [2] Li Fu, School of International Business, Wuxi Institute of Business Technology, Wuxi Institute of International Business, Wuxi, Jiangsu. Analysis of the impact of free trade zone on China's manufacturing industry-based on the scale structure and efficiency threshold [J]. Technical Economics and Management Research, 2016(10):114-118, 5 pages in total.
- [3] Cheng guangbin, Liu weiqing. an empirical study on the industrial competitiveness of China-ASEAN under the "the belt and road initiative" initiative [J]. price monthly, 2017, 000(012):62-68.
- [4] Adrian Wood, Gu Sijiang. Differences in structural transformation among countries in the world (1985-2015): Mode, Reason and Implication [J]. Economic Science, 2017, 000(001):5-31.
- [5] Michel Batiot, Bi Jianhai. Different types of industrialization "East Asia and South Asia model" [J]. International Economic Review, 1981(3):55-56.
- [6] Bai lulu, Zhao shengbo, Wang Xingping, et al. research on the relationship between urbanization and manufacturing development in sub-saharan Africa [J]. international urban planning, 2018, 33(005):39-45.
- [7] Liu Chen. African Economic Miracle: Driving Factors and Long-term Growth [J]. World Economics and Politics, 2018, 000(001):117-155.
- [8] Alice. How long will Sany Heavy Industry revive the construction machinery industry? [EB/OL].https://news.d1cm.com/2017050290005_1.shtml,2017-05-02.
- [9] Li Pengfei. Sany Heavy Industry revitalized more than 10 billion yuan of stock assets and diversified transformation out of the industry trough [N]. Changsha Evening News, 2017-01-11(A10).
- [10] International Statistical Information Centre of National Bureau of Statistics, Guangxi Zhuang Autonomous Region Statistics Bureau, Guangxi Investigation Corps of National Bureau of Statistics. Statistical Yearbook of China-ASEAN Countries [M]. China Statistics Press: China, 2018:51.
- [11] Xiao Jinjie, Yang Wenwu. Research on manufacturing capacity cooperation in the construction of "the belt and road initiative" [J]. Qinghai Social Sciences, 2018, 234(06):37-42+90.

- [12]Li Xing, Zhou xiaoyi. China's manufacturing investment in Africa: problems and countermeasures [J]. international economic cooperation, 2012(7):57-61.
- [13]Chen gong. think like anbang: understand China and the world [M]. China financial and economic publishing house: China financial publishing media group, 2017:150.
- [14]Qin Rong, Cao Zhe. ASEAN Investment Environment and Business Opportunities [R]. Singapore: China Business Research Center, National University of Singapore Business School, 2018.
- [15]Qiu Renrong, Zhao Ying, Yao Shuguang. Research status of advanced treatment and reuse technology of printing and dyeing wastewater [J]. Industrial Water Treatment, 2007,9:1-5.
- [16]Li Yuqian. Negative labor force growth [J]. Development, 2013,8:22-24.
- [17]Yan-Qing Kang, Bai-Chen Xie, Juan Wang, 等 .Environmental assessment and investment strategy for China's manufacturing industry: A non-radial DEA based analysis[J]. Journal of Cleaner Production, 2018.
- [18]Qu C , Shao J , Cheng Z . Can embedding in global value chain drive green growth in China's manufacturing industry?[J]. Journal of Cleaner Production, 2020:121962.
- [19]Ji, Tongqun. Research on Manufacturing Trade between China and the United States: Based on Global Value Chain[C]// 2019.

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักของนักศึกษาจีน ในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

Factor Effecting to Select Decision on Dormitory of Chinese Student

in Bang Ken District, Bangkok

XIAOLONG YOU¹

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมยศ อวเกียรติ²

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักของนักศึกษาจีน ในเขตบางเขน และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่ผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาจีน ในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นนักศึกษาจีน ที่อาศัยในเขตบางเขน จำนวน 287 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยของระดับความเห็นอยู่ที่ระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = .98) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ทำเลที่ตั้ง) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 1.09) โดยมีค่าเท่ากับ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 1.14) รองลงมา คือ ด้านปัจจัยด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 1.13) ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 1.06) 2) ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกหอพักของนักศึกษาจีนในบางเขน คือ จำนวนเงินใช้จ่ายต่อเดือนต่างกัน

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's, หอพัก, นักศึกษาจีน

Abstract

This study has the objectives To study the factors affecting the decision of the accommodation of Chinese students in Bang Ken District, Bangkok and to compare the demographic factors affecting the decision of renting a dormitory of Chinese students in Bang Ken District, Bangkok the population and sample groups used in this study were Chinese students. The number of 287 residents in Bang Khen district was used in this study. The statistics used were frequency, percentage, arithmetic mean (Mean), standard deviation, t-test and F-test.

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

1) Overall marketing mix factors The mean of the opinion level was at the high level ($\bar{X} = 3.91$, $SD = .98$). Place had the highest mean ($\bar{X} = 4.01$, $SD = 1.09$) with the same value as The factors of the service process at the high level ($\bar{X} = 4.01$, $SD = 1.14$) followed by the personnel factors at the high level ($\bar{X} = 4.00$, $SD = 1.13$), the factors with the lowest mean was promotion ($\bar{X} = 3.65$, $SD = 1.06$) 2) Income Demographic Factor The mean difference is significant at the 0.05 level. The relationship between the decision of the accommodation of Chinese students in Bangkok District, Bangkok was the amount of expenses per month differ.

Keywords : Factor Effecting 7P's Marketing Mix, dormitory, Chinese students.

ความสำคัญของปัญหา

การศึกษาในระดับอุดมศึกษามีเปลี่ยนผ่านไปสู่ความเป็นนานาชาติมากขึ้น ดังเห็นได้จากปัจจุบันมีนักศึกษาต่างชาติเดินทางไปศึกษาต่อต่างประเทศเป็นจำนวนมาก จากข้อมูลของ UNESCO Institute for Statistics (2014) พบว่า มีนักศึกษาในระดับปริญญาตรีได้ลงทะเบียนเรียนในต่างประเทศจำนวนประมาณ 4 ล้านคน ทั้งนี้ประเทศที่นิยมเดินทางไปศึกษาต่อ 10 ลำดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 18) อังกฤษ (ร้อยละ 11) ฝรั่งเศส (ร้อยละ 7) ออสเตรเลีย (ร้อยละ 5) รัสเซีย (ร้อยละ 4) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 4) แคนาดา (ร้อยละ 3) จีน (ร้อยละ 2) และอิตาลี (ร้อยละ 2) (ธัญรัช วิภัติภูมิประเทศ. 2559 : 232)

ประเทศไทยมีนักศึกษาชาวต่างชาติที่นิยมเดินทางไปเรียนต่อมากที่สุดในปัจจุบัน คือ นักศึกษาจากประเทศจีน (694,400 คน) โดยนักศึกษาจีนส่วนหนึ่ง (8,444 คน) ได้เดินทางมาศึกษาต่อในประเทศไทยซึ่งนักศึกษาจีนจัดเป็นนักศึกษาต่างชาติที่เข้ามาศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของไทยมากที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 40.97 (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2557)

เหตุผลหลักที่นักศึกษาจีนนิยมมาเรียนในประเทศไทย เพราะคนไทยโอปออาหาร ทั้งค่าเรียน ค่าที่พัก ค่าอาหารก็ไม่แพง เมื่อเทียบกับประเทศในแถบยุโรป ขณะเดียวกันนักศึกษาชาวจีนส่วนใหญ่ที่เรียนในประเทศไทยต้องการที่จะทำงานอยู่ในประเทศไทย จึงส่งผลทำให้นักศึกษาสามารถเรียนรู้ภาษาไทยได้ไม่ยากนักและเมื่อเรียนจบยังสามารถนำความรู้ด้านภาษาไทยประกอบธุรกิจระหว่างประเทศจีนและไทยได้อีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยกับประเทศจีนเป็นประเทศที่เอื้อกันมาอย่างยาวนาน มีวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกัน มีลักษณะประเทศที่เป็นบ้านพี่เมืองน้องกันมาก (Lingyun Yang และกมลทิพย์ คำใจ. 2560 : 76)

จากเหตุผลหนึ่งที่นักศึกษาจีนนิยมมาเรียนในประเทศไทย คือ ค่าที่พักไม่แพง ค่าใช้จ่ายในการดำรงชีพไม่แตกต่างจากจีน จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ในเรื่องของปัจจัยที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจเลือกห้องพักของนักศึกษาจีน ในเขตบางเขน เพราะที่พักอาศัยมีบทบาทและความสำคัญต่อนักศึกษาจีนที่มาศึกษาต่างประเทศ ส่วนหนึ่งพักอาศัยหอพักมหาวิทยาลัย และมีบางส่วนที่เช่าห้องพักที่อยู่ใกล้กับสถาบัน

จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกห้องพักของนักศึกษา ที่ผ่านมานั้น เป็นนักศึกษาชาวไทย ยังไม่มีงานวิจัยใดที่ศึกษาปัจจัยในการเลือกห้องพักของนักศึกษาจีนในเขตบางเขน การศึกษาครั้งนี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้ที่กำลังจะลงทุน หรือเจ้าของกิจการ ที่ต้องการปรับปรุงพัฒนาธุรกิจของตน ได้ทราบว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยของนักศึกษาจีน ในเขตบางเขน เพื่อผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจ และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ส่งผลให้ธุรกิจตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และก่อให้เกิดรายได้สูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของนักศึกษาจีน ในเขตบางเขน
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษาจีน ในเขตบางเขน

แนวคิดทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด Kotler and Keller (1997)



ภาพประกอบ 1 องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's Marketing Mix)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's Marketing Mix)

1. ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง สิ่งที่ธุรกิจเสนอขายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตน ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ซึ่งจะต้องแจ้งให้กับผู้บริโภคได้ทราบถึงข้อมูลต่างๆ เช่น ตราสินค้า packaging รูปลักษณะสินค้า ตัวสินค้า ขนาดเครื่องหมายการค้า สิ่งเหล่านี้จะสื่อความหมายสร้างความเข้าใจให้ผู้รับข่าวสาร โดยผู้ผลิตต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย

2. ราคา (Price) หมายถึง การกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในรูปของเงินตรา ผู้บริโภค ใช้ราคาเป็นเครื่องมือหนึ่งในการประเมินคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาที่เหมาะสมกับสินค้าเป็นส่วนหนึ่งที่จะจูงใจให้เกิดการซื้อ บางครั้งการตั้งราคาสินค้าสูงก็สามารถจูงใจผู้บริโภคบางกลุ่มได้ เนื่องจากเกิดความภูมิใจจากการซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ราคาแพง ราคาจึงเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ

3. การจัดจำหน่าย หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างหรือช่องทาง หลังจากผู้บริโภครับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แล้ว จนเกิดความสนใจและอยากทดลองซื้อใช้ แต่หากไม่สามารถหาซื้อได้อย่างสะดวกแล้ว ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะล้มเลิกความตั้งใจ แล้วเปลี่ยนไปซื้อยี่ห้ออื่นที่หาได้สะดวกกว่า โดยการจัดจำหน่ายแบบได้อีก 2 แบบ ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ/หรือกรรมสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม โดยจะผ่านคนกลางหรือไม่ก็ได้

3.2 การกระจายสินค้า (Physical Distribution) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวกับการเคลื่อนย้าย ผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายสินค้าจึงประกอบด้วย

- การขนส่ง (Transportation)
- การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing)
- การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารทำได้โดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) และการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย (Non-Personal Selling) ประกอบด้วยเครื่องมือ 5 ประเภทดังต่อไปนี้

4.1 การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่ นอกเหนือจากการโฆษณาเพื่อขาย โดยใช้พนักงานขายให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยผู้บริโภคชั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง มี 3 รูปแบบ คือ

(1) การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (Consumer Promotion) ซึ่งซื้อสินค้าไปเพื่อใช้สอยส่วนตัวหรือใช้ในครัวเรือน สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อไปเพื่อบริโภคขั้นสุดท้ายเรียกว่า สินค้าผู้บริโภค

(2) การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade Promotion) เพื่อผลักดันสินค้าไปยังผู้บริโภค อาจอยู่ในรูปการโฆษณาที่มุ่งกระตุ้นคนกลางเพื่อจูงใจให้ซื้อผลิตภัณฑ์ไปขายต่อให้กับผู้บริโภค

(3) การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Salesforce Promotion) ให้พนักงานใช้ความพยายามในการขายมากขึ้น โดยจะใช้กลยุทธ์ผลัก (Push State) บุคคลเป้าหมายได้แก่ พนักงานขายของธุรกิจ จุดประสงค์คือ การตอบสนองความสามารถของพนักงาน เป็นการแข่งขันระหว่างพนักงานขายด้วยกันเอง เช่น การแจกโบนัสด การแข่งขันการทำยอดขาย

4.2 การโฆษณา (Advetisin) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การผลิตภัณฑ์ บริการหรือการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (Creative Stratesy) และ (2) กลยุทธ์สื่อ (Media Strategy)

4.3 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling Strategy) (2) การจัดการหน่วยงานขาย (Salesforce Management)

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผน เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การการให้ข่าวถือเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือการใช้วิธีการต่างๆส่งเสริมผลิตภัณฑ์ โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการตอบสนองในทันที เครื่องมือนี้ประกอบด้วย (1) การขายทางโทรศัพท์ (2) การขายโดยส่งจดหมายตรง (3) การขายโดยใช้แคตตาล็อก (4) การขายทางโทรศัพท์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ผู้บริโภคมีกิจกรรมการตอบสนอง

5. บุคลากร (People) บุคลากรเป็นเสมือนตัวแทนของธุรกิจที่ส่งมอบบริการโดยตรงแก่ผู้บริโภค จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อธุรกิจ ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือในตัวธุรกิจ การสรรหาบุคคลที่มีความเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินการเป็นสิ่งจำเป็น รวมถึงการสร้างแรงจูงใจ ปลูกฝังความเชื่อค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กร อย่างถูกต้องเหมาะสม

6. กระบวนการ (Process) เป็นระบบที่ธุรกิจเลือกใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อเป็นข้อกำหนดการทำงานของบุคลากรให้มีความชัดเจน เพื่อให้การดำเนินการมีประสิทธิภาพ โดยใช้ต้นทุนต่ำที่สุด ธุรกิจต้องแน่ใจว่าระบบที่เลือกสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริงไม่ใช่เป็นเพียงการทำให้ธุรกิจดำเนินงานได้ง่ายขึ้น หลายครั้งธุรกิจต้องสร้างความสมดุลระหว่างความสมบูรณ์ของกระบวนการ และต้นทุนที่ต้องเพิ่มเข้าไป

7. การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยการสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งต้นกายภาพและการให้บริการ เช่นการตกแต่งร้านให้มีความสะอาดเป็นระเบียบ ย่อมสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคว่าจะได้รับสินค้าหรือบริการที่มีมาตรฐาน นอกจากนี้ธุรกิจจะต้องนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามความคาดหวังของผู้บริโภค เช่น สถานพยาบาลจะต้องดูสะอาดปลอดภัย เชื้อโรค สว่าง หรือร้านอาหารต้องดูถูกสุขลักษณะ เป็นต้น

จากแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ผู้วิจัยได้นำหลักการดังกล่าวมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ทั้ง 7 ด้าน (The Marketing Mix 7P's) เพื่อเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่นำไปใช้สร้างแบบสอบถามตามที่กำหนดไว้ในตัวแปรของงานวิจัย

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาชาวจีน ที่อาศัยในเขตบางเขน ประจำปีการศึกษา 2562 ใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) จำนวน 287 คน

2. วิธีการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของนักศึกษาจีน ในเขตบางเขน โดยเก็บข้อมูลจากการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยรวบรวม จากการตอบแบบสอบถาม ของผู้อยู่อาศัยในเขตบางเขน และปริมนทล ที่เคยมีประสบการณ์การเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยด้วยตนเองผ่านทาง Google Forms และการกระจายแบบสอบถามทาง Social Network

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากการสำรวจครบถ้วนแล้ว ประมวลผลผ่านวิธีการทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยอธิบายและนำเสนอในรูปตารางแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ด้วยการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

- 2.1 การวิเคราะห์ t-test
- 2.2 การวิเคราะห์ F- test
- 2.3 การเปรียบเทียบค่าความแตกต่างโดยใช้ LDS

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วนทั้งสิ้น 287 ชุด โดยงานวิจัยในครั้งนี้ ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่จะนำมาพิจารณา ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 1

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	89	31.0
หญิง	198	69.0
รวม	287	100.0
2. อายุ		
20-30 ปี	287	100.0
รวม	287	100.0
3. สถานภาพ		
โสด	287	100.0
รวม	287	100.0
4. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด		
ปริญญาตรี	242	84.3
ปริญญาโท หรือ เทียบเท่า	33	11.5
อื่น ๆ โปรดระบุ	12	4.2
รวม	287	100.0
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	155	54.0
10,001-20,000 บาท	11	3.8
20,001-30,000 บาท	44	15.3
30,001-40,000 บาท	44	15.3
40,001-50,000 บาท	11	3.8

มากกว่า 80,000 บาทขึ้นไป	22	7.7
รวม	287	100.0
6. จำนวนผู้เข้าร่วมในหอพัก		
1-2 คน	144	50.2
3-4 คน	143	49.8
รวม	287	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยส่วนมากเป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 69.0 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 100 สถานภาพ โสด คิดเป็นร้อยละ 100 ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54. และกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนผู้เข้าร่วมในหอพัก 1-2 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.2 ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของนักศึกษาจีนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

4.2 ข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกหอพักของนักศึกษาจีน ในเขตบางเขน ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการเช่าที่พักนานที่สุด

ระยะเวลาในการเช่าที่พักนานที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 1 เดือน - 6 เดือน	33	11.5
มากกว่า 6 เดือน - 1 ปี	88	30.7
มากกว่า 1 ปี - 2 ปี	99	34.5
มากกว่า 2 ปี - 3 ปี	22	7.7
มากกว่า 3 ปีขึ้นไป	45	15.7
รวม	287	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า พฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัย ในเขตบางเขน ของนักศึกษาจีนกลุ่มตัวอย่าง จากการตอบแบบสอบถามพบ คือ นักศึกษาจีนส่วนใหญ่มีระยะเวลาการพักอาศัยนานที่สุด มากกว่า 1 ปี - 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาคือ มากกว่า 6 เดือน - 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.7 และมากกว่า 3 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15.7 ตามลำดับ

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของราคาค่าเช่าที่พักต่อเดือนโดยเฉลี่ย (ไม่รวมค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าบริการอื่น ๆ

ราคาค่าเช่าที่พักต่อเดือนโดยเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	132	46.0
5,000 บาท	66	23.0
10,000- 15,000 บาท	67	23.3
15,001-20,000 บาท	11	3.8
มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป	11	3.8
รวม	287	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า พฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัย ในเขตบางเขน ของนักศึกษาจีนกลุ่มตัวอย่าง ด้านราคาค่าเช่าที่พักต่อเดือนโดยเฉลี่ย (ไม่รวมค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าบริการอื่น ๆ) พบว่า ส่วนมาก ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45. 46.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา 10,000- 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.3 และ 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.0ตามลำดับ

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายอื่น ๆ นอกเหนือจากค่าเช่า (ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่า Internet ชักรีด ค่าบริการอื่น ๆ ฯลฯ)

ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ นอกเหนือจากค่าเช่า (ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่า Internet ชักรีด ค่าบริการอื่น ๆ ฯลฯ)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2,000 บาท	187	65.2
2,001-3,000 บาท	55	19.2
3,001-4,000 บาท	34	11.8
5,001-6,000 บาท	11	3.8
รวม	287	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า พฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัย ในเขตบางเขน ของนักศึกษาจีนกลุ่มตัวอย่าง ด้านค่าใช้จ่ายอื่น ๆ นอกเหนือจากค่าเช่า (ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่า Internet ชักรีด ค่าบริการอื่น ๆ ฯลฯ) ส่วนมากต่ำกว่า 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 65.2 รองลงมา 2,001-3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.2 และ 3,001- 4,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 11.8 ตามลำดับ

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วงที่เช่าที่พัก

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วงที่เช่าที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	188	65.5
20,001-30,000 บาท	33	11.5
30,001-40,000 บาท	44	15.3
40,001-50,000 บาท	11	3.8
มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	11	3.8
รวม	287	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า พฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัย ในเขตบางเขน ของนักศึกษาจีนกลุ่มตัวอย่าง ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วงที่เช่าที่พัก โดยส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท โดยคิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมา 30,001-40,000 บาท โดยคิดเป็นร้อยละ 15.3 และ 20,001-30,000 บาท โดยคิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของการรู้จักที่พักที่เช่า/เคยเช่า จากแหล่งใด

การรู้จักที่พักที่เช่า/เคยเช่าจากแหล่งใด	จำนวน	ร้อยละ
สืบหาด้วยตนเอง	144	50.2
คำแนะนำของคนรู้จัก	55	19.2
อื่น ๆ โปรดระบุ	88	30.7
รวม	287	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า พฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัย ในเขตบางเขน ของนักศึกษาจีนกลุ่มตัวอย่าง ด้านรู้จักที่พักที่เช่า/เคยเช่า จากแหล่งใด พบว่า ส่วนใหญ่สืบหาด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 50.2 รองลงมาคือ อื่น ๆ โปรดระบุ คิดเป็นร้อยละ 30.7 และคำแนะนำของคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 19.2 ตามลำดับ

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พัก

อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	188	65.5
เพื่อน	88	30.7
พ่อแม่	11	3.8
รวม	287	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า พฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัย ในเขตบางเขน ของนักศึกษาจีนกลุ่มตัวอย่าง ด้านอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พัก พบว่า ส่วนใหญ่ตัดสินใจเช่าที่พักด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมาคืออิทธิพลจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 30.7 และอิทธิพลจากพ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

2. ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของนักศึกษาจีน ในเขตบางเขน

ข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ครบถ้วนสมบูรณ์ทั้งสิ้น 287 ชุด สามารถสรุปค่ามัธยฐาน เลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจการตัดสินใจเลือกห้องพักของนักศึกษาจีน ในเขตบางเขน ตามปัจจัยทั้งหมด 7 ปัจจัย ดังตารางที่ 9 ต่อไปนี้

ตารางที่ 9 แสดงสรุปค่ามัธยฐานเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	(n= 287)		แปลผล
	\bar{X}	S.D.	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.88	.92	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.91	1.07	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ทำเลที่ตั้ง)	4.01	1.09	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	3.65	1.06	มาก
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.00	1.13	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.01	1.14	มาก
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.93	.88	มาก
รวม	3.91	.98	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยของระดับความเห็น
 อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = .98) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านปัจจัยด้านช่องทางการจัด
 จำหน่าย (ทำเลที่ตั้ง)มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 1.09) โดยมีค่าเท่ากับ ปัจจัยด้าน
 กระบวนการให้บริการในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 1.14) รองลงมา คือ ด้านปัจจัยด้านบุคลากรอยู่ใน
 ระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 1.13) ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 1.06)

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อ

สรุปการตัดสินใจซื้อ	\bar{X}	S.D	การแปล ค่า
ถ้าให้ตัดสินใจได้ใหม่ ท่านจะตัดสินใจเลือกเช่าที่ พัก ที่ท่านกำลังประเมินนี้หรือไม่	4.31	.722	เช่าแน่นอน

จากตารางที่ 10 พบว่า นักศึกษาจีนมีระดับการตัดสินใจเลือกหอพัก ที่กำลังประเมินอยู่ในระดับ
 เช่าแน่นอน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31

3. การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่ผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของ
 นักศึกษาจีน ในเขตบางเขน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ของงานวิจัยนี้ คือ การศึกษาว่าผู้ให้ข้อมูลที่มีลักษณะทาง
 ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกหอพัก ในเขตบางเขน และแตกต่างกันหรือไม่ จากการ
 ทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยส่วนนี้ มีรายละเอียดต่อไปนี้

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ t-test พบว่าในภาพรวมนักศึกษาจีนที่มีเพศต่างกันมีการ
 ตัดสินใจเลือกหอพัก ด้วยปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกัน โดยมีค่า t-test เพศชาย เท่ากับ -3.043 เพศ
 หญิง เท่ากับ -3.146 และมีค่า Sig. เท่ากับ .267 ซึ่งมากกว่าค่า Sig. ที่กำหนดไว้ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า เพศที่
 ต่างกัน โดยรวมไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกหอพัก ด้วยปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ระดับการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจเลือกหอพัก ด้วยปัจจัยทาง
 การตลาดที่แตกต่างกัน โดยมีค่า f-test เท่ากับ 1.311 และมีค่า Sig. เท่ากับ .271 ซึ่งมากกว่าค่า Sig. ที่
 กำหนดไว้ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกหอพัก ด้วยปัจจัย
 ทางการตลาดที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ นักศึกษาจีนที่ได้รับจำนวนเงินใช้จ่ายต่อเดือนต่างกัน เมื่อ
 เปรียบเทียบรายคู่ ความแตกต่างนักศึกษาจีนที่ได้รับจำนวนเงินใช้จ่ายต่อเดือน ต่างกัน มีการตัดสินใจ

เลือกห้องพักด้วยปัจจัยทางการตลาดโดยภาพรวมทุกปัจจัย พบว่า จำนวนเงินใช้จ่ายต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักด้วยปัจจัยทางการตลาดโดยภาพรวมทุกปัจจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปและอภิปรายผล

ความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของนักศึกษาจีน ในเขตบางเขน จำนวนเงินใช้จ่ายต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักด้วยปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฝนทิพย์ วงศ์ศุภชาติกุล (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีทั้งหมด 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยด้านการจัดการภายใน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 2) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ตามลำดับ

ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นคุณสมบัติห้องพักในเรื่องของขนาดห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านสะดวกซื้อ fitness เคเบิ้ล หรืออินเทอร์เน็ต การออกแบบอาคารที่สวยงาม หรือการใช้เฟอร์นิเจอร์คุณภาพดีนั้น ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของนักศึกษาจีน ในเขตบางเขน เนื่องจากคุณสมบัติของที่พักรั้งต้น เป็นคุณสมบัติพื้นฐาน ที่ที่พักรั้งต้นต้องมี เมื่อที่พักรั้งต้นใหญ่มีปัจจัยเหล่านี้อยู่แล้ว ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จึงไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของนักศึกษาจีน

ปัจจัยด้านราคา ซึ่งได้แก่ การมีราคาที่เหมาะสมในเรื่องของคุณภาพ ขนาด สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการ ค่าสาธารณูปโภค ค่าประกันห้อง และค่าเช่าล่วงหน้าก่อนเข้าพักของที่พักรั้งต้น ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของนักศึกษาจีน เนื่องมาจากอพาร์ทเมนต์หรือห้องพักนักศึกษา จะมีช่วงราคาโดยเฉลี่ยไม่แตกต่างกันมากในแต่ละเขตพื้นที่ ในเขตบางเขน ซึ่งเป็นผลมาจากภาวะการแข่งขันธุรกิจห้องเช่าที่สูง ผู้เช่าจึงสามารถคาดการณ์ราคาห้องพัก จากทำเลและการเปรียบเทียบคุณภาพห้องได้ไม่ยาก รวมทั้งที่พักรั้งต้นใหญ่จะเก็บค่าเช่าล่วงหน้าในอัตราที่เหมือนกัน ดังนั้นปัจจัยด้านราคาจึงไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต เช่น งานวิจัยของ นพรุจ บรรจงจิตรและ กองกฤษทิไศชัยวัฒน์ (2556) ที่พบว่า ปัจจัยด้านราคาไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของนักศึกษาจีน จะเกิดการตัดสินใจเมื่อห้องพักอยู่ใกล้กับศูนย์การค้า มีการคมนาคมที่สะดวก มีระยะทางระหว่างที่พักรั้งต้นที่เรียนไม่ไกล และบริเวณที่พักรั้งต้นอยู่ใกล้กับร้านอาหาร หรือร้านสะดวกซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลัดดาวัลย์ ประกอบมูล (2556) ที่พบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่นักศึกษาในจังหวัดปทุมธานีใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก ในภาพรวมอยู่ใน

ระดับมาก โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจสูงสุด คือหอพักที่อยู่ใกล้สถานบันการศึกษา ส่วนหอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า หอพักอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และหอพักที่มีความสะดวกในการเดินทาง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากรองลงมาตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด และบริการเพื่ออำนวยความสะดวก ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ที่พักรู้จัก การได้รับส่วนลดค่าเช่าหรือค่าบริการต่างๆ การได้รับของสมนาคุณ การได้รับความยืดหยุ่นของระยะเวลาการจ่ายค่าเช่า หรือการมีร้านค้าอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ร้านอาหาร Delivery หรือร้านซักอบรีด ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักของนักศึกษาจีน ในเขตบางเขน

ปัจจัยด้านบุคลากรและการให้บริการ ซึ่งได้แก่ พนักงานส่งมอบคุณภาพการบริการ (Service Quality) ให้แก่ผู้เช่าบุคลากรพูดจาสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ มีทักษะในการให้บริการ ช่วยเหลือแก้ปัญหาให้ผู้เช่าได้อย่างรวดเร็ว สามารถทำงานที่ตนเองรับผิดชอบได้อย่างดี รวมไปถึงรักษาคุณภาพของกระบวนการให้บริการ และรักษาความปลอดภัยให้อยู่ในระดับดี ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักของนักศึกษาจีน ในเขตบางเขน

ปัจจัยด้านกระบวนการเพื่อดำเนินการตามระเบียบเงื่อนไข และเอกสารทางการเงินที่ถูกต้อง ได้แก่ การมีเงื่อนไขในการพักที่เข้มงวด การทำสัญญาเช่าเป็นลายลักษณ์อักษรและแสดงเงื่อนไขระเบียบต่างๆ อย่างชัดเจน ออกใบเรียกเก็บเงินได้อย่างถูกต้อง พร้อมแจกแจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายที่ชัดเจน และมีความถูกต้องแม่นยำ ในการส่งมอบห้องพักและให้บริการให้แก่ผู้เช่า เนื่องจากกฎระเบียบต่างๆ ของที่พักระยะที่แตกต่างกันมากนัก และผู้เช่าส่วนใหญ่ทราบวิธีการปฏิบัติตนเพื่ออยู่ร่วมกับผู้อื่นอยู่แล้ว ในเรื่องของค่าใช้จ่ายหรือเงื่อนไขต่างๆ มักมีการตกลงก่อนทำสัญญาเช่าพัก รวมไปถึงการเช่าที่พักรับไม่ได้เป็นสินทรัพย์ที่ผูกมัดกับผู้เช่าเป็นเวลานานๆ ปัจจัยด้านกระบวนการเพื่อดำเนินการตามระเบียบเงื่อนไขและเอกสารทางการเงินที่ถูกต้อง จึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักของนักศึกษาจีน ในเขตบางเขน ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของฝนทิพย์ วงศ์ศุภชาติกุล (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ปัจจัยด้านการจัดการภายใน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักของนักศึกษาจีน ในเขตบางเขน ผู้เช่าจะเกิดการตัดสินใจซื้อ เมื่อที่พักรักษาความสะอาดที่มีคุณภาพ ส่งผลให้บริเวณโดยรอบสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย อากาศถ่ายเท มีสภาพแวดล้อมที่เงียบสงบและปลอดภัย มีทางเดินที่มีความกว้างในขนาดเหมาะสม จัดตกแต่งเป็นสัดส่วน มีบริการทางด้านอุปโภคบริโภคที่มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ชนายุส เตียเวงเชิงการุณ (2554) พบว่า โดยรวมปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ความโปร่ง อากาศถ่ายเทได้ดี สภาพแวดล้อมที่เงียบสงบ ความกว้างของทางเดินในหอพักที่เพียงพอและมีการจัดตกแต่งบริเวณอย่างเป็นสัดส่วน ซึ่งจะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม มีผลต่อการเลือกเช่าหอพักของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก

ที่สุด ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความเห็นว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนั้น ส่งผลทั้งต่อสุขภาพกายและสุขภาพใจของผู้เข้าพักอาศัยอีกด้วย

เนื่องจากนักศึกษาจีนมีวัฒนธรรมการเลือกที่อยู่อาศัยที่แตกต่างจากวัฒนธรรมไทย ดังนั้นจะเห็นว่านักศึกษาจีนจะเลือกห้องพักที่ติดกับรถไฟฟ้า หรือห้องพักที่เดินทางไปสถานที่ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกสบาย

เอกสารอ้างอิง

- Lingyun Yang และ กมลทิพย์ คำใจ (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาจีนในการเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. *วารสาร มจร นครน่านปริทรรศน์*, 1(2), 73-78.
- ชนายุส เขียวเชิงการุณ. (2554). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกห้องพักในเขตนิมิตมอุตสาหกรรมลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานครกรณีศึกษา: หอพักซอยคุ้มเกล้า 32. *วารสารการเงินการลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยรังสิต สาขาบริหารธุรกิจ*, 3(1), 39-60
- ธัญรัช วิภัติภูมิประเทศ. (2559). การปรับตัวทางสังคมและวัฒนธรรมของนักศึกษาต่างชาติ:กรณีศึกษา นักศึกษาจีน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย* 8(2), 230-241.
- นพรุจ บรรจงจิตร และ กองกฤษ ไตชัยวัฒน์. (23 พฤษภาคม 2556). ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยให้เข้าบริเวณรอบมหาวิทยาลัยรังสิต. CONFERENCE PAPER มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์, 1-6
- ฝนทิพย์ วงศ์สุชาติกุล. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับ การอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพฯ : สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลัดดาวัลย์ ประกอบมูล. (2556). ปัจจัยที่ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดปทุมธานี. ปทุมธานี : การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2557). *นักศึกษาต่างชาติที่ศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดและในกำกับสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ปีการศึกษา 2555*. กรุงเทพฯ : สำนักยุทธศาสตร์อุดมศึกษาต่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. 9th Edition. N J: Prentice Hall International.

No Fear Investment : อย่ากลัวการลงทุน
A Study on the ETF Collar Strategy
การศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ ETF Collar

Yong Li

ลี้ ยง

International College Krirk University
วิทยาลัยนานาชาติมหาวิทยาลัยเกริก
3 Ram Inthra Rd, Anusawari, Bang Khen, Bangkok 10220
3 ถ. รามอินทราแขวงอนุสาวรีย์เขตบางเขนกรุงเทพมหานคร 10220
Phone:66.92.747.0579
email: li.yong@staff.krirk.ac.th

Abstract

US stock market attracts many individual investors in addition to financial institutes. But individuals are always challenged to consistent returns. Some will sell the stocks that go down certain amount or percentage to cut loss as told by market gurus.

Investors can actually protect their stocks with derivatives, like holding an “insurance policy” on their house, car or other valuable personal properties. Furthermore, they can even have the market pay for part of the “premium”.

Read my **L.I.P.S.**, which stands for *Leverage, Income and Protection Synergy*, I will illustrate with market back-test how to invest for potentially good return with low risk.

Keywords: Investment, ETF, GLD, Options Strategy

บทคัดย่อ

ตลาดหุ้นสหรัฐฯ สามารถดึงดูดนักลงทุนรายย่อยจำนวนมากนอกเหนือจากสถาบันการเงินแต่นักลงทุนมักจะถูกท้าทายเพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่สม่ำเสมอ บางคนอาจจะขายหุ้นเมื่อมันลดลงจำนวนหนึ่งหรือเปอร์เซ็นต์คงที่เพื่อตัดขาดทุนตามที่ผู้รู้ทางการตลาดได้บอกกล่าว

นักลงทุนสามารถปกป้องหุ้นของตนเองได้ด้วยตราสารอนุพันธ์ เช่น การถือ “กรมธรรม์ประกันภัย” ซึ่งอาจทำเกี่ยวกับบ้าน รถยนต์ หรือทรัพย์สิน

ส่วนตัวที่มีค่าอื่น ๆ นอกจากนี้พวกเขายังสามารถมีตลาดใช้ง่าย สำหรับส่วนหนึ่งของ กับ "พรีเมียม"

อ่าน L.I.P.S. ของผม ซึ่งย่อมาจาก Leverage, Income and Protection Synergy ผมจะอธิบายด้วยการทดสอบกับตลาดว่าจะลงทุนอย่างไรเพื่อผลตอบแทนที่ดี และมีความเสี่ยงต่ำ

Introduction

Financial markets play a vital role in facilitating the smooth operation of economies by allocating resources and creating liquidity for businesses and entrepreneurs. The markets make it easy for buyers and sellers to trade their financial holdings. Financial markets create securities products that provide a return for those who have excess funds (investors) and make these funds available to those who need additional money (borrowers).

Financial markets are made by buying and selling numerous types of financial instruments including equities, bonds, currencies, and derivatives.

There are three main investment practices on financial market:

- 1) Financial planners usually apply asset allocation between stocks and bonds. They believe that stocks can yield better return with more risk while bonds are safer with less return. Portfolio for younger customers contains more stocks and less bonds in value; Portfolio for elder customers contains more bonds and less stocks in value. As a result, the portfolio may just beat the inflation, since stock and bond tend to move in different directions;
- 2) Long-term investors may buy stocks of companies because they like certain products or service. They will hold the stocks without any valuation for a long time. It is usually hit or miss;
- 3) Short-term investors, or traders, believe they can time the market. They try to buy low and sell high or buy high sell higher. Emotions like GREED, HOPE or FEAR is always in the way to prevent them from real success;

I will introduce a trading system based on a conservative stock option strategy called Collar with Stocks. It is constructed by holding shares of the underlying stock or ETF while simultaneously buying protective put and selling call options against that holding.

The portfolio of a traditional collar changes little when stocks moves.

Investors can actively manage their positions to improve the results.

For people who have been working all their life and have accumulated some wealth for retirement, investing with the L.I.P.S. methodology may help them live on the return or income of their investment. As the result, they will never need to worry about exhausting their savings.

Choose GLD ETF:

As special financial products, Exchange-Traded Funds(ETFs), have several advantages over a traditional open-end fund or an individual stock, as you see some from table 1, on trading flexibility, portfolio diversification, risk management and low cost.

Table 1 – Major ETFs, market capitalization and dividend rate (October 30, 2020)

Symbol	Last	Description	Market Cap (M\$)	Yield
SPY	329.98	SPDR S&P500 TRUST UNIT	312,633	1.62%
QQQ	276.39	INVECO QQQ TRUST UNIT SER 1	100,260	0.56%
VTI	168.78	VANGUARD TOTAL STK MKT	67,533	1.60%
EWJ	58.58	ISHARES INC MSCI JPN NEW	66,711	1.51%
EFA	61.71	ISHARES TRUST MSCI EAFE	44,616	2.78%
GLD	175.4	SPDR GOLD TRUST GOLD SHS	42,289	0.00%
XLK	113.37	SELECT SECTOR SPDR TRUST TECHNOLOGY	42,180	0.87%
EEM	45.22	ISHARES TRUST MSCI EMG MKT	40,291	1.02%
IWM	155.14	ISHARES TRUST RUSSELL 2000	33,914	1.46%
IJH	190.8	ISHARES TRUST CORE S&P MCP	28,553	1.75%
DIA	266.59	SPDR DOW JONES IND UT SER 1	21,898	0.53%
XLF	23.79	SELECT SECTOR SPDR TRUST SBI INT-FINL	21,651	2.27%
TLT	159.14	ISHARES TRUST 20 YR TR BD	19,702	1.27%
AGG	117.52	ISHARES TRUST CORE US AGGBD ET	18,333	2.06%
SLV	21.71	ISHARES SILVER TRUST ISHARES	13,028	0.00%
FXI	44.55	ISHARES TRUST CHINA LG-CAP	3,455	1.50%
XLE	28.56	SELECT SECTOR SPDR TRUST ENERGY	2,701	7.61%
EWA	19.87	ISHARES INC MSCI AUST	1,260	2.86%
USO	25.6	UNITED STATES OIL FUND LP UNITS	515	0.00%
UNG	12.55	UNITED STATES NATURAL GAS FUND UNIT PAR	306	0.00%

GLD, SPDR Gold Trust, is part of the SPDR family of ETFs managed and marketed by State Street Global Advisors. It is a major ETF on US market.

GLD is designed to initially track the price of a tenth of an ounce of gold. If the share price differs from the gold market price, the fund's manager exchanges blocks of 100,000 shares for 10,000 ounces of gold. The possibility of such exchanges keeps the ETF price roughly in line with the gold price, although the prices can diverge during each day.

As of March 31, 2019, the trust had 24,572,554.8 ounces of vaulted gold in its custody, representing an asset value of \$31,697,578,486.50.

Even GLD is chosen for the study, the trading result may well be similar for any active traded and option-able ETF which share price is greater than \$50. The long-short pair of options cancel out most effect of volatility difference.

Trading Plan:

“Plan the trade and trade the plan.” Jody Samuels (2015) Successful investors set up proven trading rules, and follow the rules with discipline.

- 1) Open position: Long GLD, long slightly OTM put and short OTM call with 30% Delta that expires less than two months simultaneously when GLD's 3-day RSI dipped below 30, while its 14-day RSI is still above 50 and 13-day EMA greater than 48-day EMA;
- 2) Position adjustment: If GLD goes down and the existing put is more than 1 major strike price ITM, roll down the put option at the day GLD price rises by selling the existing put and buy new just OTM same month put option; Sell the put that has value at its expiration day;
- 3) Continuation: Long next month slightly OTM put and short next month OTM call with 30% Delta or less when the options are expired and GLD is untapped;
- 4) Exit 1: GLD goes up beyond the call strike price at the option expiration date. Shares are called away at the call strike price;
- 5) Exit 2: The position has established for more than 3 months. GLD goes up and gets close to the call strike price. Sell GLD to close the position at the option expiration date;
- 6) Exit 3: The uptrend has reversed. Roll along for one downward swing. Set the new put ATM when GLD starts to go down again. Execute the

put to close the position if GLD dips below the put strike price at the option expiration date.

Test Period and Result

GLD reached over \$170 per share in July, 2011. It dropped to as low as just above \$100 per share in December of 2015. It then had come back to \$170 price level again after the price of GLD struggled for 9 years in July, 2020. For buy and hold investors, the investment on GLD would not have any profit and would lose value on inflation. If people do not have the gut to hold through the 40% downward swing, they would lose by cutting loss.

I test my strategy over the same period of the 9 years. The execution and results are listed in following Tables:

Table 2 – the Open and Close of GLD Positions

Date	Close	EMA13	EMA48	EMA 3 Above EMA 48	RSI3	RSI14	Trade
Monday, August 22, 2011	184.59	169.46	159.13	Yes	96.69	83.92	
Tuesday, August 23, 2011	177.67	170.96	159.98	Yes	45.16	66.64	
Wednesday, August 24, 2011	171.65	172.91	160.99	Yes	26.63	55.87	Open P1
Thursday, August 25, 2011	172.36	173.59	161.67	Yes	31.60	56.76	
Friday, August 26, 2011	177.47	173.31	162.07	Yes	60.47	62.59	
... ..							
Thursday, January 19, 2012	161.22	158.15	160.68	No	69.87	55.48	
Friday, January 20, 2012	162.07	158.64	160.72	No	79.66	57.46	Close P1
Monday, July 30, 2012	157.43	154.30	154.94	No	88.07	60.83	
Tuesday, July 31, 2012	156.49	154.76	155.05	No	52.21	56.52	
Wednesday, August 1, 2012	155.14	155.14	155.14	Yes	27.81	50.94	Open P2
Thursday, August 2, 2012	154.13	155.34	155.20	Yes	18.25	47.19	
Friday, August 3, 2012	155.55	155.31	155.20	Yes	52.62	52.49	
... ..							
Wednesday, September 19, 2012	171.74	167.03	161.08	Yes	73.75	75.86	
Thursday, September 20, 2012	171.47	167.70	161.52	Yes	63.99	74.37	
Friday, September 21, 2012	171.96	168.28	161.93	Yes	73.53	75.31	Close P2
Monday, September 24, 2012	171.05	168.73	162.32	Yes	42.32	70.12	
Tuesday, September 25, 2012	170.77	169.19	162.72	Yes	35.38	68.55	
Wednesday, September 26, 2012	169.81	169.46	163.06	Yes	19.20	63.33	Open P3
Thursday, September 27, 2012	172.34	169.65	163.37	Yes	71.22	69.85	
Friday, September 28, 2012	171.89	169.67	163.63	Yes	60.78	67.55	
... ..							
Wednesday, February 13, 2013	159.05	161.49	162.56	No	11.86	36.58	
Thursday, February 14, 2013	158.35	161.27	162.45	No	7.98	34.00	
Friday, February 15, 2013	155.76	160.95	162.31	No	2.83	26.53	close P3

Date	Close	EMA13	EMA48	EMA 3 Above EMA 48	RSI3	RSI14	Trade
Tuesday, February 19, 2013	155.33	160.58	162.15	No	2.44	25.53	
Wednesday, February 20, 2013	151.44	159.89	161.89	No	0.85	18.66	
... ..							
Tuesday, September 3, 2013	136.42	133.35	130.29	Yes	65.89	66.60	
Wednesday, September 4, 2013	134.66	133.54	130.47	Yes	38.29	59.39	
Thursday, September 5, 2013	132.20	133.95	130.71	Yes	20.39	51.06	Open P4
Friday, September 6, 2013	134.15	134.05	130.87	Yes	48.83	56.29	
Monday, September 9, 2013	133.91	133.79	130.92	Yes	45.81	55.51	
... ..							
Wednesday, February 19, 2014	126.27	123.24	121.44	Yes	57.70	65.86	
Thursday, February 20, 2014	127.60	123.83	121.68	Yes	75.56	69.33	
Friday, February 21, 2014	127.58	124.18	121.87	Yes	74.85	69.21	Close P4
Monday, February 24, 2014	128.99	124.67	122.10	Yes	87.41	72.63	
Tuesday, February 25, 2014	129.21	125.08	122.33	Yes	88.73	73.13	
... ..							
Tuesday, January 27, 2015	124.40	120.94	117.54	Yes	63.86	66.97	
Wednesday, January 28, 2015	123.42	121.23	117.77	Yes	45.32	62.82	
Thursday, January 29, 2015	120.76	121.69	118.04	Yes	20.77	53.20	Open P5
Friday, January 30, 2015	123.45	121.93	118.26	Yes	56.51	59.89	
Monday, February 2, 2015	122.42	121.77	118.36	Yes	44.88	56.56	
... ..							
Wednesday, June 17, 2015	113.85	113.60	114.40	No	67.42	49.09	
Thursday, June 18, 2015	115.32	113.56	114.36	No	87.49	57.79	
Friday, June 19, 2015	115.12	113.60	114.34	No	77.72	56.38	Close P5
Monday, June 22, 2015	113.64	113.84	114.38	No	34.70	47.19	
Tuesday, June 23, 2015	112.89	114.03	114.41	No	24.42	43.34	
... ..							
Thursday, October 22, 2015	111.69	111.34	109.50	Yes	35.45	56.65	
Friday, October 23, 2015	111.50	111.40	109.60	Yes	30.33	55.60	
Monday, October 26, 2015	111.43	111.44	109.68	Yes	28.09	55.19	Open P6
Tuesday, October 27, 2015	111.68	111.45	109.75	Yes	48.49	56.42	
Wednesday, October 28, 2015	110.78	111.45	109.82	Yes	19.15	50.99	
... ..							
Wednesday, February 17, 2016	115.48	112.48	107.58	Yes	48.52	66.23	
Thursday, February 18, 2016	118.29	112.81	107.87	Yes	71.25	71.19	
Friday, February 19, 2016	117.58	113.19	108.18	Yes	61.04	68.45	Close P6
Monday, February 22, 2016	115.49	113.92	108.60	Yes	37.38	61.02	
Tuesday, February 23, 2016	117.22	114.44	108.96	Yes	57.72	64.46	
... ..							
Thursday, March 10, 2016	121.50	118.63	112.85	Yes	70.91	66.79	
Friday, March 11, 2016	119.41	118.76	113.13	Yes	37.82	58.60	

Date	Close	EMA13	EMA48	EMA 3 Above EMA 48	RSI3	RSI14	Trade
Monday, March 14, 2016	117.87	119.16	113.47	Yes	24.95	53.40	Open P7
Tuesday, March 15, 2016	117.96	119.19	113.71	Yes	27.13	53.66	
Wednesday, March 16, 2016	120.59	119.00	113.88	Yes	67.89	60.55	
... ..							
Wednesday, October 19, 2016	121.11	121.21	124.21	No	80.75	40.22	
Thursday, October 20, 2016	120.74	121.10	124.05	No	61.54	38.51	
Friday, October 21, 2016	120.83	121.10	123.93	No	64.61	39.19	Close P7
Monday, October 24, 2016	120.56	121.05	123.80	No	47.54	37.83	
Tuesday, October 25, 2016	121.47	121.02	123.68	No	77.54	44.75	
... ..							
Tuesday, January 24, 2017	115.27	113.46	113.60	No	55.67	62.48	
Wednesday, January 25, 2017	114.32	113.80	113.69	Yes	30.30	56.37	
Thursday, January 26, 2017	113.26	114.01	113.75	Yes	17.19	50.45	Open P8
Friday, January 27, 2017	113.49	114.05	113.78	Yes	27.41	51.64	
Monday, January 30, 2017	113.97	113.94	113.75	Yes	47.64	54.11	
... ..							
Wednesday, April 19, 2017	121.73	120.41	118.21	Yes	43.59	63.68	
Thursday, April 20, 2017	121.96	120.75	118.40	Yes	51.07	64.75	
Friday, April 21, 2017	122.31	120.89	118.53	Yes	62.44	66.37	Close P8
Monday, April 24, 2017	121.48	121.04	118.67	Yes	34.18	59.38	
Tuesday, April 25, 2017	120.25	121.22	118.82	Yes	17.04	50.84	Open P9
Wednesday, April 26, 2017	120.84	121.26	118.93	Yes	39.04	54.24	
Thursday, April 27, 2017	120.39	121.12	118.98	Yes	29.95	51.32	
... ..							
Wednesday, June 14, 2017	119.82	120.83	119.63	Yes	16.74	47.67	
Thursday, June 15, 2017	119.32	120.78	119.66	Yes	11.36	44.83	
Friday, June 16, 2017	119.34	120.64	119.67	Yes	13.04	44.97	Close P9
Monday, June 19, 2017	118.43	120.45	119.65	Yes	5.69	39.95	
Tuesday, June 20, 2017	118.18	120.29	119.64	Yes	4.62	38.67	
... ..							
Wednesday, August 2, 2017	120.40	119.08	118.62	Yes	56.72	63.02	
Thursday, August 3, 2017	120.59	119.30	118.71	Yes	67.51	64.18	
Friday, August 4, 2017	119.65	119.46	118.78	Yes	23.68	54.94	Open P10
Monday, August 7, 2017	119.51	119.62	118.85	Yes	20.68	53.70	
Tuesday, August 8, 2017	119.86	119.62	118.88	Yes	46.23	56.35	
... ..							
Wednesday, September 13, 2017	125.61	125.62	122.37	Yes	27.94	57.47	
Thursday, September 14, 2017	126.16	125.75	122.54	Yes	45.22	59.76	
Friday, September 15, 2017	125.53	125.73	122.66	Yes	32.03	56.03	Close P10
Monday, September 18, 2017	124.36	125.79	122.81	Yes	17.67	49.81	

Date	Close	EMA13	EMA48	EMA 3 Above EMA 48	RSI3	RSI14	Trade
Tuesday, September 19, 2017	124.62	125.76	122.92	Yes	28.37	51.11	Open P11
Wednesday, September 20, 2017	123.62	125.56	122.98	Yes	16.21	46.17	
Thursday, September 21, 2017	122.68	125.42	123.04	Yes	10.10	42.05	
... ..							
Wednesday, January 17, 2018	126.14	124.45	122.45	Yes	48.74	66.76	
Thursday, January 18, 2018	125.86	124.83	122.64	Yes	40.91	64.37	
Friday, January 19, 2018	126.42	125.02	122.79	Yes	60.13	66.92	Close P11
Monday, January 22, 2018	126.65	125.14	122.91	Yes	66.78	67.93	
Tuesday, January 23, 2018	127.28	125.32	123.06	Yes	80.30	70.60	
Wednesday, January 24, 2018	128.83	125.51	123.20	Yes	92.12	75.90	
Thursday, January 25, 2018	127.97	125.77	123.37	Yes	61.43	68.52	
Friday, January 26, 2018	128.07	126.20	123.59	Yes	63.55	68.89	
Monday, January 29, 2018	127.35	126.46	123.77	Yes	39.89	63.02	
Tuesday, January 30, 2018	126.80	126.69	123.95	Yes	27.96	58.88	Open P12
Wednesday, January 31, 2018	127.65	126.78	124.09	Yes	57.46	62.93	
Thursday, February 1, 2018	128.07	126.78	124.20	Yes	67.36	64.77	
... ..							
Wednesday, May 16, 2018	122.29	124.88	125.56	No	9.75	32.58	
Thursday, May 17, 2018	122.36	124.54	125.44	No	14.11	33.20	
Friday, May 18, 2018	122.41	124.22	125.31	No	18.33	33.67	Close P12
Monday, May 21, 2018	122.48	123.95	125.19	No	25.98	34.36	
Tuesday, May 22, 2018	122.41	123.73	125.07	No	22.78	33.98	
... ..							
Friday, October 26, 2018	116.77	115.42	114.70	Yes	75.14	64.33	
Monday, October 29, 2018	116.31	115.56	114.77	Yes	44.97	59.90	
Tuesday, October 30, 2018	115.80	115.74	114.85	Yes	26.96	55.35	Open P13
Wednesday, October 31, 2018	115.15	115.82	114.91	Yes	15.27	50.12	
Thursday, November 1, 2018	116.63	115.82	114.95	Yes	65.85	59.50	
... ..							
Wednesday, February 13, 2019	123.37	123.54	121.16	Yes	32.22	55.12	
Thursday, February 14, 2019	124.06	123.59	121.27	Yes	61.63	59.43	
Friday, February 15, 2019	124.80	123.55	121.36	Yes	77.40	63.48	Close P13
Tuesday, February 19, 2019	126.70	123.63	121.47	Yes	91.25	71.38	
Wednesday, February 20, 2019	126.48	123.79	121.61	Yes	82.47	69.51	
Thursday, February 21, 2019	125.05	124.21	121.81	Yes	42.56	58.71	
Friday, February 22, 2019	125.50	124.53	122.00	Yes	53.24	60.78	
Monday, February 25, 2019	125.37	124.61	122.13	Yes	49.27	59.85	
Tuesday, February 26, 2019	125.58	124.74	122.27	Yes	57.03	60.89	
Wednesday, February 27, 2019	124.69	124.83	122.39	Yes	28.91	54.44	Open P14
Thursday, February 28, 2019	123.99	124.93	122.52	Yes	18.27	49.96	
Friday, March 1, 2019	121.88	124.90	122.61	Yes	6.86	39.42	
... ..							
Wednesday, June 19, 2019	127.89	125.19	123.14	Yes	91.74	74.42	
Thursday, June 20, 2019	131.11	125.46	123.30	Yes	97.91	82.39	
Friday, June 21, 2019	131.98	125.81	123.49	Yes	98.39	83.85	Close P14
Monday, June 24, 2019	133.94	126.57	123.80	Yes	99.10	86.56	

Date	Close	EMA13	EMA48	EMA 3 Above EMA 48	RSI3	RSI14	Trade
Tuesday, June 25, 2019	134.20	127.34	124.14	Yes	99.17	86.88	
Wednesday, June 26, 2019	132.97	128.28	124.54	Yes	63.13	77.62	
Thursday, June 27, 2019	132.84	129.13	124.93	Yes	59.69	76.69	
Friday, June 28, 2019	133.20	129.68	125.26	Yes	67.13	77.49	
Monday, July 1, 2019	130.62	130.13	125.57	Yes	22.50	61.20	Open P15
Tuesday, July 2, 2019	133.41	130.57	125.88	Yes	62.71	68.83	
Wednesday, July 3, 2019	133.63	130.58	126.07	Yes	64.87	69.34	
... ..							
Wednesday, August 14, 2019	142.75	138.37	133.14	Yes	75.14	70.63	
Thursday, August 15, 2019	143.70	138.86	133.49	Yes	83.02	72.43	
Friday, August 16, 2019	142.78	139.41	133.87	Yes	56.84	68.08	Close P15
Monday, August 19, 2019	141.11	140.03	134.27	Yes	30.58	60.94	
Tuesday, August 20, 2019	142.21	140.42	134.62	Yes	52.34	63.64	
Wednesday, August 21, 2019	141.76	140.52	134.88	Yes	43.90	61.76	
Thursday, August 22, 2019	141.40	140.76	135.18	Yes	36.78	60.22	
Friday, August 23, 2019	144.17	140.90	135.45	Yes	77.98	67.02	
Monday, August 26, 2019	144.19	140.97	135.69	Yes	78.14	67.06	
Tuesday, August 27, 2019	145.57	141.43	136.04	Yes	87.33	70.02	
Wednesday, August 28, 2019	145.16	141.82	136.37	Yes	73.55	68.07	
Thursday, August 29, 2019	144.12	142.36	136.75	Yes	45.96	63.24	
Friday, August 30, 2019	143.75	142.76	137.09	Yes	38.29	61.57	
Tuesday, September 3, 2019	145.75	142.95	137.38	Yes	73.77	66.70	
Wednesday, September 4, 2019	146.66	143.07	137.64	Yes	81.16	68.74	
Thursday, September 5, 2019	143.14	143.45	137.97	Yes	30.80	54.75	
Friday, September 6, 2019	141.92	143.91	138.32	Yes	23.29	50.88	
Monday, September 9, 2019	141.39	143.80	138.52	Yes	20.09	49.26	Open P16
Tuesday, September 10, 2019	140.18	143.53	138.66	Yes	13.67	45.67	
Wednesday, Sept 11, 2019	141.03	143.23	138.77	Yes	35.42	48.50	
... ..							
Wednesday, January 15, 2020	146.54	144.80	141.59	Yes	60.90	67.22	
Thursday, January 16, 2020	146.31	144.92	141.76	Yes	52.82	65.62	
Friday, January 17, 2020	146.58	145.16	141.95	Yes	61.75	66.63	Close P16
Tuesday, January 21, 2020	146.74	145.32	142.13	Yes	67.26	67.24	
Wednesday, January 22, 2020	146.79	145.50	142.31	Yes	69.34	67.44	
Thursday, January 23, 2020	147.12	145.68	142.49	Yes	81.15	68.80	
Friday, January 24, 2020	147.98	145.84	142.67	Yes	92.48	72.07	
Monday, January 27, 2020	148.99	146.02	142.85	Yes	96.34	75.34	
Tuesday, January 28, 2020	147.66	146.30	143.06	Yes	47.80	64.61	
Wednesday, January 29, 2020	148.46	146.68	143.30	Yes	64.11	67.60	
Thursday, January 30, 2020	148.47	146.82	143.48	Yes	64.32	67.64	
Friday, January 31, 2020	149.33	147.06	143.68	Yes	79.63	70.72	

Date	Close	EMA13	EMA48	EMA 3 Above EMA 48	RSI3	RSI14	Trade
Monday, February 3, 2020	148.36	147.26	143.88	Yes	46.14	63.39	
Tuesday, February 4, 2020	146.43	147.55	144.10	Yes	20.46	51.87	Open P17
Wednesday, February 5, 2020	146.61	147.67	144.28	Yes	26.20	52.73	
Thursday, February 6, 2020	147.40	147.49	144.36	Yes	49.99	56.42	
... ..							
Wednesday, April 15, 2020	161.85	154.30	150.57	Yes	74.46	64.30	
Thursday, April 16, 2020	161.71	155.50	151.07	Yes	71.55	63.99	
Friday, April 17, 2020	158.57	156.40	151.51	Yes	30.92	57.35	Close P17
Monday, April 20, 2020	159.70	157.16	151.92	Yes	47.13	59.00	
Tuesday, April 21, 2020	158.61	157.36	152.20	Yes	35.18	56.72	
Wednesday, April 22, 2020	161.73	157.70	152.50	Yes	68.96	61.32	
Thursday, April 23, 2020	163.34	157.83	152.75	Yes	77.88	63.48	
Friday, April 24, 2020	162.64	158.39	153.12	Yes	65.59	61.87	
Monday, April 27, 2020	161.56	159.09	153.53	Yes	48.04	59.35	
Tuesday, April 28, 2020	160.84	159.60	153.91	Yes	37.90	57.67	
Wednesday, April 29, 2020	161.73	159.88	154.22	Yes	55.37	59.21	
Thursday, April 30, 2020	158.80	160.02	154.49	Yes	23.17	52.45	Open P18
Friday, May 1, 2020	159.78	160.26	154.78	Yes	40.52	54.33	
Monday, May 4, 2020	160.34	160.05	154.95	Yes	50.17	55.41	
... ..							
Wednesday, July 15, 2020	170.34	167.79	163.78	Yes	81.87	68.91	
Thursday, July 16, 2020	168.73	168.14	164.04	Yes	29.28	59.45	
Friday, July 17, 2020	170.12	168.45	164.30	Yes	61.39	64.04	Close P18
Monday, July 20, 2020	170.94	168.49	164.48	Yes	72.46	66.45	
Tuesday, July 21, 2020	173.00	168.72	164.71	Yes	86.76	71.61	
Wednesday, July 22, 2020	175.63	169.04	164.97	Yes	93.36	76.56	
Thursday, July 23, 2020	177.18	169.61	165.29	Yes	95.39	78.90	
Friday, July 24, 2020	178.70	170.47	165.72	Yes	96.82	80.91	

Table 3 – GLD Trade Executions and Results

Trade	Spread	Side	Qty	Expir.	Strk. (\$)	Type	Date	Unit Amt. (\$)	Comm. (\$)	Amount (\$)
1.01	GLD Collar	Long	100	21-Oct-11	180	ETF	24-Aug-11	-17389.60	-2	-17391.60
		Short	-1			Call				
		Long	1			Put				
1.02	Vertical	Short	-1	21-Oct-11	170	Put	27-Sep-11	630.00	-2	628.00
		Long	1			Put				
1.03	Vertical	Short	-1	21-Oct-11	160	Put	29-Sep-11	155.00	-2	153.00
		Long	1			Put				
1.04	Combo	Short	-1	18-Nov-11	170	Call	24-Oct-11	-173.50	-2	-175.50
		Long	1			Put				
1.05	Combo	Short	-1	16-Dec-11	170	Call	21-Nov-11	-90.50	-2	-92.50
		Long	1			Put				
1.06	Single	Short	-1	16-Dec-11	165	Put	16-Dec-11	475.00	-1	474.00

Trade	Spread	Side	Qty	Expir.	Strk. (\$)	Type	Date	Amount Unit (\$)	Comm. (\$)	Amount (\$)
1.07	Combo	Short	-1	20-Jan-12	162	Call	19-Dec-11	-181.00	-2	-183.00
		Long	1		153	Put				
1.08	Close	Call Exec	100			ETF	20-Jan-12	16200.00	-2	16198.00
Profit+ / Loss- (\$)										-389.60
Time in the Market (months)										5.0
Profit+ / Loss- (%)										-2.2%
Annualized Return (%)										-5.4%
2.01	GLD Collar	Long	100	21-Sep-12		ETF	1-Aug-12	-	-2	-15596.00
		Short	-1		160	Call				
		Long	1		153	Put				
2.02	Close	Call Exec	100			ETF	21-Sep-12	16000.00	-1	15999.00
Profit+ / Loss- (\$)										403.00
Time in the Market (months)										1.7
Profit+ / Loss- (%)										2.6%
Annualized Return (%)										18.2%
3.01	GLD Collar	Long	100	16-Nov-12		ETF	26-Sep-12	-	-2	-17084.00
		Short	-1		175	Call				
		Long	1		168	Put				
3.02	Vertical	Long	1	16-Nov-12	166	Put	25-Oct-12	115.50	-2	113.50
		Short	-1		168	Put				
3.03	Vertical	Long	1	16-Nov-12	163	Put	5-Nov-12	177.00	-2	175.00
		Short	-1		166	Put				
3.04	Combo	Short	-1	21-Dec-12	173	Call	19-Nov-12	-47.50	-2	-49.50
		Long	1		165	Put				
3.05	Single	Short	-1	21-Dec-12	165	Put	21-Dec-12	467.50	-1	466.50
3.06	Combo	Short	-1	18-Jan-13	165	Call	24-Dec-12	-41.00	-2	-43.00
		Long	1		158	Put				
3.07	Combo	Short	-1	15-Feb-13	167	Call	22-Jan-13	-82.00	-2	-84.00
		Long	1		163	Put				
3.08	Close	Exec. Put	100				15-Feb-13	16300.00		16300.00
Profit (\$)										-205.50
Time in the Market (months)										4.7
Profit (%)										-1.2%
Annualized Return (%)										-3.0%
4.01	GLD Collar	Long	100	18-Oct-13		ETF	5-Sep-13	-	-2	-13356.50
		Short	-1		138	Call				
		Long	1		130	Put				
4.02	Vertical	Long	1	18-Oct-13	127	Put	13-Sep-13	152.50	-2	150.50
		Short	-1		130	Put				

Trade	Spread	Side	Qty	Expir.	Strk. (\$)	Type	Date	Amount Unit (\$)	Comm. (\$)	Amount (\$)
4.03	Vertical	Long	1	18-Oct-13	122	Put	14-Oct-13	321.00	-2	319.00
		Short	-1		127	Put				
4.04	Combo	Short	-1	15-Nov-13	132	Call	21-Oct-13	-102.00	-2	-104.00
		Long	1		125	Put				
4.05	Vertical	Long	1	15-Nov-13	122	Put	13-Nov-13	171.50	-2	169.50
		Short	-1		125	Put				
4.06	Combo	Short	-1	20-Dec-13	128	Call	18-Nov-13	-78.00	-2	-80.00
		Long	1		120	Put				
4.07	Vertical	Long	1	20-Dec-13	117	Put	3-Dec-13	153.50	-2	151.50
		Short	-1		120	Put				
4.08	Single	Short	-1	20-Dec-13	117	Put	20-Dec-13	108.50	-1	107.50
4.09	Combo	Short	-1	17-Jan-14	121	Call	23-Dec-13	-83.50	-2	-85.50
		Long	1		113	Put				
4.10	Combo	Short	-1	21-Feb-14	125	Call	21-Jan-14	-70.00	-2	-72.00
		Long	1		117	Put				
4.11	Close	Call Exec	100	21-Feb-14		ETF	21-Feb-14	12500.00	-1	12499.00
Profit (\$)										-301.00
Time in the Market (months)										5.6
Profit (%)										-2.3%
Annualized Return (%)										-4.8%
5.01	GLD Collar	Long	100	20-Mar-15		ETF	29-Jan-15	-	-2	-12121.50
		Short	-1		125	Call				
		Long	1		118	Put				
5.02	Vertical	Long	1	20-Mar-15	110	Put	13-Mar-15	642.00	-2	640.00
		Short	-1		118	Put				
5.03	Combo	Short	-1	17-Apr-15	120	Call	23-Mar-15	-69.00	-2	-71.00
		Long	1		112	Put				
5.04	Combo	Short	-1	15-May-15	118	Call	20-Apr-15	-42.00	-2	-44.00
5.05	Combo	Short	-1	19-Jun-15	120	Call	18-May-15	-72.00	-2	-74.00
		Long	1		117	Put				
5.06	Close	Exec. Put	100	19-Jun-15	117	ETF	19-Jun-15	11700.00	-1	11699.00
Profit (\$)										28.50
Time in the Market (months)										4.7
Profit (%)										0.2%
Annualized Return (%)										0.6%
6.01	GLD Collar	Long	100	18-Dec-15		ETF	26-Oct-15	-	-2	-11212.00
		Short	-1		115	Call				
		Long	1		110	Put				
6.02	Vertical	Long	1	18-Dec-15	104	Put	9-Nov-15	405.50	-2	403.50
		Short	-1		110	Put				
6.03	Vertical	Long	1	18-Dec-15	102	Put	18-Nov-15	102.50	-2	100.50
		Short	-1		104	Put				

Trade	Spread	Side	Qty	Expir.	Strk. (\$)	Type	Date	Amount Unit (\$)	Comm. (\$)	Amount (\$)
6.04	Combo	Short	-1	15-Jan-16	108	Call	21-Dec-15	-76.00	-2	-78.00
		Long	1		100	Put				
6.05	Vertical	Long	1	15-Jan-16	102	Put	31-Dec-15	83.00	-2	81.00
		Short	-1		102	Put				
6.06	Combo	Short	-1	19-Feb-16	110	Call	19-Jan-16	-98.50	-2	-100.50
		Long	1		103	Put				
6.07	Close	Call Exec	100		110	ETF	19-Feb-16	11000.00	-1	10999.00
Profit (\$)										193.50
Time in the Market (months)										3.9
Profit (%)										1.7%
Annualized Return (%)										5.4%
7.01	GLD Collar	Long	100	20-May-16		ETF	14-Mar-16	11871.00	-2	-11873.00
		Short	-1		125	Call				
		Long	1		115	Put				
7.02	Combo	Short	-1	17-Jun-16	125	Call	23-May-16	-51.00	-2	-53.00
		Long	1		117	Put				
7.03	Vertical	Long	1	17-Jun-16	115	Put	31-May-16	100.50	-2	98.50
		Short	-1		117	Put				
7.04	Combo	Short	-1	15-Jul-16	126	Call	20-Jun-16	-62.50	-2	-64.50
		Long	1		122	Put				
7.05	Vertical	Long	1	15-Jul-16	120	Put	22-Jun-16	111.00	-2	109.00
		Short	-1		122	Put				
7.06	Combo	Short	-1	19-Aug-16	130	Call	18-Jul-16	-14.00	-2	-16.00
		Long	1		125	Put				
7.07	Combo	Short	-1	16-Sep-16	130	Call	22-Aug-16	-42.00	-2	-44.00
		Long	1		127	Put				
7.08	Vertical	Long	1	16-Sep-16	125	Put	1-Sep-16	115.50	-2	113.50
		Short	-1		127	Put				
7.09	Combo	Short	-1	21-Oct-16	128	Call	19-Sep-16	-42.00	-2	-44.00
		Long	1		125	Put				
7.10	Close	Exec. Put	100			ETF	21-Oct-16	12500.00	-1	12499.00
Profit (\$)										725.50
Time in the Market (months)										7.4
Profit (%)										6.1%
Annualized Return (%)										10.0%
8.01	GLD Collar	Long	100	17-Mar-17		ETF	26-Jan-17	11389.00	-2	-11391.00
		Short	-1		117	Call				
		Long	1		112	Put				
8.02	Combo	Short	-1	21-Apr-17	120	Call	20-Mar-17	-10.00	-2	-12.00
		Long	1		116	Put				

Trade	Spread	Side	Qty	Expir.	Strk. (\$)	Type	Date	Amount Unit (\$)	Comm. (\$)	Amount (\$)
8.03	Close	Call Exec	100			ETF	21-Apr-17	12000.00	-1	11999.00
Profit (\$)										596.00
Time in the Market (months)										2.8
Profit (%)										5.2%
Annualized Return (%)										22.2%
9.01	GLD Collar	Long	100	16-Jun-17	125	ETF	25-Apr-17	-12066.50	-2	-12068.50
		Short	-1			Call				
		Long	1			Put				
9.02	Vertical	Long	1	16-Jun-17	116	Put	11-May-17	111.50	-2	109.50
		Short	-1			Put				
9.03	Close	Call Exec	100			ETF	16-Jun-17	12500.00	-1	12499.00
Profit (\$)										540.00
Time in the Market (months)										1.7
Profit (%)										4.5%
Annualized Return (%)										31.0%
10.01	GLD Collar	Long	100	15-Sep-17	124	ETF	4-Aug-17	-12007.50	-2	-12009.50
		Short	-1			Call				
		Long	1			Put				
10.02	Close	Call Exec	100			ETF	15-Sep-17	12400.00	-1	12399.00
Profit (\$)										389.50
Time in the Market (months)										1.4
Profit (%)										3.2%
Annualized Return (%)										27.8%
11.01	GLD Collar	Long	100	17-Nov-17	128	ETF	19-Sep-17	-12536.00	-2	-12538.00
		Short	-1			Call				
		Long	1			Put				
11.02	Vertical	Long	1	17-Nov-17	122	Put	28-Sep-17	116.50	-2	114.50
		Short	-1			Put				
11.03	Vertical	Long	1	17-Nov-17	120	Put	3-Oct-17	105.50	-2	103.50
		Short	-1			Put				
11.04	Combo	Short	-1	15-Dec-17	125	Call	20-Nov-17	-37.00	-2	-39.00
		Long	1			Put				
11.05	Single	Short	-1	15-Dec-17	120	Put	15-Dec-17	81.00	-1	80.00
11.06	Combo	Short	-1	19-Jan-18	125	Call	18-Dec-17	-40.50	-2	-42.50
		Long	1			Put				
11.07	Close	Call Ex	100			ETF	19-Jan-18	12500.00	-1	12499.00
Profit (\$)										177.50
Time in the Market (months)										4.1
Profit (%)										1.4%
Annualized Return (%)										4.2%

Trade	Spread	Side	Qty	Expir.	Strk. (\$)	Type	Date	Amount Unit (\$)	Comm. (\$)	Amount (\$)
12.01	GLD Collar	Long	100	16-Mar-18		ETF	30-Jan-18	-12736.00	-2	-12738.00
		Short	-1		130	Call				
		Long	1		125	Put				
12.02	Vertical	Long	1	16-Mar-18	124	Put	8-Feb-18	103.00	-2	101.00
		Short	-1		126	Put				
12/03	Combo	Short	-1	20-Apr-18	128	Call	19-Mar-18	-40.00	-2	-42.00
		Long	1		124	Put				
12.04	Combo	Short	-1	18-May-18	125	Call	23-Apr-18	-47.50	-2	-49.50
		Long	1		122	Put				
12.05	Close	Ex. Put	100			ETF	18-May-18	12200.00	-1	12199.00
Profit (\$)										-529.50
Time in the Market (months)										3.6
Profit (%)										-4.2%
Annualized Return (%)										-13.9%
13.01	GLD Collar	Long	100	21-Dec-18		ETF	30-Oct-18	-11641.00	-2	-11643.00
		Short	-1		120	Call				
		Long	1		115	Put				
13.02	Vertical	Long	1	21-Dec-18	113	Put	13-Nov-18	103.50	-2	101.50
		Short	-1		115	Put				
13.03	Combo	Short	-1	18-Jan-19	123	Call	24-Dec-18	-17.00	-2	-19.00
		Long	1		119	Put				
13.04	Combo	Short	-1	15-Feb-19	125	Call	22-Jan-19	-24.00	-2	-26.00
		Long	1		120	Put				
13.05	Close	Sell	100			ETF	15-Feb-19	12480.00	-1	12479.00
Profit (\$)										892.50
Time in the Market (months)										3.6
Profit (%)										7.7%
Annualized Return (%)										25.6%
Trade	Spread	Side	Qty	Expir.	Strk. (\$)	Type	Date	Amount Unit (\$)	Comm. (\$)	Amount (\$)
14.01	GLD Collar	Long	100	18-Apr-19		ETF	27-Feb-19	-12512.00	-2	-12514.00
		Short	-1		128	Call				
		Long	1		124	Put				
14.02	Vertical	Long	1	18-Apr-19	121	Put	5-Mar-19	177.50	-2	175.50
		Short	-1		124	Put				
14.03	Combo	Short	-1	17-May-19	125	Call	22-Apr-19	-17.00	-2	-19.00
		Long	1		120	Put				
14.04	Combo	Short	-1	21-Jun-19	125	Call	20-May-19	-24.00	-2	-26.00
		Long	1		120	Put				
14.05	Close	Call Exec	100			ETF	21-Jun-19	12500.00	-1	12499.00
Profit (\$)										115.50
Time in the Market (months)										3.8
Profit (%)										0.9%
Annualized Return (%)										2.9%

Trade	Spread	Side	Qty	Expir.	Strk. (\$)	Type	Date	Amount Unit (\$)	Comm. (\$)	Amount (\$)
15.01	GLD Collar	Long	100	16-Aug-19		ETF	1-Jul-19	-13137.50	-2	-13139.50
		Short	-1		135	Call				
		Long	1		130	Put				
15.02	Close	Call Exec	100			ETF	16-Aug-19	13500.00	-1	13499.00
Profit (\$)										359.50
Time in the Market (months)										1.5
Profit (%)										2.7%
Annualized Return (%)										21.4%
16.01	GLD Collar	Long	100	18-Oct-19		ETF	6-Sep-19	-14248.50	-2	-14250.50
		Short	-1		146	Call				
		Long	1		141	Put				
16.02	Vertical	Long	1	18-Oct-19	139	Put	1-Oct-19	116.50	-2	114.50
		Short	-1		141	Put				
16.03	Combo	Short	-1	15-Nov-19	145	Call	21-Oct-19	-88.50	-2	-90.50
		Long	1		139	Put				
16.04	Vertical	Long	1	15-Nov-19	137	Put	12-Nov-19	124.50	-2	122.50
		Short	-1		139	Put				
16.05	Combo	Short	-1	20-Dec-19	144	Call	18-Nov-19	-80.50	-2	-82.50
		Long	1		138	Put				
16.06	Combo	Short	-1	17-Jan-20	145	Call	23-Dec-19	-22.00	-2	-24.00
		Long	1		138	Put				
16.07	Close	Call Exec	100			ETF	17-Jan-20	14500.00	-1	14499.00
Profit (\$)										288.50
Time in the Market (months)										4.4
Profit (%)										2.0%
Annualized Return (%)										5.5%
17.01	GLD Collar	Long	100	20-Mar-20		ETF	4-Feb-20	-14709.50	-2	-14711.50
		Short	-1		150	Call				
		Long	1		146	Put				
17.02	Vertical	Long	1	20-Mar-20	143	Put	17-Mar-20	145.00	-2	143.00
		Short	-1		146	Put				
17.03	Single	Short	-1	20-Mar-20	143	Put	20-Mar-20	324.00	-1	323.00
17.04	Combo	Short	-1	17-Apr-20	155	Call	23-Mar-20	-115.00	-2	-117.00
		Long	1		143	Put				
17.05	Close	Call Exec	100			ETF	17-Apr-20	15500.00	-1	15499.00
Profit (\$)										1136.50
Time in the Market (months)										2.4
Profit (%)										7.7%
Annualized Return (%)										38.1%

Trade	Spread	Side	Qty	Expir.	Strk. (\$)	Type	Date	Amount Unit (\$)	Comm. (\$)	Amount (\$)
18.01	GLD Collar	Long	100			ETF	30-Apr-20	-15963.50	-2	-15965.50
		Short	-1	19-Jun-20	165	Call				
		Long	1		155	Put				
18.02	Combo	Short	-1	17-Jul-20	170	Call	22-Jun-20	-60.00	-2	-62.00
		Long	1		163	Put				
18.03	Close	Call Exec	100			ETF	17-Jul-20	17000.00	-1	16999.00
Profit (\$)										971.50
Time in the Market (months)										2.6
Profit (%)										6.1%
Annualized Return (%)										28.1%

Table 4 – Summary

Trade Seq.#	Initial Cost (\$)	Profit (\$)	Loss (\$)	Total P&L (\$)	Profit (%)	Loss (%)	Month in Market	Annul. ROR (%)
1	-17391.60		-389.60	-389.60		-2.2%	5.0	-5.4%
2	-15596.00	403.00		403.00	2.6%		1.7	18.2%
3	-17084.00		-205.50	-205.50		-2.4%	4.7	-3.0%
4	-13356.50		-301.00	-301.00		-2.3%	5.6	-4.8%
5	-12121.50	28.50		28.50	0.0%		4.7	0.6%
6	-11212.00	193.50		193.50	1.7%		3.9	5.4%
7	-11873.00	725.50		725.50	0.6%		7.4	10.0%
8	-11391.00	596.00		596.00	5.2%		2.8	22.2%
9	-12068.50	540.00		540.00	4.5%		1.7	31.0%
10	-12009.50	389.50		389.50	3.2%		1.4	27.8%
11	-12538.00	177.50		177.50	1.4%		4.1	4.2%
12	-12738.00		-529.50	-529.50		-4.2%	3.6	-13.9%
13	-11643.00	892.50		892.50	7.7%		3.6	25.6%
14	-12512.00	115.50		115.50	0.9%		3.8	2.9%
15	-13139.50	359.50		359.50	2.7%		1.5	21.4%
16	-14250.50	288.50		288.50	2.0%		4.4	5.5%
17	-14711.50	1136.50		1136.50	7.7%		2.4	38.1%
18	-15965.50	971.50		971.50	6.1%		2.6	28.1%
Max.	-	1136.50	-529.50	-	7.7%	-4.2%	-	-
Avg.	-13302.26	530.27	-391.38	299.55	4.0%	-2.9%	3.6	11.9%
Total	-	\$6,817.50	-\$1,425.60	\$5,391.90	-	-	74.3	-

Analysis

The risk-return tradeoff states that the potential return rises with an increase in risk, so-called “High risk, high return.” M. Piazzesi (2016) With the help of the put and call option pair, I manage to achieve double-digit percentage annualized rate of return with very low risk, while the underlying GLD dipped down then bounced up repeatedly, but ended at the same price level during the same time period.

I initialize my positions with slightly OTM put for good protection. The volatile swing of GLD gives me chance to roll or sell the put with profit; The strike price of further OTM call serves as target price, which not only generates immediate income, but also assists people on closing positions to take profit.

If GLD goes up beyond call strike price right after opening the initial position, the trade will be closed with good profit in less than 2 months; If GLD goes down, the gain on options are realized. The loss on GLD is only on the paper. GLD does not need to come all the way back to the initial buying price for the total position to be profitable.

There is not one single strategy that works for all market. Collar is a bullish strategy. It is most profitable when the underlying ETF goes up. Collar also works well when the market swings wildly. My setting would not be suitable for stagnant or steady downward market.

I look at three technical indicators to initiate positions. The ETF is considered in an uptrend when 13-day exponential moving average(EMA) is greater than 48-day EMA; The ETF shows the upward strength when 14-day RSI is over 50; When 3-day RSI that gets lower than 30 indicating a short time oversold market, which triggers open positions trade. I have executed all trades that meet the criteria. It results in **14 winning trades** with **the average gain of \$530.27 or 4.0%** and **4 losing trades** with **the average loss of \$391.38 or 2.9%**.

A win-loss ratio and winning probability tradeoff exists in the world of stock option trading. It is quite significant to achieve high win-loss ratio with more winning trades. I get the average annualized rate of return of 11.9% in the back-test on a non-rising GLD. The investment would be doubled in 6 years, provided all the gains are invested back to the market.

Conclusion

The position is well controlled throughout the back-test following the trade plan. GLD price swings wildly in the time period. It is impossible to get profit if you cut loss each time when GLD dives down.

Investors can systematically trade the market when they adapt the right strategy for the right market. Traditional Collar strategy is not widely used due to the lack of profit potential. It is proved that investor can actively managing Collar positions to get good returns with low risk.

References and Recommended Reading

- Yong Li (2020). *No Fear Investment : A Study on Collar Strategy*. CAIC & ICTBS 2020.
- M. Piazzesi(2016). *Handbook of Macroeconomics*
- Edelman, R. (2010). *The Truth About Money 4th Edition*. Harper Business.
- Elder, A. (1993). *Trading for a Living*. New York: Wiley.
- Patel, A. B. (1997). *The Mind of a Trader*. London: FT Pitman.
- Jody Samuels (2015). *The Trader's Pendulum: The 10 Habits of Highly Successful Traders*
- Cohen, G. (2005). *The Bible of Options Strategies*. New York: FT Prentice Hall.
- Cohen, G. (2012). *The Insider Edge*. New York: Wiley.
- Welles Wilder, J., Jr. (1991). *The Delta Phenomenon*. McLeansville, NC: Trend Research.
- Cohen, G. (2013). *Options Made Easy Third Edition, Your Guide to Profitable Trading*.
New York: FT Prentice Hall.

