



มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
NORTH BANGKOK UNIVERSITY



การประชุมวิชาการระดับชาติการวิจัยประยุกต์ ประจำปี 2564

National Conference in Applied Research

NCAR NBU

“วิถีชีวิตใหม่ในสังคมที่เปลี่ยนแปลง”

วันศุกร์ที่ 26 มีนาคม 2564 ณ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต

ด้านสังคมศาสตร์ ฉบับที่ 2/4



www.northbkk.ac.th

การประชุมวิชาการระดับชาติ “วิถีใหม่ในสังคมที่เปลี่ยนแปลง” ประจำปี 2564

จัดทำโดย สำนักวิจัย และบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ที่ปรึกษา

ผศ.ดร.ประเสริฐ ประวัตรุ่งเรือง	อธิการบดี
ผศ.ดร.สิทธิพร ประวัตรุ่งเรือง	รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการอาวุโส

กองบรรณาธิการ

ศ.ดร.สายหยุด จำปาทอง	ผศ.ดร.ทองยศ แก้วมงคล
ศ.ดร.จรรยา สุวรรณทัต	ผศ.ดร.ตระกูล จิตวัฒนากร
ศ.ดร.มนต์ชัย เทียนทอง	ผศ.ดร.เพชรวัลย์ ธีระวณิชพงศ์
รศ.ดร.ประพันธ์ศิริ สุเสารัจ	ผศ.ดร.อนันต์ ธรรมชาลัย
รศ.ดร.เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต	ผศ.ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล
รศ.ดร.วิชัย แหวนเพชร	อ.นิษฐา พรสุริวงษ์
ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ	

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย

ด้านสังคมศาสตร์และสหวิทยาการ

ศ.ดร.จำเนียร จวงตระกูล	ผศ.ดร.ผดุง วรรณทอง
ศ.ดร.พรณี บัวเล็ก	ผศ.ดร.วิโรจน์ กิตติพิชัย
ศ.ดร.สมศักดิ์ สัมคคีธรรม	ผศ.ดร.สรวงอัยย์ อนันท์วิจิตร
รศ.เรื่อนแก้ว ภัทรานุประวัติ	ผศ.ดร.สิทธิชัย ธรรมเสนห์
รศ.ดร.ชลวิทย์ เจียรจิตต์	ผศ.ดร.สุจิตรา สัมคคีธรรม
รศ.ดร.ประภาส ปันตบแต่ง	ผศ.ณัฐนันท์ ทองทรัพย์
รศ.ดร.สมเกียรติ วรปัญญาอนันต์	ผศ.ธนุตร์ เขี่ยมอร่าม
รศ.ดร.สักรินทร์ อยู่ผ่อง	ผศ.รศดา เวชฎาพันธุ์
รศ.ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์	ดร.ไพโรจน์ พิภพเอกสิทธิ์
ผศ.ดร.เชษฐิดา กุศลไสยานนท์	ดร.ธนาชาติ เราประเสริฐ
ผศ.ดร.เดช ชูจันทร์	ดร.ธัญญาทิพย์ พิชิตการค้า
ผศ.ดร.เสาวลักษณ์ ชัยทวีป	ดร.ธิปไตย โสติวรรณ
ผศ.ดร.กิ่งแก้ว เขี่ยมแฉล้ม	ดร.บุปผา ภิภพ
ผศ.ดร.ณัฐวุฒิ วิเศษ	ดร.ประดิษฐ์ สงค์แสงยศ
ผศ.ดร.ธิดา หนามัน	ดร.วรรณสินธ์ สัตยานุวัตร
ผศ.ดร.ธำมศ ตรีศิริโชติ	ดร.วัชรพงษ์ พินิจธำรง
ผศ.ดร.วนิดา วาตีเจริญ	

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย

ด้านศึกษาศาสตร์

รศ.ดร.คมเพชร ฉัตรศุภกุล

รศ.ดร.ดุชนิ โยเหลา

รศ.ดร.ทิวดี มณีโชติ

รศ.ดร.ธาวุฒิ ปลื้มสำราญ

รศ.ดร.พงศ์ หวดาล

รศ.ดร.มนสิข สิริสมบุญ

รศ.ดร.วิชัย แหวนเพชร

รศ.ดร.วิภาส ทองสุทธิ

รศ.ดร.สมสรบุญก้อง วงศ์อยู่น้อย

รศ.ดร.สุปรานี ขวัญบุญจันทร์

รศ.ดร.สุรัชย์ สิกขาบัณฑิต

ผศ.ดร.ไพรัช วงษ์ยุทธไกร

ผศ.ดร.ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ

ผศ.ดร.ปัญญา ชีระวิทยเลิศ

ผศ.ดร.พันธ์ศักดิ์ พลสารมัย

ผศ.ดร.ภาณุวัฒน์ ศิริบุบผะ

ผศ.ดร.มนตา ตูลย์เมธากา

ผศ.ดร.ฤทธิชัย อ่อนมิ่ง

ผศ.ดร.วันชัย ปานจันทร์

ผศ.ดร.วิเชียร พันธุ์เครือบุตร

ผศ.ดร.ศิริพันธ์ ศรีวันยงค์

ผศ.ดร.สินธะวา คามดิษฐ์

ผศ.ดร.อรุณี หงษ์ศิริวัฒน์

ดร.ธำรง รัตนภานุเดช

ดร.บุปผา ปลื้มสำราญ

ดร.วราภรณ์ ไตรดิลาพันธ์

ดร.ศศิธรดา แสงไทย

ผู้ทรงคุณวุฒิภายในมหาวิทยาลัย

ด้านสังคมศาสตร์และสหวิทยาการ

ศ.ดร.มนต์ชัย เทียนทอง

รศ.ดร.พิศมัย จารุจิตติพันธ์

ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ

ผศ.ดร.ตระกูล จิตวัฒนาก

ผศ.ดร.บุษกร วัฒนบุตร

ผศ.ดร.พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิต

ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ

ผศ.ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล

ผศ.ดร.อนันต์ ธรรมชาลย์

ผศ.พรณรงค์ สิงห์สำราญ

ดร. สุภาภรณ์ จุตระกูล

ดร.จรัมจิต เกิดบ้านชั้น

ดร.ณัฐภัตสร ธนาบวรพาณิชย์

ดร.ปัญญาวัฒน์ จุฑามาศ

ดร.วิยะดา วรานนท์วินัย

อ.นิษฐา พรสุวิงษ์

ด้านศึกษาศาสตร์

รศ.ดร.ภาวดี อนันต์นาวิ

ผศ.ดร.ทรงยศ แก้วมงคล

รศ.ดร.เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต

ผศ.ดร.สุนันท์ ศลโกสุม

รศ.ดร.สมศักดิ์ คงเที่ยง

ผศ.ดร.อุทัยวรรณ สายพัฒนา

ผศ.ดร.กุลจิรา รักชนคร

ดร.ณรงค์ พิมสาร

ผศ.ดร.เบญจรัตน์ ราชฉวาง

ดร.ดวงกมล แก้วแดง

ผศ.ดร.เพชรวัลย์ ธีระวณัฐพงศ์

ดร.วิโรจน์ หมั่นเทพ

ผศ.ดร.คำเพชร ภูริปริญญา

ดร.สมนึก การีเวท

ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ผศ.สุวเดช บุญลือ

สารอธิการบดี

เรียน ผู้บริหาร คณาจารย์นักวิจัย ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

และผู้เข้าร่วมงานประชุมวิชาการ ระดับชาติทุกท่าน

ผมขอต้อนรับทุกท่านด้วยความยินดี ที่มาร่วมงานการประชุมวิชาการระดับชาติการวิจัยประยุกต์ ประจำปี 2564 ซึ่งเป็นครั้งที่ 3 ในวันนี้

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ เป็นสถาบันอุดมศึกษาแห่งหนึ่ง ซึ่งได้เปิดดำเนินการเรียนการสอนมาตั้งแต่ปีการศึกษา 2544 โดยมีการจัดการเรียนการสอน ระดับปริญญาตรี และระดับบัณฑิตศึกษา และมีภารกิจที่สำคัญ คือ การสอนเพื่อผลิตบัณฑิต ที่มีความรู้คู่คุณธรรม การวิจัย การบริการวิชาการแก่สังคม และการทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรม นอกจากนี้ มหาวิทยาลัย ยังได้ตระหนักถึง สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โควิด 2019 (COVID-19) ในปัจจุบัน ทำให้คณะผู้จัดงานได้ปรับเปลี่ยนระบบนำเสนอผลงานทางวิชาการ ผ่านการประชุมทางไกลด้วยการนำเสนอผ่านโปรแกรม Google Meet โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างโอกาส และสร้างเวทีให้กับนักศึกษา คณาจารย์ และนักวิจัย ตลอดจนผู้ที่สนใจจากสถาบันการศึกษาและองค์กรต่าง ๆ ได้มีโอกาสเผยแพร่ผลงานวิชาการ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และต้องขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.วศิน อิงคพัฒนานกุล วิทยาการพิเศษ ที่ให้เกียรติมาบรรยายพิเศษในหัวข้อ เรื่อง “วิถีชีวิตใหม่ในสังคมที่เปลี่ยนแปลง” ในวันนี้ด้วย

ผมขอขอบคุณ คณะกรรมการทุกท่านที่ได้ร่วมกันดำเนินงานในการจัดการประชุมในวันนี้ มหาวิทยาลัย นอร์ทกรุงเทพหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ทุกท่านจะได้รับความรู้อย่างเต็มที่จากการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในวันนี้

ในโอกาสนี้ ผมขอเปิดงานประชุมวิชาการระดับชาติการวิจัยประยุกต์ ครั้งที่ 3 ประจำปี 2564 และขออำนวยการให้การดำเนินการในครั้งนี้บรรลุตามวัตถุประสงค์ทุกประการครับ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ ประเสริฐรุ่งเรือง)

อธิการบดีมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

กำหนดการ

การประชุมวิชาการระดับชาติการวิจัยประยุกต์ ครั้งที่ 3 ประจำปี 2564

(The 3rd NCAR NBU : National Conference in Applied Research)

“วิถีชีวิตใหม่ในสังคมที่เปลี่ยนแปลง”

(New Ways of Life in a Society of Changing)

วันศุกร์ที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2564 เวลา 08:00-16:30 น.

- 08:00 –08:45 น. ผู้นำเสนอบทความทางวิชาการ ลงทะเบียนผ่าน Google Form
ผู้ทรงคุณวุฒิ ลงทะเบียน ณ อาคารเรียน 2 ชั้น 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต
- 09:00 –09:15 น. พิธีเปิด การประชุมวิชาการระดับชาติการวิจัยประยุกต์ ประจำปี 2564
กล่าวเปิดการประชุมโดย ประธานพิธี อธิการบดี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ (Facebook Live)
กล่าวรายงานโดย ประธานคณะกรรมการดำเนินงานจัดการประชุมวิชาการ (Facebook Live)
- 09:15 –10:00 น. การบรรยายพิเศษ เรื่อง “วิถีชีวิตใหม่ในสังคมที่เปลี่ยนแปลง”
โดย รองศาสตราจารย์ ดร.วศิน อิงคพัฒนานกุล (Facebook Live)
- 10:00 –10:15 น. เตรียมการนำเสนอผลงานทางวิชาการ (แยกตามห้องประชุมทางไกล)
- 10:15 –12:00 น. การนำเสนอผลงานทางวิชาการผ่านการประชุมทางไกล ช่วงที่ 1 (Google Meet)
- 12:00 –13:00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน
- 13:00 –15:00 น. การนำเสนอผลงานทางวิชาการผ่านการประชุมทางไกล ช่วงที่ 2 (Google Meet)
- 15:00 –15:15 น. พักรับประทานอาหารว่าง
- 15:15 –16:30 น. การนำเสนอผลงานทางวิชาการผ่านการประชุมทางไกล ช่วงที่ 3 (Google Meet)

หมายเหตุ:

เข้าร่วมพิธีเปิด การประชุมวิชาการระดับชาติการวิจัยประยุกต์ ประจำปี 2564 (Facebook Live)

ผู้นำเสนอผลงานทางวิชาการ นำเสนอผลงานผ่านการประชุมทางไกล (โปรแกรม Google Meet)

ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์ผลงานทางวิชาการ ประจำห้อง ณ อาคารเรียน 2 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต

สารบัญ

		หน้า
S0069	การพัฒนาศูนย์ผู้สูงอายุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี	1
	อนุกิตา สะอุ จิตติมา ขำเนี่ยว นุรฮายาตี ปูเตะ วัชรระ ขาวสังข์	
S0070	กระบวนการบริหารจัดการงานเฝ้าระวังป้องกันโรคโควิด (COVID-19) ในเขตอำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี	10
	นาเดีย เจะสนิ ฟาติส สาเมาะ นาซีฮะห์ เจ๊ะ วัชรระ ขาวสังข์	
S0071	การแก้ปัญหาการระบาด covid-19 ของเทศบาลตำบลบุตี อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา	16
	นุรลียานา เลาะหะมะ ยัสมีน กาจิ สุรียณี่ มะโระ วัชรระ ขาวสังข์	
S0072	แนวทางการเพิ่มยอดขายกองทุนเปิดประเภทตราสารทุน บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน เอ็มเอฟซี จำกัด (มหาชน) ธนาคารออมสินเขตสะพานใหม่	24
	ปิ่นณภัทร แท่นสกุล รวิดา วิริยกิจจา	
S0073	การบริหารและการป้องกันการแพร่ระบาดโควิด-19 ของ องค์การบริหารส่วนตำบลสาคอบน อำเภอมายอ จังหวัดปัตตานี	38
	นาซีฮะห์ สะมะแอ สุฟียะห์ รอนิง มูนาวาเราะห์ อาร์เซ็นต์ วัชรระ ขาวสังข์	
S0074	การบริหารจัดการบุคคลากรในสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลสาคอบน อำเภอมายอ จังหวัดปัตตานี	46
	ยูไลนี ดาโอะ แวนีฮา เจ๊ะมะ ฮีดายะห์ กาเน็ง วัชรระ ขาวสังข์	
S0075	การบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงาม ที่มีต่อประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอรามัน จังหวัดยะลา	54
	โซราญา ไชะยามา อาวียะ กียะ ฮีนาวาตี อิบราฮิม วัชรระ ขาวสังข์	

สารบัญ

		หน้า
S0076	ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูปในพื้นที่ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา	68
	อารีณี เจชะอ รชานา อุเชิงลานง นุรมี ยูโซะ วัชรระ ขาวสังข์	
S0078	การจัดการในการให้ความรู้ป้องกันโรค (COVID-19)	75
	ลูกซ์มาน สะมะแอ อับดุลการีม เตาะสาตู มาวารดี สะอิ วัชรระ ขาวสังข์ ภูตรา อาแล	
S0079	การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนป๊อแนบาติกเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการค้า จังหวัดยะลา	83
	สวิตรี ยูเปาะนา ฮาซัน สะอิ วัชรระ ขาวสังข์	
S0080	การบริหารจัดการการป้องกันโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) องค์การบริหารส่วนตำบลกรงปินัง อำเภอกรงปินัง จังหวัดยะลา	91
	ซูรีนา มะนูกะ นูรีนดา วาปี วานีชา สะอิ วัชรระ ขาวสังข์	
S0082	การบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดยะลา	100
	ไซเพีย นุญทวี นุรุลฮูดา เติ้ง วัชรระ ขาวสังข์	
S0083	คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลท่าสาป ในสถานการณ์โควิด 19	109
	สุไฮดา มาซอ นาอีละห์ เปาะเลาะ ซอฟียะห์ หะยีส วัชรระ ขาวสังข์	
S0084	การบริหารจัดการของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ในสถานการณ์โควิด-19 ในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา	118
	ไซเพีย แสแลแม็ง ปุตริ ยานยา อาวาตีฟ ตูหยง วัชรระ ขาวสังข์	

สารบัญ

		หน้า
S0085	การบริหารจัดการป้องกันโรคระบาด โควิด-19 ในตำบลดงขรูง อำเภोजะเนาะ จังหวัดนราธิวาส	128
	ฟาตีมะห์ กาแม สุไลลา และซาเยะ ฮาฟีซะห์ ดอเลาะ วัชระ ขาวสังข์	
S0086	การบริหารจัดการองค์กรแบบ New Normal ในช่วงสถานการณ์ Covid-19	138
	ชัยปรีนา เจริญมะ ฮานีซะห์ มะดีเยาะ มุศตากิม มะสะแห วัชระ ขาวสังข์ ปิยดา มณีนิล	
S0087	ศึกษาการบริหารจัดการของสำนักงานประมง ใน สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา	146
	อัสมีย์ อาแวบือฮา สุวรรณา สาและ วัชระ ขาวสังข์	
S0088	การบริหารจัดการสถานที่สังเกตอาการการแพร่ระบาด เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของจังหวัดยะลา	153
	จิรโรจน์ สุภโส บัณฑิตา จุลเอียด ยูไลลา ดีอมาลี วัชระ ขาวสังข์	
S0089	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขาย แบบออนไลน์ อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา	160
	ปาตีเมาะ เจริญชา ซีตีนอร์ ยาโก๊ะ วัชระ ขาวสังข์	
S0090	กลยุทธ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ตไลฟ์ ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด	167
	รชยา ปุณณะ ผุสดี พลสารมัย	
S0091	การบริหารจัดการ ในสถานการณ์ โควิด 19 ของเทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา	182
	นุรฟาฎีละห์ เจริญชะ สุรียานี บือราเฮง อับดุลมุหี เจะกายอ วัชระ ขาวสังข์	

สารบัญ

		หน้า
S0092	การบริหารจัดการสถานการณ์โควิด 19 ของสำนักงานปลัด องค์การส่วนตำบลท่าธง อำเภอราษีไศล จังหวัดยะลา	191
	วิติยา จำนงจิต ฟาติฮะ ซีดอโม อารีนา ลิโซ๊ะ วัชรระ ขาวสังข์ ภูตรา อาแล	
S0093	การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชนิดผิว แบบออนไลน์	197
	สุพิชญา พันภัยพาล รวีวรรณ ทองสุข อมรกานต์ หงส์เพ็ชร วัชรระ ขาวสังข์	
S0094	การบริหารจัดการและการปรับตัวของสำนักการ สาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครยะลา ที่มีต่อสถานการณ์การระบาดของโรค COVID-19	209
	ชลมิง สาแลแม ณัฐฐนิช หนูบ่ม วัชรระ ขาวสังข์	
S0095	การบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด2019ขององค์กร บริหารส่วนตำบลบานา อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี	216
	อามีนะห์ สะอึ อิรฟาน แวปือซา อาซิมะห์ มามะ วัชรระ ขาวสังข์	
S0096	การจัดการฟื้นฟูและรับมือวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดยะลา	226
	อรัณย์ ดอเลาะ มาซีเตาะ สะอะ ฮานีหะ เจาะ วัชรระ ขาวสังข์	
S0097	พฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อแฟชั่นมุสลิมผ่านสื่อออนไลน์ ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี	239
	ซูไรดา มูเนาะ มูฮัมหมัดซูเฟียน นูละ คอรีเยาะ เจาะแม วัชรระ ขาวสังข์	

สารบัญ

		หน้า
S0098	การรับรู้และพฤติกรรมการป้องกันโรคติดต่อโคโรนาไวรัส 2019 ขององค์การบริหารส่วนตำบลบือมั่ง	248
	นิชอุไรลา มะละ	
	สุพิลา ไต้แว๊ะ	
	รุสสัย ลาโยด	
	วัชระ ขาวสังข์	
S0099	การพัฒนากิจกรรมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ยาหม่อง ฟรุติดีแบบออนไลน์ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดยะลา	255
	ชอฟยา เจแมงดี	
	ซารีพะ มะแอ	
	ยัสมิน แวบาก	
	วัชระ ขาวสังข์	
S0100	การจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ของโรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี	265
	มงคล ภัทรตะนุตตะ	
	พิสิฐ โอ่งเจริญ	
	พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์	
S0101	การบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วน ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา	277
	ฐรีตา กุจิ	
	ชานูรี ไต้วอ	
	มูรณี นิลพัฒน์	
	วัชระ ขาวสังข์	
S0102	การปรับตัวของชาวเกษตรกรยุคโควิด ในวิถีชีวิต แบบ Newnormal (Covid-19)	284
	กนกนารถ ฤาพะยอม	
	จิตรวดี จุลบุตร	
	วัชระ ขาวสังข์	
S0103	อิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ความเข้ากันได้ และอิทธิพลทางสังคมที่มีต่อเจตนา เจริญพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ	291
	วรัญธร พินิจจันทร์	
	ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว	
	ขจร ฝ้ายเทศ	
S0104	ภาวะผู้นำและแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อ ประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสิน สาขาในเขตกาฬสินธุ์	300
	นิรมล ดำรงศิริชัย	
	ผุสดี พลสารัมย์	
S0105	ผลของโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาที่มีต่อเป้าหมาย ใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชน	314
	บดินทร์ นาวงศรี	
	เบญจวรรณ บุญยะประพันธ์	

สารบัญ

		หน้า
S0106	กระบวนการบริหารจัดการองค์การบริหารส่วนตำบลปาก อำเภอทุ่งยางแดง จังหวัดปัตตานี ในสถานการณ์โควิด-19	327
	ซาบีนา มินา สุวาทิ ลือแบงา ไมซูเราะห์ อูมา วัชร ขาวสังข์	
S0107	แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ของผู้ประกอบการร้าน SLOW LIFE Café จังหวัดปัตตานี	333
	มารียะเยะ เปะแนะ ชัตติยา นวลสังข์ กชกร หัสไช วัชร ขาวสังข์	
S0108	แนวทางการเพิ่มยอดผู้สมัครบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้า เงินฝาก ประเภทสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู	342
	เบญจมาศ ศรีสว่าง ศิวฤทธิ์ สุนทรเสณี	
S0110	ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการและคุณภาพ การให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจด้านเงินฝาก ธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล อำเภอเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด	358
	ณิรศมีชา สมสวัสดิ์ ดุสิตี พลสารัมย์	
S0111	แนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขาเทวาภิบาล จังหวัดร้อยเอ็ด	368
	พุทธิกาญจน์ อุวิชาเวช ดุสิตี พลสารัมย์	
S0112	ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการ บัตรวีซ่าเดบิต (VISA DEBIT) ของธนาคารออมสินในเขต สมุทรปราการ 1	382
	ชญาณิศ เลื่องลือ ศิวฤทธิ์ สุนทรเสณี	
S0113	อิทธิพลของพนักงานขายที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิต แบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาชัยสมรภูมิ	392
	ชเมรินทร์ ธันยวีร์เมธา กิตตินันท์ พันธุมสุต	
S0114	การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของเทศบาลตำบล พนมสารคาม อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา	407
	ชุตินา แจ่มศรี ธนเดช กังสวัสดิ์	
S0115	กลยุทธ์การพัฒนาการตลาดของแพกุ้งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา	419
	สุพรรณิ เทาะชมด ธนเดช กังสวัสดิ์	

สารบัญ

		หน้า
S0116	การบริหารจัดการ ในสถานการณ์ โควิด 19 ของผู้บริหาร เทศบาลยุโป ตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา	431
	นัสรียะ ขเดมัน มูนาฟีกิลร์ แป๊ะอิง ดร์มีตี โตะทา วัชระ ขาวสังข์ ภูตรา อาแล	
S0118	ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้ำชำระสินเชื่อนาคร ประชาชนของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ	438
	สาวินี เพ็งธรรม ศิวฤทธิ์ สุนทรเสถณี	
S0119	การวิเคราะห์ลักษณะการเป็นหนี้ค้ำชำระ สินเชื่อธุรกิจ ของธนาคารออมสิน เขตขอนแก่น 1 ในวิกฤตการณ์ ไวรัสโคโรนา (Covid-19)	450
	ศุภกิจ นรินทร์วงศ์ อนุฉัตร ชำของ	
S0120	สาเหตุของปัญหาการเพิ่มยอดอนุมัติสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้น และแนวทางการแก้ไขปัญหา: กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาป่าตอง	462
	ภาวดี ชูเชิด อริสรา เสยานนท์	
S0121	การศึกษาแนวทางการลดความสูญเสียจากลูกค้าสินเชื่อ ธุรกิจไม่ทำนิติกรรมสัญญากับทางธนาคารออมสิน กรณีของทางสำนักสินเชื่อธุรกิจ SMEs 17	478
	จินตนา ตลิ่งจิตร ประสิทธิ์ มะหะหมัด	
S0122	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ของนักเรียน นักศึกษาระดับปวช. ปวส. ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	486
	ปณิยา อินทภาค	

S0069: การพัฒนาศูนย์ผู้สูงอายุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

DEVELOPMENT OF THE ELDERLY CENTER KHOK PHO PATTANI

อนฤิดา สะอุ¹ จิธิมา ขำเนี่ยว² นุรฮายาตี ปูเตะ³ วัชรระ ชาวสังข์⁴

^{1, 2, 3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาความต้องการของผู้สูงอายุ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อรูปแบบการดูแลผู้สูงอายุในศูนย์ผู้สูงอายุ 3) เพื่อศึกษาความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุและครอบครัวต้นแบบ ในการดูแลผู้สูงอายุเพื่อนำเป็นแนวทางการพัฒนาศูนย์ผู้สูงอายุ แบบบูรณาการ 4) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยผู้ทำข้อมูลที่ได้จำนวน 200 คน เจ้าหน้าที่ และผู้สูงอายุที่อยู่ในความดูแลของศูนย์ผู้สูงอายุ

ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับการดูแลผู้สูงอายุของศูนย์ดูแลผู้สูงอายุในภาพรวมอยู่ในระดับดี 2) ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อรูปแบบการดูแลผู้สูงอายุของศูนย์พัฒนาศูนย์ผู้สูงอายุพบว่า ผู้สูงอายุมีความพึงพอใจดี 3) ผลการศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อการพัฒนารูปแบบการดูแลผู้สูงอายุของศูนย์ผู้สูงอายุ พบว่าปัญหาอุปสรรค ของการดำเนินการ ผู้สูงอายุบางรายไม่สามารถตอบสนองได้

รูปแบบในการดูแลผู้สูงอายุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี คือ 1) การให้บริการทางการแพทย์ เช่น การตรวจสุขภาพของผู้สูงอายุ การให้ความรู้เกี่ยวกับสุขอนามัย การฟื้นฟูพัฒนาสุขภาพให้แข็งแรง การแนะนำการออกกำลังกายด้วยตนเอง การทำกายภาพบำบัดโดยนักบริบาลประจำตำบลทุกหนึ่งสัปดาห์ 2) การให้บริการด้านการให้ความรู้เกี่ยวกับสวัสดิการต่าง ๆ และการตรวจเยี่ยมจากหน่วยงานภาครัฐในโครงการ การเยี่ยมผู้สูงอายุในชุมชน

คำสำคัญ: การพัฒนาศูนย์ผู้สูงอายุ

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the needs of the elderly and 2) to study the satisfaction of the elderly. The model of care for the elderly in the elderly center 3) to study the well-being of the elderly and their family model. In caring for the elderly to be used as a guideline for the development of an integrated elderly center 4) to study problems Obstacles and recommendations for the development of the elderly care center, the qualitative research process. The data were collected by in-depth interviews by 200 data makers, staff and elderly in the care of the Geriatric Center.

The results of the research were as follows: 1) The overall level of care for the elderly of the elderly care center was at a good level 2) The results of the study on the satisfaction of the elderly towards the elderly care model of the Center for Older Persons found that The elderly are satisfied. 3) Results of studies, problems, obstacles and recommendations for the development of a care model The

elderly of the Center for the Elderly found that the problems and obstacles of the operation Some elderly people are unable to respond.

Model in the care of the elderly Khok Pho District Pattani Province is 1) providing medical services such as medical examinations for the elderly. Hygiene education Restoring and improving health Self-guided exercise One week of physical therapy by district nurses. 2) Providing educational services on welfare and visiting from government agencies in the project. Visiting the elderly in the community

Keywords: Elderly Development Center

บทนำ

สถานการณ์ผู้สูงอายุโดยรวมพบว่า ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชายแดนภาคใต้มีสังคมวัฒนธรรม ความเชื่อ วิถีชีวิต ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น และต้องประสบกับเหตุการณ์ความไม่สงบ ซึ่งผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีภาวะสุขภาพ และคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 59.1 (= 85.70, range = 44-117, SD = 1.27) และ 51.60 (= 90.60, range = 43-119, SD = 12.3) ตามลำดับ หากพิจารณาตามเกณฑ์ของกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ซึ่งกำหนดว่าพื้นที่ใดที่มีสัดส่วนผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด พื้นที่นั้นกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ กลุ่มจังหวัดชายแดนภาคใต้ จึงนับได้ว่าเป็นพื้นที่ที่กำลังเข้าสู่ภาวะสังคมผู้สูงอายุแล้ว สำหรับปัญหาของผู้สูงอายุมีปัญหหลัก 4 ประการ คือ 1) การลดคุณค่าและบทบาทผู้สูงอายุในครอบครัว ซึ่งมีสาเหตุจากการลดลงของการเคารพนับถือสมาชิกอาวุโสในครอบครัว 2) การถูกทอดทิ้งและความโดดเดี่ยวซึ่งมีสาเหตุคือการไปทำงานต่างถิ่นของบุตรในประเทศมาเลเซียหรือต่างจังหวัด การสูญเสียบุตรหลานในเหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ และการขยายตัวของค่านิยมแบบปัจเจกชนนิยม 3) ความยากลำบากในการเข้าถึงบริการและสิทธิ มีสาเหตุจากหน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบในการดำเนินงานไม่จัดบริการให้เพียงพอ ขาดการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสิทธิของผู้สูงอายุอย่างทั่วถึง และขาดการปฏิบัติงานในเชิงรุกเพื่อเอื้ออำนวยความสะดวกในการใช้สิทธิ และ 4) ปัญหาองค์กรหรือชมรม ผู้สูงอายุยังมีจำนวนน้อยและขาดความเข้มแข็ง

ฉะนั้นจากสภาพปัจจุบันเป็นสังคมของคนทำงานนอกบ้าน และทำงานต่างจังหวัดกันเป็นส่วนใหญ่เป็นสาเหตุของผู้สูงอายุ (บิดา มารดา) ที่ต้องอยู่บ้านเพียงลำพัง และด้วยอายุที่มากขึ้น บวกกับขาดความรู้ในการปฏิบัติตัวให้พ้นจากการเจ็บป่วย และขาดความรู้ในการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์เพื่อหลีกเลี่ยงการเป็นโรค ทำให้ผู้สูงอายุมีโรคที่ตามมาด้วย เช่น โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน โรคหลอดเลือดในสมอง โรคหัวใจ โรคไต โรคปอดอุดตันเรื้อรัง และโรคสมองเสื่อม และด้วยโรคทั้งหมดนี้เป็นสาเหตุทำให้ผู้สูงอายุต้องมาเป็นผู้ป่วยติดเตียง และจากที่เป็นผู้ป่วยติดเตียงบวกกับลูกหลานที่ทำงานอยู่ต่างจังหวัดไม่สามารถมาดูแล หรือดูแลอย่างไม่ถูกวิธีตามแพทย์สั่ง ทำให้ผู้ป่วยติดเตียงเป็นแผลกดทับได้และทางศูนย์บริการดูแลผู้สูงอายุได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของความเป็นอยู่ และอาหารการกินของผู้สูงอายุ รวมถึงการไปพบแพทย์ตามนัดของผู้สูงอายุ จึงได้เปิดการให้บริการดูแลผู้สูงอายุ เพื่อความสะดวกในชีวิตความเป็นอยู่ของสังคมปัจจุบันซึ่งปัจจุบันประเทศไทยอยู่ในช่วงต้นของการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และการใช้เครื่องมือทางการแพทย์ตามเทคโนโลยีในการรักษาปัจจุบันมีความก้าวหน้ามากขึ้น และเชื่อว่าอนาคตผู้สูงอายุจะมีอายุยืนยาว และในอนาคตจะมีการบริการดูแลผู้สูงอายุที่มากขึ้น และจะมีการทำการตลาดในรูปแบบใหม่ที่ได้เรียนรู้จากปัจจุบันเพื่อต่อยอดในอนาคต

ประวัติที่มาของธุรกิจ ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ เริ่มจากการ เป็นอาสาสมัครดูแลผู้ป่วยที่ผ่านการอบรมการดูแลผู้ป่วย โดยรับหน้าที่เป็นผู้ดูแลหลักในชุมชน และในเขตพื้นที่รับผิดชอบในขณะที่ยังเป็นอาสาสมัครที่บุตรหลานของผู้สูงอายุที่มีปัญหา และได้รับผลกระทบจากการเป็นผู้ดูแลที่ไม่มีประสบการณ์ และความรู้ด้านการดูแล มีปัญหาด้านสุขภาพ และการเจ็บป่วยร่วม สมรรถนะทางร่างกายลดลงมีปัญหาด้านอารมณ์จิตใจ มีปัญหาด้านเศรษฐกิจ และบทบาทภาระการจัดบริการดูแลผู้สูงอายุ นำโดยชุมชนท้องถิ่นมีกิจกรรมที่มา คือ การเยี่ยมบ้าน และการดูแลโดยกลุ่มผู้นำหมู่บ้าน กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุข กลุ่มอาสาสมัครกู้ชีพ ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการเตรียมความพร้อมให้กับผู้ดูแล และมีแผนการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ และผู้สูงอายุในชุมชนที่อยู่บ้านเพียงลำพังที่มีจำนวน 380 หลังคาเรือน และเป็นผู้ป่วยติดเตียง จำนวน 6 ราย ผู้ป่วยติดบ้าน จำนวน 32 ราย ที่ไม่สามารถช่วยตัวเองได้ ผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวไม่สามารถเดินทางไปพบแพทย์ตามนัดได้ ทำให้ศูนย์บริการผู้สูงอายุได้มองเห็นถึงความสำคัญ และประโยชน์ที่จะได้รับจากการเปิดเป็นศูนย์บริการให้กับผู้สูงอายุในชุมชน และในพื้นที่ใกล้เคียงได้รับการดูแลอย่างถูกวิธีด้วยการเปิดบริการศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ เพื่อตอบสนองความต้องการที่ถูกรับ

จากการเปลี่ยนแปลงของสังคมปัจจุบันเห็นได้ชัดว่าผู้สูงอายุของไทยเพิ่มจำนวน 347,858 คน หรือร้อยละ 10.16 ของประชากรทั้งหมดในสี่จังหวัด และเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโดยรวมของสภาพสังคม เช่น สังคมไทยในอดีตอยู่รวมบ้านเดียวกันผู้สูงอายุใช้ชีวิตร่วมชายคาบ้านเดียวกัน และได้รับการดูแลจากลูกหลาน สำหรับในปัจจุบันชีวิตความเป็นอยู่ในระดับครอบครัวหลายครอบครัวได้แยกออกมาเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้นทำให้เกิดช่องว่างระหว่างผู้สูงอายุกับลูกหลานในสังคมปัจจุบัน และความแข่งขัน ทำให้วัยทำงานต้องเดินทางไปทำงานต่างจังหวัดเพื่อต้องการค่าครองชีพให้เพียงพอสำหรับการเลี้ยงดูครอบครัวที่มีค่าครองชีพที่สูงขึ้นทุกวันทำให้ไม่ได้อยู่ดูแลผู้สูงอายุที่ติดบ้าน และเป็นสาเหตุของการต้องหาสถานที่เพื่อดูแลผู้สูงอายุ โดยการหาทางช่องทาง เฟสบุ๊ค (Facebook) ทางอินเทอร์เน็ต (Internet) ในขณะนี้คาดการณ์สถานการณ์ด้านประชากรการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางอายุของประชากรแสดงด้วยสัดส่วนของประชากรในวัยต่าง ๆ เมื่อจำแนกประชากรออกเป็นกลุ่มอายุ 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ ประชากรวัยเด็ก (อายุน้อยกว่า 15 ปี) วัยแรงงาน (อายุ 15-59 ปี) และวัยสูงอายุ (อายุ 60 ปี ขึ้นไป) จะเห็นได้ว่าในระหว่างปี พ.ศ. 2533 - พ.ศ. 2583 สัดส่วนของประชากรวัยเด็ก และวัยแรงงาน มีแนวโน้มลดลง ในขณะที่สัดส่วนของประชากรสูงอายุ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 13.2 ใน พ.ศ. 2533 เป็นร้อยละ 32.1 ใน พ.ศ. 2583 และที่น่าสังเกต คือ ในปี พ.ศ. 2560 จะเป็นปีที่คาดว่าสัดส่วนของประชากรวัยเด็กจะเท่ากับสัดส่วนของประชากรวัยสูงอายุ

ลักษณะบ้านพักผู้สูงอายุเป็นสถานดูแลผู้สูงอายุแบบอยู่ประจำที่รับผู้สูงอายุที่สามารถดูแลตัวเองได้ บ้านพักผู้สูงอายุอาจพัฒนาแบบให้เช่าเป็นรายเดือน รายปี หรือขายเป็นสิทธิการเช่าระยะยาว ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีผู้ประกอบการในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์สนใจตลาดอสังหาริมทรัพย์ประเภทนี้โดยมีการพัฒนาทั้งหมู่บ้านสำหรับผู้สูงอายุ และอาคารชุดที่มุ่งเน้นลูกค้าผู้สูงอายุ ทั้งชาวไทยและต่างประเทศ และสถานบริบาล เป็นสถานดูแลผู้สูงอายุที่ไม่สามารถดูแลตัวเองในการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น ผู้ป่วยติดเตียงที่ไม่สามารถช่วยตัวเองได้ หรือพิการ ต้องมีคนช่วยดูแล บิอนอาหาร อาบน้ำทำความสะอาด เป็นอัมพาต จำเป็นต้องมีผู้ดูแลที่ผ่านการอบรมดูแลผู้ป่วยอย่างใกล้ชิดตลอด 24 ชั่วโมง ในประเทศไทย ตลาดสถานบริบาลขนาดใหญ่ส่วนมากจะดำเนินการโดยโรงพยาบาล ส่วนสถานบริบาลขนาดกลาง ถึงเล็ก ส่วนมากจะดำเนินงานโดยบุคลากรทางการแพทย์ ที่มีตั้งแต่ใช้บ้านปรับปรุงเป็นสถานบริบาล ขณะที่ไม่กี่แห่งจนถึงสร้างเป็นอาคารเป็นสถานบริบาลผู้สูงอายุโดยเฉพาะ ปัจจุบันความต้องการในตลาดนี้ของคนไทยยังมีไม่มากนัก เพราะมีจำนวนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมดที่ยังน้อยอยู่คาดว่าใน 5-10 ปี ข้างหน้ากลุ่มผู้สูงอายุ

ในไทย ในช่วงอายุ 65-74 ปี และผู้ป่วยติดเตียง จะเพิ่มมากขึ้นด้วยสาเหตุหลักของผู้ป่วยติดเตียงมาจากโรคประจำตัว ในขณะที่จำนวนผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า 75 ปี จะเพิ่มมากขึ้นในระยะยาวด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยของแพทย์ คาดว่าธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ และผู้ป่วยติดเตียง แบบให้บริการดูแลในระยะสั้นๆ มีแนวโน้มเติบโตได้มากกว่าในช่วง 5-10 ปี ข้างหน้า เพราะเป็นกลุ่มที่อยู่กับลูกเป็นส่วนใหญ่ ขณะเดียวกันธุรกิจซึ่งจัดให้มีที่พักระยะยาวจะทยอยเติบโตขึ้นในระยะยาวเนื่องจากผู้สูงอายุมีจำนวนมากที่มีแนวโน้มในทางที่ต้องอยู่คนเดียวมากขึ้นสาเหตุมาจากปัจจุบันคนไทยไม่นิยมมีลูกมาก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อรูปแบบการดูแลผู้สูงอายุ
2. เพื่อศึกษาความเป็นอยู่ และความต้องการของผู้สูงอายุ และครอบครัวต้นแบบในการดูแลผู้สูงอายุ
3. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ

สมมติฐานในการวิจัย

1. สถานการณ์บริหารศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อความเป็นอยู่ที่ดี และห่างไกลโรคของผู้สูงอายุ ในเขตตำบลปากหล่อ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี
2. สภาพแวดล้อมทางการบริหารมีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ ของผู้สูงอายุด้านพลาสมาในเขตตำบลปากหล่อ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวางแผนทางการพัฒนารูปแบบการพัฒนาชุมชน และครอบครัวต้นแบบเพื่อดูแลผู้สูงอายุแบบบูรณาการ ซึ่งจากการศึกษาให้เห็นถึงประสบการณ์การดูแลผู้สูงอายุที่อยู่ในภาวะพึ่งพิง และปัญหาความต้องการในชุมชนในรูปแบบการดูแลผู้สูงอายุ ที่อยู่ในภาวะพึ่งพิงที่เหมาะสม และเป็นไปได้ มีความจำเป็นต้องศึกษาในระดับครอบครัวของผู้ดูแล ชุมชน ท้องถิ่นที่ผู้ดูแลผู้สูงอายุ ที่อยู่ในภาวะพึ่งพิงอาศัยอยู่ และหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุ ที่อยู่ในภาวะพึ่งพิง การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้พื้นที่เป้าหมายโดยพุ่งเป้าไปที่ครอบครัวที่มีผู้ดูแลผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ตามกลุ่มศักยภาพตามความสามารถในการการวิเคราะห์ศึกษาผู้สูงอายุ ที่ขยายตัวมากขึ้น แต่ตลาดยังมีขนาดเล็กผู้สูงอายุ มีจำนวนที่เพิ่มขึ้น ธุรกิจการบริการดูแลผู้สูงอายุในพื้นที่ยังไม่มีตลาด เพื่อรองรับผู้สูงอายุ โดยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจในระยะ การให้บริการดูแลในระยะสั้นๆ และคาดการณ์ว่าตลาดจะใหญ่ขึ้นจากจำนวนของผู้สูงอายุที่จะขยายตัวมากขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อพัฒนาการดูแลผู้สูงอายุในเขต อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี
2. เพื่อพัฒนาศูนย์ผู้สูงอายุ ในเขต อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี
3. เพื่อพัฒนาครอบครัวต้นแบบในการดูแลผู้สูงอายุแบบบูรณาการ
4. เพื่อพิจารณาถึงปัญหาตามข้อเสนอแนะ

นิยามตัวแปร

ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป ทั้งเพศหญิงและเพศชายที่อยู่ในอำเภอโคกโพธิ์

ผู้ดูแล หมายถึง ผู้ดูแลหลักในการดูแลผู้สูงอายุ เป็นสมาชิกในครอบครัวหรือบุคคลที่ใกล้ชิดและมีเวลาในการดูแลผู้สูงอายุให้ความช่วยเหลือและจัดเตรียมให้การดูแลอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

สถานการณ์ หมายถึง สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ

ความต้องการของผู้สูงอายุ หมายถึง การแสดงออกถึงความต้องการ การช่วยเหลือในการดูแลผู้สูงอายุในเรื่องของสวัสดิการ หรือข้อมูลเกี่ยวกับโรคของผู้สูงอายุ และคำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการดูแลผู้สูงอายุ การดูแลสุขภาพร่างกาย จิตใจ เงิน และสถานบริการ หรือที่บ้าน

ความพึงพอใจ หมายถึง ความคิดเห็น หรือทัศนคติทางบวกของผู้สูงอายุต่อรูปแบบการดูแล ของศูนย์ผู้สูงอายุ

ภาวะสุขภาพ หมายถึง การประเมินอาการแสดงออกที่เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางสุขภาพกายการมองเห็น การได้ยิน ปัญหาการกินจุ หิวบ่อย และการนอนไม่หลับของผู้สูงอายุ

สัมพันธภาพในครอบครัว หมายถึง ความสัมพันธ์ของสมาชิกครอบครัวในการช่วยเหลือเกื้อกูลกันช่วยกันแก้ปัญหาในครอบครัว การสร้างความรัก ความอบอุ่นในครอบครัว

การรับรู้คุณค่าในตนเอง หมายถึง ความรู้สึกของตนเองว่าเป็นคนที่มีคุณค่า มีความสามารถ มีความสำคัญ ประสบผลสำเร็จ ตลอดจนการมีเจตคติที่ดีต่อตนเอง มีความเชื่อมั่นในตนเองในการดูแลสุขภาพ

พฤติกรรมการดูแลผู้สูงอายุ หมายถึง การปฏิบัติของผู้ดูแลต่อผู้สูงอายุที่เป็นการช่วยเหลือหรือสนับสนุนผู้สูงอายุในการมีพฤติกรรมสุขภาพที่ดีได้แก่การบริโภคอาหาร ออกกำลังกาย และการจัดการอารมณ์

พฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุ หมายถึง การปฏิบัติที่ส่งผลต่อสุขภาพ ประกอบไปด้วย พฤติกรรมการบริโภคอาหาร การออกกำลังกาย และการจัดการอารมณ์ที่ส่งผลต่อสุขภาพผู้สูงอายุ

นิยามคำศัพท์

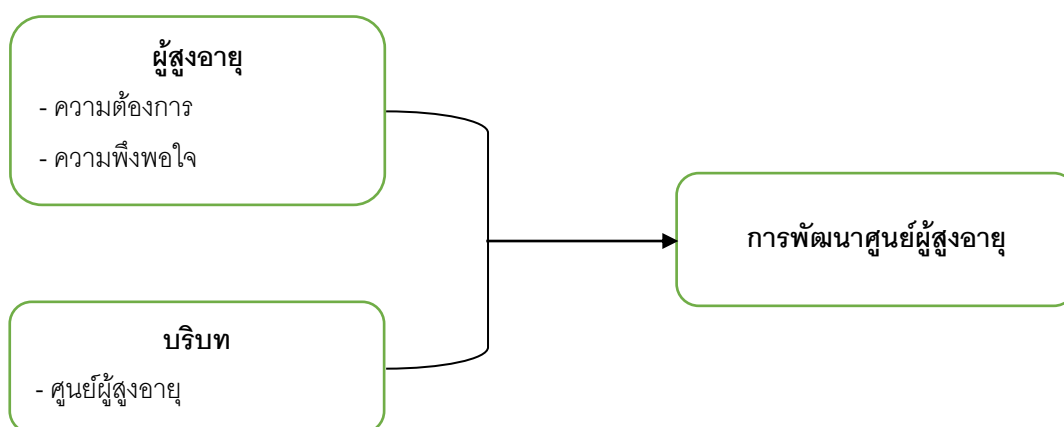
Community based service (บริการตามชุมชน) คือ การให้บริการดูแลผู้สูงอายุโดยเน้นในชุมชน หรือในละแวกใกล้เคียงที่สามารถเข้าเยี่ยมบ้านผู้สูงอายุได้ เพื่อดำเนินการต่อยอดสิทธิต่าง ๆ ที่ทางชุมชนกำหนดนโยบายให้สิทธิต่อผู้สูงอายุ และผู้ป่วยที่อยู่ในเกณฑ์ และสามารถเข้าขอความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในชุมชนในการให้บริการด้านสังคม โดยมี อ.สส./อ.สม. เข้าเยี่ยมในสถานที่ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ ก่อนที่จะประสานกับ รพ.สต. ในเขตพื้นที่เพื่อดำเนินการตามสิทธิที่ผู้สูงอายุควรจะได้รับ

Bench marking (การเปรียบเทียบ) คือ การเปรียบเทียบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศที่เจริญแล้ว

Facebook คือ เว็บไซต์ที่ชื่อว่า Facebook เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการสื่อสังคม เว็บไซต์นี้ได้เริ่มขึ้นใน พ.ศ. 2547

Internet (อินเทอร์เน็ต) คือ เครือข่ายนานาชาติที่เกิดจากเครือข่ายขนาดเล็กมากมายรวมเป็นเครือข่ายเดียวทั่วโลก หรือเครือข่ายสื่อสาร ซึ่งเชื่อมโยงระหว่างคอมพิวเตอร์ทั้งหมด ที่ต้องการเข้ามาในเครือข่าย สำหรับคำว่า (internet) เป็นการเชื่อมต่อด้วย (Router) ซึ่งทำหน้าที่บอกเส้นทาง ถ้าท่านมีเครือข่ายของตนเองที่ต้องการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ก็ควรขอ IP address จาก ISP (Internet Service Provider) เพื่อขอเชื่อมต่อเครือข่ายผ่าน ISP และผู้ให้บริการก็จะคิดค่าใช้จ่ายในการเชื่อมต่อตามความเร็วที่ท่านต้องการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยการพัฒนาศูนย์ผู้สูงอายุ ใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ มาจากประชากร กลุ่มผู้สูงอายุของตำบลปากช่อง อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเป็นการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) และใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้ขอบเขตการศึกษาวิจัย 1) ขอบเขตที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้สูงอายุ ของตำบลปากช่อง อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ซึ่งเป็นผู้สูงอายุติดสังคม 162 คน และผู้สูงอายุติดบ้านติดเตียง จำนวน 38 คน 2) ขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2563 - เดือนมกราคม พ.ศ. 2564 3) ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย เนื้อหาการจัดการความรู้ การป้ังชี้ความรู้ การสร้าง และการแสวงหาความรู้ การจัดหาความรู้ให้เป็นระบบ และกลั่นกรองความรู้ การเข้าถึงความรู้ และการเรียนรู้ที่เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ อันประกอบด้วย สิ่งแวดล้อม โครงสร้างองค์การ ระบบการบริหาร กลยุทธ์ เทคโนโลยี ผู้นำองค์การ และวัฒนธรรมองค์การ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 100 ชุด และแบบสัมภาษณ์ จำนวน 100 ชุด โดยเครื่องมือในการวิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรง ด้วยหัวหน้าชมรมผู้สูงอายุ จำนวน 1 ท่าน และกรรมการกลุ่มผู้สูงอายุ จำนวน 2 ท่าน โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ มาจากประชากร กลุ่มผู้สูงอายุของตำบลปากช่อง อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี จำนวน 200 คน โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเป็นการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) และเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสังเกตมาตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องของข้อมูลโดยวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดในการศึกษาด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis Method) เป็นการนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสังเคราะห์และแยก ประเด็นตามเนื้อหา

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษารูปแบบการดูแลผู้สูงอายุของศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี พบว่า รูปแบบการดูแลผู้สูงอายุ ประกอบด้วย 1) การให้บริการด้านการดูแลที่เน้นกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ ด้านการดูแลเรื่องการรับประทานยาตามแพทย์สั่งและการพบแพทย์ตามนัด โดยการบริการจากเจ้าหน้าที่ อ.สม. และเจ้าหน้าที่บริบาลประจำพื้นที่ อย่างสม่ำเสมอ ตลอดเวลา อย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งการให้บริการผู้สูงอายุในด้านนี้ถือเป็นรูปแบบ การดูแลผู้สูงอายุที่สำคัญ และเป็นการบริการที่มาตรฐานที่ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุทั่วไปได้จัดให้มีการบริการเป็นลำดับสำคัญ 2) การให้บริการทางด้านการแพทย์ เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ การฟื้นฟูพัฒนาสุขภาพให้แข็งแรง ด้วยการบริหารร่างกาย การออกกำลังกายด้วยตนเอง และด้วยเครื่องตามสภาพร่างกายของผู้สูงอายุ การทำกายบำบัด นอกจากนี้ก็ยังมีกิจกรรมอื่น ๆ เป็นรายการนี้ ปัจจุบันคนที่คอยดูแลด้านนี้อาจจะไม่ใช้เจ้าหน้าที่ด้านสาธารณสุขโดยตรง แต่เป็น อ.สม. หรือลูกหลานแต่ละคนก็ได้ผ่านการฝึกอบรมมาอย่างดี 3) การให้บริการด้านสังคม สงเคราะห์ โดยนักสังคมสงเคราะห์ประจำอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี คอยทำหน้าที่ให้คำแนะนำ ปกป้อง แก้ไขปัญหา แก่ผู้รับบริการเมื่อประสบปัญหา 4) การให้บริการงานอาชีพบำบัด อย่างการสอนงานประดิษฐ์ต่าง ๆ แก่ผู้สูงอายุ เช่น การสานตะกร้าด้วยไม้เรียว การทำสิ่งประดิษฐ์ด้วยขวดพลาสติก 5) การให้บริการนันทนาการ เป็นกิจกรรมที่เน้นให้ผู้สูงอายุได้แสดงออก ได้รับความบันเทิงสนุกสนานคลายความวิตกกังวล เกิดความเพลิดเพลิน และคลายเครียด 6) การให้บริการด้านศาสนา เพื่อให้ผู้สูงอายุมีโอกาสประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ประเพณีนิยมในวันสำคัญ ๆ เช่น วันเข้าพรรษา วันสงกรานต์(กำหนดวันรดน้ำผู้สูงอายุ) ที่ได้กล่าวมาข้างต้นส่งผลต่อสภาพร่างกายและจิตใจของผู้สูงอายุ เช่น ผู้สูงอายุมีสภาพร่างกายที่แข็งแรงจากเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายที่ตนเองสามารถทำได้ ผู้สูงอายุที่ติดเตียง ร่างกายได้รับการฟื้นฟูที่ดีด้วยการทำกายภาพบำบัดอยู่เสมอจากเจ้าหน้าที่ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะมีสภาพจิตใจที่ดีไม่เครียด รักสงบ และบอกมองโลกในแง่ดี เนื่องจากได้ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุจัดขึ้น ฉะนั้นเจ้าหน้าที่จึงให้ความคิดเห็นว่ารูปแบบการดูแลผู้สูงอายุของศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ ยังไม่จำเป็นต้องปรับปรุงแต่อย่างใด แต่สิ่งที่อยากให้มีปรับปรุงเพิ่มเติม คือ การจัดสรรทรัพยากรบุคคลให้พอเหมาะกับงานและความต้องการของผู้รับบริการ รวมทั้งการจัดสรรกำลัง ทรัพยากรที่เหมาะสมกับงานด้วย เพราะการจัดสรรทรัพยากรบุคคลถือมีความสำคัญต่อการดูแล ผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดสรรนักจิตวิทยา นักกายภาพบำบัด ที่มีความรู้โดยตรงมาดูแล ทั้งนี้เพื่อให้การดูแลผู้สูงอายุให้ดีขึ้นกว่าเดิม

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อรูปแบบการดูแลผู้สูงอายุของศูนย์ผู้สูงอายุพบว่า ผู้สูงอายุ ทั้งสามคนตอบเป็นเสียงเดียวกันว่าทุกรูปแบบการดูแลผู้สูงอายุของศูนย์ผู้สูงอายุ ดีหมด ส่วนความชอบในรูปแบบการดูแลผู้สูงอายุจะมีความแตกต่างกัน ตามสภาพความพร้อมของร่างกายผู้สูงอายุแต่ละคน อย่างนายประคอง ช่วยพิทักษ์ จะชอบกิจกรรมนันทนาการแบบสนุกสนาน เช่น การร้องเพลง การออกกำลังกายโดยการรำไม้พอง เป็นต้น เพราะสภาพร่างกายของ นายประคอง ช่วยพิทักษ์ ยังมีความแข็งแรงดีส่วนคุณเอื้อ พุ่มแก้ว ชอบกิจกรรมอาชีพบำบัด เช่น การสานตะกร้าด้วยไม้เรียว การปลูกผักปลอดสารพิษ เป็นต้น เนื่องจากตนเองจะมีปัญหาเรื่องการเดินของขาที่ไม่ค่อยแข็งแรง ฉะนั้น กลุ่มตัวอย่างจึงเห็นว่าไม่จำเป็นต้องเสริมหรือพัฒนาแล้ว เพราะกิจกรรมที่ทางศูนย์ผู้สูงอายุ จัดให้มีความเพียงพอต่อความต้องการของผู้สูงอายุ และจากการสัมภาษณ์ถึงความพึงพอใจ พบว่าโดยภาพรวมแล้ว ผู้สูงอายุมีความพึงพอใจมากต่อรูปแบบการดูแลของศูนย์ผู้สูงอายุโดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการที่ดีของเจ้าหน้าที่เปรียบเสมือนลูก หลาน มาคอยดูแล จนบางครั้งทำให้ผู้สูงอายุบางคนรู้สึกได้ว่าเจ้าหน้าที่ก็ทำหน้าที่ได้ดีกว่าคนที่บ้านอีก

จากที่มีความทุกข์ เมื่อได้เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ศูนย์ผู้สูงอายุจัดประกอบการได้รับความจริงใจจากเจ้าหน้าที่ก็สามารถทำให้ความทุกข์เหล่านี้เริ่มจางหายไปบ้าง

3. ผลการศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อการพัฒนารูปแบบการดูแล ผู้สูงอายุของผู้สูงอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้สะท้อนถึงปัญหา อุปสรรค ของการดำเนินการดูแลผู้สูงอายุ ดังนี้ 1) ผู้สูงอายุหรือผู้สูงอายุบางราย ไม่สามารถตอบสนองได้เนื่องจากสมองฝ่อ เมื่อเล่นกิจกรรมก็จะไม่สามารถ ตอบสนองกับกิจกรรมได้ เช่น ไม่สามารถ แยกสีได้ หรือไม่รู้จักรหัสเลข เป็นต้น ส่งผลทำให้ผู้สูงอายุ ไม่ได้รับประโยชน์จากกิจกรรม 2) สถานที่ไม่เอื้ออำนวย อุปกรณ์ ไม่พร้อม 3) ผู้สูงอายุบางรายให้ความร่วมมือไม่เต็มร้อย เนื่องด้วยสุขภาพไม่เอื้อร่างกายอ่อนล้า จนคิดว่าชีวิตไม่มีความหมาย ไม่มีกำลังใจที่จะสู้ เสี่ยงต่อการเข้าสู่สภาวะซึมเศร้า 4) เจ้าหน้าที่ของศูนย์ผู้สูงอายุ ที่รับผิดชอบงานด้านการดูแลผู้สูงอายุมีไม่เพียงพอต่อภาระงานด้านการดูแลผู้สูงอายุ และขาดแคลนเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้เฉพาะด้าน ส่วน ข้อเสนอแนะมีดังนี้ 1) อยากให้หน่วยงานที่ดูแล จัดสรรงบประมาณให้เพียงพอ มีการติดตั้งอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีมาตรฐาน 2) อยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดสรร นักกายภาพบำบัด นักจิตวิทยา นักฟื้นฟูสมรรถนะที่มีความรู้เฉพาะด้านมาดูแล ควบคู่กันไปกับลูกหลาน เพราะปัจจุบันเจ้าหน้าที่ที่ดูแลผู้สูงอายุมีแค่ความรู้จากที่มีการจัดอบรมมาเท่านั้น และบางเรื่อง เป็นการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นพี่สู่รุ่นน้อง เพื่อการพัฒนาฟื้นฟูผู้สูงอายุให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น

อภิปรายผล

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า แนวคิดสำหรับการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ การให้บริการด้านการดูแลที่เน้น กิจกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ ด้านการดูแลเรื่องการรับประทานยาตามแพทย์สั่ง และการ พบแพทย์ตามนัด โดยการบริการจากเจ้าหน้าที่ อ.สม. และเจ้าหน้าที่บริบาลประจำพื้นที่ อย่างสม่ำเสมอ ตลอดเวลา อย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งการให้บริการผู้สูงอายุในด้านนี้ถือเป็นรูปแบบการดูแลผู้สูงอายุที่สำคัญ และเป็นการบริการที่ มาตรฐานที่ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุทั่วไปก็ได้จัดให้มีการบริการเป็นลำดับสำคัญ มีความสอดคล้องกับ (สุพัตรา ศรีวณิชชากร; และคณะ. 2552) ที่ได้กล่าวถึงระบบบริการ การดูแล ต่อเนื่อง การบริการแบบผสมผสาน การดูแลแบบองค์รวม การ ประสานการดูแล และการเสริมพลังชุมชน หรือเรียกว่าการดูแลผู้สูงอายุโดยการสร้างเสริมครอบครัวให้เข้มแข็ง และ การสนับสนุนจากท้องถิ่นและชุมชน การสนับสนุนศักยภาพผู้สูงอายุและการดูแลต่อเนื่องทั้งในแง่ระบบและผู้ดูแล การมีนโยบายชุมชนเข้มแข็ง และการจัดบริการเฉพาะในกลุ่มด้วยโอกาสโดยชุมชน

ผลการศึกษาด้านความพึงพอใจของผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุมีความชอบในรูปแบบการดูแลผู้สูงอายุจะมีความแตกต่างกัน ตามสภาพความพร้อมของร่างกายผู้สูงอายุแต่ละคนจะมีความชอบไม่เหมือนกัน ผู้สูงอายุบางคน ชอบกิจกรรมนันทนาการแบบสนุกสนาน เช่น การร้องเพลง การออกกำลังกายโดยการรำไม้พอง เป็นต้น เพราะสภาพ ร่างกายมีความแข็งแรงดี ส่วนบางคนชอบกิจกรรมอาชีวะบำบัด เช่น การสานตะกร้าด้วยไม้เรียว การปลูกผักปลอด สารพิษ เป็นต้น เนื่องจากตนเองจะมีปัญหาเรื่องการเดินของขาที่ไม่ค่อยแข็งแรง ฉะนั้น กลุ่มตัวอย่างจึงเห็นว่าไม่ จำเป็นต้องเสริมหรือพัฒนาแล้ว เพราะกิจกรรมที่ทางศูนย์ผู้สูงอายุ จัดให้มีความเพียงพอต่อความต้องการของผู้สูงอายุ สอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ จันทนา สารแสง (2561) ที่ระบุไว้ว่า คุณภาพชีวิตและพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ ของผู้สูงอายุตำบลทุ่งข้าวพวงอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ได้ศึกษาว่าพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุที่ เข้าร่วมกิจกรรม และไม่เข้าร่วมกิจกรรมในโรงเรียนผู้สูงอายุมีพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพโดยรวมและรายด้าน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความรับผิดชอบต่อสุขภาพ ด้านการออกกำลังกาย ด้านโภชนาการ ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่าง บุคคล ด้านการพัฒนาจิตวิญญาณ และด้านการจัดการกับความเครียดแตกต่างกัน

ผลการศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้สะท้อนถึงปัญหา อุปสรรค ของการดำเนินการดูแลผู้สูงอายุ เช่น ผู้สูงอายุบางรายไม่สามารถตอบสนองได้ เมื่อเล่นกิจกรรมก็จะไม่สามารถตอบสนองได้ ส่งผลทำให้ผู้สูงอายุไม่ได้รับประโยชน์จากกิจกรรม เนื่องด้วยสุขภาพไม่เอื้อร่างกายอ่อนล้า อยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดสรร นักกายภาพบำบัด นักจิตวิทยา นักฟื้นฟูสมรรถนะที่มีความรู้เฉพาะด้านมาดูแล ควบคู่กันไปกับลูกหลาน เพื่อการพัฒนาฟื้นฟูดูแลผู้สูงอายุให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น สอดคล้องกับ กุลวดี โรจน์ไพศาลกิจ; และ วรากร เกรียงไกรศักดิ์ดา (2560) ที่กล่าวถึงการพัฒนาแนวทางการดำเนินงานของชุมชนในการพัฒนาสุขภาพะผู้สูงอายุเกี่ยวกับ กิจกรรมการพัฒนาสุขภาพะผู้สูงอายุที่ประกอบด้วย 7 กิจกรรมหลัก คือ กิจกรรมพบกันประจำเดือน กิจกรรมเยี่ยมบ้านผู้สูงอายุ เพื่อแก้ปัญหา และสนองความต้องการของผู้สูงอายุในการจัดสรรนักกายภาพบำบัด นักจิตวิทยา นักฟื้นฟูสมรรถนะที่มีความรู้เฉพาะด้านมาดูแลควบคู่กับลูกหลาน และกิจกรรมกลุ่มดูแลกันเอง กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพะทางกาย กิจกรรมสวัสดิการผู้สูงอายุและกิจกรรมสืบสานประเพณีวัฒนธรรม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของชุมชนในการพัฒนาสุขภาพะผู้สูงอายุ

เอกสารอ้างอิง

- กิตติวงศ์ สาสวรรณ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ กล่าวถึงรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการดูแลผู้สูงอายุ คือสมาชิกครอบครัวเป็นบุคลากรหลักในการดูแลผู้สูงอายุ.
- ฉัตรชัย วีระเมธิกุล. (2560). แนวทางการพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุในอนาคตศึกษาเฉพาะกรณีที่อยู่อาศัยแบบสร้างสรรค์ของภาคธุรกิจเอกชน.
- วรากร เกรียงไกรศักดิ์ดา. (2560). การพัฒนาแนวทางการดำเนินงานของชุมชนในการพัฒนาสุขภาพะผู้สูงอายุ.
- วิไลลักษณ์ ไกรสุวรรณ. (2545). แนวทางการจัดเตรียมที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาชมรมอยู่ร้อยปี.
- วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาเคหการ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิทธิอาภรณ์ ชวนปี. (2543). การศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในชมรมผู้สูงอายุตำบลบางเมือง อำเภอบางเมือง จังหวัดสมุทรปราการ. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาแนะแนว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ความสามารถของผู้สูงอายุเองร่วมกับการใช้ประโยชน์จากโครงสร้างทางสังคมภายใต้การใกล้เคียงเชิงคุณค่าระหว่างค่านิยมทางสังคม.

S0070: กระบวนการบริหารจัดการงานเฝ้าระวังป้องกันโรคโควิด (COVID-19) ในเขตอำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี**MANAGEMENT PROCESS OF SURVEILLANCE AND PREVENTION OF COVID-19 IN THE DISTRICT YARANG. PATTANI PROVINCE**

นาเดีย เจะสนิ¹ ฟาติส สาเมาะ² นาซีฮะห์ เจ๊ะ³ วัชรระ ขาวสังข์⁴

^{1, 2, 3} คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์กลุ่มประชากรในหน่วยงานการปกครองมีหน้าที่บริหารจัดการประชาชนในพื้นที่ ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการบริหารจัดการในหน่วยงานไม่พบการติดเชื้อเนื่องจากมีการพัฒนาการบริหารจัดการที่ดี และป้องกันการติดเชื้ออย่างเป็นระบบทำให้มีความปลอดภัยขั้นสูงในด้านการทำงาน อาทิเช่น การเว้นระยะห่าง การใช้หน้ากากอนามัยที่ถูกต้อง มีการตรวจวัดอุณหภูมิ ซึ่งวิธีการดังกล่าวทำให้เห็นได้ชัดว่ามีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ส่งผลให้หน่วยงานเป็นต้นแบบให้กับหน่วยงานอื่น ๆ ในพื้นที่ โดยประชากรในหน่วยงานเป็นบุคคลสำคัญในการเฝ้าระวังและสังเกตพฤติกรรมของประชาชนเพื่อให้กระบวนการป้องกันยังคงมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

คำสำคัญ: โรคโควิด-19 กระบวนการบริหารจัดการงานเฝ้าระวังควบคุมโรคโควิด-19

Abstract

This research was done by interviewing and questioning the population in the administrative work area with the top management staff of 26 people in the area. It is well managed and systematically prevented from infection resulting in high occupational safety, such as spacing, use of a mask properly, and measured, which this method shows. It is clear that efficiency and efficiency have resulted in job-holes for other companies in the surrounding space in space as the key to stealing fears and organizational problems so that prevention continues to be effective.

Keywords: COVID-19, COVID-19 control officer

บทนำ

ปัจจุบันหลายประเทศทั่วโลกกำลังเผชิญกับปัญหาการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 องค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้โรคดังกล่าวเป็นโรคระบาดใหญ่ทั่วโลก เมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2563 โรคนี้เป็นโรคติดต่อที่เกิดจากเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดในปัจจุบันยังคงมีการตรวจพบผู้ติดเชื้อรายใหม่และมีจำนวนผู้เสียชีวิตเพิ่มขึ้นทุกวัน องค์การอนามัยโลกได้แนะนำการป้องกันโรคเบื้องต้น ได้แก่ การล้างมือบ่อย ๆ ปิดปาก จมูก

เมื่อไอจาม รับประทานอาหารที่ปรุงสุกใหม่เสมอ และหลีกเลี่ยงการสัมผัสใกล้ชิดกับคนที่แสดงอาการของโรคทางเดินหายใจ เช่น ไอและจาม

งานเฝ้าระวังป้องกันโรค โควิด-19 เป็นมิติหนึ่งของกระบวนการบริหารจัดการที่กำลังเกิดขึ้นในเขตพื้นที่อำเภอ ยะรัง จังหวัดปัตตานี ท่ามกลางวิกฤติโรคโควิด-19 ที่แพร่ระบาดอย่างรวดเร็ว ต้องยอมรับว่าในสถานการณ์ปัจจุบันได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของคน อาทิ ต้องพกเจลแอลกอฮอล์ สวมใส่หน้ากากอนามัย ตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายต่าง ๆ โดยสามารถป้องกันการเกิดโรคได้ในระดับหนึ่ง โดยมีหน่วยงานในองค์กรร่วมมือกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเขาตูมในการให้ข้อมูลการเฝ้าระวัง ทุกเพศ ทุกวัย ทุกบ้าน เพื่อใช้อธิบายการตัดสินใจของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมสุขภาพ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาประเด็นการรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 จากการปฏิบัติงานการรับรู้ความรุนแรงของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 และการรับรู้ของหน่วยงานมาเป็นปัจจัยในการชักนำการปฏิบัติพฤติกรรมด้านสุขภาพเกี่ยวกับการป้องกันโรคนี้

เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลเขาตูม อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี ที่ปฏิบัติงานในองค์กร โดยทั่วไปเรียกผู้ปฏิบัติงานดังกล่าวข้างต้น เป็นบุคลากรที่ให้ข้อมูลการเฝ้าระวังนอกสถานที่ที่มีความเสี่ยงสูงต่อการรับเชื้อจากผู้ป่วยในขณะที่ทำให้ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันเบื้องต้น เช่น การล้างมือที่ถูกวิธี วิธีการสวมใส่หน้ากากอนามัย การตรวจวัดอุณหภูมิ การเว้นระยะห่าง เป็นต้น ซึ่งการให้บริการดังกล่าวมีความใกล้ชิดกับผู้ป่วยรวมทั้งมีการสัมผัส ซึ่งทำให้เกิดการแพร่กระจายของเชื้อไวรัสได้มากขึ้น จึงจำเป็นต้องปฏิบัติเพื่อลดความเสี่ยงต่อการสัมผัสและรับเชื้อ เช่น การสวมหน้ากากปิดปากและจมูก การล้างมือเป็นประจำด้วยแอลกอฮอล์เจล หลีกเลี่ยงการเอามือสัมผัสเนื้อเยื่อต่าง ๆ ในร่างกาย เช่น ตา จมูก และปาก ก็จะสามารถลดความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของโรคได้ จะเห็นได้ว่าพฤติกรรม การป้องกันเฝ้าระวังโรคโควิด-19 มีความสำคัญอย่างยิ่งในการหยุดหรือยับยั้งการระบาดของโรคติดเชื้อดังกล่าวได้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากระบวนการเฝ้าระวังป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 เพื่อประโยชน์ในการวางแผนป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องต่อไป

ทั้งนี้ภายใต้การบริหารจัดการในช่วงวิกฤติมีกระบวนการเฝ้าระวังป้องกันควบคุมโรคโควิด-19 ในแต่ละหน่วยงานมีบริบทแตกต่างกันออกไป การที่จะทราบถึงปัญหาและขนาดปัญหาที่แท้จริงในแต่ละพื้นที่ที่จะสามารถนำไปสู่การหาแนวทางแก้ไขปัญหาโดยกระบวนการที่มีประสิทธิภาพนั้น ต้องมีการศึกษาในหลาย ๆ ด้านด้วยกัน ด้วยเหตุผลดังกล่าวคณะผู้จัดทำวิจัยจึงได้ดำเนินการตามแผนการบริหารจัดการงานเฝ้าระวังป้องกันโรคโควิด-19 ตลอดจนศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการควบคุมโรค ปัญหาอุปสรรค ในการดำเนินงานโดยผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการป้องกันต่อไป (จำลองศักดิ์ ดิษฐประยูร)

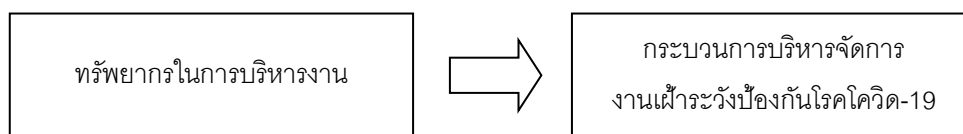
วัตถุประสงค์

1. เพื่อป้องกันโรคติดเชื้อโควิด-19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลเขาตูม อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงแนวทางการปฏิบัติตน
2. ทำให้เกิดความรู้ในการปฏิบัติตัวในช่วงโควิด-19

กรอบแนวคิดของการวิจัย



วิธีการดำเนินงานวิจัย

ในกลุ่มวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเรื่อง กระบวนการบริหารจัดการงานเฝ้าระวังป้องกันโรคโควิด-19 ของหน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบลเขาตูม อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี รูปแบบการศึกษาคือการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีการเก็บข้อมูล ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประชากร ได้แก่ หน่วยงานในองค์การบริหารส่วนตำบลเขาตูม และร่วมมือกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้อำนวยการสาธารณสุขขององค์การบริหารส่วนตำบลเขาตูม และเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานใน (รพ. สต.) ในตำบลเขาตูม อย่างไรก็ตามเพื่อให้ความสมบูรณ์และความน่าเชื่อถือของข้อมูลประกอบกับการวิจัยนี้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์จึงทำการทดแทนกรณีกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 10 ดังนั้นในการศึกษาค้นคว้าจึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากแนวคิดการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 และบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบลเขาตูม ประกอบด้วย 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง

1. หาค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมของการสำรวจในพื้นที่ ผลสัมฤทธิ์ทางการอบรม จำนวนคนต่อวัน

2. การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมของการสำรวจในพื้นที่ จำแนกตามเพศ ผลสัมฤทธิ์ทางการอบรมจำนวนคนต่อวัน

3. การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบด้านเดียว one way เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมของการสำรวจในพื้นที่ ตำบลเขาตูม จังหวัดปัตตานี จำแนกตามเขต เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบรายคู่ด้วยค่าสถิติทดสอบ ISD. (least significant difference)

ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของบุคลากร

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการบริหารจัดการงานเฝ้าระวังป้องกันโรคโควิด-19 ในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลเขาตูม ผู้รับผิดชอบงานโรคโควิด-19 ในพื้นที่ตำบลเขาตูม โดยหน่วยงานเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล และโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล โดยศึกษาปัจจัยเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิด ทรัพยากรในการบริหารงาน เกี่ยวกับวิธีการรับมือในช่วงสถานการณ์โควิด ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญต่อการบริหารจัดการด้านทรัพยากรในการบริหารงาน โดยงบประมาณดำเนินการเฝ้าระวังโรคโควิด-19 ในระดับตำบล ได้แก่ การจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์เครื่องวัดอุณหภูมิ ถุงยังชีพ ส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ๆ ทางองค์การบริหารส่วนตำบลเขาตูมมีการประสานงานกับผู้ใหญ่บ้านจัดตั้งจุดสกัดคัดกรองบุคคลในพื้นที่และบุคคลกลับจากต่างประเทศ โดยจัดโครงการแจกหน้ากากอนามัยในชุมชน ช่วยลดโอกาสเสี่ยงต่อการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 จากการปฏิบัติงาน ภาพรวมอยู่ในระดับดีเมื่อพิจารณาแล้ว นอกจากนี้ตำบล

ยังเป็นพื้นที่เป้าหมายสร้างความสัมพันธ์เชิงเครือข่ายของผู้ปฏิบัติงาน ดังนั้นการศึกษาระบบการบริหารจัดการเพื่อ
งานเฝ้าระวังป้องกันควบคุมโรคโควิด-19 ระดับตำบล ดำเนินการเพื่อประโยชน์ ในการพัฒนางานด้านทรัพยากรการ
บริหารงานไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

สรุปผลการวิจัย

สรุปได้ว่ากระบวนการบริหารจัดการงานเฝ้าระวังป้องกันควบคุมโรคโควิด-19 เกิดการวางแผนงานร่วมกัน
ระหว่างหน่วยงานกับประชาชนในพื้นที่ จากการลงสำรวจพบว่าในพื้นที่หน่วยงานให้ความรู้ถึงกระบวนการการป้องกัน
โรคโควิด-19 แก่ประชาชนให้ได้รับรู้และได้นำไปปฏิบัติอย่างมีคุณภาพ การจัดโครงการของหน่วยงานเป็นการเปิดโอกาส
ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมครั้งนี้ร่วมถึงการแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ องค์การบริหารส่วนตำบลให้
การสนับสนุนชุมชนให้มีความเข้มแข็งในการดูแลตัวเองมากยิ่งขึ้น จึงจำเป็นเพื่อนำมาปรับใช้ต่อไป

อภิปรายผล

การรับรู้โอกาสเสี่ยงจากการปฏิบัติงานการรับความรุนแรงของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ของหน่วยงานต่อ
การดำเนินงานควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 เนื่องจากหน่วยงานเป็นบุคลากรที่มีบทบาทหน้าที่ในการให้ความรู้
พื้นฐานซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานควบคุม จากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 หน่วยงาน
มีความรู้ในการปฏิบัติงานรับรู้ความรุนแรงของโรคเป็นอย่างดี โดยเฉพาะให้ความรู้ในการป้องกันตัวด้วยหน้ากาก
อนามัย การล้างมือที่ถูกวิธี วิธีการสวมใส่หน้ากากอนามัย การตรวจวัดอุณหภูมิ การเว้นระยะห่าง เป็น ทั้งนี้เนื่องจาก
ในการปฏิบัติงานจริงหน่วยงานมีการสวมอุปกรณ์ในการป้องกันตัวเอง เช่น หน้ากาก หมวก และหน้ากากบังหน้าอยู่
แล้ว สอดคล้องกับการให้ความรู้ในการป้องกันอันตรายส่วนบุคคลในการทำงานของเจ้าหน้าที่ พบว่าสภาพแวดล้อม
ในการทำงานมีอิทธิพลต่อการป้องกันอันตรายส่วนตัว ดังนั้นควรมีวิธีการใช้ที่ชัดเจนเพื่อเป็นการป้องกันการสัมผัสเชื้อ
ทั้งจากประชาชน เนื่องจากมีประกาศแนวทางปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อการจัดการภาวะระบาดของโรคโควิด-19 ใน
สถานการณ์ฉุกเฉิน โดยให้ความรู้ตลอดจนแนวทางในการปฏิบัติที่ชัดเจนทั้งในระดับบุคคล ชุมชน และสถานที่ รวมถึง
แนวทางในการให้บริการด้านความรู้อีกด้วย หน่วยงานปฏิบัติงานใน รพ.สต / อบต. มีการรับรู้ต่อการดำเนินงานควบคุม
โรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 จากการศึกษาพบว่าสถานที่ทำงานของหน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบลเขาตูมมีพฤติกรรม
การป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ในประเด็นการให้ความรู้แก่ประชาชน และการหลีกเลี่ยงเข้าสถานที่ที่มีบุคคล
พลุกพล่านหรือแออัด ทั้งนี้เนื่องจากมีมาตรการและแนวทางในการป้องกันการแพร่กระจายเชื้ออย่างชัดเจน ตลอดจน
แนวทางในการปฏิบัติทั้งในระดับบุคคลชุมชนและสถานที่ที่ถือว่าเป็นพื้นที่สีแดง ทำให้เกิดความความไม่มั่นคง
ทางด้านสุขภาพของผู้ปฏิบัติงานรวมถึงสุขภาพของประชาชนที่ต้องมีการดำเนินการควบคุมป้องกันโรคที่จะส่งผลให้
ประชาชนมาใส่ใจในพฤติกรรมป้องกันโรคติดต่อ เบื้องต้นที่ทุกคนพึงปฏิบัติได้เพิ่มมากขึ้น เช่น การกินร้อนช้อน
ตัวเอง และการล้างมือ รวมถึงการเว้นระยะห่าง การใส่หน้ากากอนามัย และไม่ไปในที่คนแออัด นอกจากนี้การรับรู้มี
ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 จะเห็นได้ว่าการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19
ส่งผลให้เกิดการยกระดับการรับรู้และป้องกันตัวเองจากการปฏิบัติงานได้ดีขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษากิจกรรมในชุมชนที่ส่งผลเสี่ยงในการติดเชื้อจากการให้ความรู้การป้องกันโรคในชุมชน เนื่องจากหน่วยงานเป็นกลุ่มที่ต้องปฏิบัติงานในชุมชนและใกล้ชิดกับประชาชน
2. สนับสนุนอุปกรณ์ในการป้องกันโรคให้กับหน่วยงานให้เพียงพอ เพราะบุคคลเหล่านี้มีโอกาสเสี่ยงในการสัมผัสโรคได้ตลอดเวลา

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการงานเฝ้าระวังป้องกันควบคุมโรคโควิด-19 ในพื้นที่จังหวัดปัตตานีครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้รับการอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก นางจำลอง ชัยบุรุษย์ ผู้อำนวยการสาธารณสุขของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอปัตตานี ในการอำนวยความสะดวกให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์และให้โอกาสได้ดำเนินการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเขาตูม และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกท่าน ที่กรุณาสละเวลาให้สัมภาษณ์ เพื่อเป็นข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดีต่อคณะผู้วิจัย ทำให้การศึกษาวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดีบรรลุดุจประสงฆ์ที่กำหนดไว้

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงสาธารณสุข. (2563ก). กระบวนการจัดการแนวทางปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อจัดการภาวะระบาดของโรคโควิด-19 ในข้อกำหนดออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน. สืบค้นจาก <https://ddc.moph.go.th>.
- _____. (2563ข). การจัดการคู่มือเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในการตอบโต้ภาวะฉุกเฉินกรณีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาในประเทศไทย. จาก <https://ddc.moph.go.th>.
- _____. (2563ค). การติดเชื้อโรคไวรัสโคโรนาและปัจจัยเสี่ยง, อาการและการแสดง, การดูแลรักษาผู้ป่วย กรมควบคุมโรคสาธารณสุขแห่งประเทศไทย. สืบค้นจาก <https://www.who.int/docs>.
- กลุ่มโรคไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2563). คู่มือการประเมินผลตามตัวชี้วัดงานป้องกันควบคุมโรคไวรัสโคโรนา-19. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- คณะกรรมการการเกษตรและสหกรณ์วุฒิสภา. (2563). ผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจไทยจากโรคติดต่อเชื้อโคโรนาไวรัส. สืบค้นจาก <https://www.senate.go.th>.
- จำลอง ชัยบุรุษย์. (2563). รายงานเรื่องการศึกษาภาระกิจ อบต. และความเข้มแข็งของประชาคม ตำบลในการจัดการกับปัญหาโรคไวรัสโคโรนา 2019 ระดับตำบล. กรมการปกครองท้องถิ่น.
- จิตาพร รุ่งสถาพร. (2563). พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ ในภาวะวิกฤตโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และพิษณุโลก.
- ธรรมาธิ์ ใจเอื้อพลสุข. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของ สำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย. สืบค้นจาก <http://dspace.spu.ac.th/bitstream>.

ปณิธิ ธรรมวิริยะ. (ม.ป.ป.). ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานป้องกันควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019.

กระทรวงสาธารณสุข กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. จาก <https://ddc.moph.go.th/uploads/publish>.

ปรียาภรณ์ แสงแก้ว. (2559). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการทำงานของเจ้าหน้าที่พยาบาล โรงพยาบาลเอกชน
แห่งหนึ่ง ในจังหวัดสมุทรปราการ. สืบค้นจาก <https://mis.krirk.ac.th/librarytext>.

มณฑล ไกรวัตนุสสรณ์. (ม.ป.ป.). การประเมินผลโครงการส่งเสริมสุขภาพร่างกายและป้องกันโรคติดต่อหรือ
โรคระบาด (COVID-19). จาก <http://www.samutsakhonpao.go.th>.

โรม บัวทอง. (2563). ระบบการเฝ้าระวังโรค กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. พิมพ์ครั้งที่ 3. สำนักงาน
ระบาดวิทยา. จาก <https://w1.med.cmu.ac.th/>.

เศรษฐ์ อัญพัรี; และคณะ. (2563). คู่มือการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐกับปัญหา
โรคไวรัสโคโรนา 2019 ในระดับจังหวัด. จาก <https://www.pattani.go.th/documents>.

สาคร ศรีมุข. (2563). ส่งออกผลไม้ของประเทศไทยในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. สืบค้น
จาก <https://www.senate.go.th/document/>.

สำนักงานที่ปรึกษาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีประจำสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงบรัสเซลส์. (2563). รายงาน
ความก้าวหน้าในการรักษา และการพัฒนาวัคซีนต้านโรคโควิด-19 ของประเทศต่าง ๆ และโอกาส
ของนักวิจัยไทยในการความร่วมมือกับหน่วยงานวิจัยในยุโรป. สืบค้นจาก <https://www.thaiscience.eu/uploads/>.

สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 4 สระบุรี. (2563). รวมแนวทางการป้องกันการควบคุมโรคกรณีติดเชื้อไวรัสโคโรนา
2019 สำหรับบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข. สืบค้นจาก <http://203.157.108.3/pathum/Fileupload/>.

สุภาภรณ์ วัชรพฤษชาติ. (2559). เฝ้าระวังโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 เชิงรุก ในแหล่งค้าควา
รังโรค. สืบค้นจาก <http://164.115.27.97/digital/files/original/>.

อนุทิน ชาญวีรกูล; และ แดเนียล เคอร์โทสซ์. (2563). การทบทวนร่วมระหว่างกาปฏิบัติงานด้านสาธารณสุข
เพื่อตอบสนองสถานการณ์โรคโควิด-19 ในประเทศไทย. สืบค้นจาก <https://www.who.int/docs/default-source>.

World Health Organization. (2020). Coronavirus. Geneva: World Health Organization.

_____. (n.d.) Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) Situation Report-71. Geneva: n.p.

S0071: การแก้ปัญหาการระบาดของ covid-19 ของเทศบาลตำบลบุติ อำเภอมืองยะลา จังหวัดยะลา
SOLVING THE COVID-19 OUTBREAK OF THE BUDI MUNICIPALITY MUEANG YALA DISTRICT,
YALA PROVINCE

นุรลียานา เลาะหะมะ¹ ยัสมีน กาจ² สุรยณี มะโร๊ะ³ วุฑฒะ ขาวสังข์⁴

^{1,2,3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการแก้ปัญหาการระบาดของ covid-19 ของเทศบาลตำบลบุติ อำเภอมืองยะลา จังหวัดยะลา ประชากรในการวิจัย ได้แก่ ประชากรในพื้นที่เทศบาลตำบลบุติ อำเภอมืองยะลา จังหวัดยะลา จำนวน 80 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-40 ปี ศาสนาอิสลาม สถานภาพโสด ลักษณะการแก้ปัญหาการระบาดของ covid-19 ของเทศบาลตำบลบุติ อำเภอมืองยะลา จังหวัดยะลา พบว่าอยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาการระบาดของ covid-19 ของเทศบาลตำบลบุติ อำเภอมืองยะลา จังหวัดยะลา ได้แก่ การวางแผน ด้านการปรับตัว การประเมินงาน

คำสำคัญ: การแก้ปัญหา, COVID-19

Abstract

The objective of this research were to study 1) To study the solution of covid-19 outbreak of the Budi Sub-district Municipality Muang Yala District, Yala Province the population in the research was Population in the Budi Subdistrict Municipality Muang Yala District, Yala Province, 80 people The research instruments were questionnaires. The statistics used in the research were percentage, mean and standard deviation. Most of the respondents were female, aged 20-40, Islamic status, celibate status, and covid-19 solution of the Budi sub-district municipality. Muang Yala District, Yala Province Found to be at a high level Most of the municipalities focus on solving the covid-19 outbreak. Muang Yala District, Yala Province, Including adaptation planning Job assessment

Keywords: solution, COVID-19

บทนำ

โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) เกิดจากโคโรนาไวรัสพันธุ์ใหม่ ที่ไม่เคยพบในมนุษย์มาก่อนพบไวรัสนี้เป็นครั้งแรกที่เมืองอู่ฮั่น ในประเทศจีน ในช่วงต้นปี 2563 เป็นช่วงที่สาธารณรัฐประชาชนจีนกำลังระบาดอย่างหนัก มีผู้เจ็บป่วยและล้มตายเป็นจำนวนมาก ในช่วงนั้นมีคนจีนและคนต่างชาติจำนวนมากที่ได้รับผลกระทบและรอความ

ช่วยเหลือจากทางรัฐบาล โดยไม่สามารถออกไปไหนมาไหนได้ถูกจำกัดพื้นที่ให้อยู่ในบ้านพักเท่านั้นเนื่องจากมีการแพร่ระบาดของไวรัสเป็นอย่างมาก ทำให้ชื่อของไวรัสที่เราเรียกกันติดปากและคุ้นชินนั้นคือ “ไวรัสอู่ฮั่น” โดยมาจากเมืองที่เป็นต้นกำเนิดของไวรัสและใน นับแต่นั้นไวรัสนี้ได้แพร่ขยายออกอย่างกว้างขวางในประเทศจีน และพบว่ามีผู้ป่วยด้วยไวรัสในประเทศอื่นด้วยหลายประเทศ รัฐบาลจีนได้รายงานผู้ป่วยให้องค์การอนามัยโลกประจำประเทศจีนทราบเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2562 และประกาศให้เป็นภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขในวันที่ 30 มกราคม 2563 และยกระดับเป็นการระบาดทั่วโลก ในช่วงปลายปี 2562 จนถึงช่วงปี 2563 ในทั่วโลกไม่ว่าจะเป็นประเทศในยุโรป อเมริกา แอฟริกา เอเชีย ซึ่งหนึ่งในนั้นคือประเทศไทย ซึ่งเป็นไวรัสที่ยังไม่มีการรับมือ ไม่มีวัคซีนในการป้องกัน หรือแม้แต่ยาที่ใช้รักษา ยับยั้งการแพร่ระบาดนี้ลงได้ จึงทำให้มีผู้ติดเชื้อจำนวนมากขึ้นทุกวัน ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดอย่างหนักในแต่ละประเทศ และมีผู้เสียชีวิตเพิ่มขึ้นทุกวัน (กรมควบคุมโรค. 2563) สถานการณ์ทั่วโลกล่าสุดเมื่อวันที่ 24 ธันวาคม ทั่วโลกมีผู้ติดเชื้อไวรัสโควิด 19 อยู่ที่ 79,036,355 คน เพิ่มขึ้นจากวันก่อน 683,204 คน รักษาตัวหายแล้ว รวม 55,609,314 คน และยอดสะสมผู้เสียชีวิตอยู่ที่ 1,736,659 ราย (ศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด 19 หรือ ศบค. 2563)

ประเทศไทยพบผู้ป่วย ต้องสงสัยรายแรกเมื่อวันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2563 ซึ่งเดินทางมาถึงกรุงเทพมหานคร โดยเที่ยวบินจากนครอู่ฮั่น กระทรวงสาธารณสุขของไทยประกาศเมื่อวันที่ 12 ม.ค. 2563 ว่าพบนักท่องเที่ยวหญิงวัย 61 ปี สัญชาติจีน ติดเชื้อโควิด-19 นับว่าเป็นการพบผู้ติดเชื้อคนแรกนอกประเทศจีน จากการสอบสวนโรค พบว่า เธอเดินทางออกจากเมืองอู่ฮั่น ถึงท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ เมื่อวันที่ 3 ม.ค. 2563 2 วันต่อมาพบว่า เธอมีอาการเจ็บคอ มีไข้ หนาวสั่น และปวดหัว จากนั้นในวันที่ 8 ม.ค. เธอเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลความดันโลหิตของสถาบันบำราศนราดูร ผลทดสอบหาโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่เป็นบวก ต่อมาในวันที่ 31 ม.ค. ชายไทยวัย 50 ปี ซึ่งขับแท็กซี่ในกรุงเทพมหานคร ได้รับผลตรวจว่าติดเชื้อโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ เพราะก่อนหน้านี้เขาได้รับผู้โดยสารจากเมืองอู่ฮั่น ซึ่งมีอาการป่วยไปส่งโรงพยาบาล ถือว่า ชายคนนี้เป็นคนไทยรายแรกที่ติดไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ โดยไม่เคยมีประวัติเดินทางไปประเทศจีนมาก่อน คนขับแท็กซี่ เข้ารักษาตัวที่สถาบันบำราศนราดูรและหายจากโรค สถานการณ์ล่าสุดเมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2563 มีผู้ติดเชื้อใหม่ 67 คน ทำให้มียอดผู้ป่วยสะสมล่าสุด อยู่ที่ 5,829 คน ไม่มีผู้เสียชีวิตรายใหม่ ทำให้มียอดผู้เสียชีวิตสะสมทั่วประเทศ อยู่ที่เท่าเดิม 60 ราย มีผู้ป่วยรักษาตัวหายกลับบ้านเพิ่ม 21 คน รวมยอดผู้ป่วยรักษาตัวหายกลับบ้านได้แล้วที่ 4,116 มีผู้ป่วยที่ยังรักษาตัวในโรงพยาบาล 1,653 (ศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 หรือ ศบค. 2563)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) เทศบาลตำบลบุตตี้ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา ได้ออกมาตรการการป้องกันอย่างเข้มงวด โดยให้ประชากรในพื้นที่เทศบาลตำบลบุตตี้ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา เฝ้าระวังและตระหนักในการป้องกันจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรค covid-19 และดำเนินการตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด โดยมีเป้าหมายลดการแพร่เชื้อ และการระบาดของโรค covid-19

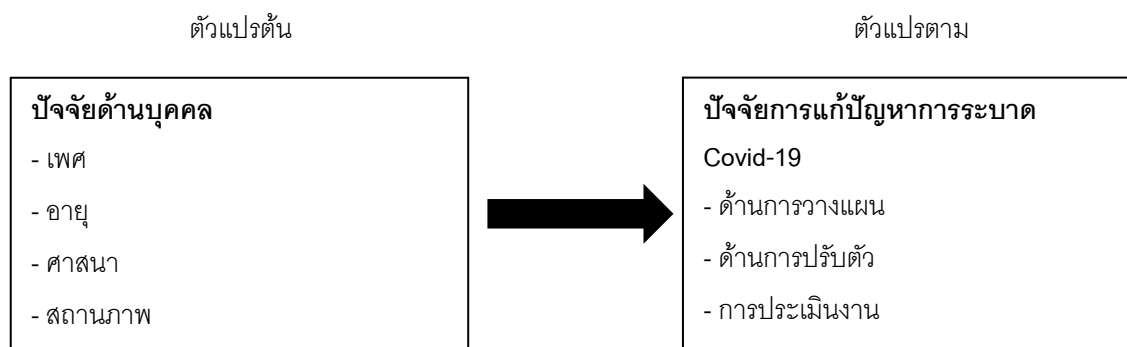
จากความสำคัญที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้ลงสังเกตการณ์ที่เทศบาลตำบลบุตตี้ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา เบื้องต้น พบว่า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (Covid-19) ทางเทศบาลตำบลบุตตี้ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา จึงต้องมีการตระหนักต่อสถานการณ์โรคไวรัสโคโรนา (Covid-19) เพื่อลดผลกระทบต่อสุขภาพของประชากรในเขตเทศบาลตำบลบุตตี้ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการแก้ปัญหาการระบาด covid-19 ของเทศบาลตำบลบุตตี้ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษา เรื่องการแก้ปัญหาการระบาด covid-19 ของเทศบาลตำบลบุต๊ะ อำเภอมะนัง จังหวัดยะลา ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ดังนี้

**วิธีดำเนินการวิจัย****ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง****ประชากร**

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรในพื้นที่เทศบาลตำบลบุต๊ะ อำเภอมะนัง จังหวัดยะลา จำนวน 80 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ได้แก่ ประชากรในพื้นที่เทศบาลตำบลบุต๊ะ อำเภอมะนัง จังหวัดยะลา จำนวน 80 คน โดยสุ่มเจาะจงหมู่ละ 10 คน จำนวน 8 หมู่

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เป็นการศึกษาเรื่องการแก้ปัญหาการระบาด covid-19 ของเทศบาลตำบลบุต๊ะ อำเภอมะนัง จังหวัดยะลา
2. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา ประกอบไปด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) ตัวแปรต้น ปัจจัยด้านบุคคล ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ศาสนา สถานภาพ 2) ตัวแปรตาม ปัจจัยด้านการแก้ปัญหา ประกอบไปด้วย ด้านการวางแผน ด้านการปรับตัว การประเมินงาน
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เทศบาลตำบลบุต๊ะ อำเภอมะนัง จังหวัดยะลา
4. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่าง 26 ตุลาคม 2563 -13 พฤศจิกายน 2563

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 80 ชุด

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ
2. การวิเคราะห์ปัจจัยการแก้ปัญหาการระบาด covid-19 ของเทศบาลตำบลบุต๊ะ อำเภอมะนัง จังหวัดยะลา โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการแก้ปัญหาการระบาด covid-19 ของเทศบาลตำบลบุตี อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา

1.1 ด้านการประเมินงานในสถานการณ์โควิด-19

จากสถานการณ์การดำเนินการประเมินงานในสถานการณ์ Covid-19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = .944) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีเพียงประเด็น “เชื่อมั่นในเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานได้” ที่มีการประเมินในระดับมากที่สุด ส่วนประเด็นต่างๆ ที่เหลือมีการประเมินในระดับมาก โดยประเด็น “ผลการประเมินความดีความชอบของบุคลากรในสถานการณ์ Covid-19” มีคะแนนการประเมินน้อยที่สุด ดังตาราง 1

ตาราง 1 ด้านการประเมินงานในสถานการณ์โควิด-19

ด้านการประเมินงานในสถานการณ์ Covid-19	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
14. ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานมีความชัดเจน	4.05	1.054	มาก
15. ประเมินผลการปฏิบัติงานมีความเหมาะสม	4.10	.908	มาก
16. เชื่อมั่นในเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานได้	4.20	.833	มากที่สุด
17. ผลการประเมินความดีความชอบของบุคลากรในสถานการณ์ Covid-19	3.95	.967	มาก
18. หน่วยงานนำผลการงานของบุคลากรไปประกอบการประเมินผลการปฏิบัติงานในแต่ละรอบการประเมินอย่างเป็นรูปธรรม	3.96	.961	มาก
รวม	4.05	.944	มาก

1.2 ด้านการวางแผนในสถานการณ์โควิด-19

ส่วนด้านการวางแผนในสถานการณ์ระบาด Covid-19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 1.143) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการวางแผนอยู่ในระดับมาก อันดับแรก ได้แก่ ประเด็น “มีการนำผลจากการประเมินไปใช้ปรับปรุงกระบวนการทำงานและวางแผนงานต่อไป” รองลงมาประเด็น “มีการติดตามประเมินผลแผนงาน โครงการและกิจกรรม เป็นระยะๆ” และประเด็น “มีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์กร โดยระดมความคิดของบุคลากรและประชากร” ที่เหลือมีการวางแผนในระดับมาก และประเด็น “บุคลากรในหน่วยงานมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดนโยบายขององค์กร” มีคะแนนการวางแผนน้อยที่สุด ดังตาราง 2

ตาราง 2 ด้านการวางแผนในสถานการณ์โควิด-19

ด้านการวางแผนในสถานการณ์ระบาด Covid-19	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. มีการวางแผนนโยบายของโครงการและกิจกรรมที่สอดคล้องกับปัญหา	3.79	1.375	มาก
2. เทศบาลมีการวิเคราะห์สภาพความพร้อมก่อนการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือประชากร	3.93	1.310	มาก
3. เทศบาลสร้างความตระหนัก ความเข้าใจ และประชาสัมพันธ์งานระบบการดูแลช่วยเหลือประชากรให้แก่บุคลากรและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย	4.00	1.031	มาก
4. เทศบาลจัดทำคู่มือเพื่อกำหนดแนวทาง วิธีการประสานงานในการแก้ปัญหาโควิด-19 อย่างชัดเจน	4.01	.974	มาก
5. บุคลากรในหน่วยงานมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดนโยบายขององค์กร	3.75	1.217	มาก
6. เทศบาลจัดอบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ ความเข้าใจ มีเจตคติและมีทักษะในการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.93	1.123	มาก
7. มีการกำหนดวิสัยทัศน์พันธกิจวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร โดยระดมความคิดของบุคลากรและประชากร	4.04	1.073	มาก
8. มีการนำผลจากการประเมินไปใช้ปรับปรุงกระบวนการทำงานและวางแผนงานต่อไป	4.10	1.143	มาก
9. มีการติดตามประเมินผลแผนงาน โครงการและกิจกรรม เป็นระยะๆ	4.08	1.041	มาก
รวม	3.95	1.143	มาก

1.3 ด้านการปรับตัวในสถานการณ์โควิด-19

จากสถานการณ์ด้านการปรับตัวในสถานการณ์ระบาด Covid-19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 1.223) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการปรับตัวในสถานการณ์โควิด-19 อันดับแรก ได้แก่ ประเด็น “การปรับตัวในการใช้ชีวิตในสถานการณ์โควิด-19” รองลงมาประเด็น “การปรับตัวทางสังคมต่อเพื่อน” และประเด็น “การเตรียมความพร้อมของการปรับตัวในสถานการณ์โควิด-19” มีคะแนนการปรับตัวน้อยที่สุด ดังตาราง 3

ตาราง 3 ด้านการปรับตัวในสถานการณ์โควิด-19

ด้านการปรับตัวในสถานการณ์ระบาด Covid-19	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
10. การเตรียมความพร้อมของการปรับตัวในสถานการณ์โควิด-19	3.85	1.202	มาก
11. การปรับตัวในการใช้ชีวิตในสถานการณ์โควิด-19	4.09	1.093	มาก
12. การปรับตัวทางสังคมต่อเพื่อน	3.88	1.354	มาก
13. การปรับตัวทางสังคมของบุคคลทั่วไป	3.85	1.244	มาก
รวม	3.91	1.223	มาก

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (โดยหาค่าความถี่และค่าร้อยละจากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ สวมหน้ากาก เพื่อไม่ให้รับเชื้อโควิด-19 ใช้หน้ากากอนามัยทุกครั้งเวลามีอาการไอ และมีอาการ ไอ จาม มีน้ำมูก มีการล้างมือด้วยสบู่ก่อนและหลังปรุงอาหาร มีการพกแอลกอฮอล์เจลทุกครั้ง และเข้าใจเกี่ยวกับการเว้นระยะห่างเวลาอยู่ในพื้นที่สาธารณะ และเห็นว่าการปรับตัวในการใช้ชีวิตในสถานการณ์โควิด-19 ได้มาก กลุ่มตัวอย่างเชื่อมั่นในการปฏิบัติตัวเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตามแนวทางของกระทรวงสาธารณสุข

การแก้ปัญหาการระบาด covid-19 ของเทศบาลตำบลนาคี อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา มีการช่วยเหลือจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ให้มีจุดบริการล้างมือด้วยแอลกอฮอล์เจลอย่างเพียงพอ จัดการให้เกี่ยวกับร้านค้าเพื่อให้สามารถนั่งทานอาหารในร้านได้มีจัดให้มีหน้ากากอนามัย/ผ้า Face Shield ให้พนักงานทุกคน และประชากรในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลนาคี อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา

แนวทางในการแก้ปัญหาการระบาด covid-19 ของเทศบาลตำบลนาคี อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) 1) แนวทางการดูแลด้วยตัวของประชากรเอง เช่น สวมหน้ากาก ป้องกันสุขภาพ การพกเจลแอลกอฮอล์ติดตัวตลอดเวลาลดการพบปะในสถานที่สาธารณะหรือที่มีคนเยอะๆ 2) แนวทางการส่งเสริมสุขภาพของประชากรในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลนาคี อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา โดยภาครัฐ ได้แก่ การแจกหน้ากากอนามัยให้ทั่วถึง การประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลการปฏิบัติเพื่อดูแลตนเองให้ปลอดภัยจากโรค การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรักษาโรค และมีมาตรการในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19)

ภาพรวมพบว่า การแก้ปัญหาการระบาด covid-19 ของเทศบาลตำบลนาคี อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา ประชากรในเขตเทศบาลตำบลนาคี อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา มีความเข้าใจเกี่ยวกับโรคระบาด covid-19 และสามารถดูแลตนเอง มีพฤติกรรมที่สามารถป้องกันตนเองจากโรคระบาด covid-19 ได้

สรุป

เทศบาลตำบลนาคีได้ออกมาตรการการป้องกันหรือการแก้ปัญหาย่างเข้มงวด โดยอยู่ภายใต้ผู้บังคับบัญชา มีการวางแผนการทำงาน ทำตัวเป็นแบบอย่างที่ดีให้ผู้ที่มาใช้บริการเทศบาลตำบลนาคี อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา เช่น สวมหน้ากากอนามัยทุกครั้ง และเว้นระยะห่าง

อภิปรายผล

1. ด้านการวางแผน ของเทศบาลตำบลบุตตี้ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา ในสถานการณ์โควิด-19 ที่พบว่ามีความสำคัญต่อการแก้ปัญหา คือ ต้องมีการจัดทำแผนในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ พร้อมประชาสัมพันธ์ถึงประชากรในครัวเรือนเขตเทศบาลตำบลบุตตี้ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา ได้รับทราบ เพื่อให้ประชากรในเขตพื้นที่ได้มีส่วนร่วมในการป้องกันและแก้ไขปัญหาจากการแพร่ระบาด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภักธิญา ธรรมโชติ; และคณะ (2560)

2. ด้านการปรับตัว ของเทศบาลตำบลบุตตี้ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา ในสถานการณ์โควิด-19 พบว่ามีความสำคัญต่อการแก้ปัญหาของเทศบาลตำบลบุตตี้ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา เพื่อหลีกเลี่ยงเชื้อของโรค โดยสวมหน้ากากอนามัยเพื่อไม่ได้รับเชื้อโควิด-19 ไม่ว่าจะหมีหรือไม่มีไข้และมีอาการไอ จาม มีน้ำมูก ต้องล้างมือด้วยสบู่ ก่อนและหลัง มีการพกแอลกอฮอล์ทุกครั้งและเข้าใจเกี่ยวกับการเว้นระยะห่างเวลาเมื่ออยู่ในพื้นที่สาธารณะ จะช่วยลดการแพร่ระบาดของโรค Covid-19 ซึ่งการปรับตัวดังกล่าวเป็นไปตามทางของการป้องกันโรคของ กรมควบคุมโรค สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพัตรา รุ่งรัตน์; และคณะ (2564)

3. ด้านการประเมินงานของเทศบาลตำบลบุตตี้ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา ในสถานการณ์โควิด-19 พบว่ามีความสำคัญต่อการแก้ปัญหาของเทศบาลตำบลบุตตี้ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา คือ นำข้อเสนอแนะที่ได้จากการประเมินมาปรับปรุงแก้ไขให้ทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน มีการดำเนินงานอย่างเหมาะสม ติดตามประเมินผลเกี่ยวกับประสิทธิภาพกระบวนการปฏิบัติงาน ทำให้สามารถทราบได้ว่านโยบายที่ปฏิบัติประสพผลสำเร็จหรือไม่ มีการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานกับองค์กรอื่นที่มีลักษณะการดำเนินงานเหมือนกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พันเอก ศุภณัฐ (2561)

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการแก้ปัญหาระบาด covid-19 เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาในเขตพื้นที่อื่นๆ ที่มีลักษณะพื้นที่แตกต่างกัน เนื่องจากโรค covid-19 สามารถแพร่ระบาดได้ในทุกพื้นที่ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาปรับใช้ได้อย่างเหมาะสมกับพื้นที่

3. ควรมีการศึกษาวิจัยเรื่องวัคซีนป้องกันโรคติดเชื้อ covid-19 อย่างเร่งด่วนเพื่อช่วยชะลอและยุติการแพร่ระบาดของโรค covid-19

4. ควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดขึ้นและการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ covid-19

เอกสารอ้างอิง

กมลนัฏ ม่วงยิ้ม; เดชา วรรณพาลุล; และ วรยุทธ นาคอ้าย. (2563). กระบวนการมีส่วนร่วมในการป้องกันโรคโควิด19 กรณีศึกษาผู้สูงอายุพหุพิสัยชุมชนหนองตะโก กลุ่มพัฒนาวิชาการ. วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดชลบุรี.

กิตติพร เนาว์สุวรรณ; และคณะ. (2562). การรับรู้และพฤติกรรมในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19. วิทยาลัยเทคโนโลยีทางการแพทย์และสาธารณสุข กาญจนภิเษก.

- จารุวัฒน์ เอมชัยบุตร; และคณะ. (2563). **เศรษฐกิจศาสตร์พฤติกรรมว่าด้วยเส้นทางชีวิตและกิจกรรมร่วมของครัวเรือนไทยภายใต้สถานการณ์ COVID-19**. คลังข้อมูลและความรู้ระบบสุขภาพสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.).
- ชุติมา คำดี. (2563). **การสังเคราะห์มาตรการและนโยบายของรัฐบาลเพื่อลดการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19**. คลังข้อมูลและความรู้ระบบสุขภาพสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.).
- ทรงยศ พิลาสันต์. (2563). **การพัฒนากอบยุทธศาสตร์ด้านสาธารณสุขเพื่อตอบสนองต่อการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของประเทศไทย**. คลังข้อมูลและความรู้ระบบสุขภาพสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.).
- บุญเรือน ทองทิพย์. (2563, พฤศจิกายน). โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) กับศักยภาพของผู้นำต่อการพัฒนาองค์การแบบ New Normal. **วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ**. 5(11).
- พระครูศรีปริยัติวิธาน (พระมหาเม้น คุปตรสี/ทองวิจิตร). (2563, กันยายน-ธันวาคม). ความคิดเห็นของประชาชนต่อการป้องกันและรักษาโรคติดเชื้อโควิด-19 ตามหลักอริยสัจ 4. **วารสารศิลปการจัดการ**. 4(3).
- รณชิต สมรรถนะกุล. (2563). **ผลกระทบของสถานการณ์ระบาดของโรคไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ 2019 ที่มีต่อสุขภาพจิตของนักศึกษาพยาบาล คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์**. บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- สอยฤทัย เกลี้ยงนิล. (2562). **รัฐ-ชุมชนกับการจัดการภัยพิบัติโรคไวรัสโควิด 19 พื้นที่ถนนข้าวสาร เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พื้นที่ถนนข้าวสาร เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุมาลี จุทอง. (2563). **การจัดการภัยพิบัติโรคระบาดโควิด 19 ในพื้นที่ชุมชนริมคลองหัวหมากน้อย สำนักงานเขตบางกะปิ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อวาทิพย์ แว. (2563, มกราคม-มิถุนายน). COVID-19 กับการเรียนรู้สู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพในวันนี้ **วารสารสมาคมวิชาชีพสุขภาพ**. **วารสารสมาคมวิชาชีพสุขภาพ**. 35(1).

S0072: แนวทางการเพิ่มยอดขายกองทุนเปิดประเภทตราสารทุน บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน เอ็มเอฟซี จำกัด (มหาชน) ธนาคารออมสินเขตสะพานใหม่

THE WAY TO INCREASING SALES VOLUME OF EQUITY FUNDS MFC ASSET MANAGEMENT PUBLIC COMPANY LIMITED GOVERNMENT SAVING BANK WATCHARAPOL DISTRICT

ปิ่นณภัทร แท่นสกุล¹ รวีดา วิริยกิจจา²

¹ นักศึกษากลุ่มวิชาการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการตัดสินใจซื้อของบุคคลในการเลือกลงทุนกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนที่ธนาคารออมสินเขตสะพานใหม่ และ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการเพิ่มยอดขายกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนธนาคารออมสินเขตสะพานใหม่ โดยการรวบรวมข้อมูลด้านพฤติกรรมการลงทุน ความตั้งใจซื้อ และการตัดสินใจซื้อกองทุนของกลุ่มนักลงทุนด้วยแบบสอบถาม จำนวน 2 ชุด จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน ประกอบด้วยผู้ที่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี และผู้ที่ไม่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี

ผลการวิจัย พบว่า

ผู้ที่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีประสบการณ์การลงทุน อยู่ระหว่าง 2-3 ปี ผู้ลงทุนเห็นด้วยกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด แรงจูงใจของคนที่เคยซื้อ ส่วนใหญ่เป็นความต้องการความสำเร็จหวังผลตอบแทนสูงสุดจากการลงทุน และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุน เป็นปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ มีอิทธิพลต่อการซื้อกองทุน

ผู้ที่ไม่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี เห็นด้วยกับระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านปัจจัยด้านวัฒนธรรม และให้ความสำคัญเรื่องความตั้งใจซื้อเป็นความเห็นเรื่องการแนะนำหรือบอกต่อผู้อื่นหากมีการซื้อกองทุน และความคิดเห็นเรื่องความพึงพอใจหลังการซื้อกองทุนจะมีการซื้อกองทุนซ้ำ

ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวทางการเพิ่มยอดขายกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี เพื่อเป็นประโยชน์ต่อธนาคารออมสิน เขตสะพานใหม่ สำหรับผู้ที่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี จะต้องพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์กองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซีให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในเรื่องของผลตอบแทนการจ่ายเงินปันผลให้มีความเหมาะสมและเกิดประโยชน์เกิดความคุ้มค่าแก่ผู้ลงทุนมากที่สุด และสำหรับผู้ที่ไม่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุน จัดให้มีการอบรมสำหรับนักลงทุนหรือผู้ที่สนใจเรื่องการลงทุน เพื่อให้ผู้ลงทุนเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่ต้องการของกองทุน การได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน เพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้ลงทุน

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อ, พฤติกรรมการลงทุน, กองทุนเปิดประเภทตราสารทุน, ส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

The aims of this study were 1) to study consumer behavior in choosing to buy equity funds, 2) to study the individuals buying decision in choosing to invest in open-end fund at the Government Saving Bank Watcharapol District, and 3) to suggest advice on increasing sale volume of equity fund at the Government Saving Bank Watcharapol District. The data were collected by 2 questionnaires, from 200 samples, people who have purchased MFC equity and people never bought MFC equity funds

The research finding.

People who bought MFC equity fund mostly male age is 31-40 years Bachelor's degree Investment experience between 2-3 years. Investors agree on the importance of product marketing mix factors the mostly motivation of people who used to buy most of them are the needs for success, hoping for the highest return on their investment, and factors that influence the decision to buy funds It is the personal factor of income. Influence on fund purchases.

people who have never purchased MFC equity fund Mostly of them are female, aged 31-40 years. Bachelor's degree found that those who have never bought equity fund, agree with level of significance of the factors most influencing cultural decisions and focus on the intention to buy MFC equity fund mostly of them are opinions about making recommendations or telling others if they buy funds and comments on satisfaction after purchasing funds there will be repeated purchases of funds.

Keywords: Buying decision, Investment behavior, Equity Open Fund, Marketing mix

บทนำ

ปัจจุบันธนาคารออมสินได้ให้บริการเป็นตัวแทนขายหน่วยลงทุนให้กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน เอ็มเอฟซี จำกัด (มหาชน) แต่ยังไม่ได้รับความสนใจจากนักลงทุนมากนัก ประชาชนทั่วไปยังไม่ได้รับข้อมูลที่เพียงพอต่อการตัดสินใจ ไม่มีการโฆษณาให้เกิดการรับรู้ โดยเฉพาะพฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนใหญ่แล้ว ต้องมีข้อมูลที่ครบถ้วนเกี่ยวกับกองทุน เพื่อให้ประกอบการตัดสินใจลงทุน แต่เนื่องด้วยธนาคารออมสินยังไม่มีข้อมูลที่มากพอเกี่ยวกับกองทุน อีกทั้ง ธนาคารออมสินยังติดภาพลักษณ์แบบเดิมๆ ที่เกี่ยวกับการเก็บออมในรูปแบบของการฝากเงิน จากสาเหตุเหล่านี้ทำให้ธนาคารออมสินเขตสะพานใหม่มียอดขายกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนของบริษัทเอ็มเอฟซี จำกัด (มหาชน) น้อย ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้ที่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุน เอ็มเอฟซีและผู้ที่ไม่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนที่ธนาคารออมสินเขตสะพานใหม่

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติการลงทุนของผู้ลงทุนในการเลือกซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการตัดสินใจซื้อของผู้ลงทุนในการเลือกลงทุนกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนที่ธนาคารออมสินเขตสะพานใหม่

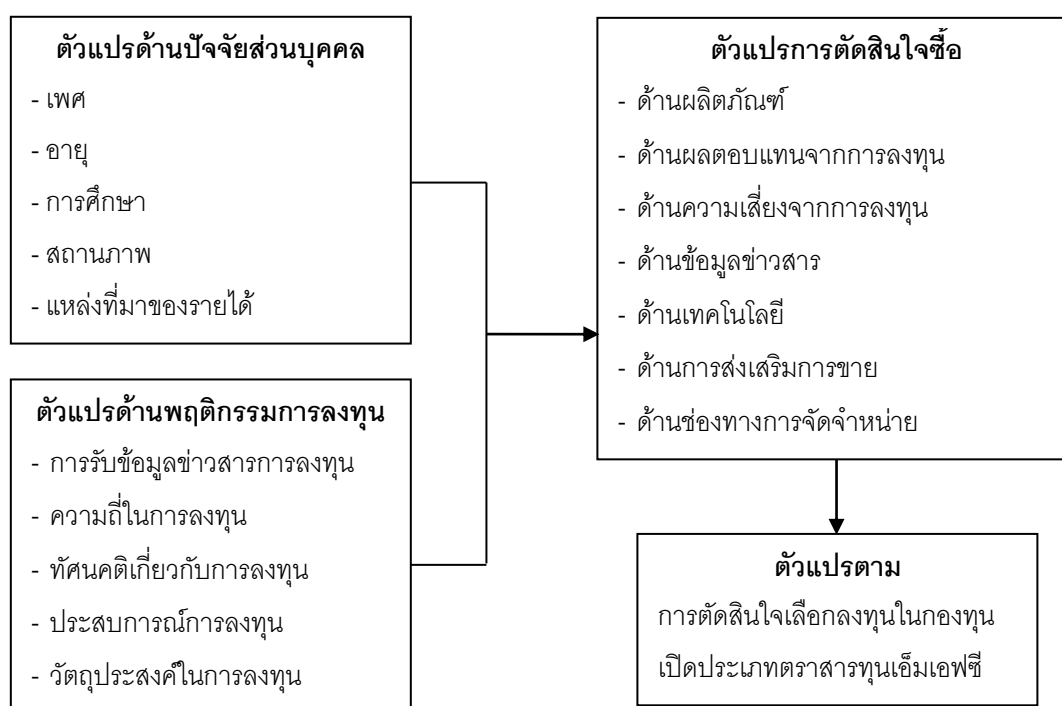
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการเพิ่มยอดขายกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนธนาคารออมสินเขตสะพานใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ลงทุนต่อการเลือกลงทุนในกองทุนเปิดประเภทตราสารทุน เพื่อเป็นการพัฒนาด้านการตลาดของกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนของธนาคารออมสินเขตสะพานใหม่ได้
2. มีแนวทางในการเพิ่มยอดขายกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนให้กับธนาคารออมสิน เขตสะพานใหม่
3. ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนของผู้ลงทุนและนำผลการวิจัยที่ได้ไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธนาคารออมสินเขตสะพานใหม่ต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “แนวทางการเพิ่มยอดขายกองทุนเปิดประเภทตราสารทุน บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน เอ็มเอฟซี จำกัด (มหาชน) ธนาคารออมสินเขตสะพานใหม่” ผู้วิจัย กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

จากการศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดขายกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี ธนาคารออมสิน เขตสะพานใหม่ การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้รูปแบบการสำรวจ (Survey Research) ได้แบ่งวิธีดำเนินการศึกษา ดังนี้

1. การเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การลงทุนและไม่มีประสบการณ์การซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุน จำนวน 200 คน ของธนาคารออมสินเขตสะพานใหม่ จำนวน 14 สาขา ที่มีอายุระหว่าง 25-55 ปี โดยเป็นการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านข้อมูลส่วนตัว พฤติกรรมการลงทุน การตัดสินใจเลือกลงทุน ทศนคติเกี่ยวกับการลงทุน ความถี่ที่ซื้อกองทุนในแต่ละปี ข้อมูลข่าวสาร ช่องทางการรับบริการ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุน แรงจูงใจในการซื้อกองทุน และความตั้งใจซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม (Questionnaire) กำหนดคำถามไว้ 2 ชุด คือ แบบสอบถามชุดแรก จะใช้กับผู้ลงทุนที่มีประสบการณ์เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี จำนวน 100 ชุด เป็นการเก็บข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามแบ่งได้ 4 ส่วน ดังนี้

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการลงทุน เช่น วัตถุประสงค์ในการลงทุน ระยะเวลาในการลงทุน จำนวนเงินที่ใช้ลงทุน บริษัทหลักทรัพย์ที่เลือกลงทุน
3. แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี โดยการถามถึงความคิดเห็นที่เป็นแรงจูงใจด้านความต้องการอำนาจ ความต้องการด้านความผูกพัน ความต้องการด้านความสำเร็จที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี
4. แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมตราสารทุนเอ็มเอฟซี โดยใช้เครื่องมือประเภทมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ จากน้อยไปมาก มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2 และน้อยที่สุด = 1

แบบสอบถามชุดที่ 2 จะสอบถามผู้ลงทุนที่ไม่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี แต่จะมีประสบการณ์ซื้อกองทุนประเภทอื่นๆ จำนวน 100 ชุด โดยจะทำการแจกแบบสอบถามที่แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุนของลูกค้าธนาคารออมสินเขตสะพานใหม่ ซึ่งจะเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุน
3. แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซีของผู้ลงทุนธนาคารออมสิน ว่ามีการวางแผนการซื้อกองทุนเปิดเอ็มเอฟซีหรือไม่

เกณฑ์การวิเคราะห์	คะแนนเฉลี่ย
เห็นด้วยอย่างยิ่ง/ลงทุนแน่นอน	4.50-5.00
เห็นด้วย/ลงทุน	3.50-4.49
เฉยๆ/ไม่แน่ใจ	2.50-3.49
ไม่เห็นด้วย/ไม่ลงทุน	1.50-2.49
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง/ไม่ลงทุนแน่นอน	1.00-1.49

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยครั้งนี้ได้มีการกำหนดขนาดของประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลที่เคยมีประสบการณ์การลงทุนที่เข้ามาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารออมสินของเขตสะพานใหม่ในแต่ละวัน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่ม เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนในแต่ละวัน ที่เข้ามาใช้บริการทั้งสิ้น 14 สาขา แต่จะใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่าง $n = Z^2 pq/e^2$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และให้ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ได้ คือ 311.16 จะเห็นได้ว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำโดยประมาณอยู่ที่ 312 คน แต่เนื่องด้วยมีระยะเวลาและงบประมาณที่จำกัด ผู้วิจัยจึงได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือจะเลือกแจกแบบสอบถามเฉพาะกลุ่มที่เคยมีประสบการณ์การลงทุนในหน่วยลงทุนกองทุนรวมตราสารทุน โดยการแบ่งพื้นที่ของธนาคารออมสินแต่ละสาขาที่อยู่ในเขตสะพานใหม่

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Descriptive statistics) โดยการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แล้วนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาสรุปในรูปแบบตาราง ได้แก่ การหาค่าร้อยละ (Percentage) แจกความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Division) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการพรรณนา (Descriptive statistics)

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ลงทุนที่เคยมีประสบการณ์การซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน พบว่า

เพศ แบ่งออกเป็นเพศชาย 58 คน และเพศหญิงแบ่งออกเป็น 42 คน

อายุ ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 39 คน รองลงมาคือ อายุ 21-30 ปี จำนวน 35 คน ช่วงอายุ 41-55 ปี จำนวน 15 คน และน้อยที่สุด คือ อายุมากกว่า 55 ปี ขึ้นไป จำนวน 11 คน

ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 49 คน รองลงมาระดับปริญญาโท จำนวน 45 คน ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 4 คน สูงกว่าปริญญาโท จำนวน 2 คน

อาชีพ ส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 36 คน รองลงมา อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 26 คน อาชีพอิสระ จำนวน 24 คน กลุ่มอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 12 คน นักเรียนนักศึกษา จำนวน 2 คน

รายได้ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001-50,000 บาท จำนวน 45 คน รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 50,001-70,000 บาท จำนวน 25 คน เงินเดือนระหว่าง 10,000-30,000 บาท จำนวน 23 คน มากกว่า 70,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 6 คน และรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 1 ราย

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ที่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี ธนาคารออมสินเขตสะพานใหม่

ประสบการณ์การลงทุน ผลการวิเคราะห์พบว่าประสบการณ์ด้านการลงทุนส่วนใหญ่อยู่ที่ระหว่าง 2-3 ปี จำนวน 26 คน รองลงมา มีประสบการณ์น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 22 คน ประสบการณ์การลงทุน 6-10 ปี จำนวน 19 คน ประสบการณ์การลงทุน 4-5 ปี จำนวน 18 และคนที่มีความประสบการณ์การลงทุนมากกว่า 10 ปี ขึ้นไป จำนวน 15 คน

มูลค่าเงินลงทุน ผลการวิเคราะห์พบว่ามูลค่าเงินที่ลงทุนของกลุ่มตัวอย่างในกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซีส่วนใหญ่จะอยู่ที่ระหว่าง 50,000-100,000 บาท จำนวน 30 คน รองลงมา มีมูลค่าอยู่ที่ระหว่าง 100,001-150,000 บาท จำนวน 22 คน มูลค่าเงินที่ลงทุนน้อยกว่า 50,000 บาท จำนวน 20 คน มูลค่าเงินลงทุนอยู่ที่ระหว่าง 150,001-200,000 บาท จำนวน 17 คน และมูลค่าเงินที่ลงทุน 200,001 ขึ้นไป มีจำนวน 11 คน

ผู้ที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจ ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ลงทุนจากกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อกองทุนเอง จำนวน 49 คน รองลงมา ได้รับคำแนะนำจากสถาบันการเงิน จำนวน 21 คนญาติหรือเพื่อนมีส่วนช่วยในการตัดสินใจ จำนวน 13 คน เจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ (Broker) มีส่วนช่วยในการตัดสินใจ จำนวน 13 คน และบุคคลคนที่มีความเสี่ยงมีส่วนช่วยในการตัดสินใจ จำนวน 4 คน

ช่องทางการซื้อกองทุน ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ลงทุนส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างซื้อกองทุนผ่านธนาคาร/ตัวแทนจำหน่าย จำนวน 54 คน รองลงมา ซื้อผ่านบริษัทหลักทรัพย์ จำนวน 33 คน ซื้อผ่านช่องทาง Internet Banking/Mobile Banking จำนวน 12 คน และเลือกซื้อทั้ง 3 ช่องทางมีจำนวน 1 คน

วัตถุประสงค์ในการซื้อกองทุน ผลการวิเคราะห์พบว่าวัตถุประสงค์ของกลุ่มตัวอย่างในการซื้อกองทุนส่วนใหญ่เพื่อสร้างความมั่งคั่งในอนาคต จำนวน 51 คน รองลงมา เพื่อใช้จ่ายยามเกษียณ จำนวน 39 คน เพื่อประโยชน์ทางภาษี จำนวน 8 คน และเพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน จำนวน 2 คน

ทัศนคติเกี่ยวกับการซื้อกองทุน ผลการวิเคราะห์พบว่าทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างในการซื้อกองทุนส่วนใหญ่สามารถทนต่อการขาดทุนได้เล็กน้อย เพื่อโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนที่สูงขึ้น จำนวน 52 คน รองลงมาสามารถทนต่อการขาดทุนได้ เพื่อโอกาสได้รับผลตอบแทนที่สูง จำนวน 45 คน และอยากได้ผลตอบแทนที่สูงขึ้น โดยไม่มีข้อจำกัดในการลงทุน จำนวน 3 คน

รับข้อมูลจากแหล่งใด ผลการวิเคราะห์พบว่าการได้รับข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในการซื้อกองทุนส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากสื่อออนไลน์ จำนวน 44 คน รองลงมา ได้รับข้อมูลจากสถาบันการเงิน จำนวน 43 คน ได้รับข้อมูลจากบุพพณแนะนำ จำนวน 8 คน และได้รับข้อมูลจากแผ่นพับ จำนวน 5 คน

ปัจจัยที่ทำให้เปลี่ยนพฤติกรรม ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อกองทุนส่วนใหญ่เป็นปัจจัยด้านภาวะเศรษฐกิจ จำนวน 62 คน รองลงมาปัจจัยด้านภาวะความผันผวนของราคา จำนวน 19 คน ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงทางภาษี จำนวน 11 คน ปัจจัยด้านภาวะทางการเมือง จำนวน 7 คน และปัจจัยด้านอื่นๆ จำนวน 1 คน

ความถี่ในการซื้อกองทุน ผลการวิเคราะห์พบว่าความถี่ในการซื้อกองทุนของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ที่ปีละ 1 ครั้ง จำนวน 49 คน รองลงมาปีละ 2 ครั้ง จำนวน 23 คน ปีละ 3 ครั้ง จำนวน 12 คน ปีละ 4 ครั้ง จำนวน 10 คน ปีละมากกว่า 4 ครั้ง จำนวน 4 คน และเดือนละ 1 ครั้ง จำนวน 2 คน

หลักทรัพย์ที่ได้รับความสนใจมากที่สุด ผลการวิเคราะห์พบว่าบริษัทหลักทรัพย์ที่กลุ่มตัวอย่างสนใจส่วนใหญ่เป็นบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน เอ็มเอฟซี จำกัด (มหาชน) จำนวน 20 คน รองลงมาบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไทยพาณิชย์ จำกัด จำนวน 19 คน บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงศรี จำกัด จำนวน 16 คน บริษัท

หลักทรัพย์จัดการกองทุน ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 14 คน บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 13 คน บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กสิกรไทย จำกัด จำนวน 11 และบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนธนชาต จำกัด จำนวน 7 คน

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจของผู้ที่เคยซื้อในการลงทุนกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี

	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความต้องการด้านอำนาจ			
1. การลงทุนถือว่าเป็นการลงทุนที่ดีและคุ้มค่าที่สุด	3.73	1.081	เห็นด้วย
2. การลงทุนเป็นโอกาสในการสร้างชื่อเสียงให้ตัวเอง	1.78	.719	ไม่เห็นด้วย
3. การซื้อกองทุนทำให้มีอำนาจการตัดสินใจเหนือคนอื่น	2.02	.778	ไม่เห็นด้วย
รวม	2.51	.6094	เฉยๆ
ความต้องการความผูกพัน			
1. ยังคงลงทุนกับบริษัทต่อแม้จะมีข่าวที่ไม่ดีเกี่ยวกับบริษัท	2.21	.935	ไม่เห็นด้วย
2. รักษาความสัมพันธ์ที่ดีไว้ถึงแม้จะไม่ได้รับผลตอบแทนที่ดี	2.09	1.093	ไม่เห็นด้วย
3. การได้รับการยกย่องชมเชยมีผลต่อการลงทุนเพิ่มขึ้น	1.92	.950	ไม่เห็นด้วย
รวม	2.07	.6349	ไม่เห็นด้วย
ความต้องการความสำเร็จ			
1. หวังผลตอบแทนสูงสุดทุกครั้งที่มีการซื้อกองทุน	4.61	.709	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. แก้ปัญหาเรื่องการลงทุนโดยไม่ต้องร้องขอความช่วยเหลือ	2.96	.530	เฉยๆ
3. การมีเป้าหมายที่ชัดเจนเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการลงทุน	4.04	.665	เห็นด้วย
รวม	3.87	.3666	เห็นด้วย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุน ประกอบไปด้วย 3 ด้าน คือ ความต้องการอำนาจ ความต้องการความผูกพัน และความต้องการความสำเร็จ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นความต้องการความสำเร็จ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 รองลงมา คือ ความต้องการด้านอำนาจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 และความต้องการด้านการผูกพัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.07

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซีของผู้ที่เคยซื้อกองทุน

	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยทางวัฒนธรรม			
1. สถานะทางสังคมมีอิทธิพลต่อการซื้อกองทุน	4.66	.497	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. คนใกล้ชิดตัวท่านเป็นปัจจัยหลักในการซื้อกองทุน	3.52	.772	เห็นด้วย
3. บุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ท่านซื้อกองทุน	3.22	.811	เฉยๆ
4. ค่านิยมการใช้ชีวิตในปัจจุบันทำให้ท่านซื้อกองทุน	3.34	.699	เฉยๆ
รวม	3.68	.38042	เห็นด้วย
ปัจจัยทางสังคม			
1. คำยืนยันถึงข้อดีของการลงทุนจากผู้ที่เคยลงทุนมาก่อน	4.62	.508	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ซื้อกองทุนโดยการถูกชักจูงจากคนใกล้ชิด	3.33	.766	เฉยๆ
3. ได้รับการยกย่อง ชมเชย หากมีการซื้อกองทุน	1.68	.680	ไม่เห็นด้วย
4. ได้รับการสนับสนุนที่ดีจากคนรอบข้างในการซื้อกองทุน	3.48	.979	เฉยๆ
รวม	3.27	.39552	เฉยๆ
ปัจจัยส่วนบุคคล			
1. อายุมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุน	4.28	.621	เห็นด้วย
2. รายได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุน	4.52	.522	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. การศึกษามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุน	4.43	.573	เห็นด้วย
4. อาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุน	3.99	.595	เห็นด้วย
รวม	4.30	.34374	เห็นด้วย
ปัจจัยทางจิตวิทยา			
1. แรงจูงใจจากกิจกรรมทางการตลาด เช่น การโฆษณา ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อกองทุน	3.65	.869	เห็นด้วย
2. การรับรู้ถึงสิ่งที่ต้องการที่ได้จากการลงทุน	4.63	.580	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ได้เรียนรู้ข้อมูลต่างๆ ด้วยตัวเองในการลงทุน	3.68	.851	เห็นด้วย
4. การลงทุนมีความสอดคล้องกับทัศนคติของท่าน	4.52	.611	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.12	.39485	เห็นด้วย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุนของผู้ที่เคยซื้อกองทุน ประกอบไปด้วย 4 ด้าน คือ ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางจิตวิทยา พบว่า ผู้ลงทุนเห็นด้วยกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนบุคคลมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 รองลงมาเป็นปัจจัยด้านจิตวิทยา ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 ปัจจัยด้านทางวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.68 และปัจจัยทางด้านสังคม ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.27

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี อนาคตอมสิน เขตสะพานใหม่

	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์			
1. มีอัตราผลตอบแทนสูง	4.64	.503	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. บริษัทมีชื่อเสียง	4.58	.535	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ผลการดำเนินงานของบริษัท	4.48	.577	เห็นด้วย
4. นโยบายการจ่ายเงินปันผล	4.51	.772	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. ความเสี่ยงของกองทุน	4.40	.667	เห็นด้วย
6. นโยบายการเลือกประเภททรัพย์สินที่ไปลงทุน	4.35	.642	เห็นด้วย
รวม	4.49	.344	เห็นด้วย
ด้านราคา			
1. ค่าธรรมเนียมการซื้อ-ขาย	4.26	.760	เห็นด้วย
2. ราคาขั้นต่ำในการซื้อ-ขาย	4.28	.697	เห็นด้วย
3. ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการบริหารงาน	4.01	1.020	เห็นด้วย
4. มีตัวเลือกในการชำระราคา	3.84	1.126	เห็นด้วย
รวม	4.09	.7976	เห็นด้วย
ช่องทางการจัดจำหน่าย			
1. มีขั้นตอนคำสั่งซื้อที่ง่ายและสะดวก	4.49	.718	เห็นด้วย
2. มีจำนวนสาขาเป็นจำนวนมาก	4.06	1.052	เห็นด้วย
3. มีทางเลือกในการสั่งซื้อหลากหลาย	4.08	1.012	เห็นด้วย
รวม	4.21	.8404	เห็นด้วย
การส่งเสริมการตลาด			
1. การส่งเสริมด้านการตลาด เช่น การสะสมคะแนนเพื่อนำไปแลกของรางวัล	4.02	.964	เห็นด้วย
2. มีการจัดอบรมให้กับนักลงทุนหรือผู้ที่สนใจลงทุน	4.23	.709	เห็นด้วย
3. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์หลากหลายช่องทาง	3.95	.845	เห็นด้วย
รวม	4.06	.7370	เห็นด้วย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี ประกอบไปด้วย 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ลงทุนเห็นด้วยกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย

อยู่ที่ 4.49 รองลงมาเป็นปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 4.21 ปัจจัยด้านราคา ค่าเฉลี่ย 4.09 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 4.06

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยมีประสบการณ์การซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน พบว่าการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ลงทุนที่ไม่เคยมีประสบการณ์การซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี จำนวน 100 คน พบว่า ส่วนใหญ่แล้วเป็นเพศชาย จำนวน 45 คน เพศหญิง จำนวน 55 คน อายุส่วนใหญ่แล้วอยู่ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 43 คน ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 51 คน สถานภาพสมรสจดทะเบียน จำนวน 37 คน ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท จำนวน 43 คน รายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 30,001-50,000 บาทต่อเดือน

ส่วนที่ 6 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุนสำหรับผู้ที่ไม่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี

	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยด้านวัฒนธรรม			
1. รายได้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุน	4.82	.458	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. การซื้อกองทุนเหมาะสำหรับผู้ที่มีความจำเป็นต้องซื้อเท่านั้น	4.03	.481	เห็นด้วย
3. การซื้อกองทุนเป็นการปลูกฝังการออม	4.61	.601	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.48	.3430	เห็นด้วย
ปัจจัยด้านสังคม			
1. สถานะทางสังคมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุน	4.23	.617	เห็นด้วย
2. การลงทุนหรือซื้อกองทุนจะได้รับความสนใจจากคนรอบข้าง	3.15	.458	เฉยๆ
3. เพื่อนหรือคนใกล้ชิดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุน	2.88	.769	เฉยๆ
รวม	3.42	.3896	เฉยๆ
ปัจจัยส่วนบุคคล			
1. อาชีพที่ทำการส่งเสริมเรื่องการลงทุน	3.67	.805	เห็นด้วย
2. รายได้เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้มีการวางแผนและเลือกซื้อกองทุน	4.01	.927	เห็นด้วย
3. ระดับการศึกษาเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุน	4.06	.722	เห็นด้วย
รวม	3.70	.5583	เห็นด้วย
ปัจจัยทางจิตวิทยา			
1. ความยุ่งยาก ซับซ้อน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุน	4.21	.820	เห็นด้วย
2. การช่วยลดการสูญเสียเงินลงทุนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุน	4.13	.691	เห็นด้วย
3. การมีข้อมูลที่ถูกต้อง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุน	4.88	.356	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.38	.4113	เห็นด้วย

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเห็นด้วยกับระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านวัฒนธรรมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมาเป็นปัจจัยด้านจิตวิทยา ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 ปัจจัยส่วนบุคคล ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70 และปัจจัยด้านสังคม ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.42

ส่วนที่ 7 ความตั้งใจซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี ของผู้ที่ไม่เคยซื้อกองทุน

ความตั้งใจซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซีธนาคาร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. หากมีการลงทุนจะนึกถึงกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี			
เป็นลำดับแรก	4.33	.514	เห็นด้วย
2. หากมีการซื้อกองทุนจะพิจารณาในเรื่องของราคาก่อนเป็นลำดับ			
แรก	3.75	.833	เห็นด้วย
3. หากมีโอกาสได้ซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี ท่านจะ			
แนะนำให้กับบุคคลอื่นๆ	4.73	.468	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. ท่านมีการวางแผนที่จะซื้อกองทุนเปิดตราสารทุนเอ็มเอฟซี แต่ยัง			
ไม่มีข้อมูลที่เพียงพอ	4.44	.499	เห็นด้วย
5. ท่านรู้จักกับบริษัทจัดการหลักทรัพย์มากขึ้น	3.42	.713	เฉยๆ
6. หากซื้อกองทุนเปิดตราสารทุนเอ็มเอฟซีแล้วเกิดความพึงพอใจท่าน			
จะซื้อกองทุนซ้ำ	4.73	.446	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
7. ท่านจะซื้อกองทุนเปิดตราสารทุนเอ็มเอฟซีหากได้รับการบริการที่ดี	4.02	.586	เห็นด้วย
8. หากท่านจะซื้อกองทุนท่านจะนึกถึงธนาคารออมสินเป็นที่แรก	4.63	.630	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
9. หากมีการบอกต่อจากคนใกล้ชิดท่าน เรื่องการซื้อกองทุนที่ธนาคาร			
ออมสิน ท่านจะสนใจซื้อกองทุนที่ธนาคารออมสิน	4.64	.674	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.29	.2439	เห็นด้วย

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นความเห็นเรื่องการแนะนำหรือบอกต่อผู้อื่นหากมีการซื้อกองทุน และความคิดเห็นเรื่องความพึงพอใจหลังการซื้อกองทุนจะมีการซื้อกองทุนซ้ำ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.73 รองลงมาเป็นเรื่องความสนใจที่จะซื้อกองทุนหากได้รับคำแนะนำหรือคนใกล้ชิดที่มีประสบการณ์การซื้อกองทุนที่ธนาคารออมสินมาก่อน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.64 และลำดับที่ 3 เป็นความคิดเห็นเรื่องการนึกถึงธนาคารออมสินเป็นลำดับแรกหากมีการตัดสินใจซื้อกองทุน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.63

จากผลการตอบแบบสอบถามจากผู้ลงทุนที่มาใช้บริการและทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารออมสินเขตสะพานใหม่ จำนวน 200 คน สามารถสรุปเป็น จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ได้ดังนี้

จุดแข็ง - ผู้ที่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซีและผู้ที่ไม่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี มีรายได้ 30,001-50,000 บาท มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท อยู่ในเกณฑ์ที่จะสามารถซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนได้

จุดอ่อน - ผู้ที่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซีและผู้ที่ไม่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุน มีความคิดเห็นว่าการซื้อกองทุนจะต้องมีข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และมีช่องทางการซื้อที่สะดวก มีบริการหลังการขายที่ดี แต่เนื่องจากธนาคารออมสินไม่มีข้อมูลที่มากพอต่อการให้บริการเกี่ยวกับการลงทุน

อุปสรรค - ธนาคารออมสินเป็นธนาคารปลูกฝังเรื่องการออมเงินโดยการฝากเข้าบัญชีแล้วรับดอกเบี้ย ทำให้ติดภาพลักษณะแบบเดิมๆ ที่เน้นเรื่องการฝากเงินเป็นหลัก

โอกาส - ธนาคารออมสินเป็นธนาคารที่ตอบสนองนโยบายของรัฐบาล ทำให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการได้รับการบริการที่ถูกต้องและได้รับความพึงพอใจ

จากสาเหตุดังกล่าวจะเห็นได้ว่า กองทุนเปิดประเภทตราสารทุน เอ็มเอฟซี สามารถเพิ่มยอดขายให้เป็นไปตามเป้าหมายได้ ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาดังนี้

1. เพิ่มช่องทางการให้บริการหลังการขายที่มีความสะดวกและรวดเร็วต่อความต้องการของนักลงทุน
2. เพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เกิดการรับรู้มากขึ้น มีข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนที่เพียงพอต่อนักลงทุน
3. จัดให้มีการอบรมความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการลงทุนสำหรับนักลงทุนหรือผู้ที่สนใจเรื่องการลงทุน

สรุปผลการศึกษา

ผู้ที่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีประสบการณ์การลงทุน อยู่ระหว่าง 2-3 ปี ปัจจัยที่ทำให้เปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อกองทุนส่วนใหญ่เป็นปัจจัยด้านภาวะเศรษฐกิจ ผู้ลงทุนเห็นด้วยกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด แรงจูงใจของคนที่เคยซื้อ ส่วนใหญ่เป็นความต้องการความสำเร็จหวังผลตอบแทนสูงสุดจากการลงทุน และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุน เป็นปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ มีอิทธิพลต่อการซื้อกองทุน

ผู้ที่ไม่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี พบว่า ผู้ที่ไม่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเห็นด้วยกับระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านปัจจัยทางวัฒนธรรม ให้ความสำคัญเรื่องความตั้งใจซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี ส่วนใหญ่เป็นความเห็นเรื่องการแนะนำหรือบอกต่อผู้อื่นหากมีการซื้อกองทุน และความคิดเห็นเรื่องความพึงพอใจหลังการซื้อกองทุนจะมีการซื้อกองทุนซ้ำ

ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวทางการเพิ่มยอดขายกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี เพื่อเป็นประโยชน์ต่อธนาคารออมสิน เขตสะพานใหม่ สำหรับผู้ที่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี ต้องพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์กองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซีให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในเรื่องของผลตอบแทนการจ่ายเงินปันผลให้มีความเหมาะสมและเกิดประโยชน์เกิดความคุ้มค่าแก่ผู้ลงทุนมากที่สุด เพื่อให้ผู้ลงทุนเพิ่มความถี่ในการซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซีได้ และสำหรับผู้ที่ไม่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุน

จัดให้มีการอบรมสำหรับผู้ลงทุนหรือผู้ที่สนใจเรื่องการลงทุน เพื่อให้ผู้ลงทุนเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่ต้องการของกองทุน การได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน เพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้ลงทุน การบริการหลังการขายควรมีความสะดวกเข้าถึงได้ง่าย มีการรองรับการแก้ไขปัญหาให้ทันต่อความต้องการของผู้ลงทุน ทำให้ผู้ลงทุนเกิดความประทับใจและตัดสินใจซื้อกองทุน เปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซีได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้ธนาคารออมสินเขตสะพานใหม่มียอดขายกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซีเพิ่มขึ้น

อภิปรายผล

ผลการศึกษาของผู้ที่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี พบว่า การตัดสินใจซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี ผู้ลงทุนเห็นด้วยกับความสำคัญของการศึกษาการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Engel; Blackwell; & Miniard. 1995) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของผู้บริโภคทางด้านปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า อายุที่แตกต่างกัน จะมีความต้องการที่แตกต่างกัน อาชีพของแต่ละบุคคลนำไปสู่ความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน รายได้ มีผลต่ออำนาจการซื้อของผู้บริโภค และการศึกษา พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความต้องการที่จะบริโภคสินค้าที่แตกต่างกัน การศึกษาพฤติกรรม และทัศนคติการลงทุน วัตถุประสงค์การลงทุน พบว่า ผู้ลงทุนเห็นด้วยกับพฤติกรรมในการตัดสินใจ ซื้อกองทุนส่วนใหญ่ เป็นปัจจัยด้านภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับทฤษฎีการวิจัยของ สุปัญญา ไชยชาญ (2550) เป็นการแสดงอาการที่เป็นกระบวนการเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อ การใช้และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคลที่มีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการในปัจจุบัน การศึกษาแรงจูงใจในการซื้อกองทุนและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นความต้องการความสำเร็จหวังผลตอบแทนสูงสุดจากการลงทุน และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุน เป็นปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ มีอิทธิพลต่อการซื้อกองทุน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ แมคคลีแลนด์ (1940s) ผลการทดสอบพบว่าความต้องการความสำเร็จ เป็นความต้องการที่จะทำสิ่งต่างๆ เดิมทีและดีที่สุดเพื่อความสำเร็จ เป็นบุคคลที่มีลักษณะชอบการแข่งขัน ชอบความท้าทายเหมือนนักลงทุนที่มีความต้องการที่จะได้รับผลประโยชน์สูงสุดในการลงทุนในกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี โดยคาดหวังผลประโยชน์ที่จะได้รับ นำไปสู่ความสำเร็จในการลงทุนในหลักทรัพย์

ผลการศึกษาด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุน สำหรับผู้ที่ไม่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเอ็มเอฟซี ประกอบไปด้วย 4 ด้าน คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางจิตวิทยา ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยซื้อกองทุนเปิดประเภทตราสารทุนเห็นด้วยกับระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านวัฒนธรรมมากที่สุด พบว่าลักษณะของนักลงทุนตามระดับความสามารถในการรับความเสี่ยง แหล่งข้อมูลที่น่าลงทุนให้ความสนใจ และความคาดหวังต่อผลการดำเนินงานของบริษัทและหลักทรัพย์ที่มีต่อความตั้งใจลงทุนในหลักทรัพย์ของบริษัทของนักลงทุน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิทวัส รุ่งเรืองผล (2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อกองทุน การศึกษาเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อของผู้ลงทุนส่วนใหญ่ เป็นความเห็นเรื่องการแนะนำหรือบอกต่อผู้อื่นหากมีการซื้อกองทุน และความคิดเห็นเรื่องความพึงพอใจหลังการซื้อ กองทุนจะมีการซื้อกองทุนซ้ำ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ ณัฐรดา โคาพิพัฒน์ (2553) ได้ศึกษาพบว่าผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าเกิดจากการประเมินสินค้าแล้วเกิดความพึงพอใจในสินค้านั้น

ข้อเสนอแนะ

เพิ่มองค์ประกอบของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) เพื่อศึกษาถึง

1. ด้านกระบวนการที่เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบการปฏิบัติงานในการให้บริการที่นำเสนอแก่ลูกค้า เพื่อให้ได้บริการที่มีคุณภาพ
2. ด้านบุคคลหรือผู้แนะนำการลงทุน เพิ่มการคัดเลือกบุคคลในการให้บริการ อบรมความรู้ให้แก่พนักงาน เพื่อให้พนักงานสามารถนำเสนอข้อมูลที่ต้องครบถ้วนให้กับนักลงทุน สร้างความพึงพอใจให้กับนักลงทุนได้
3. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยการจัดพื้นที่ให้บริการทางด้านการลงทุน และมีข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน พร้อมทั้งจะนำเสนอและให้นักลงทุนได้อ่านทำความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุน

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐกร เลหาสงคราม. (2555). **พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2558). **ตลาดการเงินและการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ฉบับปรับปรุง**. พิมพ์ครั้งที่ 24. ตุลาคม 2558.
- ประชัย นีระพล. (2560). **พฤติกรรมนักลงทุนไทยรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในจังหวัดกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาค้นคว้าอิสระ สาขาวิชาการเงินการธนาคาร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: วิสธิวิวัฒนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2541). **การบริหารตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุนทรี่ จีประเสริฐกุล. (2552). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาเฉพาะบุคคล. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุมาลี แสงทับทิม. (2546). **ความรู้ความเข้าใจที่มีต่อการลงทุนในกองทุนรวม กรณีศึกษาลูกค้าเงินฝากประจำของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุรเดช จงวรรณศิริ. (2559). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลงทุนในหลักทรัพย์ของนักลงทุนบุคคล**. วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการดุษฎีบัณฑิต. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อดุลย์ สาลิฟา. (2559). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Fund: LTF)**. การศึกษาค้นคว้าอิสระ. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรรถเดช เทพชัยธนะวงศ์. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในหน่วยลงทุนประเภทกองทุนต่างประเทศของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑล**. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

S0073: การบริหารและการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลสาครบน อำเภอมายอ จังหวัดปัตตานี

COVID-19 PREVENTION MANAGEMENT OF THE SAKHOBON SUBDISTRICT ADMINISTRATIVE ORGANIZATION, MAYO DISTRICT, PATTANI PROVINCE

นาซีฮะห์ สะมะแอ¹ สุพียะห์ รอนิง² มุนาวาเราะห์ อาร์เซนต์³ วัชรระ ชาวสังข์⁴

^{1, 2, 3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลสาครบน อำเภอมายอ จังหวัดปัตตานี โดยเริ่มดำเนินการคัดกรองและติดตามการสัมผัสจากการเดินทางออกนอกพื้นที่ ตำบลสาครบน ในช่วงภาวะวิกฤตโควิด-19 เพื่อปรับตัวในระยะกลางและระยะยาวต่อสถานการณ์ติดเชื้อไวรัสโควิด-19 สามารถนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงในชุมชน ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้เครื่องมือการวิจัยประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แนวคำถามสนทนากลุ่มและแบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลสาครบน และบุคลากรในองค์กร

ผลการวิจัยพบว่า 1) ศึกษาการบริหารแนวทางการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลสาครบน ต่อการดำเนินการควบคุมโรคอยู่ในระดับมาก สำหรับองค์การบริหารส่วนตำบลสาครบน มีการเฝ้าระวังโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด 19 องค์การบริหารส่วนตำบลสาครบน เป็นองค์กรรูปแบบหนึ่งที่มีหน้าที่ในการจัดบริการสาธารณะสุขครอบคลุมให้แก่ชุมชน เพื่อเป็นแนวทางการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญเพื่อส่งเสริมให้ตระหนักถึงความปลอดภัยในการใช้ชีวิต 2) เพื่อศึกษาการคัดกรองและการติดตามการสัมผัสถึงการตรวจสอบอุณหภูมิหรือการสอบถามเกี่ยวกับการเดินทางระหว่างประเทศหรือการติดต่อกับผู้ป่วย COVID-19 หรือการทดสอบอย่างรวดเร็ว การตรวจคัดกรองสามารถเกิดขึ้นได้ทางโทรศัพท์ ทางออนไลน์หรือด้วยตนเอง ในบ้าน คลินิกและที่ทำงาน 3) เพื่อศึกษาการปรับตัวในระยะกลางและระยะยาวต่อสถานการณ์ติดเชื้อไวรัสโควิด-19 สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในสังคม ทำให้ผู้คนเกิดความวิตกกังวล มีการปิดเมือง ปิดประเทศ เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของโรคหลายธุรกิจได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม จนต้องลดพนักงาน เลิกจ้าง หรือปิดตัวลง

คำสำคัญ: การบริหาร การป้องกัน การแพร่ระบาดของโควิด-19

Abstract

This research aimed to study guidelines for the prevention of the spread of COVID 19. Of the Sakho Bon Subdistrict Administrative Organization, Mayo District, Pattani Province Screening and monitoring of exposures from travel outside the Sakho upper sub-district were initiated during the COVID-19 crisis. To adapt in the medium and long term to the sarcovid-19 infection situation Can lead to change in the community Started research in November 2020 using a blended research process. Both qualitative research

and quantitative research Using research tools consisting of In-depth interview The group discussion questionnaires and questionnaires were collected by interviewing qualitative data. President of Sakho Bon Subdistrict Administrative Organization And personnel in the organization For quantitative research, data is collected. The target group is the president of the Sakho Bon Subdistrict Administrative Organization. Personnel and members of the organization Using techniques to study and find information Preventing the spread of COVID 19 And data analysis by means of content and descriptive statistics.

The results of the research were as follows: 1) to study the prevention of COVID-19 epidemic Of the Sakho Bon Subdistrict Administrative Organization Continued disease control at a high level For the upper lower part administrative organization There is a surveillance for infectious disease Coronavirus 2019 or COVID 19, Sakho Bon Subdistrict Administrative Organization. It is a form of organization that is responsible for providing comprehensive health services to the community. As a guideline for preventing COVID-19 infection It is key to fostering safety awareness in living 2) to study screening and exposure monitoring, temperature checks or inquire about international travel or contact with COVID-19 patients. Or rapid test Screening can take place over the phone. Online or in person, in homes, clinics, and workplaces 3) to study medium and long-term adaptation to COVID-19 infection situations. Can lead to changes in society Making people anxious The cities shut down the country to prevent the spread of disease. The airport is lonely The sights are almost deserted. Many businesses were directly and indirectly affected. Until having to reduce the staff to dismiss or shut down People don't need to go out. Don't dare to be in a crowded place And stay tuned for updates on the spread of this virus In which the information received is both real and fake Or some of the information that we used to take as a guideline to prevent infection May have to adjust to the situation

Keywords: Prevention Management, Administrative Organization, COVID-19

บทนำ

การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เริ่มขึ้นเมื่อปลายเดือนธันวาคม 2562 และพบผู้ป่วยรายแรกในเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีน และแพร่กระจายไปยังประเทศอื่น ในแถบเอเชีย โดยพบผู้ติดเชื้อนอกประเทศจีนครั้งแรกในประเทศไทย เมื่อวันที่ 12 มกราคม 2563 และระบาดไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ส่งผลให้แต่ละประเทศ มีการป้องกันและการควบคุมการเคลื่อนย้ายของประชาชน ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ การปิดหรือจำกัดระบบการขนส่งต่าง ๆ ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินชีวิตและการดำเนินกิจกรรมตามปกติของประชาชนไปทั่วโลก

การระบาดทั่วของโควิด 19 เป็นการระบาดทั่วโลกของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยมีสาเหตุมาจากไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่เริ่มต้นขึ้นในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 โดยพบครั้งแรกในนครอู่ฮั่นเมืองหลวงของมณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีน มีผู้เสียชีวิตจากโรคระบาดแล้วมากกว่า 1,723,832 คน และมีผู้หายป่วยแล้วมากกว่า 55,123,207 คน จัดเชื้อลูกลามไปอย่างรวดเร็วในทุกภูมิภาคของโลกการระบาดใหญ่ที่เริ่มจากจีนทำให้มีผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ทั่วโลกแล้วกว่า 46,000,000 คน โดยหลังจากเก็บตัวอย่างไวรัสจากคนไข้นำไปวิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการใน

เวลาต่อมาจีนและองค์การอนามัยโลกระบุว่าไวรัสชนิดนี้คือเชื้อไวรัสโคโรนา พบไวรัสโคโรนามาแล้วหลายพันตัวที่เคยเกิดการระบาดในมนุษย์

ประเทศไทยเริ่มต้นตัวกับการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ที่แพร่กระจายอย่างรวดเร็ว ประเทศจีน ก่อนที่จะมีชื่อเรียกอย่างเป็นทางการว่า โควิด-19 ซึ่งตั้งโดยองค์การอนามัยโลกในเวลาต่อมาความกังวลเริ่มยกระดับในจิตใจของประชาชนมากขึ้นเรื่อยๆซึ่งจะกระทบเฉพาะฝักการบริการที่พึ่งพานักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลักจนเมื่อเกิดผู้ติดเชื้อในประเทศไทยและติดต่อในวงกว้างมากขึ้นผู้คนโดยทั่วกันตั้งแต่ต้นปีที่ผ่านมาที่สร้างความหวาดวิตกให้กับคนในสังคมเด็กเลี้ยงการเดินทางออกจากบ้านและหันมาปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาสั่งสินค้าและอาหารผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้กำลังกลายเป็น (New normal) หรือสิ่งปกติที่สร้างอิทธิพลต่อการทำตลาดและการขายยกใหม่มากขึ้นเรื่อยๆต้องปรับตัวรับมือให้เท่าทัน

ปัตตานีและศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา โควิด-19 จังหวัดปัตตานีและคณะกรรมการดำเนินการในเชิงป้องกันและยับยั้งภัยพิบัติกรณีฉุกเฉินกรณีโรคติดเชื้อเวลาโคโรนา 2019 โควิด-19 เจ้าหน้าที่สื่อมวลชนพี่น้องประชาชนทุกฝ่ายที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการป้องกันการระบาดของ โควิด-19 ส่งผลให้จังหวัดปัตตานีมีสถานการณ์ที่ขยับดีขึ้นแต่ได้เน้นย้ำให้มีการตรวจอย่างเข้มข้นเพิ่มเติมพร้อมติดตามผลปฏิบัติการคัดกรอง ณ ศูนย์คัดกรองกลางจังหวัด การส่งคนเข้ากักตัว Local Quarantine ในทุกอำเภอและกระจายความสมดุลพร้อมได้ติดตามผลการบังคับใช้ตามคำสั่งของคณะกรรมการจังหวัดปัตตานีโดยศูนย์ปฏิบัติการด้านการป้องกันและเชิญทั้งระดับจังหวัดหรืออำเภอได้รายงานผลการดำเนินการเป็นไปด้วยความเรียบร้อย และยังคงมาตรการ “4 เรื่องใน 4 สถานที่” ในการสร้างมาตรฐานเสริมความปลอดภัยของคนในสังคม

องค์การบริหารส่วนตำบลระหว่างโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดำเนินการขับเคลื่อนการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา โควิด-19 องค์การบริหารส่วนตำบลสาครพนม อำเภอมาบยอ จังหวัดปัตตานี เป็นองค์กรรูปแบบหนึ่งที่มีหน้าที่ในการจัดบริการสาธารณะคลุมทั้งจังหวัดออกพื้นที่ในการแก้ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนเพื่อส่งเสริมพัฒนาประชาชนในพื้นที่จึงจำเป็นต้องมีวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นในการดำเนินงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งวัสดุทางการแพทย์ เช่น เทอร์มิเตอร์วัดไข้แบบอินฟราเรด แอลกอฮอล์เจล ยาฆ่าเชื้อ รวมไปถึงหน้ากากอนามัย ซึ่งจำเป็นในการป้องกันและเฝ้าระวังการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

ดังนั้นคณะผู้จัดทำต้องการศึกษาเก็บข้อมูล เพื่อเป็นแนวทางการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด 19 ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญ เพื่อส่งเสริมให้ตระหนักถึงความปลอดภัยในการใช้ชีวิต ต่อตนเองและครอบครัว เพื่อให้เกิดความมั่นใจในผลงานวิจัยว่าสามารถนำมาใช้แก้ปัญหาให้กับประเทศได้ทันสถานการณ์ (สุมาลี จุทอง. 2562)

วัตถุประสงค์

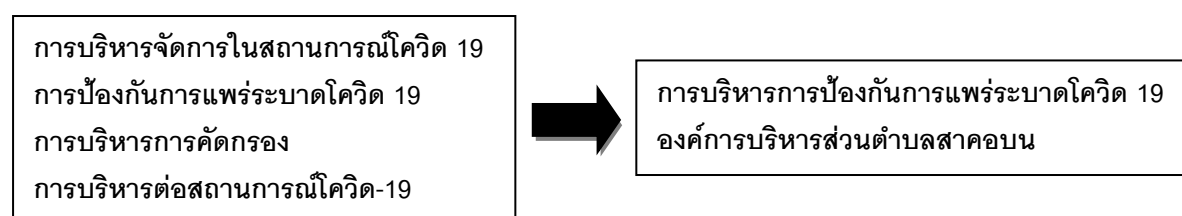
1. ศึกษาการบริหารแนวทางการป้องกันแพร่ระบาดของโควิด-19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลสาครพนม อำเภอมาบยอ จังหวัดปัตตานี
2. ศึกษาการบริหารคัดกรองและติดตามการสัมผัสจากการเดินทางออกนอกพื้นที่ในช่วงภาวะวิกฤตโควิด-19
3. การปรับตัวในระยะกลางและระยะยาวต่อสถานการณ์ไวรัสโควิด-19 สามารถนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงในสังคม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่จะได้รับจากงานวิจัยฉบับนี้แบ่งเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องทางวิชาการและการปฏิบัติการ ดังนี้

1. ได้ทราบสถานการณ์ บทบาทของ อบต. และการจัดการของชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของ อสม. เพื่อนำมาปรับใช้ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งเตรียมพร้อมรับมือกับปัญหาสุขภาพ โรคโควิด-19 หรือภัยสุขภาพที่อาจจะเกิดขึ้น
2. องค์การบริหารส่วนตำบล หาข้อมูลที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการวางแผน เพื่อเตรียมความพร้อมในการแก้ไขภาวะวิกฤตโควิด 19 ที่อาจเกิดขึ้นอีกในอนาคต
3. ผู้ที่สนใจ เช่น นักวิจัย นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ นักการตลาด นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ศึกษาวิจัยปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ได้รับหรือส่งผลกระทบต่อสถานการณ์วิกฤตโควิด-19 นำไปใช้ศึกษาเพื่อนำไปต่อยอดงานวิจัยอื่น ๆ ที่ต้องการศึกษา

กรอบแนวคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการทำวิจัย

ในการดำเนินการศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเรื่องการแก้ปัญหาการรับมือและการป้องกันการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ขององค์การบริหารส่วนตำบลสาครบอนอำเภอมายอจังหวัดปัตตานีโดยกำหนดกรอบแนวคิดและขอบเขตดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างโดยวิจัยได้กำหนดประชากรกลุ่มเป้าหมายไว้ คือ บุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลสาครบอน อำเภอมายอ จังหวัดปัตตานี ในการสัมภาษณ์สอบถามในครั้งนี้ จำนวน 25 คน ได้มาโดยการเลือกแบบสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ

1. กองศึกษา	จำนวน 7 คน
2. กองคลัง	จำนวน 5 คน
3. กองช่าง	จำนวน 3 คน
4. สำนักปลัด	จำนวน 5 คน
5. กองพัฒนาชุมชน	จำนวน 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบบันทึกและเก็บข้อมูล ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1. แบบบันทึกข้อมูลทั่วไปของผู้ป่วย

2. แบบบันทึกการเก็บข้อมูลเชิงลึกของชุมชน

3. แบบบันทึกการเรียนรู้ในแต่ละครั้งของการทำกิจกรรม

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส การประกอบอาชีพ โรคประจำตัว แหล่งข้อมูลที่ได้รับ ข่าวสารเกี่ยวกับโรคที่เกิดจากเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ความเกี่ยวข้องกับบุคคลในพื้นที่เสี่ยงจากการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับการ ป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 เป็นแบบเลือกตอบ ตอบถูกได้ 1 คะแนน ตอบ ผิดเป็น 0 ประกอบด้วย 3 ประเด็น ได้แก่ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรค จำนวน 5 ข้อคำถาม ความรู้เกี่ยวกับ การติดเชื้อ จำนวน 7 ข้อคำถาม และความรู้เกี่ยวกับ การระบาดของเชื้อ จำนวน 5 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม การปฏิบัติตนในการป้องกันโรคที่เกิดจากเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) จำนวน 13 ข้อ โดยแต่ละข้อจะให้ตอบว่า ปฏิบัติทุกครั้ง ได้ 2 คะแนน ปฏิบัติบางครั้ง ได้ 1 คะแนน หรือไม่ปฏิบัติ ได้ 0 คะแนน

ผลการวิจัย

จากการวิจัยการบริหารการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลสาครอน อำเภอมาบฉิม จังหวัดบึงฉลือ โดยการศึกษาแนวทางการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 และการคัดกรองติดตามผู้เดินทางออกนอกพื้นที่ ตำบลสาครอน อำเภอมาบฉิม จังหวัดบึงฉลือ และศึกษาการปรับตัวของประชาชนในช่วงสถานการณ์ไวรัสโควิด-19 พบว่า

1. ศึกษาการบริหารแนวทางการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลสาครอน อำเภอมาบฉิม จังหวัดบึงฉลือ

โดยมีมาตรการเร่งด่วนในการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ออกจากบ้านเมื่อจำเป็นเท่านั้น หากออกนอกบ้านให้เว้นระยะห่างจากคนอื่นอย่างน้อย 1-2 เมตร หลีกเลี่ยงการเข้าไปในพื้นที่ที่มีคนหนาแน่น แออัด หรือพื้นที่ปิด สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าตลอดเวลาผู้ที่เป็กลุ่มเสี่ยงให้เฝ้าระวังการออกนอกบ้านวันแต่จำเป็น ให้ออกนอกบ้านน้อยที่สุด ในระยะเวลาสั้นที่สุดและล้างมือบ่อยๆ ก่อนรับประทานอาหาร หรือหลังจากไอจาม หรือหลังสัมผัสจุดเสี่ยงที่มีผู้ใช้งานร่วมกันในที่สาธารณะ เช่น กลอนหรือลูกบิดประตู ราวจับหรือราวบันได เป็นต้น

2. การศึกษาการคัดกรองและติดตามการสัมผัสจากการเดินทางออกนอกพื้นที่ในช่วงภาวะวิกฤตโควิด-19

ได้มีการตั้งจุดคัดกรองและการติดตามการสัมผัสมีการคัดกรองโควิด-19 ตามสถานการณ์สำหรับผู้ที่มีประวัติการเดินทางหรือสัมผัสมีการสอบสวนที่เน้นการเฝ้าระวังการรักษาความสะอาดโดยเฉพาะการอานวยและการล้างฟุ้งชน (หรือใส่หน้ากากอนามัยแทน) แนะนำให้กักตัวมีประกาศเพิ่มเติมให้ต้องมีเอกสารการแพทย์รับรองการเดินทางระหว่างประเทศ สถานที่สาธารณะและธุรกิจห้างร้านได้รับคำสั่งให้ปิดในชุมชน และอีกหลายพื้นที่ให้ประชาชนชะลอการเดินทางข้ามจังหวัดอีกด้วย

3. การปรับตัวในระยะกลางและระยะยาวต่อสถานการณ์ไวรัสโควิด-19 สามารถนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงในสังคม

ทำให้ผู้คนเกิดความวิตกกังวลมีการปิดเมือง ปิดประเทศ เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของโรคและสถานที่ท่องเที่ยว หลายธุรกิจได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม จนต้องลดพนักงาน เลิกจ้าง หรือปิดตัวเองลง ผู้คนไม่จำเป็นก็ไม่ออกนอกบ้าน และคอยติดตามข่าวสารเพื่ออัปเดตการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งข้อมูลที่ได้รับนั้นก็ทั้งข้อมูลเท็จและข้อเท็จจริงปะปนกันไปหรือบางข้อมูลที่เราเคยยึดถือเป็นแนวทางในการป้องกันการติดเชื้อก็อาจต้องปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสถานการณ์

สรุปการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 (COVID 19) และศึกษาการคัดกรองติดตามความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และพฤติกรรมของประชาชนในเรื่องการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 จากประชาชนในเขต ตำบลสาครนอก อำเภอมายอ จังหวัดปัตตานี เพื่อสร้างรากฐานความมั่นคงให้กับสมาชิกในองค์กรและคนในชุมชนจำนวนมากและมีการนำมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับสถานการณ์ฉุกเฉินภัยพิบัติโรคไวรัสโควิด-19 รวมถึงให้ปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโรคไวรัสโควิด-19 อย่างเคร่งครัดเพื่อการปรับตัวในระยะกลางและระยะยาวต่อสถานการณ์ไวรัสโควิด-19 และศึกษาการปรับตัวซึ่งจะนำพาความเปลี่ยนแปลงหรือวิกฤตอื่น ๆ มาอีกในอนาคตหรือจะจับมือเพื่อเรียนรู้ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดูแลตนเองและเติบโตไปด้วยกัน

อภิปรายผล

ปัจจุบันการบริหารการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด 19 ที่ทำการบริหารส่วนตำบลสาครนอก อำเภอมายอ จังหวัดปัตตานี เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องมีการบริหารจัดการที่ชัดเจนในการจัดการบุคลากรในการรับมือในสถานการณ์โควิด 19 ที่จะต้องรวมกลุ่มระหว่างบุคลากรในองค์กรกับประชาชนที่เข้ามาใช้บริการต่าง ๆ ซึ่งลักษณะเป็นการจัดการบริหารภายในและภายนอกองค์กร เพื่อรากฐานความมั่นคงให้กับสมาชิกในองค์กรและคนในชุมชนจำนวนมากและมีการนำมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับสถานการณ์ฉุกเฉินภัยพิบัติโรคไวรัสโควิด 19 ของรัฐบาลมาปฏิบัติในหน่วยงานทั้งในด้านการจัดสถานที่ให้บริการ ด้านกระบวนการการปฏิบัติงานรวมถึงบุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบลสาครนอก สอดคล้องกับแนวคิด

จากการศึกษามาตรการเร่งด่วน ในการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ออกจากบ้านเมื่อจำเป็นเท่านั้น หากออกนอกบ้านให้เว้นระยะห่างจากคนอื่นอย่างน้อย 1-2 เมตร หลีกเลี่ยงการเข้าไปในพื้นที่ที่มีคนหนาแน่น แออัด หรือพื้นที่ปิด สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าตลอดเวลาผู้ที่เป็กลุ่มเสี่ยงให้เลี่ยงการออกนอกบ้านเว้นแต่จำเป็น ให้ออกนอกบ้านน้อยที่สุด ในระยะเวลาสั้นที่สุดและล้างมือบ่อย ๆ

การคัดกรองและติดตามการสัมผัสจากการเดินทางออกนอกพื้นที่ในช่วงภาวะวิกฤตโควิด-19 ได้มีการตั้งจุดคัดกรองและการติดตามการสัมผัสมีการคัดกรองโควิด-19 ตามสถานการณ์สำหรับผู้ที่มีประวัติการเดินทางหรือสัมผัสมีการสอบสวนที่เน้นการเฝ้าระวังการรักษาความสะอาดโดยเฉพาะการอำนวยและการเลี้ยงดูชุมชน (หรือใส่หน้ากากอนามัยแทน) แนะนำให้กักตัวมีประกาศเพิ่มเติมให้ต้องมีเอกสารการแพทย์รับรองการเดินทางระหว่างประเทศ

การปรับตัวในระยะกลางและระยะยาวต่อสถานการณ์ไวรัสโควิด-19 สามารถนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงในสังคม ทำให้ผู้คนเกิดความวิตกกังวลมีการปิดเมือง ปิดประเทศ เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของโรคและสถานที่ท่องเที่ยว

หลายธุรกิจได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม จนต้องลดพนักงาน เลิกจ้าง หรือปิดตัวเองลง ผู้คนไม่จำเป็นก็ไม่ออกนอกบ้าน (วิทัศน์ ผักเจริญผล. 2563)

ข้อเสนอแนะ

1. การบริหารการป้องกันของตำบลสาครบ่อได้มีการจัดเตรียม วัสดุอุปกรณ์ งบประมาณสำหรับการปฏิบัติงานในการควบคุมและป้องกันโรคที่มีประสิทธิภาพหากมีการระบาดของโรคติดต่อในอนาคต
2. การบริหารการป้องกันภายในองค์กรได้จัดหาสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ หรือป้ายแนะนำ ให้มีปริมาณที่เพียงพอกับพื้นที่หรือชุมชนอีกครั้งควรเป็นสื่อที่มีความน่าสนใจเข้าใจง่ายทำให้ประชาชนปฏิบัติตามได้อย่างเคร่งครัด
3. ควรมีการตรวจการติดเชื้อ โควิด 19 ให้กับเจ้าหน้าที่ซึ่งปฏิบัติงานลงพื้นที่ดูแลประชาชนในทุกวันอย่างต่อเนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่มีความเสี่ยงในการติดเชื้อและเป็นพาหะนำเชื้อไปติดต่อผู้อื่นได้

เอกสารอ้างอิง

- กอบกิจ ประดิษฐ์ผลพานิช. (2563). การใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโควิด 19. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิต. 17(1).
- จารุวรรณ แผลมโธสง. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมป้องกันโรคติดเชื้อในระบบทางเดินหายใจของผู้ดูแลเด็กปฐมวัยในศูนย์เด็กเล็ก. วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จิรศักดิ์ ทองปรีชา. (2563). การบริหารจัดการเรียนการสอน ภายใต้สถานการณ์โควิด-19. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ฉัตรชัย แนวพญา. (2559). การบริหารจัดการองค์การภาครัฐที่ประสบความสำเร็จตามหลักการบริหารทางตะวันตกและตามหลักการทางพระพุทธศาสนา. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยปทุมธานี.
- ชนมณีภา เขียนนอก. (2563). การนำนโยบาย Work from Home ไปปฏิบัติในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ดวงฤทัย สุขวงศ์. (2563). การพัฒนาการเตรียมความพร้อมและการจัดการภาวะวิกฤต: กรณีศึกษาการระบาดของโรค Covid-19 กลุ่มการพยาบาล โรงพยาบาลพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์. พระนครศรีอยุธยา: กลุ่มพยาบาลโรงพยาบาลพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.
- ธัญพล ชะอู่. (2559). การบริหารจัดการที่มีผลต่อประสิทธิภาพของเทศบาลตำบลในเขตภาคกลางของประเทศไทย. วารสาร วิทยาการจัดการสมัยใหม่. 8(1).
- ธัญญธรณ์ สิมมา. (2562). การบริหารเวลากับประสิทธิภาพของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครปฐม เขต 1. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ธานี กล่อมใจ. (2563). ความรู้และพฤติกรรมของประชาชนเรื่องการป้องกันตนเอง จากการติดเชื้อไวรัสโคโรนา สายพันธุ์ใหม่ 2019. วารสาร การพยาบาลการสาธารณสุขและการศึกษา. 21(2).
- ธีระพงษ์ ทศวัฒน์. (2563). การพัฒนาคุณภาพชีวิตทางสังคมของประชาชนและการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19).
- นภษา สิงหวิธรรม. (2560). การรับรู้และพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของทันตภิบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข. วารสาร สถาบันบำราศนราดูร. 14(2).
- นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์. (2560). การปรับตัวทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตโควิด-19. วิทยานิพนธ์. พระนครศรีอยุธยา: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- บัณฑิตา ไสภานันท์. (2563). การปฏิบัติหน้าที่ภายใต้สถานการณ์ฉุกเฉินภัยพิบัติโรคไวรัสโควิด-19. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุญเรือน ทองทิพย์. (2563). โรคติดเชื้อไวรัส โคโรนา 2019 (COVID-19) กับศักยภาพของผู้นำต่อการพัฒนาองค์การแบบ New Normal.
- ประภา ราชา. (2563). การพัฒนาระบบบริการพยาบาลผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19. วารสาร แพทย์เขตการพัฒนาระบบบริการการพยาบาลผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19. 39(3).
- พระมหาอรุณ ปญฺญารุโณ. (2562). การบริหารจัดการภาครัฐในวิกฤตการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019.
- ไมลา อิศระสงคราม. (2560). พฤติกรรมการล้างมือของผู้ดูแลเด็กในศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนกรุงเทพมหานคร. วารสาร มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 17(2).
- ยอดชาย สายสอน. (2562). รัฐ-หมู่บ้านกับการจัดการภัยพิบัติโรคไวรัสโควิด 19 ภายใต้นโยบายรัฐบาลพื้นที่หมู่บ้านประชาชนเฝ้าระวัง 2 ระยะ 3 ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิทัศน์ ผักเจริญผล. (2563). ความพร้อมในการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ภายใต้สถานการณ์ระบาดไวรัส Covid-19. วารสาร การศึกษาและการพัฒนามนุษย์. 4(1).
- สอยฤทัย เกลี้ยงนิล. (2563). เรื่อง รัฐ-ชุมชนกับการจัดการภัยพิบัติโรคไวรัสโควิด 19 พื้นที่ถนนข้าวสาร เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุธารัตน์ แลพวง. (2563). การบริหารจัดการภายใต้มาตรการคัดกรองเพื่อรับมือสถานการณ์โรคไวรัส COVID-19 โรงพยาบาลปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุมาลี จุทอง. (2562). การจัดการภัยพิบัติโรคระบาดโควิด 19 ในพื้นที่ชุมชนริมคลองหัวหมากน้อย สำนักงานเขตบางกะปิ. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อภิญา เนียมเล็ก. (2563). การพัฒนารูปแบบการดูแลผู้ป่วยเบาหวานในชุมชนภายใต้สถานการณ์การระบาดของเชื้อ COVID-19. วิทยานิพนธ์. ศูนย์แพทย์ชุมชนโรงพยาบาลควนขนุน จังหวัดพัทลุง.

S0074: การบริหารจัดการบุคคลากรในสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบล สาโคบอน อำเภอมายอ จังหวัดปัตตานี

PERSONNEL MANAGEMENT IN THE COVID 19 SITUATION OF SAKO BON SUBDISTRICT ADMINISTRATIVE ORGANIZATION, MAYO DISTRICT, PATTANI PROVINCE

ยูไลนี ดาโอะ¹ แวนีฮา เจ๊ะมะ² ฮีตายะห์ กาเน็ง³ วุซระ ชาวสังข์⁴

^{1, 2, 3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการบุคคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลสาโคบอน อำเภอมายอ จังหวัดปัตตานี ในสถานการณ์โควิด 19 ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับสมรรถนะการบริหารจัดการแนวทางการปฏิบัติงานในช่วงการป้องกันเชื้อไวรัสโควิด 19 ภายในองค์กร ไปสู่การเปลี่ยนแปลงในทางปฏิบัติงานในองค์กรได้

ผลการวิจัยพบว่า 1) จากการบริหารจัดการบุคคลากรในองค์การบริหารในการปฏิบัติการทำงานของแต่ละฝ่าย โดยทำการสำรวจความคิดเห็นความพึงพอใจของบุคคลากรในองค์กร และการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน องค์กรจะทราบถึงปัจจัยสำคัญในการพัฒนาตนเอง และผลการปฏิบัติงาน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการบริหารทรัพยากรบุคคล 2) จากแนวทางการปฏิบัติงานในช่วงการป้องกันการติดเชื้อไวรัส โควิด 19 จึงสามารถระบุระดับความเสี่ยงในองค์การบริหารส่วนตำบลสาโคบอน เพื่อศึกษาแนวทางการปฏิบัติงานในช่วงการป้องกันและสามารถกำหนดมาตรการควบคุม เฝ้าระวังและปฏิบัติงานเหมาะสม แก่บุคคลากรในองค์กรเพื่อป้องกันการติดเชื้อโควิด 19 ในการปฏิบัติงาน 3) เพื่อศึกษาการปรับตัวในระยะกลางและระยะยาวต่อสถานการณ์การติดเชื้อไวรัสโควิด 19 ซึ่งเป็นผลกระทบอย่างกว้างขวางและเกิดการปรับเปลี่ยนระบบการบริหารจัดการสามารถไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมองค์กรส่วนตำบลสาโคบอนได้

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, บุคคลากร, สถานการณ์โควิด

Abstract

This research aimed to study personnel management in Sako Bon Subdistrict Administrative Organization, Mayo District, Pattani Province. In the COVID-19 scenario, a qualitative research process was used. Using research tools consisting of The questionnaire was able to collect qualitative data on the management competencies, practice guidelines during the prevention of COVID 19 within the organization, to the changes in organization operations.

The results of the research were as follows: 1) From personnel management in the management organization in the operation of each department. By conducting a survey on the satisfaction of personnel in the organization And human resource management affecting work motivation. The organization will be

aware of the key factors in self-development. And performance For use as information in human resource management planning 2) Based on the operational guidelines during the prevention of COVID-19 infection, the risk level can be identified in the Sako Bon Subdistrict Administrative Organization. To study the operational guidelines during the prevention and to determine control measures. Monitoring and performing appropriate work To personnel in the organization to prevent COVID-19 infection in operations 3) To study medium-term and long-term adaptation to the situation of COVID-19 infection, which has widespread impacts and changes in the management system can lead to social, cultural, organizational changes. District Sakho on.

Keywords: Management, Personnel, Covid Situation

บทนำ

การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เริ่มขึ้นเมื่อปลายเดือนธันวาคม 2562 และพบผู้ป่วยรายแรกในเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีนและแพร่กระจายไปยังประเทศอื่นในแถบเอเชีย โดยพบผู้ติดเชื้อนอกประเทศจีนครั้งแรกในประเทศไทย เมื่อวันที่ 12 มกราคม 2563 (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. 2563: online) และระบาดไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ซึ่งสถานการณ์ปัจจุบันยังมีแนวโน้มการติดเชื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้แต่ละประเทศกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมและป้องกันการระบาด ทั้งการควบคุมการเคลื่อนย้ายของประชาชน ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ การปิดหรือจำกัดระบบการขนส่งต่าง ๆ ซึ่งมาตรการเหล่านี้ส่งผลต่อวัฒนธรรมองค์กรในการดำเนินชีวิตและการดำเนินกิจกรรมตามปกติของบุคลากรภายในองค์กร

เชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 เป็นไวรัสระบาดในมณฑลอู่ฮั่นของประเทศจีนจนกระทั่งมีการระบาดไปยังประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก สถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 มีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง องค์การอนามัยโลกได้ประกาศว่าการแพร่ระบาดของเชือดังกล่าวเป็นภัยพิบัติฉุกเฉินระดับโลก

พบผู้ป่วยในจังหวัดต่าง ๆ กว่าสองในสามจังหวัดของประเทศไทยจึงแยกผู้ติดเชื้อออกจากทุกคนอื่นอย่างรวดเร็วจะช่วยลดโอกาสในการแพร่กระจายของไวรัสและเป็นวิธีการที่สถานการณ์ในประเทศไทยจำนวนผู้ป่วยทั้งหมดได้มีทำการรักษาระยะห่างจากผู้อื่น 1-2 เมตร และล้างมือบ่อย ๆ

สำหรับจังหวัดปัตตานีเป็น 1 จังหวัดที่มีการเฝ้าระวังติดเชื้อไวรัสโควิด 19 โดยมีองค์การบริหารส่วนตำบลจังหวัดปัตตานีเป็นองค์กรรูปแบบหนึ่งที่มีหน้าที่ในการจัดบริการสาธารณะครอบคลุมทั้งจังหวัดอันเนื่องมาจากเป็นพื้นที่ที่เสี่ยงต่อการติดเชื้อโรค โควิด 19 เพื่อประโยชน์ในการรักษาพยาบาลการทำให้ปลอดภัยจากเชื้อโรคซึ่งมาตรการของจังหวัดปัตตานีที่ผ่านมาได้มีการปิดหมู่บ้านการทำการคัดแยกการคัดกรองเข้มข้นอย่างต่อเนื่องค้นหาผู้อยู่ในกลุ่มเสี่ยงสูงเช่นกลุ่มที่มาจากที่อื่นและกลุ่มดะวะห์

ดังนั้นจึงได้รับผลกระทบต่อวัฒนธรรมองค์การบริหารส่วนตำบลสาครอนซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมาและมีการอยู่ร่วมกันอย่างมีระเบียบจึงทำให้ผลของวัฒนธรรมจะออกมาในรูปแบบการเฝ้าระวังห่างในการปฏิบัติงานต่าง ๆ ตลอดจนคำนึงใช้ในการตัดสินใจการเฝ้าระวังของบุคลากรในองค์กรถือเป็นส่วนสำคัญที่จะทำการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลสาครอนก้าวหน้าและส่งผลให้องค์การได้รับความเชื่อถือจากสังคม

การบริหารจัดการวัฒนธรรมภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลสาครอน อำเภอยะลา จังหวัดปัตตานี สิ่งที่เราสร้างขึ้นเป็นวัฒนธรรมก็เจริญงอกงามตามไปด้วย ความต้องการในเรื่องพฤติกรรมและวัฒนธรรม

ของสังคมเป็นไปอย่างง่าย ตราบนั้นวิถีชีวิตของคนในสังคมองค์กรและประชาชนที่เข้ามาใช้บริการ มีลักษณะสม่ำเสมอ ไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นสิ่งที่มี จึงเป็นสิ่งที่ทุกคนในแต่ละหน่วยงาน และประชาชนสังคมของตนเจริญในเรื่องวัฒนธรรม ด้วยการปรับปรุงและส่งเสริมวัฒนธรรมในสังคมขององค์กรให้เหมาะสม

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการบริหารจัดการบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลสาครบอน อำเภอมายอ จังหวัดปัตตานี

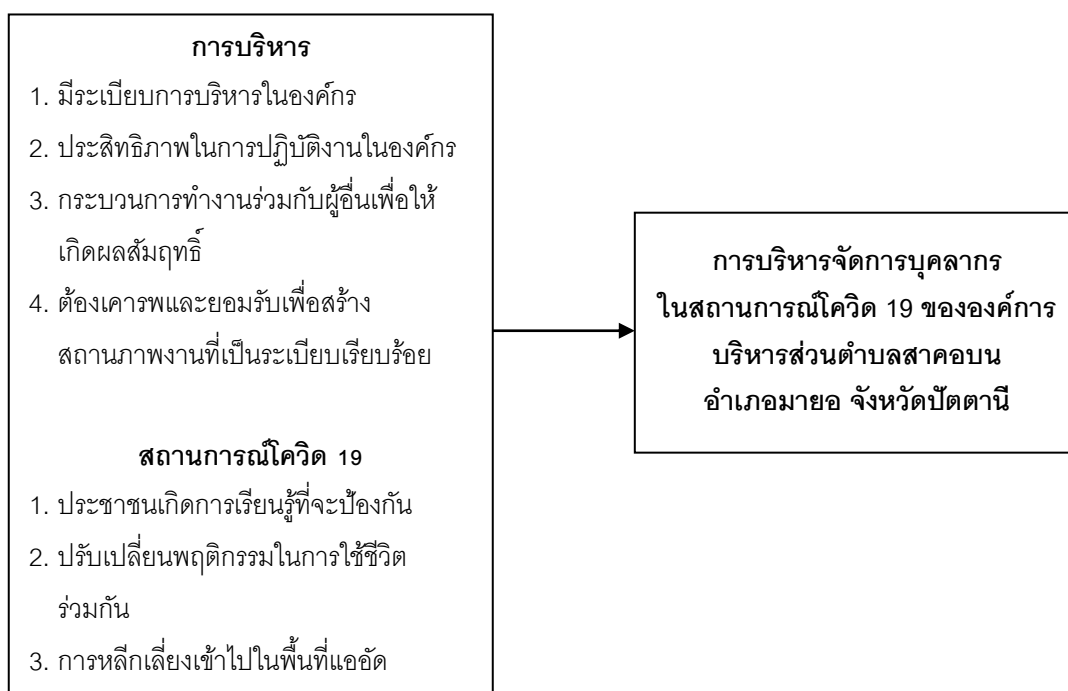
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่จะได้รับจากงานวิจัยฉบับนี้แบ่งเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องทางวิชาการและการปฏิบัติการ ดังนี้

1. มีสมรรถนะและขีดความสามารถในด้านการความสามารถที่จะปฏิบัติงานในตำแหน่งหน้าที่ได้รับมอบหมายได้อย่างมีระเบียบแบบแผน
2. องค์การบริหารส่วนตำบลมีการปรับตัวในการแก้ไขภาวะความเสี่ยงโควิด 19 ที่อาจเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต
3. บุคลากรเกิดความตระหนักและสามารถป้องกันโรคระบาดได้เริ่มจากตนเอง

กรอบแนวคิด

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นการเรียนรู้การบริหารจัดการบุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบลสาครบอน อำเภอมายอ จังหวัดปัตตานี



วิธีการดำเนินการวิจัย

รูปแบบการทำวิจัย

ในการดำเนินการศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเรื่องการบริหารจัดการบุคลากรในสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลสาครอน อำเภอมายอ จังหวัดปัตตานี

ประชากร

ประชากรที่ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ คือ บุคลากร ในองค์การบริหารส่วนตำบลสาครอน ในการทำแบบสอบถามในครั้งนี้ จำนวน 25 คน ได้มาโดยการเลือกแบบสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ

1. กองศึกษา	จำนวน 7 คน
2. กองคลัง	จำนวน 5 คน
3. กองช่าง	จำนวน 3 คน
4. สำนักปลัด	จำนวน 5 คน
5. กองพัฒนาชุมชน	จำนวน 5 คน

ผลการวิจัย

จากงานวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการวัฒนธรรมองค์การในสถานการณ์โควิด 19 ที่ทำการบริหารส่วนตำบลสาครอน อำเภอมายอ จังหวัดปัตตานี สามารถแบ่งผลการวิจัยในด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. จากการศึกษาการบริหารจัดการบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลสาครอน จังหวัดปัตตานี โดยทำการสำรวจความคิดเห็นความพึงพอใจของบุคลากรในองค์กร และการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานมีความสำคัญต่อการวางแผนการบริหารทรัพยากรบุคคลจึงใช้ปัจจัยกลยุทธ์การบริหารจัดการตลอดจนกระบวนการในการจัดการบุคลากรในองค์กรตามมิติต่างๆ เพื่อให้บุคลากรสามารถดำเนินการทำงานตามหน้าที่ของตนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และเกิดปัญหาให้น้อยที่สุดรวมถึงการพัฒนาให้บุคลากรมีศักยภาพเพิ่มขึ้นเพื่อการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และเพื่อความสำเร็จขององค์กรที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย จึงทำให้องค์กรจะทราบถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน การพัฒนาตนเอง และการพัฒนาผลการปฏิบัติงาน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการบริหารทรัพยากรบุคคลการบริหารจัดการบุคลากรในองค์กร ถือเป็นแนวทางหลักที่จะพัฒนาระบบการบริหารจัดการบุคลากรเพื่อตอบสนองต่อทิศทางการดำเนินตามเป้าหมายขององค์กร รวมทั้งองค์กรสามารถดำเนินงานต่างๆ ตามภารกิจหน้าที่ขององค์กรโดยใช้บุคลากรในองค์กร รวมถึงกำลังคนอย่างคุ้มค่าที่สุด มีการสูญเสียไปเล็กน้อยที่สุดมีลักษณะการทำงานไปสู่ผลตามวัตถุประสงค์ได้อย่างดีโดยประหยัดทั้งเวลา ทรัพยากร และกำลังคนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น ฉะนั้นแล้วองค์การบริหารส่วนตำบลสาครอน จึงไม่ประสบปัญหาในการบริหารงาน

2. จากการศึกษาแนวทางการปฏิบัติงานในช่วงการป้องกันการติดเชื้อไวรัส โควิด 19 ทำให้องค์การบริหารส่วนตำบลสาครอนเกิดการวางแผนสำหรับบุคลากรในองค์กรและประชาชนที่เข้ามาใช้บริการตามที่องค์กรได้กำหนดมาตรการเอาไว้ อาทิ สวมหน้ากากอนามัย ต้องเว้นระยะห่าง 2 เมตร ล้างมือบ่อยๆ และพบเจอแอลกอฮอล์ จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงทำให้องค์การบริหารส่วนตำบลสาครอนสามารถระบุนระดับความเสี่ยงในองค์การบริหารส่วนตำบลสาครอนได้ อีกทั้งเพื่อเป็นศึกษาสมรรถนะการบริหารจัดการแนวทางการปฏิบัติงานในช่วงการป้องกันและสามารถกำหนดมาตรการควบคุม เฝ้าระวังและปฏิบัติงานเหมาะสมในบริบทของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโควิด 19

สำหรับนายกองค์การบริหารส่วนตำบลนั้น จึงให้ความสำคัญและตระหนักถึงการป้องกันให้กับบุคลากรและประชาชนที่เข้ามาใช้บริการเพื่อให้เกิดความเสี่ยงน้อยที่สุด

3. จากการศึกษาการปรับตัวในระยะกลางและระยะยาวต่อสถานการณ์การติดเชื้อไวรัสโควิด 19 ซึ่งเป็นผลกระทบอย่างกว้างขวาง และเกิดการปรับเปลี่ยนระบบการบริหารจัดการสามารถไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางองค์การส่วนตำบลสาครอนได้ จึงมีการปรับเปลี่ยนในหลายรูปแบบ เกิดความคิด ในรูปแบบการจัดการให้บริการแก่ประชาชน จึงระดมเข้ามาช่วยแก้ปัญหาในทางปฏิบัติงานทั้งบุคลากรและประชาชน ทำให้เกิดระบบการทำงานในรูปแบบใหม่จึงมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบัน

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น พบว่าทั้งสามแนวทางจะมีจุดเน้นและผลวิจัยที่แตกต่างกันทำให้เกิดประเด็นที่เน้นถึงการบริหารจัดการบุคลากรให้มีประสิทธิภาพและตระหนักถึงการดูแลตัวเองในการปฏิบัติงานขององค์กรเพื่อคุณภาพชีวิตของบุคลากรในองค์กร ด้วยสถานการณ์ปัจจุบันทำให้องค์การบริหารส่วนตำบลสาครอนได้มีความเสี่ยงทำให้เกิดการวางแผนสำหรับบุคลากรในองค์กรและประชาชนที่เข้ามาใช้บริการตามที่องค์กรได้กำหนดมาตรการเอาไว้ อาทิ สวมหน้ากากอนามัย ต้องเว้นระยะห่าง 2 เมตร ล้างมือบ่อยๆ และพบเจลแอลกอฮอล์สำหรับการทำงานของบุคลากรก็ต้องมีการเว้นระยะห่างเช่นเดียวกันและเมื่อเกิดสถานการณ์โควิด 19 ขึ้นมาทำให้มีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม อีกทั้งมีการปรับตัวในระยะกลางและระยะยาวต่อสถานการณ์การติดเชื้อไวรัสโควิด 19 ซึ่งระยะกลางจะเป็นช่วงที่ต้องเตรียมตัวรับมือกับความผิดปกติในรูปแบบใหม่ที่กำลังจะมาเยือนซึ่งเป็นผลกระทบอย่างกว้างขวางและเกิดการปรับเปลี่ยนระบบการบริหารจัดการสามารถไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมขององค์การส่วนตำบลสาครอนได้ ส่วนระยะยาวเป็นการอยู่ยืนหลังวิกฤตไวรัสโควิดผ่านพ้นไปโควิด 19 เช่น มีวัคซีนทำให้สังคมเริ่มเข้าสู่ปกติใหม่ที่แท้จริง (New Normal)

อภิปรายผล

ปัจจุบันการบริหารจัดการบุคลากรในสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลสาครอน อำเภอมายอ จังหวัดปัตตานี เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องมีการบริหารจัดการที่ชัดเจนในการจัดการบุคลากรในการรับมือในสถานการณ์โควิด 19 ที่จะต้องรวมกลุ่มระหว่างบุคลากรในองค์กรกับประชาชนที่เข้ามาใช้บริการต่าง ๆ ซึ่งลักษณะเป็นการจัดการบริหารภายในและภายนอกองค์กร เพื่อสร้างรากฐานความมั่นคงให้กับสมาชิกในองค์กรและคนในชุมชนที่สร้างภูมิคุ้มกันให้กันและกัน ฉะนั้นการบริหารจัดการที่ดีเป็นการพัฒนาศักยภาพเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิดของ กาญจนพร พันธุ์เทศ (2560: บทคัดย่อ) และเกิดความยั่งยืนมีอยู่ 2 ด้วยกัน

1. ปัจจัยส่วนบุคคลในองค์กรที่ส่งผลต่อการทำงานและพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การบริหารส่วนตำบลสาครอน อำเภอมายอ จังหวัดปัตตานี ให้ความช่วยเหลือมีน้ำใจให้แก่ประชาชนจึงทำให้ตระหนักถึงหน้าที่ที่จะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร

2. องค์กรในด้านที่มีเอกลักษณ์ในการปฏิบัติที่จะเผยแพร่ให้องค์กรภายนอกรู้ถึงกระบวนการจัดการบุคลากรในองค์กรที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานจึงมีโอกาสในการพัฒนาสมรรถภาพขององค์กร การบูรณาการทางสังคม และความสมดุลระหว่างชีวิตงานกับชีวิตด้านอื่นที่เป็นผลประโยชน์ต่อองค์กรและสังคมต่อไปได้

อย่างไรก็ตามในทัศนะของผู้วิจัยมองว่าความยั่งยืนของวัฒนธรรมองค์กรในการปฏิบัติงานของบุคลากร มีกระบวนการทำงานที่ยั่งยืน และประการที่สำคัญก็คือ บุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลสาครอนส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีจึงมีความรู้ความเข้าใจในการนำวัฒนธรรมองค์กรไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

อีกทั้งมีกลยุทธ์การบริหารจัดการที่ชัดเจนในการจัดการบุคลากรในการรับมือในสถานการณ์โควิด ที่จะต้องรวมกลุ่มระหว่างบุคลากรในองค์กรกับประชาชนที่เข้ามาใช้บริการต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับกับแนวคิดของ สุธารัตน์ แลพวง (2562: บทคัดย่อ) ที่ให้ความสำคัญกับสถานการณ์โควิด 19 มีการบริหารด้านการคัดกรองโรคติดเชื้อโควิด 19 ไปปฏิบัติในองค์การบริหารส่วนตำบลสาครอน อำเภอมาบตาพุด จังหวัดปัตตานี โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยข้อมูลเอกสาร และการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องและประเด็นต่างๆ ประกอบด้วย บุคลากรภายในองค์การบริหารส่วนตำบลสาครอนที่มีหน้าที่รับผิดชอบการคัดกรองโควิด 19

อย่างไรก็ตามในทัศนะของผู้วิจัยมองว่าในการจัดการบุคลากรในการรับมือในสถานการณ์โควิด เป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้มาตรการคัดกรองโควิด 19 ประสบความสำเร็จถึงแม้จะมีขั้นตอนในการคัดกรองในองค์กรเพิ่มขึ้น แต่ส่งผลกระทบในทางที่ดีต่อองค์กร บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจในด้านการคัดกรองโควิด 19 และประชาชนตระหนักถึงการดูแลสุขภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยการบริหารจัดการวัฒนธรรมองค์กรในสถานการณ์ 19 ที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลสาครอน อำเภอมาบตาพุด จังหวัดปัตตานี พบว่า มีกระบวนการจัดการบริหารวัฒนธรรมองค์กรในสถานการณ์โควิดที่ยั่งยืนได้ จากข้อค้นพบดังกล่าว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรมีการพัฒนาเสริมสร้างและปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เสริมสร้างความผูกพันของบุคลากรในองค์กรต่อวัฒนธรรมขององค์กรที่อย่างยั่งยืน
2. การสร้างจิตสำนึกให้กับบุคลากรในองค์กรให้เข้าใจในวัฒนธรรมองค์กรเพื่อให้บุคลากรมีสำนึกรับผิดชอบในการปฏิบัติงานมีความมุ่งมั่นทำงานจนสำเร็จผล
3. สนับสนุนการเพิ่มมาตรการและจุดคัดกรองล้างมือก่อนเข้าและออกจากองค์การ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. หน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบลสาครอน อำเภอมาบตาพุด จังหวัดปัตตานี ควรจัดให้มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมบุคลากรด้วยวิธีการต่างๆ อย่างต่อเนื่องเป็นประจำสม่ำเสมออย่างเป็นระบบเพื่อกระตุ้นให้บุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลสาครอนปฏิบัติเป็นกิจวัตรอันเป็นการส่งเสริมให้องค์กรมีความเข้มแข็งมาก อยู่เสมอ
2. ควรส่งเสริมให้บุคลากรในด้านการใช้ชีวิตพอเพียงให้มากขึ้น เนื่องจากผลการวิจัยแม้จะอยู่ในระดับเข้มแข็งมากแต่ก็มีค่าเฉลี่ยด้านอื่นๆ ดังนั้นจึงควรเร่งส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในด้านคุณภาพในการใช้ชีวิตให้มากขึ้น
3. ควรส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มงานต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ปัญหาผลกระทบจากสถานการณ์โควิด 19 อุปสรรคและประสบการณ์ต่างๆ ที่ได้รับระหว่างการทำงานต่อเพื่อนร่วมงาน ในกลุ่มงานอื่น ๆ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ควรจะทำการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางหรือวิธีการกระบวนการในการนำวัฒนธรรมองค์กรไปปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดผลสำเร็จอย่างยั่งยืน
2. ควรจะทำการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการนำวัฒนธรรมองค์กรไปปฏิบัติด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้คำตอบเพิ่มเติมในประเด็นที่การศึกษาในเชิงปริมาณไม่สามารถทำได้
3. แนวทางการรับมือในสถานการณ์โควิด 19 หรือวิธีการกระบวนการในการนำวัฒนธรรมองค์กรไปปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดผลสำเร็จอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- ชนากานต์ บุญทอง. (2562, มกราคม-มิถุนายน). กลยุทธ์การบริหารจัดการบุคลากรที่มีศักยภาพสูงเพื่อสร้างความได้เปรียบในองค์กร. **วารสารบริหารบัณฑิต**. 39(1).
- ชัยอานนท์ ภูมิลำเนา. (2560). การเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- จิตาพร รุ่งสพพร. (2562). พฤติกรรมของผู้บริโภคบนช่องทางออนไลน์ในภาวะวิกฤตโควิด 19. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธนาภรณ์ รุ่งวิไลเจริญ. (2560). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธานี กล่อมใจ (2563). ความรู้และพฤติกรรมเรื่องการป้องกันตนเอง จากการติดเชื้อไวรัสโควิด 19. **วารสารการพยาบาลการสาธารณสุข และการศึกษาวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี**. พะเยา: วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี พะเยา.
- ธีระพงษ์ ทศวัฒน์. (2563, กันยายน). การพัฒนาคุณภาพชีวิตทางสังคมและการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโควิด 19. **วารสารมหาจุฬา**. 7(9).
- นภาฯ สิงห์วีธรรม. (2563, พฤษภาคม-สิงหาคม). การรับรู้และพฤติกรรมในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. **วารสารสถานบันบำราศนราดูร**. 14(2).
- นิทัศน์ แจ่มไพบูลย์. (2560). วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการปฏิบัติงานของบุคลากร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. ฉะเชิงเทรา: มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์.
- โนริย์ ทรัพย์โสภณ. (2559). ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการบริหารบุคลากรของสถานศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บัณฑิตา ไสภานัน. (2563). การปฏิบัติหน้าที่ภายใต้สถานการณ์ฉุกเฉินภัยพิบัติโรคไวรัสโควิด 19. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุญช่วย ศิริเกษ. (2560, พฤษภาคม-สิงหาคม). การศึกษาวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์กับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้. **วารสารสมาคมนักวิจัย**. 22(2).

พินิจดา คากรฤชา. (2560, ตุลาคม-ธันวาคม). วัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร.

วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์. 6(4).

ศิริภาวรรณ พุ่มคำ. (2559, กันยายน). การศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาการบริหารงานบุคคลในสถานศึกษา.

วารสารวิจัยราชภัฏกรุงเก่า. 3(3).

สัรวรณ ไชยกุล. (2562). การบริหารงานบุคลากรของผู้บริหารสถานศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตร-
บัณฑิต. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

S0075: การบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอรามัน จังหวัดยะลา

MANAGEMENT OF THE NOEN NGAM SUBDISTRICT ADMINISTRATIVE ORGANIZATION TOWARDS PEOPLE DURING THE COVID-19 SITUATION IN RAMAN DISTRICT, YALA PROVINCE

โชราฎา โชษยามา¹ อาวียะ กียะ² อีนาวาตี อิบราฮิม³ วัชระ ชาวสังข์⁴

^{1,2,3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอรามัน จังหวัดยะลา กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 110 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถาม คนในหมู่บ้านตำบลเนินงาม อ.รามัน จ.ยะลา 2) การบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอรามัน จังหวัดยะลา โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเรียงด้านการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอรามัน จังหวัด ยะลา

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, โควิด-19

Abstract

This study aimed to study the management of the Noen Ngam Subdistrict Administrative Organization towards The sample consisted of 110 people during the COVID-19 situation in Raman District, Yala Province. The research instrument was a data analysis questionnaire. Using descriptive statistics such as percentage, mean, and standard deviation, it was found that 1. Respondents People in the village, Noen Ngam Subdistrict, Raman District, Yala Province 2. Management of the Noen Ngam Subdistrict Administrative Organization towards Overall opinion of the people during the COVID-19 situation in Raman District, Yala Province has a high level When considering the management aspects of the Noen Ngam Subdistrict Administrative Organization towards People during the COVID-19 situation in Raman District, Yala Province

Keywords: Management, COVID-19

บทนำ

โลกได้รับรู้เรื่องโรคระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ ไวรัสโคโรนาเป็นไวรัสที่ถูกพบครั้งแรกในปี 1960 แต่ยังไม่ทราบแหล่งที่มาอย่างชัดเจนว่ามาจากที่ใดแต่เป็นไวรัสที่สามารถติดเชื้อได้ทั้งในมนุษย์และสัตว์ปัจจุบันมีการค้นพบไวรัสสายพันธุ์นี้แล้วทั้งหมด 6 สายพันธุ์ ส่วนสายพันธุ์ที่กำลังแพร่ระบาดหนักทั่วโลกตอนนี้เป็นสายพันธุ์ที่ยังไม่เคยพบมาก่อน คือ สายพันธุ์ที่ 7 จึงถูกเรียกว่าเป็นไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่และในภายหลังถูกตั้งชื่ออย่างเป็นทางการว่า โควิด-19 ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่และโควิด-19 แรกเริ่มเดิมทีถูกค้นพบจากสัตว์ก่อน โดยเป็นสัตว์ทะเลที่มีการติดเชื้อไวรัสนี้แล้วคนที่อยู่ใกล้คลุกคลีกับสัตว์เหล่านั้นก็ติดเชื้อไวรัสมาอีกที โดยเริ่มจากเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน โดยมีข้อสงสัยว่ามาจากตลาดที่ค้าขายสัตว์ทะเลและสัตว์ที่หายากในขณะนี้มีความรุนแรงเทียบเท่ากับโรคซาร์สมากที่สุด ทำให้ผู้ป่วยมีอาการปอดอักเสบรุนแรงจนถึงชีวิตได้ องค์การอนามัยโลกยังไม่สามารถหาที่มาของเชื้ออย่างชัดเจนได้ แต่สันนิษฐานว่าอาจจะมาจากเนื้อสัตว์ป่าที่ซื้อขายอยู่และปัจจุบันเชื้อไวรัสนี้สามารถแพร่กระจายจากคนสู่คนได้แล้วจากการถูกไอ จาม หรือสัมผัสกับสารคัดหลั่งของผู้ป่วยที่ติดโควิด-19 ในกลุ่มผู้ใหญ่และเด็กจะมีลักษณะที่ไม่ค่อยเหมือนกัน (อาการโควิด-19 อาการเริ่มต้นเป็นอย่างไร วิธีป้องกันโควิด-19. 2563: ออนไลน์)

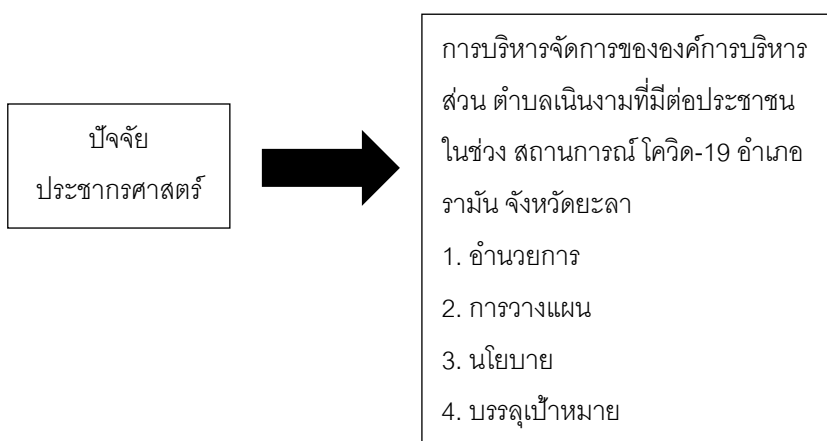
องค์การบริหารส่วนตำบล เป็นหน่วยงานปกครองท้องถิ่น ที่เป็นผลมาจากแนวคิดในการกระจายอำนาจ ซึ่งรัฐบาลได้มอบอำนาจหน้าที่ในการปกครองและจัดบริการสาธารณะโดยดำเนินงาน ด้วยงบประมาณและเจ้าหน้าที่ของตนเอง องค์การบริหารส่วนตำบล ได้รับการจัดตั้งขึ้นในฐานะเป็นนิติบุคคลตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 ไปจนถึงการแก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 6 พ.ศ. 2552 โดยมีสภาองค์การบริหารส่วนตำบลทำหน้าที่กำหนดนโยบายและกำกับดูแล การบริหารของกรรมการและนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งเป็นผู้ใช้อำนาจบริหารงาน มีปลัดและรองปลัด เป็นหัวหน้างานบริหาร ซึ่งแบ่งออกเป็นหน่วยงานต่าง ๆ เท่าที่จำเป็นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในพื้นที่ซึ่งรับผิดชอบอยู่ โดยมีพนักงานประจำที่เป็นข้าราชการส่วนท้องถิ่นเป็นผู้ทำงานประจำวันขององค์การบริหารส่วนตำบล มีจุดมุ่งหมายและหน้าที่ตามพระราชบัญญัติ ตามมาตราต่าง ๆ ทั้งนี้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจึงต้องมีการดำเนินการส่งเสริมและพัฒนา ทรพยากรบุคคล เพื่อให้การบริหารงานส่วนบุคคลของท้องถิ่นมีการกำหนดทิศทางและพัฒนาบุคลากรของท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ (มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้งตรัง. 2560)

ดังนั้นองค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามได้ทราบถึงผลกระทบของประชาชนในหมู่บ้านที่ได้รับผลกระทบของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่กำลังระบาดอย่างรวดเร็วในขณะนี้ทำให้ประชาชนเกิดความวิตกกังวล เครียดกับสถานการณ์ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ระบาด ส่งผลกระทบต่ออาชีพและการทำงานของประชาชนต่อการจ้างงานของนายจ้างที่มีการเลิกจ้างในบางอาชีพ เนื่องจากโรคระบาดโคโรนา 2019 (COVID-19) รัฐบาลได้มีการประกาศมาตรการให้บางอาชีพปิดชั่วคราว ส่งผลให้ประชาชนบางส่วนต้องหยุดทำงานทำให้ขาดรายได้ ในช่วงเวลาระบาด (COVID-19) ที่กำลังระบาดซึ่งองค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามได้มีการรับมือและป้องกันกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และมีการบริการอำนวยความสะดวกให้ประชาชนในช่วงเวลาโรคระบาด (COVID-19) โดยมีการจัดอบรมประชาสัมพันธ์ในเรื่องการให้ความรู้ด้านการดูแลสุขภาพแก่ประชาชนในช่วงที่โรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 และมีแนวทางในการแก้ปัญหาเกี่ยวกับโรคไวรัสโคโรนา 2019 โดยการให้ประชาชนส่วนใหญ่นำกากอนามัยทุกครั้งที่ออกจากบ้านเพื่อป้องกันไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จากสถานการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอรามัน จังหวัดยะลา เชิงสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โควิด ขณะเดียวกันมีความสำคัญของ

วัดภูประสงค์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- กรอบแนวคิด



1. ขอบเขตด้านเนื้อหาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เป็นการศึกษาเรื่องการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อ ประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอราษีไศล จังหวัดยะลา
2. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา
ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่ ด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส

ตัวแปรตาม คือ การบริหารเรื่องการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอราษีไศล จังหวัดยะลา ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการวางแผน ด้านนโยบาย ด้านการบรรลุป้าหมาย

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ องค์การบริหารส่วนตำบลเนินงาม
4. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างวันที่ 26 ตุลาคมถึง 13 พฤศจิกายน 2563

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรตำบลเนินงาม อำเภอราษีไศล จังหวัดยะลา ซึ่งประกอบด้วย 7 หมู่บ้าน จำนวน 6,372 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ในกรณีทราบประชากรที่แน่นอน จำนวน 60 คน จากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามหลักการคำนวณของ Yamane ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Instructional Questionnaire) สร้างขึ้นจากการทบทวน แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้ออกแบบสอบถามให้สอดคล้องกับการวิจัย โดยมีการสร้างแบบสอบถามดังนี้

1. ศึกษา เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ
2. ศึกษาการสร้างแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ให้ครอบคลุมเนื้อหา
3. เมื่อได้ปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แนะนำ ตรวจสอบความเรียบร้อยนำแบบสอบถามไปหาคุณภาพเครื่องมือ

4. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลอง (Try-out) กับนักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (-Coefficient) ของคอบบราด

5. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการบริหารจัดการ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในสถานการณ์โควิด-19

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

วิธีการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. นำความรู้ที่ได้จากข้อ 1 มาสร้างแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามจากข้อ 2 เสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

แล้วนำมาหาค่า IOC

4. นำแบบสอบถามจากข้อ 3 มาปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไปทดลองใช้กับนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบล เนินงามที่มีต่อ ประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

1. อบรมผู้ช่วยเก็บข้อมูลวิจัยเกี่ยวกับรายละเอียดในแบบสอบถามและวิธีการเก็บแบบสอบถาม
2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการลงสังเกตการณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองกับประชาชนและองค์การบริหารส่วนตำบลเนินงาม ในเรื่องโควิด-19
3. เก็บรวบรวมเนื้อหาในการสังเกตการณ์ที่เสร็จแล้วมาตรวจสอบความเรียบร้อยสมบูรณ์แล้ว นำไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามออนไลน์ให้คนในพื้นที่ จำนวน 66 ฉบับ และได้แบบสอบถามกลับคืนมาครบ จำนวน 66 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 66 ของแบบสอบถามทั้งหมด มีผลการวิเคราะห์ข้อมูล นำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผลการวิเคราะห์ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อ ประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในสถานการณ์โควิด-19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อประชาชนในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล

ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่เกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอเป็นรูปของจำนวน ค่าความถี่ และค่าร้อยละ มีรายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล

(n = 66)

ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล	ความถี่	ค่าร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	28	42.4
หญิง	38	57.6
รวม	66	100

ตาราง 1 (ต่อ)

ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล	ความถี่	ค่าร้อยละ
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	11	16.68
20-29	51	77.1
30-39	3	4.5
40-49	-	0
มากกว่า 50	1	1.5
รวม	66	100
3. อาชีพ		
ข้าราชการ	5	7.5
ค้าขาย	6	9.1
นักธุรกิจ	1	1.5
นักฟุตบอล	1	1.5
นักศึกษา	30	45.5
รับจ้างทั่วไป	17	25.8
ลูกจ้าง	1	1.5
ว่างงาน	4	6
เลขา	1	1.5
รวม	66	100
4. สถานภาพ		
โสด	48	72.7
สมรส	17	25.8
หม้าย/หย่า	1	1.5
รวม	66	100
5. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	19	28.8
อนุปริญญาตรี	2	3
ปริญญาตรี	43	65.2
ปริญญาเอก/โท	2	3
รวม	66	100

จากตาราง 1 พบว่า ประชากรในตำบลเนินงาม อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.6 มีอายุ 20-29 ปี ร้อยละ 77.1 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 65.2 อาชีพนักศึกษา ร้อยละ 45.5 สถานภาพโสด ร้อยละ 72.7

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์คำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตในการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อ ประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร

ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตในการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อ ประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร ได้แก่ ด้านอำนาจการในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ด้านการวางแผนในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ด้านนโยบายในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ด้านบรรลุป้าหมายในช่วงสถานการณ์โควิด-19 โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอในรูปแบบของจำนวนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีรายละเอียดดังตาราง 2

ตาราง 2 เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตในการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อ ประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร

	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านอำนาจการในช่วงสถานการณ์โควิด-19			
1. การจัดหาสวัสดิการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชน	16.5	28.58	มากที่สุด
2. ในสถานการณ์การแพร่ระบาดขององค์การให้ความสำคัญและไม่ละเลยต่อประชาชนเมื่อมีปัญหาในชุมชนทางองค์การรีบเข้ามาช่วยเหลือทันที	13.2	26.4	มาก
3. องค์การได้มีการจัดเตรียมหน้ากากอนามัยและเจลแอลกอฮอล์ให้กับประชาชนทุกคนไว้	16.5	28.58	มาก
4. องค์การอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึงการใช้บริการได้แม้ไม่สามารถไปใช้บริการที่องค์การโดยตรง	16.5	28.58	มาก
5. การบริการเป็นเลิศ	16.5	28.58	มาก
6. มีจุดหรือช่องที่ให้บริการ มีความเหมาะสมและเข้าถึงได้สะดวก	16.5	28.58	มาก
7. มีความเพียงพอของอุปกรณ์สำหรับผู้รับบริการ	16.5	28.58	มากที่สุด
8. มีกล่องความคิดเห็นหรือแบบสอบถามเพื่อรับฟังข้อคิดเห็นต่อการให้บริการ	13.2	26.4	มาก
9. มีความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก	13.2	26.4	มาก
10. สนับสนุนส่งเสริมระบบสวัสดิการสังคมแก่ผู้ด้อยโอกาสให้ทั่วถึง	13.2	26.4	มาก
ด้านการวางแผนในช่วงสถานการณ์โควิด-19			
1. องค์การจัดให้มีกิจกรรมที่สนับสนุน และส่งเสริมให้ประชาชนมีรายได้ในช่วงสถานการณ์โควิด	13.2	26.4	มาก

ตาราง 2 (ต่อ)

	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
2. เกิดความรวดเร็วในการให้บริการ	13.2	26.4	มาก
3. องค์กรมีการจัดทำสัญลักษณ์แสดงถึงตำแหน่งการเว้นระยะห่างภายในพื้นที่ที่ใช้บริการและการทำกิจกรรม	16.5	28.58	มากที่สุด
4. มีการวางแผนและกำหนดเป้าหมายการบริการอย่างชัดเจน	16.5	28.58	มาก
5. องค์กรมีการนำผลจากการประเมินไปใช้ปรับปรุงกระบวนการทำงานและวางแผนงานต่อไป	13.2	26.4	มาก
6. องค์กรมีบุคลากรเพียงพอต่อการปฏิบัติงานตามกรอบอัตรากำลังขององค์กร	16.5	28.58	มาก
7. บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย	16.5	28.58	มาก
8. องค์กรมีการวางแผนนโยบายของโครงการและกิจกรรมที่สอดคล้องกับปัญหาตามภารกิจขององค์กร	13.2	26.4	มาก
9. บุคลากรในหน่วยงานมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดนโยบายขององค์กร	16.5	28.58	มาก
10. มีการติดตามประเมินผลแผนงานโครงการและกิจกรรมเป็นระยะ ๆ	13.2	26.4	มาก
ด้านนโยบายในช่วงสถานการณ์โควิด-19			
1. องค์กรมีนโยบายให้กับคนในองค์กร, ประชาชน ทุกคนให้สวมหน้ากากอนามัยและล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ทุกครั้ง	13.2	26.4	มาก
2. องค์กรมีมาตรการไม่ให้ประชาชนใช้สิ่งของร่วมกับผู้อื่น เช่น แก้วน้ำ ผ้าเช็ดหน้า ฯลฯ	13.2	26.4	มาก
3. นโยบายเกี่ยวกับการป้องกันการระบาดของไวรัสโคโรนา มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อประชาชน	16.5	28.58	มาก
4. การสวมหน้ากากอนามัยและล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์บ่อย ๆ นโยบายนี้ทำให้ประชาชนห่างไกลจากโรคไวรัสโคโรนามากขึ้น	22	31.11	มาก
5. ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการป้องกันการระบาดของโรคไวรัสโคโรนา ภายใต้นโยบายที่องค์กรกำหนด	16.5	28.58	มากที่สุด
6. มีการติดตามและประเมินผลนโยบาย	16.5	28.58	มาก
7. ส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน การป้องกัน ควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดต่อต่าง ๆ	16.5	28.58	มาก
8. ส่งเสริมสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพของประชาชนทุกกลุ่มอายุ	16.5	28.58	มาก
9. ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย	22	31.11	มากที่สุด

ตาราง 2 (ต่อ)

	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านบรรลุป้าหมายในช่วงสถานการณ์โควิด-19			
1. ทางองค์กรมีการแก้ไขปัญหาผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา, บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้	22	31.11	มาก
2. การทำงานขององค์กรส่งผลให้ประชาชนห่างไกลจากไวรัสโคโรนาประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์	22	31.11	มาก
3. นโยบายที่ทางองค์กรจัดทำขึ้นบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้	22	31.11	มากที่สุด
4. ให้ประชาชนเกิดความผาสุก มีความเป็นอยู่ที่ดี ได้รับการอำนวยความสะดวก และได้รับการตอบสนองต่อความต้องการในช่วงสถานการณ์โควิด-19	16.5	28.58	มาก
5. การควบคุมดูแลที่อยู่ในความรับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลมีประสิทธิภาพเป็นไปตามระเบียบ	16.5	28.58	มาก
6. การดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้	16.5	28.58	มาก
7. ประชาชนในพื้นที่มีร่างกาย พละนาถัย แข็งแรงสมบูรณ์ ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ	22	31.11	มาก
8. มุ่งเน้นและส่งเสริมการให้บริการประชาชนที่มีประสิทธิภาพ สะดวกรวดเร็ว และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ	22	31.11	มาก
9. รักษามาตรฐานระยะเวลาการให้บริการแก่ประชาชนผู้มาใช้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	22	31.11	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในสถานการณ์โควิด-19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงาม ด้านอำนวยการในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการวางแผนในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านนโยบายในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านบรรลุป้าหมายในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์คำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตในสถานการณ์โควิด-19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงาม

ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตในสถานการณ์โควิด-19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงาม ได้แก่ ด้านการเฝ้าระวังแบบตั้งรับในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ด้านการเฝ้าระวังเชิงรุกในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ด้านการเฝ้าระวังกรณีพิเศษในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ด้านการเฝ้าระวังเฉพาะกลุ่ม เฉพาะพื้นที่ หรือช่วงเวลาในช่วงสถานการณ์โควิด-19 โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาคำเสนอในรูปแบบของจำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีรายละเอียดดังตาราง 3

ตาราง 3 เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตในสถานการณ์โควิด-19 ขององค์กรบริหารส่วนตำบลเนินงาม

	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการเฝ้าระวังแบบตั้งรับในช่วงสถานการณ์โควิด-19			
1. องค์กรมีการรายงานเกี่ยวกับการเฝ้าระวังผู้ป่วยเป็นประจำตามระยะเวลาที่กำหนด	22	31.11	มากที่สุด
2. องค์กรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบตั้งรับ และให้สถานบริการสุขภาพเป็นผู้รายงานโดยส่งข้อมูลเป็นประจำสม่ำเสมอ	16.5	28.58	มาก
3. องค์กรมีการประชุมเพื่อวางแผนการเฝ้าระวังการระบาดของโรคไวรัสโคโรนาทุกเดือน	16.5	28.58	มากที่สุด
4. องค์กรมีการจัดการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการเฝ้าระวังการระบาดของไวรัสโควิด-19	22	31.11	มากที่สุด
5. ทางองค์กรมีการเฝ้าระวังและสามารถตรวจสอบการระบาดของโรคได้	16.5	28.58	มากที่สุด
6. เมื่อพบโรคหรือปัญหาที่อยู่ในข่ายการเฝ้าระวัง ทางองค์กรได้ทำการบันทึกในบัตรรายการและรวบรวมส่งไปให้หน่วยงานที่รับผิดชอบ	16.5	28.58	มากที่สุด
ด้านการเฝ้าระวังเชิงรุกในช่วงสถานการณ์โควิด-19			
1. องค์กรมีการตรวจเชิงรุกเพื่อเพิ่มโอกาสที่จะได้ข้อมูลการเกิดโรคมากขึ้น	16.5	28.58	มาก
2. ทางองค์กรได้เข้าไปติดตามปัญหาอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและเพื่อให้มีการเฝ้าระวังมากขึ้น	22	31.11	มากที่สุด
3. ทางองค์กรมีการเข้าไปตรวจอาการหรือสอบถามอาการของประชาชนแต่ละครัวเรือน	22	31.11	มาก
4. องค์กรมีการจัดตั้งระบบเฝ้าระวังเพื่อเพิ่มโอกาสที่จะได้ข้อมูลเกี่ยวกับโรคระบาดไวรัสโคโรนามากขึ้น	16.5	28.58	มาก
ด้านการเฝ้าระวังกรณีพิเศษในช่วงสถานการณ์โควิด-19			
1. ทางองค์กรมีการเตรียมสถานที่สำหรับผู้เดินทางกลับจากต่างจังหวัด	22	31.11	มาก
2. ประสิทธิภาพขององค์กรที่มีต่อระบบการป้องกันและควบคุมโรคในการกักตัว	22	31.11	มาก
3. องค์กรมีการติดตามประชาชนในพื้นที่ ที่ติดเชื้อโควิด-19 และมีการดูแลเป็นพิเศษ	22	31.11	มาก
4. กลุ่มประชากรที่มีลักษณะพิเศษบางประการ	22	31.11	มาก
ด้านการเฝ้าระวังเฉพาะกลุ่ม เฉพาะพื้นที่ หรือช่วงเวลาในช่วงสถานการณ์โควิด-19			
1. องค์กรมีการเก็บข้อมูลเฉพาะพื้นที่ที่มีปัญหาการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา	16.5	28.58	มาก
2. ทางองค์กรมีการเฝ้าระวังกลุ่มคนที่เดินทางที่เป็นกลุ่มเสี่ยงอย่างใกล้ชิด	22	31.11	มากที่สุด

ตาราง 3 (ต่อ)

	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
3. เฝ้าระวังกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของกลุ่มประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากไวรัสโคโรนา	22	31.11	มาก
4. การเฝ้าระวังพฤติกรรมเสี่ยงเฉพาะพื้นที่	16.5	28.58	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในสถานการณ์โควิด-19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงาม ด้านการเฝ้าระวังแบบตั้งรับในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการเฝ้าระวังเชิงรุกในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการเฝ้าระวังกรณีพิเศษในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการเฝ้าระวังเฉพาะกลุ่ม เฉพาะพื้นที่ หรือช่วงเวลาในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

- ให้เฝ้าระวังและติดตามสถานการณ์ต่อไปเรื่อย ๆ
- ให้ช่วยกันเป็นหูเป็นตาเพื่อความปลอดภัยของทุกคน
- อยากให้ทุกคนสวมใส่หน้ากากอนามัยเพื่อป้องกันโควิด-19 ล้างมือบ่อย ๆ และหลีกเลี่ยงที่มีผู้คนเยอะ ๆ

ผู้คนเยอะ ๆ

ผลการวิจัย

พบว่าประชากรในตำบลเนินงาม อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักศึกษา สถานภาพโสด

1. ด้านอำนาจการในช่วงสถานการณ์โควิด-19 องค์การให้ความสำคัญและไม่ละเลยต่อประชาชนเมื่อมีปัญหาในชุมชนทางองค์การรีบเข้ามาช่วยเหลือทันที มีการจัดเตรียมหน้ากากอนามัยและเจลแอลกอฮอล์ให้กับประชาชนทุกคนไว้และอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนทุกคนสามารถเข้าใช้บริการได้แม้ไม่สามารถไปใช้บริการที่องค์การโดยตรง

2. ด้านการวางแผนในช่วงสถานการณ์โควิด-19 องค์การจัดให้มีกิจกรรมที่สนับสนุนและส่งเสริมให้ประชาชนมีรายได้ในช่วงสถานการณ์โควิด มีการจัดทำสัญลักษณ์แสดงถึงตำแหน่งการเว้นระยะห่างภายในพื้นที่การให้บริการและการทำกิจกรรม มีการวางแผนนโยบายของโครงการและกิจกรรมที่สอดคล้องกับปัญหาตามภารกิจขององค์การ และมีการนำผลจากการประเมินไปใช้ปรับปรุงกระบวนการทำงานและวางแผนงานต่อไป

3. ด้านนโยบายในช่วงสถานการณ์โควิด-19 องค์การมีนโยบายให้กับคนในองค์การและประชาชนทุกคนสวมหน้ากากอนามัยและล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ทุกครั้ง มีมาตรการไม่ให้ประชาชนใช้สิ่งของร่วมกับผู้อื่น เช่น แก้วน้ำ ผ้าเช็ดหน้า ฯลฯ และส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

4. ด้านการบรรลุเป้าหมายในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ทางองค์การมีการแก้ไขปัญหาผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ทำให้ประชาชนเกิดความผาสุก มีความ

เป็นอยู่ที่ดี ได้รับการอำนวยความสะดวก และได้รับการตอบสนองต่อความต้องการในช่วงสถานการณ์โควิด-19 องค์การมุ่งเน้นและส่งเสริมการให้บริการประชาชนที่มีประสิทธิภาพ สะดวกรวดเร็ว และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ

5. ด้านการเฝ้าระวังแบบตั้งรับในช่วงสถานการณ์โควิด-19 องค์การมีการรายงานเกี่ยวกับการเฝ้าระวังผู้ป่วยเป็นประจําตามระยะเวลาที่กำหนด มีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบตั้งรับ และให้สถานบริการสุขภาพเป็นผู้รายงาน โดยส่งข้อมูลเป็นประจําสม่ำเสมอ มีการประชุมเพื่อวางแผนการเฝ้าระวังการระบาดของโรคไวรัสโคโรนาทุกเดือน เมื่อพบโรคหรือปัญหาที่อยู่ในข่ายการเฝ้าระวัง ทางองค์การได้ทำการบันทึกในบัตรรายการและรวบรวมส่งไปให้หน่วยงานที่รับผิดชอบ

6. ด้านการเฝ้าระวังเชิงรุกในช่วงสถานการณ์โควิด-19 องค์การมีการตรวจเชิงรุกเพื่อเพิ่มโอกาสที่จะได้ข้อมูลการเกิดโรคมากขึ้น มีการเข้าไปตรวจอาการหรือสอบถามอาการของประชาชนแต่ละครัวเรือนและได้เข้าไปติดตามปัญหาอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและเพื่อให้มีการเฝ้าระวังมากขึ้น

7. ด้านการเฝ้าระวังกรณีพิเศษในช่วงสถานการณ์โควิด-19 องค์การมีการติดตามประชาชนในพื้นที่ที่ติดเชื้อโควิด-19 และมีการดูแลเป็นพิเศษและมีการเตรียมสถานที่สำหรับผู้เดินทางกลับจากต่างจังหวัด

8. ด้านการเฝ้าระวังเฉพาะกลุ่ม เฉพาะพื้นที่ หรือช่วงเวลาในช่วงสถานการณ์โควิด-19 องค์การมีการเก็บข้อมูลเฉพาะพื้นที่ที่มีปัญหาการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา มีการเฝ้าระวังกลุ่มคนที่เดินทางที่เป็นกลุ่มเสี่ยงอย่างใกล้ชิดและเฝ้าระวังกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของกลุ่มประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากไวรัสโคโรนา

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อ ประชาชนในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล

ประชากรในตำบลเนินงาม อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-29 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักศึกษา สถานภาพโสด

2. วิเคราะห์คำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตในการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อ ประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร

ผลการวิเคราะห์พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในสถานการณ์โควิด-19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงาม ด้านอำนาจการในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการวางแผนในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านนโยบายในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านบรรลุเป้าหมายในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก

3. วิเคราะห์คำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตในสถานการณ์โควิด-19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงาม

ผลการวิเคราะห์พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในสถานการณ์โควิด-19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงาม ด้านการเฝ้าระวังแบบตั้งรับในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการเฝ้าระวังเชิงรุกในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการเฝ้าระวังกรณีพิเศษในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการเฝ้าระวังเฉพาะกลุ่ม เฉพาะพื้นที่ หรือช่วงเวลาในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อ ประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานดังนี้

1. เมื่อพิจารณาตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า การบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อ ประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร อยู่ในระดับมาก

2. ความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลกับการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อ ประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ และระดับการศึกษา

3. เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตในการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อ ประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร กับการบริหารจัดการขององค์กร

ปัจจัยเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตในการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร ประกอบด้วย ด้านอำนาจการในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 ด้านการวางแผนในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ด้านนโยบายในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ด้านบรรลุเป้าหมายในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ให้ความสำคัญ ไม่ละเลยต่อประชาชน การให้สวัสดิการควรมีความเพียงพอให้มากกว่านี้

2. องค์กรควรมีการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมในทุกพื้นที่ที่รับผิดชอบ โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีปัญหาการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา-19

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายต่อไปให้กว้างมากขึ้นจะเป็นประโยชน์ในการอธิบายเกี่ยวกับการบริหารจัดการ หรือปัญหาอื่นที่มีความเกี่ยวข้องกัน ผู้ทำวิจัยจึงขอเสนอแนะ ประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรจะได้ทำการวิจัยหาปัจจัยทางด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลเนินงามที่มีต่อ ประชาชนในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร นอกเหนือจากตัวแปรที่ศึกษา เช่น งบประมาณ ความพร้อมด้านบุคลากร หรือปัจจัยด้านอื่น ๆ

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ผู้วิจัยควรมีทักษะที่เหมาะสม หรือศึกษาแนวทางการดำเนินงานอย่างชัดเจน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

เอกสารอ้างอิง

กัลยารัตน์ อินทบุญศรี. (2563). การมีส่วนร่วมส่งเสริมสุขภาพประชาชนในวิกฤตโควิด-19 ในเขตอำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี.

จิรกิตติ ทองปรีชา. (2563). การบริหารจัดการการเรียนการสอน ภายใต้สถานการณ์ COVID-19 ระดับมัธยมศึกษา พื้นที่โรงเรียนวชิรธรรมสาธิต เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร.

- ทิศาพร รุ่งสถาพร. (2562). พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ ในภาวะวิกฤตโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และพิษณุโลก.
- ณัฐธัญญา พัฒนะวานิชนันท์; วิไลลักษณ์ เรืองรัตนตรัย; และคณะ. (2563). การบริหารจัดการทรัพยากรสำหรับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในประเทศไทยโดยใช้แบบจำลองข้อมูลจาก Big Data.
- ณัฐวุฒิ ทะนันไธสง. (2563). การวิเคราะห์เชิงพื้นที่ที่ไวรัสโควิดในนันทนาการในประเทศไทย.
- ธีรวิทย์ ทองนอก. (2561). การบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเชิงพุทธบูรณาการของเทศบาลเมืองหนองปรือ จ.ชลบุรี.
- บุญเรือน ทองทิพย์. (2563). การบริหารงานบุคคลสมัยใหม่ กรณีศึกษา บริษัทรักษาความปลอดภัย แรงจูงใจอินเวสติเกชั่น จำกัด.
- บุญเรือน ทองทิพย์. (2563). โรคติดเชื้อไวรัส โคโรนา 2019 (COVID-19) กับศักยภาพของผู้นำต่อการพัฒนาองค์กรแบบ New Normal.
- ปณิดา นุชน้อย. (2563). การบริหารจัดการโครงการเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าแร่ ออกรอ อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0.
- ภณสิทธิ์ อ้นยะ. (2563). การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยกระบวนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว.
- วัฒนา นนทิต. (2561). การบริหารจัดการท้องถิ่นที่ดีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมแบบร่วมกันรับผิดชอบขององค์กรที่มีชุมชนเป็นฐานในเทศบาลตำบลหนองบัวระเหว.
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2563). การบริหารจัดการเพื่อให้บริการประชาชนตามแนวคิด การบริหารจัดการยุคดิจิทัล.
- สรวิชัย เปรมชื่น. (2562). การส่งเสริมการบริหารจัดการภาครัฐของไทย.
- สุภาภรณ์ วัชรพฤษาดี; และคณะ. (2563). การเฝ้าระวังโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2012 เชิงรุก ในแหล่งค้าขายโรง.
- สุมาลี จุทอง. (2563). การจัดการภัยพิบัติโรคระบาดโควิด 19 ในพื้นที่ชุมชนริมคลองหัวหมากน้อย สำนักงานเขตบางกะปิ.
- สุมาลี เฉลิมวงศ์. (2563). การบริหารจัดการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลวังจันทร์ อำเภอแกลง กระเจา จังหวัดเพชรบุรี.
- เสาวนารถ เล็กเลอสินธุ์. (2562). การบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดภาคกลาง.
- อัมพร จันทวิบูลย์; สายชล คล้อยเอี่ยม; และคณะ. (2563). การพัฒนาระบบและกลไกการเฝ้าระวังและตอบโต้ความเสี่ยงฉุกเฉินเพื่อสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพ ในสถานการณ์ ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019.
- อุไรวรรณ มะะบ้าน. (2563). การบริหารจัดการทุนทางสังคมเพื่อการพัฒนาชุมชนในรูปแบบชุมชนพึ่งตนเอง.
- ฐิตา แวหะยี่. (2563). การรับรู้ความรุนแรงและพฤติกรรมป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ของวัยรุ่นในเขตตำบลสะเตงนอก อำเภอเมือง จังหวัดยะลา.

S0076: ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูปในพื้นที่ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา

MARKETING INGREDIENTS FACTORS FOR BUYING READY-MADE COVERS IN THE AREA MUEANG YALA DISTRICT, YALA PROVINCE

อารีณี เจะซอ¹ รอฮานา อุซึงลานง² นูรมี ยูโซะ³ วัชร ขาวสังข์⁴

^{1, 2, 3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประกอบทางการตลาดในการเลือกซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูปในพื้นที่ จังหวัดยะลา ทำการเก็บข้อมูลขยายจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี ประกอบธุรกิจส่วนตัว ด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูป ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด สำหรับด้านบุคคล ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ มีปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูปที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ปัจจัย, การเลือกซื้อ, ผ้าคลุมสำเร็จรูป

Abstract

The research has objectives 1) To study the factors of marketing mix in buying ready-made robes in Yala Province. Data were collected from a sample of 50 people using questionnaires as a research tool. The statistics used for data analysis were questionnaires, interviews and data analyzed by using computer software packages.

The study found that Most of them are female, aged 21-30 years, owning a business. Marketing factors that affect the decision to buy ready-made robes Most of them focus on a high level. With the product aspect at the highest level Followed by the price. Distribution channels And marketing promotion For human, physical and process aspects There are marketing factors that influence the decision to buy the ready made cover different.

Keywords: Factor, purchase selection, ready-made covers

บทนำ

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมทางการตลาดเกี่ยวกับผ้าคลุมสำเร็จรูปเต็มไปด้วยการแข่งขัน ค่อนข้างสูงมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดและความเจริญก้าวหน้าทางธุรกิจเป็นอย่างมากจึงเป็นแรงผลักดันให้ธุรกิจผ้าคลุมสำเร็จรูปต้องหันมาศึกษาและให้ความสนใจผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคมีบทบาทสำคัญในการกำหนดการไหลเวียนของสินค้า การศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นรากฐานสำคัญต่อการดำเนินงานทางการตลาด และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีกว่าคู่แข่ง ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะนำความได้เปรียบทางการแข่งขัน ส่วนปัจจัยทางการตลาดที่ต้องเรียนรู้และเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ เนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ความเป็นโลกาภิวัตน์หรือความอิสระจากกฎระเบียบมากขึ้น สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดพฤติกรรมใหม่ๆ ลุกค้าเกิดความคาดหวังในสินค้ามากขึ้น

ผ้าคลุมหัวหรือฮิญาบเป็นปัจจัยที่จำเป็นในการดำเนินชีวิตแต่ละบุคคลแสวงหาเอกลักษณ์เฉพาะตนขึ้นอยู่แต่ละบุคคล การที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจและตัดสินใจซื้อนั้นเป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้ถึงองค์ประกอบ เช่น พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยทางการตลาด การดำเนินธุรกิจผ้าคลุมสำเร็จรูป โดยเฉพาะผ้าคลุมผู้หญิงกลุ่มสตรีอาหรับสามารถสวมใส่เส้น ออกงานเพื่อเหมาะกับงานแต่ละงานหรือความต้องการของผู้บริโภคแต่ละท่าน ดังนั้นการทำการตลาดหรือการค้าขายนั้นจะต้องเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดเพื่อสนับสนุนธุรกิจหรือร้านค้ามากขึ้นและเพื่อความพึงพอใจสูงสุด

ปัจจุบันการแข่งขันของธุรกิจร้านค้ามีเพิ่มมากขึ้นและรุนแรงกันเรื่อยๆ สร้างความกดดันให้กับธุรกิจ จึงจำเป็นต้องเร่งสร้างศักยภาพการแข่งขันในด้านการบริการและด้านต่างๆ ให้ครอบคลุมลูกค้าได้ ซึ่งจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการช่วยเพิ่มความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่งในทุกๆ ด้าน ผู้วิจัยเห็นความสำคัญของประเด็นดังกล่าวจึงเห็นเป็นโอกาสที่ดีจะทำการศึกษาค้นคว้าถึง “ปัจจัยในการเลือกซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูปในพื้นที่จังหวัดยะลา” เพื่อจะได้นำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาปรับปรุงร้านได้ในอนาคตวางแผนงานเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและสถานการณ์ปัจจุบัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูปในพื้นที่จังหวัดยะลา
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูปของประชาชนที่เข้ามาเดินซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูปในจังหวัดยะลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ถูกต้องตามความต้องการของผู้บริโภคในจังหวัดยะลาได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรต่างๆ ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูปในพื้นที่ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยมีรายละเอียดแยกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนทั่วไปที่ซื้อสินค้าผ้าคลุมสำเร็จรูปในพื้นที่จังหวัดยะลา จำนวน 50 คน เนื่องจากสถานการณ์ โควิด-19 ในช่วงระยะเวลาหลายเดือนที่ผ่านมา และสถานการณ์น้ำท่วมในช่วงเวลา 5-6 วัน ที่ผ่านมา ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการในส่วนของหน้าร้านลดน้อยลง และทางผู้ทำวิจัยได้ศึกษาสังเกตสถานการณ์ในส่วนของหน้าร้านในช่วงระหว่างวันที่ 11-15 มกราคม 2564 เวลา 10.00-12.00 นาที่นั้น ยังคงมีลูกค้ามาใช้บริการประมาณ 10-15 คนต่อวัน ในช่วงเวลาดังกล่าว และทางร้านก็ได้ให้ลูกค้าที่มาใช้บริการประเมินแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูปในพื้นที่จังหวัดยะลา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ รวมถึงผลงานที่เกี่ยวข้องโดยให้ข้อคำถามครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะศึกษา โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยนี้จำแนกออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจของอุตสาหกรรมผ้าคลุมสำเร็จรูป ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ ซึ่งใช้การวัดแบบ Rating (Category scale)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูปในพื้นที่จังหวัดยะลาโดยใช้ 7P's จำนวน 42 ข้อ โดยข้อความแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือกแบบประมาณค่า 5 ระดับ ตามแบบของ Rating Scale เพื่อวัดประเด็นต่างๆ โดยสร้างแบบสอบถามให้ผู้ตอบเลือกตอบซึ่งเกณฑ์ในการให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญคะแนน

มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการตัดสินใจของลูกค้าจัดให้เป็นคำถามปลายเปิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลครั้งนี้เป็นข้อมูลปฐมภูมิใช้แบบสอบถามที่จัดทำขึ้นโดยส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนทั่วไปที่มาซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูปในพื้นที่จังหวัดยะลา วิธีการส่งคือนำส่งด้วยตนเอง โดยกำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามคืนโดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลคืนด้วยตนเอง จากนั้นตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

สรุปผลการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูปในพื้นที่จังหวัดยะลา ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูป พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า อันดับหนึ่งคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคคล ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ ตามลำดับ
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูปของประชาชนที่เข้ามาเดินซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูปในจังหวัดยะลา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง เป็นนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาท มีพฤติกรรมในการซื้อของนักเรียน/นักศึกษา พบว่าพฤติกรรมในการซื้อสินค้าส่วนใหญ่ถามถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาเป็นราคาของสินค้าและการส่งเสริมการตลาด มีเหตุผลที่เลือกซื้อหน้าร้าน เพราะสามารถเห็นสินค้าได้จริง และได้เห็นถึงความหลากหลายของสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการให้ได้มากที่สุด บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าคือ ผู้ที่

สนใจในผลิตภัณฑ์ ซื้อมีสินค้าต่อครั้ง 300-500 บาท เดือนละ 1-2 ครั้ง เวลาในการซื้อ 10.00-12.00 น. คิดว่าบริการเสริมที่ต้องการเพื่อช่วยตัดสินใจซื้อสินค้านำร้าน คือ มีการบริการที่ดี ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูปในพื้นที่ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา สามารถอภิปรายผลการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง เป็นนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาท มีพฤติกรรมในการซื้อของนักเรียน/นักศึกษา พบว่าพฤติกรรมในการซื้อสินค้าส่วนใหญ่ถามถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาเป็นราคาของสินค้าและการส่งเสริมการตลาด มีเหตุผลที่เลือกซื้อหน้าร้าน เพราะสามารถเห็นสินค้าได้จริง และได้เห็นถึงความหลากหลายของสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการให้ได้มากที่สุด บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าคือ ผู้ที่สนใจในผลิตภัณฑ์ ซื้อมีสินค้าต่อครั้ง 300-500 บาท เดือนละ 1-2 ครั้ง เวลาในการซื้อ 10.00-12.00 น. คิดว่าบริการเสริมที่ต้องการเพื่อช่วยตัดสินใจซื้อสินค้านำร้าน คือ มีการบริการที่ดี ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศนีย์ วงศ์สอน (2562) ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์พบว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.94 ความมีชื่อเสียงของผ้าฝ้ายจอมทอง มีค่าเฉลี่ย 3.92 ลวดลายและความมีเอกลักษณ์ของลายผ้า มีค่าเฉลี่ย 3.90 สวมใส่สบายและดูแลรักษาง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.66 สีสันทวยงาม/รูปแบบที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.60 และสินค้ามีให้เลือก หลายชนิด มีค่าเฉลี่ย 3.58 อยู่ในระดับเห็นด้วย ตามลำดับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา พบว่า ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.74 มีการกำหนดราคาที่แน่นอน มีค่าเฉลี่ย 3.68 มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.52 อยู่ในระดับเห็นด้วย สามารถต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ย 3.42 สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 2.78 อยู่ในระดับไม่แน่ใจ ตามลำดับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่ามีสถานที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.22 การจัดตกแต่งร้านและแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.06 ท่าเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.02 สามารถหาซื้อได้หลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 3.58 อยู่ในระดับเห็นด้วย ตามลำดับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าเจ้าของหรือพนักงานขายมีอัธยาศัย และบริการดี มีค่าเฉลี่ย 4.46 เจ้าของหรือพนักงานสามารถให้ข้อมูลลูกค้าในการซื้อสินค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 4.16 หากพบข้อผิดพลาดของสินค้าสามารถแลกเปลี่ยนสินค้าภายในเวลาที่กำหนดหรือตามเงื่อนไขที่ตกลงไว้ มีค่าเฉลี่ย 3.98 อยู่ในระดับเห็นด้วย มีการแนะนำโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต/สื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.42 มีส่วนลดหรือของแถม มีค่าเฉลี่ย 3.40 อยู่ในระดับไม่แน่ใจ ตามลำดับ

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูป พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า อันดับหนึ่งคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคคล ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณทัย ปัญญา (2562) การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์ และการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) พบว่าระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์และการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) อยู่ในระดับมาก ปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์ ด้านช่องทางการจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเป็นลำดับสุดท้าย การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.30 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าจากความสะดวก รวดเร็ว และง่าย ในการซื้อสินค้าส่งผลให้ท่านตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การได้ค้นหาและเปรียบเทียบราคาสินค้าด้วยตัวเอง ส่งผลให้ท่านตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กและด้านการแนะนำจากเพื่อนและครอบครัวส่งผลให้ท่านตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเฟซบุ๊กอยู่ในลำดับสุดท้าย

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูปในพื้นที่ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบใหม่ๆ หรือแบบผ้าใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์ต่อแฟชั่นในยุคปัจจุบัน ให้มากกว่านี้

ด้านราคา ควรมีการตั้งราคาที่ตั้งดูผู้บริโภคให้มากกว่านี้ อาจจะเป็นการเขียนป้ายและการวางตำแหน่ง ที่สามารถมองเห็นราคาสินค้าได้ชัดเจน

ด้านการจัดจำหน่าย ควรมีการตกแต่งร้านให้มีการเลือกสินค้าที่สะดวกให้มากกว่านี้

ด้านส่งเสริมการขาย ควรมีการจัดโปรโมชั่นลดลดระยะเวลาในช่วงเทศกาล หรือการจัดโปรโมชั่น ลดแลก แจกแถม เพื่อให้ดึงดูดลูกค้าให้ได้มากที่สุด

ด้านบุคคล มีการบริการที่ดี ลูกค้ามีความพึงพอใจ และทางร้านก็มีความสนใจในรายละเอียดของลูกค้า ด้านกายภาพ ควรมีการส่งสินค้าที่รวดเร็ว และประหยัดในเรื่องของเวลาให้มากกว่านี้

ด้านกระบวนการ ควรเพิ่มการนำเสนอสินค้าประเภทเดียวกันมาอยู่ในหมวดเดียวกัน เพื่อง่ายต่อการ เลือกซื้อสินค้าได้ตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษานี้เป็นการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผ้าคลุมสำเร็จรูปในพื้นที่อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา ดังนั้นจึงควรที่จะศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของหน่วยงานอื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการ และบริหารจัดการเพื่อให้มีความสะดวกและมีประสิทธิภาพต่อไป

เอกสารอ้างอิง

จิตาภา ตูลาชม. (2559). การตลาดของธุรกิจการศึกษาที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y.

วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ชลบุรี: วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ณัฐณี คงห้วยรอบ. (2559). การสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัลที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์บน

เว็บไซต์ LAZADA ในกรุงเทพมหานคร. ปทุมธานี: คณะบริหารธุรกิจ วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- ทัศนีย์ วงศ์สอน. (2562). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ปฏิพัทธ์ เพชรศิริ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าในเขตตลาดโบ๊เบ๊ของธุรกิจค้าปลีก. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ปพน เลิศชาคร. (2559). ปัจจัยคุณภาพของเว็บไซต์ ความไว้วางใจ การรับรู้ถึงคุณค่าและการจัดอันดับและความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอีเบย์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปณณวิชญ์ พยุหวรรณ. (2559). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวิปิงครีม. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปิยะภพ สุขะพัฒน์. (2559). ปัจจัยในการเลือกลงทุนประกอบธุรกิจเสื้อผ้ามือสองของผู้ประกอบการในสามจังหวัดชายแดนใต้. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ยะลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- พัทธนิตี เหลืองวิลัย. (2559). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- รักษัวรรณ ทร์พยัพ. (2559). ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อรถยนต์มือสองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. กรุงเทพฯ: กลุ่มวิชาการจัดการธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ศรिता บุญประเสริฐ. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุนิสา ตรงจิตร. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace). การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรุณทัตย์ ปัญญา. (2562). ปัจจัยส่วนประกอบทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก). การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

S0078: การจัดการในการให้ความรู้ป้องกันโรค (COVID-19)

MANAGEMENT OF DISEASE PREVENTION EDUCATION (COVID-19)

ลูกซ์มาน สะมะแอ¹ อับดุลการิม เตาะสาตู² มาวารดี สะอิ³ วษระ ขาวสังข์⁴ ภูตรา อาแล⁵

^{1,2,3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

^{4,5} อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการจัดการในการให้ความรู้ป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ผลการวิจัย พบว่า การศึกษาการจัดการในการให้ความรู้ป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้มีการระบาดในวงกว้างและขยายไปอย่างรวดเร็วทำให้องค์การบริหารส่วนตำบลวังพญาได้ร่วมมือกับสถานีอนามัยและสาธารณสุขในการจัดการให้ความรู้แก่ประชาชนในตำบลวังพญาเพื่อที่จะได้มีความรู้ในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 การศึกษาเกี่ยวกับการจัดการให้ประชาชนในหมู่บ้านรู้จักอบรมคัดแยกขยะมูลฝอยและบุคคลในหมู่บ้านให้ห่างไกลจากเชื้อไวรัสโดยการอธิบายความรุนแรงของโรคโควิด-19 นั้นอันตรายถึงขั้นชีวิตเพื่อที่จะให้ประชาชนตระหนักและให้ความสำคัญกับการป้องกันด้วยการอบรมและคัดแยกขยะมูลฝอยให้หลีกเลี่ยงพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อโรคติดต่อเชื้อไวรัสการศึกษาเพื่อการจัดการให้มีความปลอดภัยในชุมชนประชาชนสามารถเรียนรู้วิธีการป้องกันเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านในการทำหน้ากากอนามัยแจกจ่ายให้กับประชาชนในเขตพื้นที่เพื่อควบคุมการติดเชื้อขั้นต้นและมีการตั้งด่านตรวจวัดอุณหภูมิรวมถึงมีการให้บริการใช้เจลล้างมือและมีการแจกคู่มือให้ประชาชนได้ศึกษาเรียนรู้วิธีการป้องกันโรคเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ใช้สำหรับการวิจัยนี้ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลวังพญา อำเภอรามัน จังหวัดยะลา และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้นำหรือตัวแทนชุมชน และเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลวังพญา อำเภอรามัน จังหวัดยะลา จำนวน 20 คน เครื่องมือที่ใช้แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 สถานภาพของบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการในการเฝ้าระวังทางพฤติกรรมสุขภาพ ‘การจัดการสุขภาพที่จะทำให้เกิดปัญหาสาธารณสุข’ ‘การจัดการสุขภาพเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น หรือแย่ลง เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

คำสำคัญ: การจัดการ, ให้ความรู้, ป้องกันโรค (COVID-19)

Abstract

This research study aims to 1). To study management in the prevention of COVID-19 (COVID-19) prevention education.

The results of the research showed that the management study in the prevention of COVID-19 has been widespread and expanding rapidly, causing the Wang Phaya Sub-District Administration Organization to cooperate with the Health Center and Public Health in the Organize education to people in Wang Phaya Sub-district in order to gain knowledge on the prevention of COVID-19 2019, education on management of villagers to educate children and people in the village far away. From the virus by describing the severity of COVID-19 It is life-threatening in order to raise public awareness and focus on prevention by training and warning the children to avoid risky behaviors of infectious diseases. Education for safe management in the community. People can learn how to prevent COVID-19 by setting up a group of housewives to make masks, distribute to people in the area to control primary infection, and set up a temperature monitoring checkpoint as well as provide service to use. Hand-washing gel and manuals were distributed to the public to learn how to prevent the COVID-19 disease. Population and sample groups. Used for research in le .. Population living in Wang Phaya sub-district, Raman district, Yala province, and the sample used in the study were ... leaders or community representatives. And staff of Wang Phaya Subdistrict Administrative Organization, Raman District, Yala Province Number ... 20 .. People, the questionnaire tool used to collect the research data, the status of the respondents. It is characterized as a check list (Check list) is divided into 2 parts as follows: Part 1. The status of the respondents, including gender, age, education level, occupation, income. Be careful with behavior in health 'Managing health that can cause public health problems. 'Health management changed for the better or for a softer questionnaire with Rating Scale. The characteristics of the questionnaire were 5-level rating scales.

Keywords: management, educate, prevention of covid-19

บทนำ

ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID 19) ซึ่งย่อมาจาก “Coronavirus disease 2019 เป็นตระกูลเดียวกับโรคซาร์ส ที่ระบาดเมื่อปี 2555 ทำให้เกิดโรคทางเดินหายใจเฉียบพลัน ปอดอักเสบและมีภาวะแทรกซ้อน พบแหล่งกำเนิดจากเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน จากที่มีผู้ป่วยมีอาการคล้ายปอดอักเสบและไข้หวัดใหญ่เป็นจำนวนมาก จึงมีการเก็บตัวอย่างของคนไข้เหล่านี้ไปถอดรหัสพันธุกรรมและได้พบว่าเป็นเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ในชื่อไวรัสโคโรนา ซึ่งเป็นสายพันธุ์ที่ 7 ที่ถูกค้นพบเป็นตระกูลเดียวกับโรคซาร์ส (SARS) และเมอร์ส (MERS) วันที่ 8 มกราคม 2563 ประเทศจีนได้รายงานว่าตรวจพบเชื้อ Novel Coronavirus ในตัวอย่างผู้ป่วย โรคปอดอักเสบจากเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ จำนวน 15 ราย ข้อมูล ณ วันที่ 10 มกราคม 2563 ไม่มีรายงานผู้ป่วยรายใหม่จำนวนผู้ป่วยโรคปอดอักเสบจากเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ที่ได้รับรายงานจนถึงขณะนี้รวม 59 ราย ไม่พบผู้เสียชีวิต วันที่ 8 มกราคม 2563 สาธารณรัฐเกาหลีพบผู้ป่วยสงสัยโรคปอดอักเสบจากเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 1 ราย อยู่ระหว่างรอผลตรวจทางห้องปฏิบัติการและติดตามอาการผู้สัมผัส จำนวน 29 ราย วันที่ 10 มกราคม 2563 เขตการปกครองพิเศษฮ่องกงพบผู้เดินทางจากเมืองอู่ฮั่นเข้าได้กับเกณฑ์ทั้งหมด 54 ราย อาการดีขึ้นออกจากโรงพยาบาลแล้ว 31 ราย ยังรักษาตัวอยู่

ในโรงพยาบาล 23 ราย ผลตรวจทาง ห้องปฏิบัติการของผู้ป่วย 37 ราย พบเชื้อ เช่น Influenza A, Human Rhinovirus/Enterovirus, Respiratory Syncytial Virus (RSV), Parainfluenza, RSV/Coronavirus 229E, Human metapneumovirus เป็นต้น (สุภาภรณ์ วัชรพฤษาดี; และคณะ. 2563)

องค์การบริหารส่วนตำบลวังพญา ได้ตระหนักและเล็งเห็นความสำคัญในการป้องกันก่อนเกิดการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ประกอบกับนโยบายขององค์การบริหารส่วนตำบลวังพญา ข้อ 3 ด้านสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม และหนังสือสั่งการของงานส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น ตำบลวังพญา อำเภอราษีไศล วันที่ 0023.3/ว 158 ลงวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2563 ให้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจัดอบรมเพื่อสร้างทีมวิทยากรหรือทีมครู ก. ในพื้นที่องค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น โดยให้มีผู้เข้ารับการอบรมจากบุคลากรในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำหมู่บ้าน (กำนันและผู้ใหญ่บ้าน) ผู้นำชุมชนอาสาสมัครในพื้นที่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) กลุ่มสตรีจิตอาสา และประชาชนที่สนใจ เพื่อให้เป็นทีมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้และป้องกันการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จึงได้จัดทำ “โครงการ อบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้ในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) (องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นวังพญา. 2563)

เราจะทำวิจัยเพื่อพัฒนาการผู้ประสานงานตำบลวังพญา ร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้ในการป้องกันโรคติดเชื้อ “เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลวังพญา ม.1 ต.วังพญา อ.ราษีไศล จ.ยะลา เพราะเราได้สังเกตการณ์ในตำบลวังพญาเห็นได้ว่าประชาชนบางส่วน และกลุ่มแม่เป็นจำนวนมากที่ขาดความรู้ในการดูแลตนเองในสถานการณ์โรคติดเชื้อ เชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) จึงได้จัดทำวิจัยการจัดการในการให้ความรู้ป้องกันโรค (COVID) เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความเข้าใจในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 และส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ในการดูแลตนเองและครอบครัวจึงได้จัดทำวิจัยการจัดการในการให้ความรู้ป้องกันโรค (COVID-19)

วัตถุประสงค์

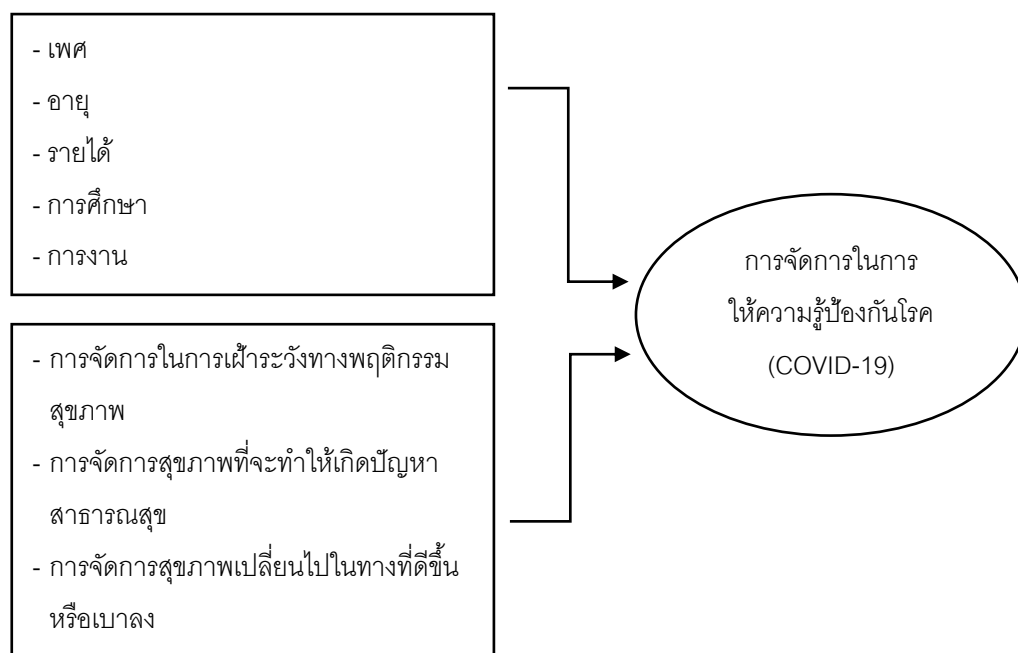
1. เพื่อศึกษาการจัดการการให้ความรู้ในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
2. ประชาชนเกิดความตระหนักและสามารถป้องกันโรคระบาดโดยเริ่มจากตนเอง
3. ประชาชนในพื้นที่เกิดความตระหนักเห็นความสำคัญและร่วมกันเฝ้าระวังและป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
4. ประชาชนได้ร่วมมือร่วมใจสามัคคีในการจัดการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “การจัดการในการให้ความรู้ป้องกันโรค (COVID-19) ผู้วิจัย กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้ โดยมีการจำแนกอัตราส่วนระหว่าง เพศ ชาย-หญิง เพื่อที่จะทราบจำนวนที่แน่นอน



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการจัดการในการให้ความรู้ป้องกันโรค (COVID-19)
2. ขอบเขตด้านระบบบริหารจัดการข้อมูลการใช้ประโยชน์จากโรค (covid-19) เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบในการดูแลรักษา
3. ขอบเขตด้านสถานที่ องค์การบริหารส่วนตำบลวังพญา อำเภอรามัน จังหวัดยะลา

เครื่องมือในการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ 'การจัดการในการเฝ้าระวังทางพฤติกรรมสุขภาพ 'การจัดการสุขภาพที่จะทำให้เกิดปัญหาสาธารณสุข 'การจัดการสุขภาพเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น หรือเบาลงเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการให้คะแนน 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

คะแนน	ความหมาย
5	มากที่สุด
4	มาก

3 ปานกลาง

2 น้อย

1 น้อยที่สุด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยเรื่อง ระบบบริหารจัดการข้อมูลการใช้ประโยชน์จากการให้ความรู้เกี่ยวกับการรักษาดูแลตนเอง และการรักษาโรค (covid-19) มีประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลวังพญา อำเภอรามัน จังหวัดยะลา

2. ผู้นำหรือตัวแทนชุมชน และพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลวังพญา จำนวน 20 คน ที่ใช้ศึกษาความต้องการข้อมูลของระบบบริหารจัดการข้อมูลการใช้ประโยชน์จากการให้ความรู้การป้องกันโรค (covid-19) และการบริหารจัดการสาธารณสุข

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่..ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลวังพญา อำเภอรามัน จังหวัดยะลา..

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ...ผู้นำหรือตัวแทนชุมชน และพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลวังพญา อำเภอรามัน จังหวัดยะลา..... จำนวน ...20 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเรื่อง เพื่อศึกษาการจัดการในการให้ความรู้ป้องกันโรค (covid-19) ของเจ้าหน้าที่พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลวังพญา อำเภอรามัน จังหวัดยะลา ซึ่งมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวม ดังนี้

1. เก็บข้อมูลวิจัยเกี่ยวกับรายละเอียดในแบบสอบถามและวิธีการเก็บแบบสอบถาม

2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าหน้าที่พนักงาน องค์การบริหารส่วนตำบลวังพญา อำเภอรามัน จังหวัดยะลา โดยการลงพื้นที่สอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

3. เก็บรวบรวมเนื้อหาที่ลงพื้นที่ ที่เสร็จแล้วมาตรวจสอบความเรียบร้อยสมบูรณ์แล้ว นำไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติไว้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า

1. เจ้าหน้าที่พนักงานส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงมีอายุ 25-35 ปี มีระดับการศึกษาจบปริญญาตรี กลุ่มรายได้ที่มีรายได้เฉลี่ยมากที่สุด คือ 9,000-20,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการในการป้องกันโรค (covid-19) ของชาวบ้านตำบลวังพญา 1) การจัดการในการเฝ้าระวังทางพฤติกรรมสุขภาพ พบว่าอยู่ในระดับมาก 2) ติดตาม

ประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานท้องถิ่น พบว่าอยู่ในระดับมาก 3) การจัดการสุขภาพเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้นหรือเบาลง พบว่าอยู่ในระดับมาก

เจ้าหน้าที่พนักงานขององค์การบริหารส่วนตำบลวังพญา มีความคิดเห็นการบริหารจัดการ ด้านการเฝ้าระวังทางพฤติกรรม โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก อาจเป็นเพราะว่าการวางแผนเป็นการมองปัญหาที่มีอยู่และพยายามหาวิธีการแก้ไขปัญหานั้น การวางแผนเป็นการหาทางเลือกที่ดีที่สุดในการปฏิบัติงานใดๆ ภายในเวลาที่กำหนด การวางแผนเป็นการจัดสรรทรัพยากรที่มีอย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด และการวางแผนเป็นความพยายามต่อเนื่องในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมาย

เจ้าหน้าที่พนักงานขององค์การบริหารส่วนตำบลวังพญา มีความคิดเห็นการบริหารจัดการด้านการติดตามประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานท้องถิ่น โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก อาจเป็นเพราะว่ามีการใช้ทรัพยากรมนุษย์โดยได้ประสิทธิภาพ รู้จักวิธีการใช้คน ให้สามารถปฏิบัติงานได้โดยมีประสิทธิภาพสูง มีบรรยากาศความสัมพันธ์ในหน้าที่งานที่ดีในระหว่างบรรดาสมาชิกขององค์การ

เจ้าหน้าที่พนักงานขององค์การบริหารส่วนตำบลวังพญา ด้านการจัดการสุขภาพเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น หรือเบาลง โดยภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก อาจเป็นเพราะว่าเทคนิคการบริหารขององค์การบริหารส่วนตำบลวังพญา อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร มีเทคนิคการบริหารที่มีประสิทธิภาพ จึงทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์การ

เครื่องมือในการใช้แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 สถานภาพของบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ 'การจัดการในการเฝ้าระวังทางพฤติกรรมสุขภาพ 'การจัดการสุขภาพที่จะทำให้เกิดปัญหาสาธารณสุข 'การจัดการสุขภาพเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้นหรือเบาลงเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการให้คะแนน 5 ระดับ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยพบว่า

1. การจัดการในการเฝ้าระวังทางพฤติกรรมสุขภาพ
2. ติดตามประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานท้องถิ่น และ
3. การจัดการสุขภาพเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้นหรือเบาลง พบว่าการวิจัยทั้ง 3 ข้อนี้อยู่ในระดับเดียวกันคือ

อยู่ในระดับมาก

เครื่องมือในการใช้แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 สถานภาพของบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ 'การจัดการในการเฝ้าระวังทางพฤติกรรมสุขภาพ 'การจัดการสุขภาพที่จะทำให้เกิดปัญหาสาธารณสุข 'การจัดการสุขภาพเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น หรือเบาลงเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการให้คะแนน 5 ระดับ ได้แก่ 5 มากที่สุด 4 มาก 3 ปานกลาง 2 น้อย และ 1 น้อยที่สุด

อภิปรายผล

ผลการศึกษาการให้ความรู้ในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริงเพื่อให้ประชาชนต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดและมีการอธิบายเกี่ยวกับความรุนแรงที่อาจจะเกิดขึ้นของโรค เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีระยะฟักตัวสามถึง 14 วัน ร้อยละ 13.33 โรคที่เกิดขึ้นจะเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สามารถแพร่เชื้อจากคนสู่คนได้และสามารถแพร่เชื้อได้ทันทีแม้ไม่มีอาการก็ตาม ด้านพฤติกรรมกรรมการป้องกันโรคที่เกิดขึ้นจากเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่าข้อที่มีคะแนนน้อยคือล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ความเข้มข้นอย่างน้อย 70% เมื่อต้องออกไปที่สาธารณะล้างมือทำความสะอาดโดยสบู่ทุกครั้งหลังสัมผัสเงินเรียนหรือธนบัตร ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับพฤติกรรมกรรมการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 พบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับกลางระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่จากการศึกษาพบว่าประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้และมีพฤติกรรมกรรมการป้องกันโรคในระดับมากแต่ยังพบ รายข้อที่มีคะแนนน้อย ซึ่งอาจส่งผลให้มีการแพร่กระจายของโรคได้จึงควรมีการสร้างความรู้แก่ประชาชนในการปฏิบัติตัวเพื่อป้องกันการแพร่กระจายของโรคจะเห็นได้ว่าภาวะระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้เกิดการยกระดับการรับรู้และป้องกันตนเองจากการทำงานได้ดีขึ้น

การวิจัยนี้ ผลการศึกษาการให้ความรู้ในการป้องกันโรค (COVID-19) สอดคล้องกับสถานการณ์ (COVID-19) กล่าวถึง การให้ความรู้ป้องกันโรค 4 ด้าน การจัดการในการเฝ้าระวังทางพฤติกรรมสุขภาพ การจัดการให้เห็นถึงพฤติกรรมสุขภาพที่จะทำให้เกิดปัญหาสาธารณสุข การจัดการให้เห็นถึงพฤติกรรม สุขภาพที่เปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้นหรือเบาลง และการปรับปรุงการดำเนินงานสาธารณสุขให้สอดคล้องกับสถานการณ์ นั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

1. ทีมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ได้มีการประชุมวางแผนการดำเนินงานและกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาพร้อมกัน
2. ทีมวิทยากรอบรมความรู้และมอบหมายหน้าที่ให้กับผู้รับผิดชอบงานในการปฏิบัติงานให้เต็มความสามารถในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อให้ได้งานที่มีประสิทธิภาพ
3. หน่วยงานที่รับผิดชอบขอให้สนับสนุนการช่วยเหลือในด้านต่างๆ เพื่อเป็นการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

เอกสารอ้างอิง

- จิตตานันท์ ติกุล; และคณะ. (2559). การบริหารจัดการที่เหมาะสม ของศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทาง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- จิรกิตี ทองปรีชา. (2559). การบริหารจัดการการเรียนการสอน ภายใต้สถานการณ์ COVID-19 ระดับมัธยมศึกษา พื้นที่โรงเรียนวชิรธรรมสาธิต เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร.
- ธัญญารัตน์ ทองเชื้อ. (2560). การจัดการปัญหาอุทกภัยและการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาอำเภอสว่างม่าง จังหวัดพิจิตร.
- ธีรวิทย์ ทองนอก. (2561). การบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเชิงพุทธบูรณาการของเทศบาลเมืองหนองปรือ จังหวัดชลบุรี.

- บุษกร พันธุ์เมธาฤทธิ์; และคณะ. (2562). การจัดการในการดูแลเด็กของผู้ปกครองในการป้องกันควบคุมโรคติดต่อที่บ้าน.
- ประสิทธิ์ อโศก. (2561). การบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศของสำนักเรียนพระปริยัติ ธรรมแผนกบาลีในเขตปกครองคณะสงฆ์ ภาค 14.
- พงษ์มนัส ดือด. (2563). ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อการประกอบอาชีพบริการจัดส่งอาหาร.
- มัทนา วิไลลักษณ์. (2560). การจัดการองค์กรทางศิลปวัฒนธรรม.
- วสันต์ บุญหล้า; และ ประจักษ์ บัวผัน. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของนักบริหารงาน สาธารณสุขในเทศบาล เขตสาธารณสุขที่ 12.
- ศักดิ์ชัย ธิวงศ์. (2559). การจัดการในการมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนในการป้องกันควบคุมโรคไข้หวัดนก ตำบลห้วยหม้าย อำเภอสอง จังหวัดแพร่.
- สงกรานต์ ภัฏญามาสา. (2560). การจัดการบริหารการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการ.
- สฤษฎ์เกียรติ แจ่มสมบุญ. (2559). การจัดการอย่างยั่งยืนกับประสิทธิภาพการบริหารรายการเทิดพระเกียรติของสถานีวิจัยโทรทัศนกองทัพบก.
- สอยฤทัย เกลี้ยงนิล. (2563). การสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาเภสัชศาสตร์ที่มีต่อการสอนออนไลน์ในช่วงโควิด 19.
- สุพัตรา ดำรงรัตน์. (2559). การศึกษาระบบการจัดการและรูปแบบการปฏิบัติงานในองค์กร ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน (ย่านสีลม).
- สุมาลี จุทอง. (2563). การจัดการภัยพิบัติโรคระบาดโควิด 19 ในพื้นที่ชุมชนริมคลองหัวหมากน้อย สำนักงานเขตบางกะปิ.
- เสถียร พูลผล; และ ปฏิพล อรรถนพบริบูรณ์. (2563). การสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาเภสัชศาสตร์ที่มีต่อการสอนออนไลน์ในช่วงโควิด 19.
- อวาทิพย์ แว. (2563). COVID-19 กับการเรียนรู้สู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพในวันนี้.
- อัญชรี บุญมาประเสริฐ. (2561). การบริหารการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงของกรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุข
- อุดม ชูลีวรรณ. (2559). การจัดการระบบการบริหารคุณภาพโรงเรียนมัธยม ศึกษาสู่ความเป็นเลิศระดับสากล.
- สุดา แหวะยี่. (2563). การรับรู้ความรุนแรงและพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัยรุ่นในเขตตำบลสะเตงนอก อำเภอเมือง จังหวัดยะลา.

S0079: การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบือแนบาติกเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการค้า จังหวัดยะลา

MANAGEMENT OF COMMUNITY ENTERPRISE GROUP OF BUENABATIC TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF YALA PROVINCE

สาวิตรี ยูเปาะนา¹ ฮาซัน สะอิด² วชิระ ชาวสังข์³

^{1,2} นักศึกษาศาสาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

³ อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบือแนบาติกเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการค้า จังหวัดยะลา การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบือแนบาติกเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการค้า จังหวัดยะลา 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันทางการค้าจังหวัดยะลา ของกลุ่มบือแนบาติก 3) เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มบือแนบาติกให้สามารถแข่งขันทางการค้าภายในจังหวัดยะลาได้ โดยการศึกษาด้วย วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ และปริมาณ โดยมีประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สมาชิกภายในกลุ่มชุมชนบือแนบาติก จำนวน 60 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกด้านบริหารจัดการกลุ่ม 2) แบบสอบถามด้านศักยภาพในการแข่งขันทางการค้า ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบือแนบาติก ด้านการเงินและบัญชีมีแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากศาลากลาง กศน. พัฒนาชุมชน มรย การแบ่งกำไรให้กับสมาชิกเป็นเดือนและจัดการทำบัญชีรายรับรายจ่ายอย่างชัดเจนและทางกลุ่มได้สั่งซื้อวัตถุดิบในการผลิตจากกรุงเทพและร้านค้าในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียงและมีการผลิต 60 ชิ้น แต่ครั้งจะมีสมาชิกในกลุ่ม 10 คน ในการผลิตในแต่ละรอบ เป้าหมายอยากให้เป็นที่รู้จักผ้าบาติกในแบรนด์บือแนบาติกมากที่สุด ทางกลุ่มผลิตลวดลายไม่ซ้ำแบบใคร จะผลิตตามความต้องการของลูกค้าก็ได้ การวิเคราะห์ศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มบือแนบาติกพบว่า มีศักยภาพโดยภาพรวมในระดับปานกลาง และมีศักยภาพในการแข่งขันทางการค้าอยู่ในระดับปานกลางโดยศักยภาพที่มีมากคือ ด้านการบริหารความรู้และการมุ่งเน้นการประกอบการ

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, วิสาหกิจชุมชน

Abstract

The management of the Buenabatic Community Enterprise Group to increase the competitiveness of Yala Province. This research aims to To study the management of the Buenabatic Community Enterprise Group for Increase the competitiveness of Yala Province. 2) To analyze the competitiveness of Yala Province. 3) To develop the management of the Boranabatic Group to be able to compete in trade in Yala Province. By education The qualitative and quantitative research methods with the research population were: 60 members of the Bnabatic community were used in the research. 1) In-depth interview form on group management 2) Questionnaire about competitiveness The results of the study found that the financial and

accounting group management model for community enterprise groups had funding sources from the City Hall, Community Development Department, dividing profits for members by months and managing revenue accounting. Expenses are clear and the group has purchased raw materials from Bangkok and shops in nearby provinces and provinces and has produced 60 pieces each time, there will be 10 members of the group in each production cycle. Target wanted to be known as Batik in Bernd Bünabatik, the most The group produces a unique pattern. Can be produced according to customer requirements Analysis of the potential of community enterprises of the Bnabatic Group found that Have moderate overall potential And the potential for commercial competition is at a moderate level. Knowledge management and focus on entrepreneurship

Keywords:

บทนำ

กระแสโลกยุคโลกาภิวัตน์ซึ่งเป็นลักษณะที่มีเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้สังคมไทยได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจที่ผ่านมา ประเทศไทย ต้องเผชิญกับสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำไม่ว่าจะเป็นสาเหตุจากเศรษฐกิจโลก และการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือที่เรียกกันว่าโควิด-19 ซึ่งการเพิ่มศักยภาพและโอกาสให้กับประชาชน เป็นสิ่งสำคัญที่รัฐบาลได้เล็งเห็นเพื่อให้ประชาชนสามารถดำรงชีวิตอย่างมีคุณภาพและมั่นคง เป็นแนวทางในการสร้างความเข้มแข็ง กับภาคประชาชนให้สามารถยืนหยัดได้ด้วยตนเองในภาวะวิกฤตนี้ได้ โดยได้มีการส่งเสริมชุมชนในการจัดการเรียนรู้ การจัดการทรัพยากร การผลิต การตลาด และการจัดการทุนให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน บนพื้นฐานของการสร้างความมั่นคง ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน เพื่อเป็นรากฐานรองรับการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมพร้อมกันทุกด้าน กระตุ้นและสร้างกระบวนการทำงานแบบมีส่วนร่วม รวมทั้งการสร้างสภาพแวดล้อมให้ชุมชน ร่วมกันคิด ร่วมกันทำและมีการเรียนรู้เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและมุ่งไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนในระยะยาว วิสาหกิจชุมชน นับเป็นที่สำคัญกลไกหนึ่งที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนให้ก้าวไปข้างหน้าโดยการนำความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงทรัพยากรนำมาผลิตสินค้าหรือบริการโดยกลุ่มคนในชุมชน ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับชุมชน ทำให้สามารถพึ่งพาตนเอง สำนักงานเลขาธิการ คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ได้ให้นิยามของวิสาหกิจชุมชนว่าวิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชน ที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการ หรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน จะเห็นได้ว่าวิสาหกิจชุมชนที่ก่อตัวขึ้นสามารถสร้างรายได้และการพึ่งพาตนเองของคนในชุมชน ซึ่งหลักการดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาทางเศรษฐกิจในระดับชุมชนที่ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม ดังนั้นการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง และยั่งยืนเป็นแนวทางสำคัญแนวทางหนึ่งที่จะส่งผลต่อการพัฒนา เศรษฐกิจของประเทศและคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนซึ่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 ได้มีการสนับสนุนให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นนิติบุคคลเพื่อความเข้มแข็งยิ่งขึ้น สามารถเข้าถึงบริการต่างๆ ของรัฐได้สะดวกมากขึ้น ซึ่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 มีสาระสำคัญเป็นการแก้ไขเพิ่มเติมจากพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจ

ชุมชน พ.ศ. 2548 เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการจดทะเบียนนิติบุคคล บทบาทหน้าที่ของกรมส่งเสริมการเกษตร การปรับปรุงองค์ประกอบคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดการ ยกเลิกคณะกรรมการประสานนโยบายกองทุนเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน การเพิ่มบทบาทหน่วยงานที่ให้การ สนับสนุน เพื่อให้การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเกิดความเข้มแข็งพัฒนาต่อยอดสู่การเป็น ผู้ประกอบการ SMEs ใน อนาคตและส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาวต่อไปและพร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้า ในอนาคตไม่ว่าจะในระดับใดซึ่งสอดคล้อง กับแผนพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับ ที่ 12 ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้คนไทยมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ได้รับความเป็นธรรมในการเข้าถึงทรัพยากร และบริการทางสังคมที่มีคุณภาพ ผู้ด้อยโอกาสได้รับการพัฒนาศักยภาพ รวมทั้งชุมชน มีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ ในประเทศไทย มีการทำผ้าบาติกเป็นอุตสาหกรรมกันมานานแล้ว ซึ่งผ้าบาติกเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ที่สำคัญของชาติที่มีเรื่องเล่าอัตลักษณ์ความเป็นไทย แต่ละลวดลายของผ้าบาติกล้วนมีศิลปะของแต่ละชุมชน แต่ละ ท้องถิ่น ซึ่งผ้าบาติก ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และ 4 อำเภอของจังหวัด สงขลา (จะนะ เทพา นาทวี สะบ้าย้อย) ก็มีความเป็นอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ นอกจากนี้ยังมีการผลิตผ้าบาติกตาม สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหลากหลายพื้นที่ เกิดการแข่งขันในตลาดโดยแสดงลักษณะงาน รูปแบบและเอกลักษณ์ ของตนเอง จนผ้าบาติกบางชิ้นกลายเป็นจิตรกรรมที่มีราคาสูงกว่าทั่วไปมาก ผ้าที่นิยมทำกันมาก ได้แก่ ผ้าโล่ง ผ้าขึ้น และเครื่องนุ่งห่มต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยทางกลุ่มบือแนบาติก ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตผ้าบาติกที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ตำบล บูดี อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยมีการก่อตั้งเมื่อปีพุทธศักราช 2547 โดยเริ่มจากการนำภูมิปัญญาและได้มีการชักชวน กลุ่มเยาวชนในพื้นที่ที่ว่างงานมาสลับหมุนเวียนเปลี่ยนกันผลิตและได้มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกเป็นสินค้าอื่นๆ อีกมากมายเช่นหมวกกาปิเยาะ เครื่องนุ่งห่ม เครื่องแต่งกายทั้งบุรุษและสตรีซึ่งปัจจุบันได้กลายเป็นผู้ประกอบการ OTOP ในจังหวัดยะลา กรมการพัฒนาชุมชนได้จัดทำโครงการสืบสานอนุรักษ์ศิลปผ้าถิ่นไทยดำรงไว้ในแผ่นดินเพื่อ สืบสานพระราชปณิธานสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทางบือแนบาติกก็ท ่วมโครงการในการผลิตผ้าและตัดเย็บเสื้อผ้าเพื่อเป็นทางเลือกและเป็นจุดสำคัญในการช่วยขับเคลื่อนการแก้ไข ปัญหา ในการใช้มิติทางศิลปวัฒนธรรม มาสร้างพัฒนาผ้าบาติกให้คนในพื้นที่ โดยทำให้ผ้าบาติก มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น เป็นที่ต้องการและขายในตลาดนักท่องเที่ยวทั้งไทย และต่างชาติได้ และจำทำให้เกิดชุมชนเข้มแข็งจากการกระตุ้น เศรษฐกิจในพื้นที่ของทุกฝ่ายเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดซึ่งในปัจจุบันปัญหาด้านการบริหารจัดการกลุ่มในด้านการ ดำเนินงานของกลุ่มเป็นเป็นหาสำคัญในการประกอบกิจการ

วัตถุประสงค์

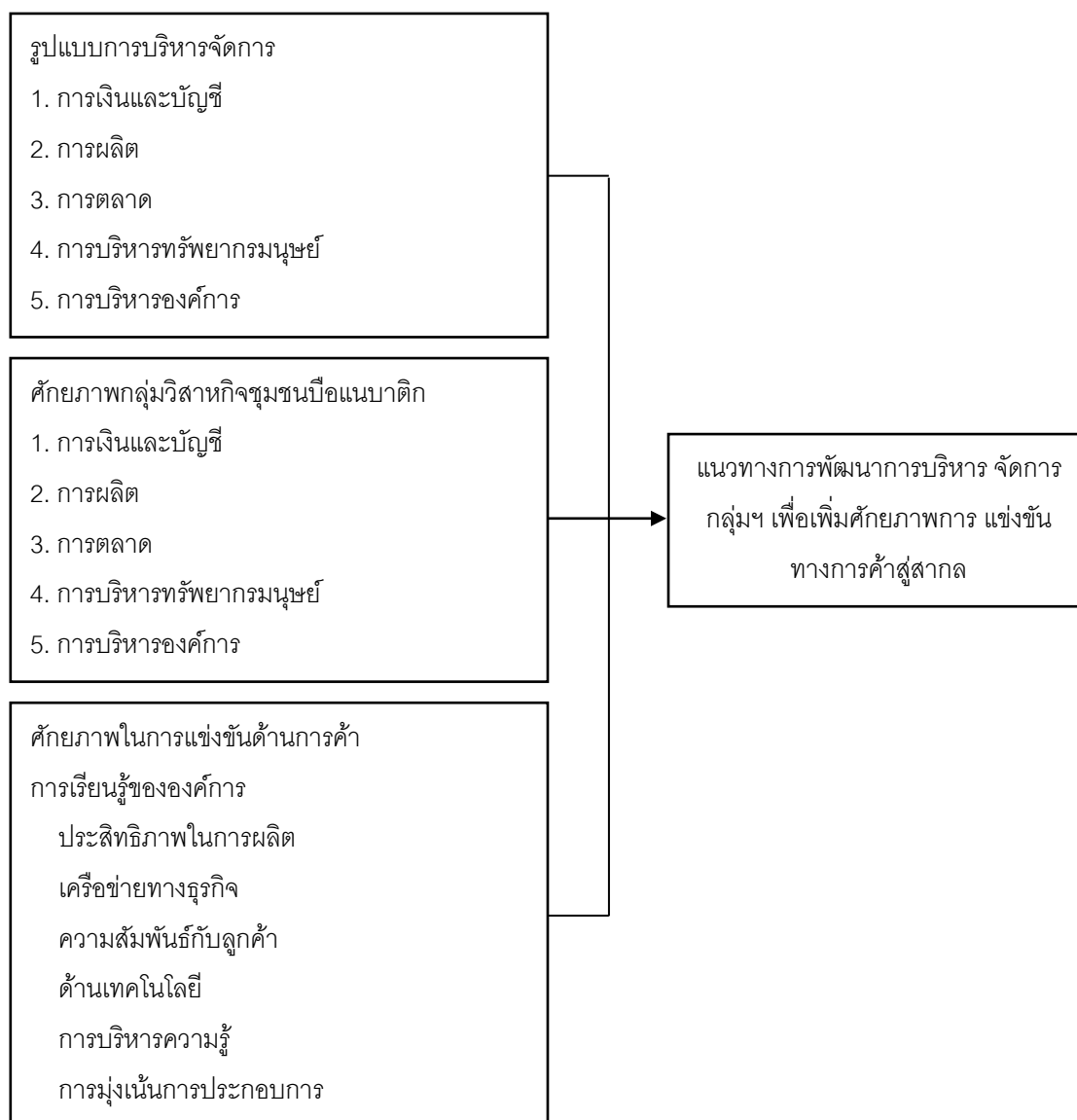
1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบือแนบาติกเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการค้า จังหวัดยะลา
2. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันทางการค้าจังหวัดยะลา ของกลุ่มบือแนบาติก
3. เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มบือแนบาติกให้สามารถแข่งขันทางการค้าภายในจังหวัดยะลาได้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลที่เป็นจริงเกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบือแนบาติกและสามารถนำรูปแบบการบริหารจัดการ การผลิต การบัญชีและการเงิน และการตลาดไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพได้

2. ทราบศักยภาพการแข่งขันทางการค้าในจังหวัดยะลา ของกลุ่มป๊อแนบาติก
3. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มป๊อแนบาติก สามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการค้าในจังหวัดยะลาได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณและปริมาณ โดยมีประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สมาชิกภายในกลุ่มชุมชนป๊อแนบาติก จำนวน 60 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกด้านบริหารจัดการกลุ่ม ส่วนที่ 1 ข้อมูลกลุ่มโดยมีคำถาม 10 ข้อ ส่วนที่ 2 รูปแบบการบริหารจัดการในด้านการเงินและบัญชี การผลิต การตลาด การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารองค์การ 2) แบบสอบถามด้านศักยภาพในการแข่งขันทางการค้าในด้านการเรียนรู้ขององค์การ ประสิทธิภาพในการผลิต เครือข่ายทางธุรกิจ ด้านเทคโนโลยีการบริหารความรู้ การมุ่งเน้นการประกอบการ

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร สมาชิกกลุ่มป๊อแนบติก จำนวน 60 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. รูปแบบการบริหารจัดการ การเงินและบัญชี การผลิต การตลาด การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารองค์การ

2. ศักยภาพของกลุ่มป๊อแนบติก ประกอบด้วย การเงินและบัญชี การผลิต การตลาด การบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ การบริหารองค์การ

3. ศักยภาพในการแข่งขันด้านการค้า ประกอบด้วย

การเรียนรู้ขององค์การ

ประสิทธิภาพในการผลิต

เครือข่ายทางธุรกิจ

ความสัมพันธ์กับลูกค้า

ด้านเทคโนโลยี

การบริหารความรู้

การมุ่งเน้นการประกอบการ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเกี่ยวกับแบบสอบถามด้านศักยภาพในการแข่งขันทางการค้า วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ขอบเขตระยะเวลา

สำหรับระยะเวลาในการศึกษาวิจัยเป็นการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2563 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2564

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนป๊อแนบติกเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการค้า จังหวัดยะลา นำเสนอผลการวิจัยตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 รูปแบบการบริหารจัดการกลุ่ม

ชื่อกลุ่มวิสาหกิจป๊อแนบติก ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เสื้อ ผ้าเช็ดหน้า ผ้าขี้ริ้ว กระเป๋า กาบิเยาะผู้ขาย สถานประกอบการ 12 ม.4 ต.บุตี อ.เมือง จ.ยะลา ประธานกลุ่มปัจจุบัน นายปริญญา ยีอราน จำนวนสมาชิกปัจจุบัน 60 คน วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่ม ช่วยรายได้กับเยาวชนและสมาชิกในหมู่บ้าน เป้าหมาย สร้างรายได้ให้เยาวชน และสมาชิก การสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ โดยมีทางกลุ่มดำเนินการขอรับการสนับสนุน โดยมีหน่วยงานเข้ามา ติดต่อเพื่อสนับสนุน ชื่อหน่วยงาน อำเภอเมือง ศาลากลาง กศน. พัฒนาชุมชน มรย. รูปแบบการสนับสนุน อุปกรณ์ และเงินทุน

ด้านการเงินและบัญชีเงินทุนเริ่มต้นโดยประมาณ 40,000 บาท แหล่งที่มาของเงินทุน หลายสถาบัน ให้การช่วยเหลือ หน่วยงานที่ช่วยเหลือ อำเภอเมืองยะลา พัฒนาชุมชน กศน. ประมาณรายได้ต่อเดือน 18,000 การ

บริหารการเงิน โดยนโยบายทางการเงิน เช่น การแบ่งผลกำไรแก่สมาชิก การบริหารเงินทุนหมุนเวียน กำไรสะสม การจัดทำบัญชี

ด้านการผลิต สถานที่ผลิต 12 ม.4 ต.บุดี อ.เมือง จ.ยะลา (ศูนย์การเรียนรู้ประจำหมู่บ้าน) แหล่งซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์ในการผลิต กทม. และร้านค้าในจังหวัดใกล้เคียง ปริมาณการผลิตต่อครั้ง 60 ชิ้น ความถี่ในการผลิตสม่ำเสมอ จำนวนสมาชิกที่เกี่ยวข้องในงานด้านการผลิตในแต่ละครั้ง 60 คน แบ่งเป็นรอบๆละ 10 คน อุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องจักรในการผลิต อุปกรณ์ทำผ้าบาติก

ด้านการตลาดตลาดเป้าหมาย มุ่งไกลถึงสากลและในประเทศรู้จักผ้าบาติกของกลุ่มให้มากที่สุด ผลิตภัณฑ์ชื่อตราสินค้า ป๊อแนบาติก มีเครื่องหมายตราสินค้า มีเครื่องหมายรับรอง มีบรรจุภัณฑ์ ความโดดเด่น/ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่ไม่เหมือนใครไม่ซ้ำใครผลิตตามความต้องการของลูกค้าได้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ศึกษาดูงานในสถานที่ต่างๆปีละ 2 ครั้ง เพื่อพัฒนากลุ่มต่อไป

ด้านทรัพยากรมนุษย์มีการคัดเลือกคนเข้ากลุ่ม โดยหาคนที่ว่างงานและเยาวชนที่ว่างจากการเรียนมาเพิ่มรายได้ส่วนการพัฒนาบุคลากร ได้มีการนำไปอบรมและศึกษาดูงานต่างๆนอกสถานที่การให้ผลตอบแทนให้ค่าตอบแทนเป็นเปอร์เซ็นต์ของแต่ละการสั่งซื้อตามลูกค้าในการสั่งผลิต การบำรุงขวัญและกำลังใจมีเงินโบนัสและนำไปศึกษาดูงาน

ส่วนที่ 2 ศักยภาพของกลุ่ม

ด้านการเงินและบัญชีไม่มีการระดมทุน เนื่องจากได้รับทุนสนับสนุน การใช้ประโยชน์จากบันทึกการเงินหรือบัญชี นำมาทบทวนและใช้ประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ การจัดสรรรายได้และผลประโยชน์ จัดสรรรายได้และผลประโยชน์แก่สมาชิกโดยกำหนดวิธีการที่แน่นอนไว้ การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูลอื่นๆ แก่สมาชิกเปิดเผยข้อมูลบางส่วนให้สมาชิกทราบอย่าง สม่ำเสมอโดยการประชุม แจกเอกสารหรือปิดประกาศ

ด้านการผลิตการจัดซื้อและควบคุมสินค้าคงคลัง วางแผนการจัดซื้อปัจจัยการผลิตและควบคุมสินค้าคงคลังทุกรายการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมการวางแผนการผลิตสินค้าวางแผนทุกครั้งครอบคลุมทุกประเด็นก่อนการ ผลิตสินค้าและปฏิบัติตามแผน กำลังการผลิตกำลังการผลิตเพียงพอต่อการดำเนินงาน การควบคุมคุณภาพสินค้าควบคุมตรวจสอบคุณภาพเป็นบางครั้ง

ด้านการตลาด ตราสินค้าและการสื่อสารมีชื่อตราสินค้า/เครื่องหมายตราสินค้าแต่ไม่ได้ สื่อสารผ่านป้ายสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ การสร้างความแตกต่างของสินค้า ให้เป็นที่ต้องการของตลาดสินค้าอยู่ระหว่างการพัฒนา รูปแบบใหม่ๆ ราคาจัดจำหน่ายใกล้เคียงเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าที่มีลักษณะคล้ายกัน แหล่งจำหน่ายหรือตลาด มีแหล่งจำหน่ายหรือตลาด แต่ไม่มีเครือข่ายด้าน การตลาด การส่งเสริมการตลาดส่งเสริมการตลาดบ้างในบางครั้ง เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ การมีส่วนลดเพื่อจูงใจ ฯลฯ

ด้านทรัพยากรมนุษย์ ไม่ได้มีการกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิก และบันทึกไว้ชัดเจน การพัฒนาสมาชิกวิสาหกิจชุมชน พัฒนาสมาชิกเป็นครั้งคราว การสร้างขวัญกำลังใจแก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมขวัญกำลังใจบ้างเป็นครั้งคราว

ด้านการบริหารองค์การ การกำหนดทิศทาง เป้าหมาย และแผนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน กำหนดโดยให้สมาชิกมีส่วนร่วมบ้าง แต่ไม่ได้ บันทึกไว้อย่างชัดเจน การปฏิบัติตามแผนที่ได้จัดทำหรือแผนที่ได้ปรับปรุงตามสถานการณ์ ปฏิบัติตามแผนที่กำหนดไว้ การจัดองค์การมีการแบ่งงาน อำนาจหน้าที่ให้แก่สมาชิกออกเป็นส่วนงาน

ต่าง ๆ โดยมอบหมายกันด้วยวาจา การนำ ผู้นำมีภาวะผู้นำพอสมควร และมีความรู้ ความสามารถในการบริหารธุรกิจ ให้มีผลกำไรบ้าง การควบคุมผู้นำติดตามและควบคุมการดำเนินงานบ้างเป็นครั้งคราว

ส่วนที่ 3 ศักยภาพในการแข่งขันทางการค้า

การเรียนรู้ขององค์กรมีความสามารถอยู่ในระดับมากโดยเน้นเปิดโอกาสให้สมาชิกได้แสดงความคิดเห็นอย่างเสรีเพื่อเป็นกระบวนการพัฒนาความพร้อมในการทำงาน

ประสิทธิภาพในการผลิตมีความสามารถอยู่ในระดับมากโดยศักยภาพหลักคือสามารถจัดหาวัตถุดิบได้ตามความต้องการในการผลิตแต่ละรอบและสามารถผลิตเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ

ความสัมพันธ์กับลูกค้ามีความสามารถอยู่ในระดับมากที่สุดโดยจะเน้นให้ความสำคัญและเอาใจใส่ลูกค้าอยู่เสมอและมีบริการหลังการขายที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

เครือข่ายทางธุรกิจมีความสามารถอยู่ในระดับมากที่สุดโดยจะมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันมีเครือข่ายธุรกิจที่ส่งเสริมด้านการเรียนรู้และเทคนิคพิเศษในการปฏิบัติงานและมีความพยายามที่จะขยายเครือข่ายเพื่อการสร้างรายได้เปรียบทางการค้า

ด้านเทคโนโลยีมีความสามารถอยู่ในระดับมากทางกลุ่มได้มีความสามารถในการเลือกใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสมและมีสมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ๆได้เป็นอย่างดี

การบริหารความรู้มีความสามารถอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งทางกลุ่มได้มีการนำความรู้ที่ได้จากการอบรมมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานและทางกลุ่มมีนโยบายส่งเสริมให้สมาชิกมีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ

การมุ่งเน้นการประกอบการความสามารถอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งจะเน้นให้ความสำคัญกับการผลิตและบริการเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจและจงรักภักดี การให้ความสำคัญกับการติดตามข่าวสารเพื่อแสวงหาโอกาสสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และทางกลุ่มมีการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยสร้างความแตกต่างในด้านการผลิตและบริการ

ด้านการบริหารองค์กร - ควรมีการกำหนดทิศทางในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าการบริหารจัดการกลุ่มส่งผลต่อศักยภาพการแข่งขันทางการค้าโดยทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบิโณแนบาคี มีศักยภาพในการแข่งขันทางการค้าในจังหวัดยะลาในระดับมาก แต่ยังคงเพิ่มศักยภาพการบริหารองค์กรทุกด้านเพื่อสร้างเติบโต ความมั่นคงและยั่งยืนให้กับกลุ่ม การอภิปรายผล

การอภิปรายผล

งานวิจัยในเรื่องนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตอาหารฮาลาลในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการค้าสู่สากล (ธีรยุทธ มุเล็ง; และคณะ) พบปัญหา ในเรื่องด้านการบริหารจัดการกลุ่มโดยพบว่าทางกลุ่มยังไม่ได้มีการจัดการระบบในการทำงานให้เป็นระเบียบชัดเจนโดยด้านการเงินและบัญชียังไม่มี การใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการจัดเก็บข้อมูลทางบัญชีให้ถูกต้องด้านการผลิตทางกลุ่มยังไม่มี การควบคุมคุณภาพสินค้าทุกครั้งที่มีการผลิต ในด้านการตลาดยังไม่ได้มีการใช้ตรา

สินค้าเพื่อสื่อสารในตัวผลิตภัณฑ์ ด้านทรัพยากรมนุษย์พบว่า การเปิดรับสมาชิกของทางกลุ่มยังไม่ได้มีการกำหนดคุณสมบัติของบุคคลซึ่งทำให้ส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะ

ด้านการเงินและบัญชี - ทางกลุ่มควรนำเทคโนโลยีในการทำบัญชีมาช่วยในการวิเคราะห์เรื่องรายรับ-รายจ่าย เพื่อที่จะได้ทราบผลกำไร-ขาดทุนที่ถูกต้อง

ด้านการผลิต - ทางกลุ่มควรมีการควบคุมคุณภาพสินค้าทุกครั้งที่มีการผลิต

ด้านการตลาด - ทางกลุ่มควรมีการแบ่งบรรจุภัณฑ์ของสินค้าแต่ละชนิดให้ชัดเจนเป็นประเภทของสินค้า

ด้านทรัพยากรมนุษย์ - ทางกลุ่มควรที่จะมีการกำหนดคุณสมบัติที่ชัดเจนในการรับสมัครสมาชิกเพื่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

เอกสารอ้างอิง

S0080: การบริหารจัดการการป้องกันโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) องค์การบริหารส่วนตำบล
กรงปินัง อำเภอกรงปินัง จังหวัดยะลา

MANAGEMENT, PREVENTION AND EDUCATION ABOUT THE CORONAVIRUS EPIDEMIC
(COVID-19) KONG PINANG SUB-DISTRICT ADMINISTRATION ORGANIZATION, KONG PINANG
DISTRICT, YALA PROVINCE

ฐรีนา มะบุญเก๊ะ¹ นูรีนดา วาปี² วานิชา สะอิ³ วัชรระ ขาวสังข์⁴

^{1, 2, 3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

เพื่อศึกษาการบริหารจัดการการป้องกันโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) และศึกษาการวางแผนในการบริหารงานภายในองค์กรร่วมถึงการทำงานของบุคคลกรในองค์กร กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 30-60 ปี ขึ้นไป ระดับการศึกษามัธยมศึกษา-บุคคลทั่วไป อาชีพนักเรียน นักศึกษา และบุคคลทั่วไป

ผลการวิจัย เพื่อศึกษาการบริหารจัดการการป้องกันโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) องค์การบริหารส่วนตำบลกรงปินัง มีการวางแผนในการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและไม่ซับซ้อนมีการบริหารในด้านการวางแผน ด้านการทำงานของบุคคลกรในองค์กรและมีมาตรการในการป้องกันโรคระบาดตรงตามมาตรฐานที่รัฐบาลกำหนดไว้ การบริหารส่วนตำบลกรงปินังได้มีการจัดอบรมสร้างทีมวิทยากรหรือครูในพื้นที่โดยไม่มีผู้เข้ารับการอบรมจากบุคคลากรในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำหมู่บ้าน, กำนัน, ผู้ใหญ่บ้าน, ผู้นำชุมชน, อาสาสมัครในพื้นที่, อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม), กลุ่มสตรีจิตอาสาและประชาชนที่สนใจ เพื่อให้เป็นทีมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้โดยการจัดการให้ความรู้แก่ประชาชนในตำบลกรงปินังเพื่อให้ได้ความรู้ในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, ศึกษาพฤติกรรมป้องกัน, การประชาสัมพันธ์และให้ความรู้การเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (โควิด-19)

Abstract

To study the management of the coronavirus outbreak (COVID-19) and study planning in the internal administration The organization includes the work of individuals in the organization. The sample consisted of 20 people. Questionnaire Tool Research statistics Such as mean, percentage, standard deviation The research results were found that Most of the respondents were female under the age of 30-60 years old Secondary Education Level - General Occupation students and general public.

Keywords: Management Studying preventive behaviors Public relations and education on surveillance of the corona virus (COVID-19) outbreak

บทนำ

การระบาดของโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ในปัจจุบันได้ส่งผลกระทบต่อทั่วโลก ประเทศ และจังหวัด เป็นโรคที่สะท้อนให้เห็นความเสียหายในหลายๆ ด้าน ทั้งในด้านเศรษฐกิจและด้านสุขภาพร่างกาย อีกทั้งเป็นปัญหา สาธารณสุขที่สำคัญปัญหาหนึ่งในวงการแพทย์ ยังไม่มียาต้านไวรัสที่ยับยั้งการเพิ่มจำนวนเชื้อในร่างกายที่จะช่วย ควบคุมและชะลอการเสียชีวิตของผู้ที่ได้รับเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ให้ยาวนานออกไประยะหนึ่ง นอกจากนี้ เชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ทำให้ระบบคุ้มกันโรคภายในร่างกายเกิดการเกิดบกพร่องหมายถึงว่าผู้ป่วยมีโอกาสเป็นโรคแทรกซ้อนได้อีกมากมาย และเสียชีวิตด้วยโรคแทรกซ้อนจึงต้องเสียค่ารักษาพยาบาลในอัตราที่สูงในการดูแลผู้ป่วยจาก ข้อมูลการให้บริการผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) นักเศรษฐศาสตร์ทั่วโลกออกมาวิเคราะห์ถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจ ทั่วโลกว่าจะมีผลกระทบผ่านห่วงโซ่อุปทานโลกจากปัญหาการขาดแคลนแรงงานและวัตถุดิบ เนื่องจากจีนซึ่งเป็น โรงงานผลิตและส่งออกสินค้าขึ้นกลางรายใหญ่ของโลกจำเป็นต้องหยุดการผลิตตามที่ทางการจีนมีมาตรการ ควบคุมอย่างเข้มงวด “อย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน” ต่างจากการระบาดของโรคซาร์สในมณฑลกว่างตง ในปี 2546 โดยเฉพาะการปิดเมืองอู่ฮั่นซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการระบาดรวมทั้งเมืองใหญ่อื่นๆ หลายสถาบันคาดว่า ไวรัสโคโรนา (โควิด-19) จะสร้างมูลค่าความเสียหายทางเศรษฐกิจสูงกว่ากรณีของโรคซาร์สที่มีจุดกำเนิดที่จีนเช่นกัน โดยครั้งนั้นมีการ ประเมินว่าทำให้ GDP โลกลดลง 54,000 ล้านดอลลาร์ สรอ. หรือคิดเป็น 0.14% สำหรับผลกระทบครั้งนี้ด้านการ ค้าโลก (รายงานของ UNCTAD. 2020) ชี้ดัชนีภาคการผลิต (PMI) ของจีนเดือนกุมภาพันธ์ 2563 ลดลงต่ำสุด ตั้งแต่ปี 2547 และประเมินว่าจะสร้างความเสียหายต่อการส่งออกในห่วงโซ่อุปทาน 50,000 ล้านดอลลาร์ สรอ. โดยมี ผลกระทบมากที่สุดใน EU 15,600 ดอลลาร์ สรอ. รองลงมาคือ สหรัฐฯ 5,800 ล้านดอลลาร์ สรอ. ญี่ปุ่น 5,200 ล้านดอลลาร์ สรอ. เกาหลี 3,800 ล้านดอลลาร์ สรอ. เวียดนาม 2,300 ล้านดอลลาร์ สรอ. ขณะที่ไทยติดอยู่ที่อันดับ 11 ด้วยมูลค่าความเสียหาย 700 ดอลลาร์ สรอ. โดยอุตสาหกรรมผลิตยางและพลาสติก เครื่องมือเครื่องจักร เคมีภัณฑ์ อุปกรณ์สื่อสาร ยานยนต์ในไทยเป็นสาขาที่จะได้รับผลกระทบมากที่สุด แม้สถานการณ์จะรุนแรงแต่ในวิกฤตย่อมมี โอกาสและสร้างบทเรียนเสมอ (รายงานของ World Economic Forum. 2020) นำเสนอกรณีศึกษาของจีนพบว่า การ ระบาดครั้งนี้ทำให้เห็นพัฒนาการหลายอย่าง อาทิ 1) ความร่วมมือระหว่างรัฐบาลและเอกชนในการจัดการวิกฤติ COVID-19 ที่มีความโปร่งใสรับฟังความเห็นของประชาชนผ่าน Social media ทั้ง Wechat และ Weibo การดำเนิน มาตรการทางเศรษฐกิจการเงินและการคลังที่รวดเร็วเพื่อลดผลกระทบและโอกาสใหม่ใหม่ของภาคธุรกิจวิกฤติครั้งนี้ ช่วยให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีมีการให้บริการแก่ผู้บริโภคทางออนไลน์มากขึ้นทั้งการดูแลสุขภาพและ ธุรกิจบันเทิงในระยะข้างหน้า สิ่งสำคัญที่เราจะได้เห็นจากเหตุการณ์นี้คือ การพัฒนาด้านสาธารณสุขและการยกระดับ ความร่วมมือทางแพทย์ทั่วโลกจะมีความสำคัญมากขึ้น การเปิดรับ Social Norms ใหม่ที่เป็นผลพวงจากการ ใช้ระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) อาทิ สังคมไร้เงินสด การทำงานทางไกลและเห็นสิ่งอื่นใด ประชาคมโลก ต้องร่วมกันปฏิบัติตามมาตรฐานสุขภาพระหว่างประเทศเพื่อลดผลกระทบจากภัยคุกคามนี้ (Knobler S.; Mahmoud A.; Lemon S.; et al. editors. Learning from SARS: preparing for the Next Disease Outbreak: Workshop Summary. Washington (DC): National Academies Press (US); 2004. Available (IATA (2020), COVID-19 February- UNCTAD (2020) (UNCTAD (2020), UNCTAD news, 4 march-UN (2020), (WEF World Economic Forum (2020)

ดังนั้นประชากรส่วนใหญ่ในตำบลกรงปินังมีตั้งแต่วัยเด็กวัยรุ่นวัยกลางคนและผู้สูงอายุซึ่งประชากรส่วนใหญ่ในตำบลกรงปินังประยูรอาชีพเกษตรกรรมและอาชีพอิสระจำพวกไปเป็นหลักทำให้ต้องเดินทางไปประกอบอาชีพนอกพื้นที่อยู่บ่อยๆ โดยไม่รู้วิธีการป้องกันตัวเองจากโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) กลุ่มสาธารณสุของค์การบริหารส่วนตำบลกรงปินังได้ประชุมหารือการได้เห็นว่าการป้องกันการระบาดของโรคนี้โดยมีการประชาสัมพันธ์ไปยังคนในพื้นที่ไม่มีการป้องกันการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้ประชากรในแต่ละชุมชนตำบลและอำเภอได้รับข้อมูลที่ถูกต้องอย่างชัดเจน โดยการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มสาธารณสุขจะทำให้ประชากรมีความรู้และรู้จักวิธีการป้องกันอย่างถูกต้องและสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีพอ ผลกระทบและสถานการณ์ที่อาจเพิ่มระดับความรุนแรงในอนาคตทั้งนี้ต้องอาศัยความรู้รอบคอบและระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำเสนอประชาสัมพันธ์รวมถึงการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอนเพื่อให้ความรู้ไปสู่ประชากรอย่างทั่วถึงเมื่อประชากรได้รับข้อมูลทำให้ประชากรสามารถดูแลตัวเองให้ห่างไกลจากโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) อย่างไรก็ตามในปัจจุบันของสาธารณสุของค์การบริหารส่วนตำบลกรงปินังมุ่งเน้นและตระหนักถึงความปลอดภัยของประชากรในพื้นที่รวมถึงการเฝ้าควบคุมสถานการณ์อย่างสม่ำเสมอ

ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการการป้องกันและให้ความรู้เกี่ยวกับโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ในพื้นที่ตำบลกรงปินัง อำเภอกรงปินัง จังหวัดยะลา ว่าคุณสาธารณสุขของตำบลกรงปินัง อำเภอกรงปินัง จังหวัดยะลา มีแนวคิดในการบริหารจัดการโดยการต้องการและให้ความรู้ที่เป็นระบบและส่งผลโดยตรงต่อประชากรในพื้นที่ในการป้องกันและเฝ้าระวัง

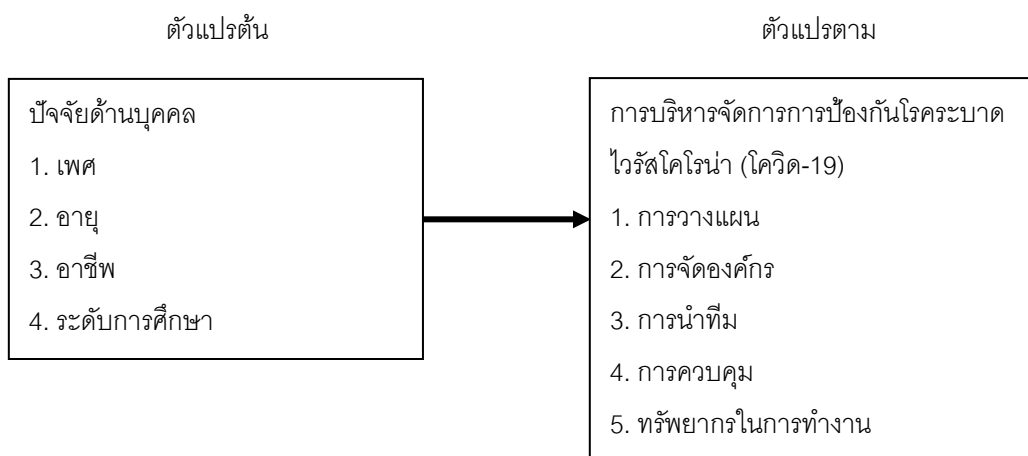
วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการบริหารจัดการการป้องกันโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) และศึกษาการวางแผนในการบริหารงานภายในองค์กรรวมถึงการทำงานของบุคคลกรในองค์กร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถนำความรู้ที่ได้จากการสังเกตการณ์ในองค์กร นำไปต่อยอดและประยุกต์ใช้ในการศึกษา
2. สามารถนำประสบการณ์ที่ได้ไปปฏิบัติใช้ในชีวิตจริงเมื่อเจอกับสถานการณ์นั้น
3. สามารถรับมือและป้องกันโรคระบาดไวรัสโคโรนาได้อย่างถูกต้องวิธี

กรอบแนวคิด



วิธีการดำเนินวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ “การบริหารจัดการการป้องกันโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) องค์การบริหารส่วนตำบลกรงปินัง อำเภอกรงปินัง จังหวัดยะลา” โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาการบริหารจัดการการป้องกันโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) และศึกษาการวางแผนในการบริหารงานภายในองค์กร รวมถึงการทำงานของบุคคลกรในองค์กรผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือสำหรับใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรเขตตำบลกรงปินัง อำเภอกรงปินัง จังหวัดยะลา จำนวน 20 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตตำบลกรงปินัง อำเภอกรงปินัง จังหวัดยะลา กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 คน

การสร้างเครื่องมือสำหรับใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เรื่อง การบริหารจัดการการป้องกันโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) องค์การบริหารส่วนใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัยประกอบด้วย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง จากการศึกษาค้นคว้าตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของประชากรในตำบลกรงปินัง อำเภอกรงปินัง จังหวัดยะลา ที่มีอิทธิพลต่อการป้องกันโรคระบาดไวรัสโคโรนา (covid-19) ตำบลกรงปินัง อำเภอกรงปินัง จังหวัดยะลา ประกอบด้วย ด้านการบริหารในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) ด้านการป้องกันในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) ด้านการให้ความรู้ในช่วงสถานการณ์โควิด 19 เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการให้คะแนน 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

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

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

ตาราง 1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	9	45.00
หญิง	11	55.00
รวม	20	100

ตาราง 1 แสดงให้เห็นว่าจะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยแบ่งเป็น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45 และเพศชาย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55 ตามลำดับ

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	7	36.8
30-45 ปี	2	10.5
46-60 ปี	10	52.6
60 ปี ขึ้นไป	1	0.5
รวม	20	100

ตาราง 2 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีอายุมากที่สุด คือ อายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 อายุ 30-45 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 อายุ 46-60 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 ปี และอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตาราง 3 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามศาสนา

ศาสนา	จำนวน	ร้อยละ
อิสลาม	15	75.00
พุทธ	5	25.00
คริสต์		
รวม	20	100

ตาราง 3 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเป็นศาสนาอิสลาม จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75 ศาสนาพุทธ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25

ตาราง 4 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	13	65.00
ปริญญาตรี	7	35.00
อื่นๆ		
รวม	20	100

ตาราง 4 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65 ระดับปริญญาตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารจัดการการป้องกันโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) องค์การบริหารส่วนตำบลกรงปินัง อำเภอกรงปินัง จังหวัดยะลา

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19)

การบริหารในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การวางแผนในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19)	4.23	0.67	มากที่สุด
2. การจัดองค์กรในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19)	4.25	0.58	มากที่สุด
3. การนำทีมในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19)	4.32	0.68	มากที่สุด
4. การควบคุมในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19)	4.23	0.70	มากที่สุด
5. ทรัพยากรในการทำงานในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19)	4.18	0.67	มากที่สุด
รวม	4.24	0.66	มากที่สุด

ตาราง 5 แสดงให้เห็นว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) มีคะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การวางแผนในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.67) อยู่ในระดับมากที่สุด การจัดองค์กรในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด การนำทีมในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.68) อยู่ในระดับมากที่สุด การควบคุมในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.70) อยู่ในระดับมากที่สุด และทรัพยากรในการทำงานในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.67) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการป้องกันในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19)

การป้องกันในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การให้ความร่วมมือในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19)	4.08	0.65	มากที่สุด
2. การฝึกอบรมในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19)	4.22	0.55	มากที่สุด
รวม	4.15	0.60	มากที่สุด

ตาราง 6 แสดงให้เห็นว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการป้องกันในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การให้ความร่วมมือในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.65) อยู่ในระดับมากที่สุด และการฝึกอบรมในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.55) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความรู้ในช่วงสถานการณ์ (โควิด19)

การให้ความรู้ในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. เรียนรู้จากประสบการณ์ในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19)	4.05	0.64	มากที่สุด
2. การเข้าใจที่ถูกต้องในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19)	3.91	0.64	มาก
รวม	3.98	0.64	มาก

ตาราง 7 แสดงให้เห็นว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความรู้ในช่วงสถานการณ์ (โควิด 19) มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เรียนรู้จากประสบการณ์ ($\bar{X} = 4.5$, S.D. = 0.66) อยู่ในระดับมาก เรียนรู้จากประสบการณ์ในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.64) อยู่ในระดับมากที่สุด และการเข้าใจที่ถูกต้องในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.64) อยู่ในระดับมาก

ผลการวิจัย

เพื่อศึกษาการบริหารจัดการการป้องกันโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) องค์การบริหารส่วนตำบลกรงปินัง มีการวางแผนในการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและไม่ซับซ้อนมีการบริหารในด้านการวางแผน ด้านการทำงานของบุคลากรในองค์กรและมีมาตรการในการป้องกันโรคระบาดตรงตามมาตรฐานที่รัฐบาลกำหนดไว้ การบริหารส่วนตำบลกรงปินังได้มีการจัดอบรมสร้างทีมวิทยากรหรือครูในพื้นที่โดยไม่มีผู้เข้ารับการอบรมจากบุคคลากรในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำหมู่บ้าน, กำนัน, ผู้ใหญ่บ้าน, ผู้นำชุมชน, อาสาสมัครในพื้นที่, อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม), กลุ่มสตรีจิตอาสาและประชาชนที่สนใจ เพื่อให้เป็นทีมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้โดยการจัดการให้ความรู้แก่ประชาชนในตำบลกรงปินังเพื่อให้ได้ความรู้ในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ผลข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการการป้องกันโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) องค์การบริหารส่วนตำบลกรงปินัง อำเภอกรงปินัง จังหวัดยะลา สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลแบบสอบถามของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 45 มีอายุ 46-6 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 ศาสนาอิสลาม จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65

2. การบริหารจัดการการป้องกันโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) พบว่า การบริหารในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) มีคะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.66) การป้องกันในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.60) การให้ความรู้ในช่วงสถานการณ์ (โควิด19) มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.64)

อภิปรายผล

ผลการศึกษาการป้องกันโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ชี้ให้เห็นว่าข้อมูลปัจจัยด้านบุคคล มีระดับความสำคัญที่ระดับมาก การบริหารจัดการการป้องกันโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) อยู่ในระดับที่มากเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับ พิชสิรี ชมพุดา (2561: 5) ได้กล่าว การจัดการ คือ การดำเนินการในการวางแผนตัดสินใจการจัดองค์การ การนำ และการควบคุมทรัพยากรพื้นฐานขององค์การ อันได้แก่ ทรัพยากร การเงิน สินทรัพย์ ถาวร ข้อมูลและทรัพยากรมนุษย์ เพื่อช่วยให้องค์การบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้น การจัดการจึงประกอบด้วยหน้าที่ทางการจัดการ 4 อย่าง ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การนำ (Leading) และการควบคุม (Control) สรุปได้ว่า การจัดการ คือกระบวนการที่จะทำให้องค์การบรรลุตามเป้าหมายขององค์การ โดยนำทรัพยากรการบริหารมาใช้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามขั้นตอนการบริหาร คือ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การนำ (Leading) และการควบคุม (Control) ความสำคัญของการจัดการ การจัดการเป็นงานที่ต้องอาศัยปัจจัยต่างๆ ในการดำเนินการ โดยเฉพาะวิธีการปฏิบัติด้านการจัดการนั้นเป็นเรื่องที่มีความยุ่งยากและซับซ้อน จำเป็นต้องอาศัยผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์คอยดูแลเอาใจใส่และใช้ความพยายามสนับสนุนกลุ่มบุคคลในองค์การ เพื่อให้เกิดการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด ตามระเบียบแบบแผนที่วางไว้เพื่อให้เกิดผลดีทางการจัดการ

ข้อเสนอแนะ

1. ทีมวิทยากรอบรมความรู้และมอบหมายหน้าที่ให้กับผู้รับผิดชอบงานในการปฏิบัติงานให้เต็มความสามารถในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) เพื่อให้มีประสิทธิภาพ
2. หน่วยงานที่รับผิดชอบขอให้สนับสนุนการช่วยเหลือในด้านต่างๆ เพื่อเป็นการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)
3. ทีมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้โดยมีการประชุมวางแผนการดำเนินงานและกำหนดแนวทางในการแก้ปัญหาาร่วมกัน

เอกสารอ้างอิง

- กูธณวาร์ กูมาะ; วิลาสินี อาแว; และคณะ. (2560). เรื่องการวิจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในการป้องกันและควบคุมโรคไข้เลือดออกหมู่บ้านบางหมุ ตำบลบ้านน้ำบ่อ อำเภอบ้านนาละ จังหวัดปัตตานี.
- เกษม จันทรแก้ว; ทศนีย์ บุญประคอง; และคณะ. (2560). เรื่องความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการป้องกันควบคุมโรคติดต่อของผู้ดูแลเด็กกระหว่างรูปแบบการสอนรายบุคคลด้วยหลักการสิ่งแวดล้อมศึกษา กับรูปแบบการสอนแบบบรรยายกลุ่มใหญ่.
- จรรยา แก้วใจบุญ; ธาณี กล่อมใจ; และ ทักษิภา ชัยรัตน์. (2563). เรื่องความรู้และพฤติกรรมของประชาชนเรื่องการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนา สายพันธุ์ใหม่ 2019.
- จารุวรรณ แผลมโธสง; ชนัญชิตา ดุชะฎี ทุลศิริ; และ พรณภา หอมสินธ. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมป้องกันโรคติดเชื้อในระบบทางเดินหายใจของผู้ดูแลเด็กปฐมวัยในศูนย์เด็กเล็ก.

S0082: การบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดยะลา

MANAGEMENT OF THE COVID 19 SITUATION OF THE YALA PROVINCIAL ADMINISTRATIVE ORGANIZATION

โซเฟีย บุญทวี¹ นุรุลฮูดา เติ้ง² วัชร ขาวสังข์³

^{1,2} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

³ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการป้องกันและเฝ้าระวังการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยแยกตามตัวแปรอิสระ 2) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานสามารถป้องกันโรคระบาดด้วยตนเอง 3) เพื่อสร้างความตระหนักให้แก่พนักงานในการเฝ้าระวังและป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Coronavirus Disease 2019) 4) เพื่อประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานในการป้องกันและเฝ้าระวังโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Coronavirus Disease 2019) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรในเขตอำเภอเมืองยะลา ทั้งเพศชายและหญิง จำนวน 20 คน

ผลการศึกษาพบว่า

1. ลักษณะการป้องกันและเฝ้าระวังการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยแยกตามตัวแปรอิสระ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า เพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 1.20 อายุระหว่าง 31-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.10 สถานภาพ พบว่า โสด คิดเป็นร้อยละ 1.60 ระดับการศึกษา พบว่า ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 2.10 ประสบการณ์ทำงาน พบว่า ทำงานระหว่าง 2-5 ปี คิดร้อยละ 2.10

2. ส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานสามารถป้องกันโรคระบาดด้วยตนเอง ผลการศึกษากิจการบริหารจัดการ ทราบได้ว่า ประสิทธิภาพการบริหารจัดการโครงสร้างองค์กร การควบคุม มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับสูง ในส่วนของการวางแผน มีประสิทธิภาพการบริหารอยู่ในระดับปานกลาง

3. การสร้างความตระหนักให้แก่พนักงานในการเฝ้าระวังและป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Coronavirus Disease 2019) ผลการศึกษากิจการบริหารจัดการสถานการณ์โควิด ทราบได้ว่า การบริหารจัดการสถานการณ์โควิด 19 ดำเนินงานขององค์การอยู่ในระดับมากทุกด้าน กล่าวคือ การป้องกัน การพัฒนาพฤติกรรม ความเข้าใจเกี่ยวกับการระบาดของโรค

4. การประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานในการป้องกันและเฝ้าระวังโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Coronavirus Disease 2019) ผลการศึกษาระดับการปฏิบัติของการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนจังหวัดยะลา สถานการณ์โควิด 19 ทราบได้ว่า มีระดับการปฏิบัติมาก ในทุกด้าน กล่าวคือ สภาพแวดล้อมและการทำงานที่ปลอดภัย การพัฒนาศักยภาพและความสามารถ ความรู้ความเข้าใจและควบคุมการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การบริหาร, สถานการณ์โควิด 19

Abstract

Objective of this research: 1) To study the prevention and surveillance of COVID-2019 outbreaks separated by independent variables. 2) To promote and support employees to prevent the epidemic by themselves 3) To raise awareness of employees in surveillance and prevention of Coronavirus Disease 2019 (Coronavirus Disease 2019) 4) Prevention and surveillance of Coronavirus Disease 2019 is a quantitative research. (Quantitative Research) Using questionnaires The statistics used in the study were mean, percentage, standard deviation. The sample population used in this research was the population in Muang Yala District. Both male and female number 20 people.

The results of the study showed that

1. Characteristics of prevention and surveillance of COVID-2019 epidemic classified by independent variables Most of the respondents found that females were more than males. Accounted for 1.20 percent, aged between 31-50 years, representing 2.10 percent. Status found that single accounted for 1.60 percent. Education level found that the bachelor degree Accounted for 2.10 percent Work experience found that working between 2-5 years, accounting for 2.10%

2. Promote and support employees to prevent epidemics by themselves. The results of the management study can be known that the efficiency of management, management, organizational structure, control efficiency is at a high level. In the planning part The management efficiency was at a moderate level.

3. To raise awareness for employees in the surveillance and prevention of Coronavirus Disease 2019 (Coronavirus Disease 2019) The results of the study on the management of the COVID situation can be known that Management of the COVID 19 situation operates at a high level in all aspects, ie behavioral development prevention. Information about the outbreak

4. Public relations results of work on the prevention and surveillance of Coronavirus Disease 2019 (Coronavirus Disease 2019) Results of a study at the management practice level of the Yala Provincial Administrative Organization The COVID-19 situation is known to have a high level of action in all areas: Environment and safe work Development of potential and abilities Knowledge, understanding and control of work efficiency

Keywords: Administration, Situation of COVID 19

บทนำ

ปัจจุบันหลายประเทศทั่วโลกกำลังเผชิญกับปัญหาการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด-19 (COVID-19) องค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้โรคดังกล่าวเป็นโรคระบาดใหญ่ทั่วโลก (Pandemic) เมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2563 โรคนี้เป็นโรคติดต่อที่เกิดจากเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ทำให้ทั่วโลกการตอบสนองทางสาธารณสุขทั่วโลก ประกอบด้วย การจำกัดการท่องเที่ยว การกักต้ง การห้ามออกจากเคสสถานเวลาค่ำคืน การยกเลิกการจัดงาน และการปิดสถานศึกษา นอกจากนี้ยังมีการกักต้งทั้งหมดของประเทศอิตาลีและมณฑลหูเป่ย์ของประเทศจีนและมีการ

ใช้มาตรการการห้ามออกจากเคหสถานเวลาค่าคืนอย่างหลากหลายในประเทศจีนและประเทศเกาหลีใต้ มีการคัดกรองตามท่าอากาศยานและสถานีรถไฟ และมีการออกคำแนะนำเกี่ยวกับการเดินทางไปยังภูมิภาคที่มีการแพร่เชื้อในระดับประชาคม มีการปิดสถานศึกษาทั่วประเทศหรือส่วนท้องถิ่นในอย่างน้อย 115 ประเทศ ส่งผลกระทบกับนักเรียน นักศึกษามากกว่า 1.2 พันล้านคน การระบาดทั่วยังก่อให้เกิดอุบัติการณ์ ประกอบด้วยความไม่มั่นคงทางสังคมและเศรษฐกิจ (หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนากำลังคน และทุนด้านการพัฒนาสถาบันอุดมศึกษา การวิจัย และการสร้างนวัตกรรม. 2563)

ประเทศไทยพบผู้ป่วยติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 รายแรกในวันที่ 8 มกราคม 2563 ซึ่งเป็นผู้เดินทางจากประเทศจีน (ฐานเศรษฐกิจ. 2563) และเกิดการแพร่ระบาดเป็นวงกว้างจากประชากร ภายในประเทศด้วยกัน รัฐบาลกำหนดมาตรการเร่งด่วนในการควบคุมและป้องกันโรคโควิด 19 และเมื่อสถานการณ์แพร่ระบาดมีความร้ายแรงมากขึ้น รัฐบาลจึงประกาศใช้พระราชกำหนดบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 และออกข้อกำหนดตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 และมาตรา 11 แห่งพระราชกำหนดบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 เพื่อควบคุมสถานการณ์และจำกัดพื้นที่การแพร่ระบาด กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางสำคัญทางเศรษฐกิจ การคมนาคม การท่องเที่ยว และมีความหนาแน่นของประชากรสูงเสี่ยงต่อการแพร่เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการโรคติดต่อกรุงเทพมหานคร จึงกำหนดมาตรการควบคุมและสั่งปิดสถานที่ชั่วคราวเพื่อควบคุมสถานการณ์และให้หน่วยงานในสังกัดเร่งควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดในพื้นที่ที่รับผิดชอบ สำนักงานเขตบางกะปิเป็นหนึ่งในหน่วยงานในสังกัดกรุงเทพมหานคร (ธีระวัฒน์ เหมะจุธา. 2563)

ขณะที่จังหวัดชายแดนภาคใต้มีการพบผู้ติดเชื้อรายใหม่อย่างต่อเนื่อง สถานการณ์ในกรุงเทพฯ และภาคอื่นๆ ดีขึ้นสถานวิจัยความขัดแย้งและความหลากหลายทางวัฒนธรรมภาคใต้ สถาบันสันติศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ แถลงผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ด้านผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) และมาตรการของรัฐ พบว่า ประชาชนกว่าร้อยละ 75 ได้รับผลกระทบด้านการประกอบอาชีพ ร้อยละ 83.6 ระบุมีรายได้ลดลง และบางส่วนร้อยละ 18.2 ยังเข้าไม่ถึงสวัสดิการและการช่วยเหลือเยียวยาจากรัฐ แต่ยังพออยู่ได้ด้วยการช่วยเหลือกันในชุมชน โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 47.8 เห็นว่า ระยะเวลาที่เหมาะสมที่พอจะรับสถานการณ์ได้คือประมาณ 1-4 สัปดาห์ พร้อมให้คะแนนความพึงพอใจต่อการแก้ปัญหาของรัฐบาล 6.39 เต็ม 10 (ทวีศิลป์ วิษณุโยธิน. 2563)

สำหรับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรค covid-19 ในจังหวัดยะลา ในปัจจุบันมีผู้ป่วยยืนยันสะสม ทั้งหมด 133 ราย รักษาหายสะสม 131 ราย เสียชีวิตสะสม 2 ราย ไม่พบผู้ป่วยมากกว่า 28 วัน ข้อมูล ณ วันที่ 13 กรกฎาคม 2563 โดยศูนย์เฝ้าระวังและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 covid-19 จังหวัดยะลา ซึ่งจังหวัดยะลา มีมาตรการ covid-19 จังหวัดยะลา 7 s ได้แก่ SCREEN, SCAN, SWAB, STOP MOVEMENT, SOCIAL DISTANCING, SANITARY, SOCIAL ENGAGING ทำให้ประชาชนในจังหวัดยะลา ได้เห็นถึงความสำคัญของการดูแลตัวเอง ให้ห่างไกลจากโรคภัยต่าง ๆ มากขึ้น จังหวัดยะลาจึงได้กำหนดจัดงาน "70 วัน ยะลาปลอดโควิด ชีวิตปลอดภัย" เปิดท่องเที่ยว เมืองยะลาในรูปแบบความปกติในวิถีชีวิตใหม่ หรือ New Normal เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างความมั่นใจให้กับประชาชน ทั้งในและนอกพื้นที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดและกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่สถานการณ์โควิด-19 คลี่คลาย โดยตลอดระยะเวลาที่เกิดการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด-19 (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดยะลา. 2563)

องค์การบริหารส่วนจังหวัดยะลาเองได้มีการจัดโครงการ/กิจกรรมเกี่ยวกับการป้องกัน ควบคุมโรคดังกล่าว เพื่อป้องกันควบคุม การแพร่ และการระงับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด-19 รวมถึง การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดยะลา เพื่อให้ประชาชนเกิดความตระหนัก เห็นความ สำคัญและร่วมป้องกันโรคระบาดโดยเริ่มจากตนเององค์การบริหารส่วนจังหวัดยะลา เป็นองค์กรรูปแบบหนึ่งที่มีหน้าที่ ในการจัดบริการสาธารณสุขครอบคลุมทั้งจังหวัดให้มีการให้บริการประชาชน ออกพื้นที่ในการแก้ไขปัญหาความ เดือดร้อนของประชาชน มีการจัดทำโครงการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมพัฒนาศักยภาพของประชาชนในพื้นที่จึงจำเป็นต้องมี การป้องกันและเฝ้าระวัง โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยในการเฝ้าระวังนั้น จำเป็นต้องมีวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นใน การดำเนินงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งวัสดุวิทยาศาสตร์หรือทางการแพทย์ อาทิเช่น เทอร์มิมิเตอร์วัดไข้แบบอินฟราเรด แอลกอฮอล์ แอลกอฮอล์เจล ยาฆ่าเชื้อ รวมไปถึงหน้ากากอนามัย ซึ่งจำเป็นในการป้องกันและเฝ้าระวัง บริเวณหน้า องค์การบริหารส่วนจังหวัดยะลา (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดยะลา. 2563)

วัตถุประสงค์

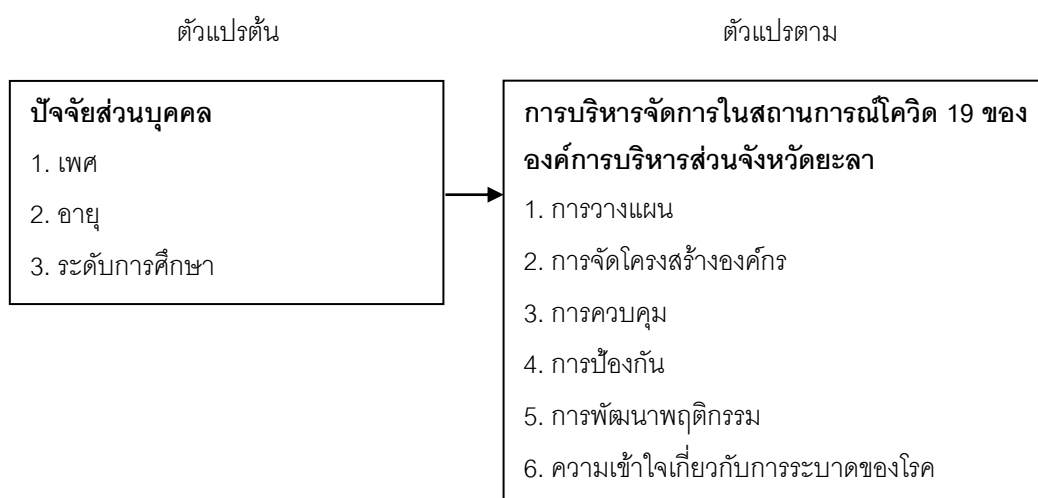
1. เพื่อศึกษาลักษณะการป้องกันและเฝ้าระวังการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 2019 โดยแยกตาม ตัวแปรอิสระ
2. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานสามารถป้องกันโรคระบาดด้วยตนเอง
3. เพื่อสร้างความตระหนักให้แก่พนักงานในการเฝ้าระวังและป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Coronavirus Disease 2019)
4. เพื่อประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานในการป้องกันและเฝ้าระวังโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Coronavirus Disease 2019)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการศึกษาการป้องกันและเฝ้าระวังการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 2019 โดยแยก ตามตัวแปรอิสระ
2. ทำให้ทราบถึงการส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานสามารถป้องกันโรคระบาดด้วยตนเอง
3. ทำให้สร้างความตระหนักให้แก่พนักงานในการเฝ้าระวังและป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Coronavirus Disease 2019)
4. ทำให้ทราบถึงการประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานในการป้องกันและเฝ้าระวังโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Coronavirus Disease 2019)

กรอบแนวคิด

การศึกษา เรื่อง “การบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนจังหวัดยะลา สถานการณ์โควิด 19” ผู้วิจัย กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ไว้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในกายวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษา ได้แก่ บุคลากรในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดยะลา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ

1. ประชากร คือ บุคลากรในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดยะลา
2. กลุ่มตัวอย่าง บุคลากรในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดยะลา จำนวน 100 คน

เลือกแบบวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 20 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรเพื่อใช้ในการวิจัยเป็น 2 ตัวแปร ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ผู้วิจัยได้แยกตัวแปรอิสระเพื่อใช้เก็บข้อมูลตัวแปร 2 ได้แก่
 - 1.1 ด้านปัจจัยส่วนบุคคล หรือประชากรศาสตร์ เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคในภาวะวิกฤตโควิด-19 ได้แก่ เพศ สถานภาพ ถิ่น ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและอาชีพ
 - 1.2 ด้านสถานการณ์ภาวะวิกฤตโควิด-19 ในปัจจุบัน เป็นข้อมูลสถานการณ์ภาวะวิกฤตโควิด-19 ในปัจจุบันที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ซึ่งศึกษาภาพรวมในทุกด้านของข้อมูลเชิงเนื้อหา
2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

ตัวแปรตาม ได้แก่ ได้ทราบถึงการไปหาจัดการสถานการณ์โควิด-19 ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดยะลา

ผลการวิจัย

ตาราง 1 การป้องกันและเฝ้าระวังการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาหรือโควิด 2019 จำแนกตามลักษณะตัวแปรอิสระ

ลักษณะข้อมูลทั่วไป	ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	10	50.00
หญิง	10	50.00
รวม	20	100
2. อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	3	15.00
31-50 ปี	12	60.00
51 ปี ขึ้นไป	5	25.00
รวม	20	100
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	10.00
ปริญญาตรี	14	70.00
ปริญญาเอก/โท	4	20.00
รวม	20	100

แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบประเมินความพึงพอใจ จำนวน 20 คน เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชาย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเพศหญิง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อายุระหว่าง 31-50 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 และอายุ 51 ปี ขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ระดับปริญญาตรี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 ระดับปริญญาโท/เอก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00

ตาราง 2 การส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานสามารถป้องกันโรคระบาดด้วยตนเอง มีรายละเอียดดังนี้

การบริหารจัดการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การวางแผน	3.1	0.2	ปานกลาง
2. การจัดการโครงสร้างองค์กร	3.4	0.18	มาก
3. การควบคุม	4.3	0.17	มาก

ผลการศึกษากิจการการจัดการ ทราบได้ว่า การบริหารการจัดการโครงสร้างองค์กร การควบคุม มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับสูง ในส่วนของการวางแผน มีประสิทธิภาพการบริหารอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 3 การสร้างความตระหนักให้แก่พนักงานในการเฝ้าระวังและป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Coronavirus Disease 2019) มีรายละเอียดดังนี้

การบริหารจัดการสถานการณ์โควิด 19	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การป้องกัน	3.7	0.16	มาก
2. การพัฒนาพฤติกรรม	3.8	0.15	มาก
3. ความเข้าใจเกี่ยวกับการระบาดของโรค	3.9	0.14	มาก

ผลการศึกษากิจการการจัดการสถานการณ์โควิด ทราบได้ว่า การบริหารจัดการสถานการณ์โควิด 19 ดำเนินงานขององค์กรอยู่ในระดับมากทุกด้าน กล่าวคือ การป้องกัน การพัฒนาพฤติกรรม ความเข้าใจเกี่ยวกับการระบาดของโรค

ตาราง 4 การประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานในการป้องกันและเฝ้าระวังโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Coronavirus Disease 2019)

การบริหารจัดการขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดยะลา สถานการณ์โควิด 19	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. สภาพแวดล้อมและการทำงานที่ปลอดภัย	3.9	0.13	มาก
2. การพัฒนาศักยภาพและความสามารถ	3.9	0.13	มาก
3. ความรู้ความเข้าใจและควบคุมการทำงานให้มีประสิทธิภาพ	4	0.12	มาก

ผลการศึกษาระดับการปฏิบัติของการบริหารจัดการขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดยะลา สถานการณ์โควิด 19 ทราบได้ว่า มีระดับการปฏิบัติมากในทุกด้าน กล่าวคือ สภาพแวดล้อมและการทำงานที่ปลอดภัย การพัฒนาศักยภาพและความสามารถ ความรู้ความเข้าใจและควบคุมการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการบริหารจัดการขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดยะลา สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ลักษณะการป้องกันและเฝ้าระวังการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยแยกตามตัวแปรอิสระ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า เพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 1.20 อายุระหว่าง 31-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.10 สถานภาพ พบว่า โสด คิดเป็นร้อยละ 1.60 ระดับการศึกษา พบว่า ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 2.10 ประสบการณ์ทำงาน พบว่า ทำงานระหว่าง 2-5 ปี คิดร้อยละ 2.10

2. ส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานสามารถป้องกันโรคระบาดด้วยตนเอง ผลการศึกษาด้านการบริหารจัดการ ทราบได้ว่า ประสิทธิภาพการบริหารจัดการโครงสร้างองค์กร การควบคุม มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับสูง ในส่วนของการวางแผน มีประสิทธิภาพการบริหารอยู่ในระดับปานกลาง

3. การสร้างความตระหนักให้แก่พนักงานในการเฝ้าระวังและป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Coronavirus Disease 2019) ผลการศึกษาด้านการบริหารจัดการสถานการณ์โควิด ทราบได้ว่า การบริหารจัดการสถานการณ์โควิด 19 ดำเนินงานขององค์กรอยู่ในระดับมากทุกด้าน กล่าวคือ การป้องกัน การพัฒนาพฤติกรรม ความเข้าใจเกี่ยวกับการระบาดของโรค

4. การประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานในการป้องกันและเฝ้าระวังโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Coronavirus Disease 2019) ผลการศึกษาระดับการปฏิบัติของการบริหารจัดการขององค์กรบริหารส่วนจังหวัด ยะลา สถานการณ์โควิด 19 ทราบได้ว่า มีระดับการปฏิบัติมากในทุกด้าน กล่าวคือ สภาพแวดล้อมและการทำงานที่ปลอดภัย การพัฒนาศักยภาพและความสามารถ ความรู้ความเข้าใจและควบคุมการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ผลการวิจัย ผู้วิจัยได้อภิปรายผลได้ดังนี้

1. ลักษณะการป้องกันและเฝ้าระวังการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยแยกตามตัวแปรอิสระ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า เพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 1.20 อายุระหว่าง 31-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.10 สถานภาพ พบว่า โสด คิดเป็นร้อยละ 1.60 ระดับการศึกษา พบว่า ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 2.10 ประสบการณ์ทำงาน พบว่า ทำงานระหว่าง 2-5 ปี คิดร้อยละ 2.10

2. ส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานสามารถป้องกันโรคระบาดด้วยตนเอง ผลการศึกษาด้านการบริหารจัดการ ทราบได้ว่า ประสิทธิภาพการบริหารจัดการโครงสร้างองค์กร การควบคุม มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับสูง ในส่วนของการวางแผน มีประสิทธิภาพการบริหารอยู่ในระดับปานกลาง

3. การสร้างความตระหนักให้แก่พนักงานในการเฝ้าระวังและป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Coronavirus Disease 2019) ผลการศึกษาด้านการบริหารจัดการสถานการณ์โควิด ทราบได้ว่า การบริหารจัดการสถานการณ์โควิด 19 ดำเนินงานขององค์กรอยู่ในระดับมากทุกด้าน กล่าวคือ การป้องกัน การพัฒนาพฤติกรรม ความเข้าใจเกี่ยวกับการระบาดของโรค

4. การประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานในการป้องกันและเฝ้าระวังโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Coronavirus Disease 2019) ผลการศึกษาระดับการปฏิบัติของการบริหารจัดการขององค์กรบริหารส่วนจังหวัด ยะลา สถานการณ์โควิด 19 ทราบได้ว่า มีระดับการปฏิบัติมากในทุกด้าน กล่าวคือ สภาพแวดล้อมและการทำงานที่ปลอดภัย การพัฒนาศักยภาพและความสามารถ ความรู้ความเข้าใจและควบคุมการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

จากผลวิเคราะห์การวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. การพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง และเตรียมความพร้อม ในภาวะปกติ ในภาวะวิกฤติที่อาจจะเกิดขึ้น ทั้งในด้านความรู้ ทักษะ

2. ควรมีการแจกแถมและเจลล้างมือแอลกอฮอล์ต่อเดือนละครั้ง

3. ควรมีประสิทธิภาพในการกระจายข่าวสาร เพื่อให้ประชาชนได้รับข่าวสารและเตรียมความพร้อม

เอกสารอ้างอิง

- จิราวรรณ แสงตันชัย. (2559). แนวทางการพัฒนาบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสู่ความเป็นเลิศ
กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนจังหวัดเลย.
- ณพวีรี ช้างกลมพิสุทธ. (2559). ทักษะคติของชาวจันทบุรีที่มีต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัด
จันทบุรี.
- นภชา สิงห์วีระธรรม. (2563). การรับรู้และพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19).
นารีลักษณ์ ศิริวรรณ. (2561). การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐกรณีศึกษาหน่วยงานที่ได้รับรางวัล
คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ
- บวรศม ลีระพันธ์. (2563). โครงการพัฒนาแบบจำลองบูรณาการระบบการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา
2019.
- พงษ์มนัส ดือด. (2563). ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อการประกอบอาชีพบริการ
จัดส่งอาหาร.
- มนตรี สังข์ทอง. (2561). การประเมินระบบและกลไกการบริหารจัดการงานวิจัยของหน่วยวิจัย.
- รัตนา ปานเรียนแสน. (2560). การประเมินศักยภาพและความพร้อมของการบริหารจัดการศูนย์การเรียนรู้กีฬานันทนาการ และวิทยาศาสตร์การกีฬาในสังกัดกรมพลศึกษา.
- ศุจิณฏา ธารารัตนสุวรรณ. (2563). ผลกระทบเชื้อไวรัส COVID-19 ต่อวิกฤตการณ์ท่องเที่ยวของประเทศไทย
การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19.
- สอยถุทัย เกลี้ยงนิล. (2563). รัฐ-ชุมชนกับการจัดการภัยพิบัติโรคไวรัสโควิด 19 พื้นที่ถนนข้าวสาร เขตพระนคร
กรุงเทพมหานคร.
- สิทธิธัญญ์ วารุณสหรัชน. (2559). การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการบริหารงานปกครองส่วนท้องถิ่นองค์การบริหาร
ส่วนตำบลตลาดจินดา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม.
- สุภาวดี ช่อสม. (2559). ทักษะคติของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานด้านการพัฒนาสังคม ขององค์การบริหาร
ส่วนตำบลสินเจริญ อำเภอยะแสง จังหวัดสุราษฎร์ธานี.
- สุนนา ยิ้มชัย. (2560). การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลวังแฉ่ม อำเภอ
คลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร.
- สุมาลี จุทอง. (2563). การจัดการภัยพิบัติโรคระบาดโควิด 19 ในพื้นที่ชุมชนริมคลองหัวหมากน้อย สำนักงาน
เขตบางกะปิ.
- อวาทิพย์ แว. (2563). COVID-19 กับการเรียนรู้สู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพในวันนี้สถานการณ์การแพร่
ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด-19 (COVID-19 ย่อมาจาก Coronavirus
Disease 2019).

S0083: คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลท่าสาป ในสถานการณ์โควิด 19 QUALITY OF WORKING LIFE OF EMPLOYEES OF THA SAP MUNICIPALITY IN THE SITUATION OF COVID 19

สุไธดา มาซอ¹ นาอัสสะห์ เปาะเลาะ² ซอฟียะห์ หะยัสสา³ วัชรระ ขาวสังข์⁴

^{1,2,3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลท่าสาป ในสถานการณ์โควิด 19 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พนักงานเทศบาลตำบลนาดี จำนวน 65 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ผลการศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลท่าสาป ในสถานการณ์โควิด 19 พบว่า พนักงานเทศบาลตำบลท่าสาปมีคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยด้านที่มีระดับคุณภาพชีวิต มากที่สุด คือ ด้านโอกาสการพัฒนาทักษะผ่านคอร์สออนไลน์ รองลงมาคือ ด้านการทำงานจาก Work from home เป็นหลัก ด้านองค์กรให้ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านการทำงานร่วมกัน ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและเสริมสุขภาพ ด้านการจัดการ ด้านการแก้ปัญหา ด้านการพัฒนาความสามารถของบุคคล ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงานที่ทำ ด้านเทคโนโลยีจะมีส่วนรวมในการทำงานมากขึ้น ด้านการรักษาระยะห่างในการทำงาน ด้านการแสวงหาความรู้ ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานและองค์กรจะเปลี่ยนแปลงไป

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิต/การทำงาน/สถานการณ์โควิด 19

Abstract

This research study. Objective 1) To study the level of quality of work life of employees of Tha Sa Subdistrict Municipality. In the COVID situation 19, the sample group was 65 Nadi Municipality employees. The statistics used in the research were frequency, statistical, percentage, mean, standard deviation.

The results of the research were as follows: The results of the study on the quality of working life level of employees of Tha Sa Subdistrict Municipality In the situation of COVID 19, it was found that employees of Tha Sa Sub-district Municipality had a good overall quality of life in working life, with the aspect with the highest level of quality of life being skill development opportunities through online courses, followed by work. From work from home, it is an organization's principle to provide fair and sufficient compensation, morality, ethics of collaboration. Safe and healthy environment Management Problem solving Personality development On the progress and stability in the work performed Technology will be more involved in

work. In keeping working distance Knowledge seeking The side with the least average was that the relationship between colleagues and the organization would change.

Keywords: Quality of Life / Work / Situation of COVID 19

บทนำ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด-19 (COVID-19) ย่อมาจาก (Coronavirus Disease 2019) ในทั่วภูมิภาคของโลก องค์การอนามัยโลกได้ประกาศว่า การระบาดครั้งนี้เป็นภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขระหว่างประเทศ (Public Health Emergency of Concern: PHEIC) และคณะกรรมการโรคติดต่อแห่งชาติได้มีมติให้โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นโรคติดต่ออันตราย ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขเรื่องชื่อและอาการสำคัญของโรคติดต่ออันตราย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2563 ถึงแม้ว่าองค์การอนามัยโลกจะประกาศให้โควิด-19 เป็นโรคระบาดที่เกิดจากไวรัสโคโรนาเป็นครั้งแรก แต่ไวรัสสายพันธุ์ใหม่นี้ ก็ไม่ได้ถือว่าร้ายแรง เมื่อเทียบกับโรคระบาดอื่นๆ ในอดีตที่ผ่านมา (ดลพร รุจิรวงศ์. 2563) เพียงแต่ความหนักหนาสาหัสของการระบาดครั้งนี้ อยู่ที่อัตราการแพร่เชื้อที่รวดเร็วและกระจายเป็นวงกว้างโดยการแพร่กระจายจากคนสู่คน ผ่านทางละอองเสมหะ น้ำมูก น้ำลาย เมื่อผู้ป่วยไอหรือจามละอองเหล่านี้จะตกลงสู่วัตถุหรือพื้นผิวรอบๆ จากนั้นเราจับเชื้อเข้าสู่ร่างกายด้วยการสัมผัสพื้นผิวหรือวัตถุเหล่านั้น แล้วมาสัมผัสใบหน้า ขยี้ตา จมูก ปาก หรือรับเชื้อโดยตรงจากการหายใจ เอาละอองของผู้ป่วยเข้าไปเมื่อผู้ป่วยไอ จาม หรือหายใจออก (กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. 2563)

เทศบาลตำบลท่าสาป ดำเนินการด้านรักษาความสงบเรียบร้อยของประชาชนจัดให้มีและบำรุงรักษาทางบกและทางน้ำ รักษาความสะอาดของถนน หรือทางเดินและที่สาธารณะรวมทั้งการกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล ป้องกันและระงับโรคติดต่อ ส่งเสริมการพัฒนาดูแลเด็กเยาวชนผู้สูงอายุและผู้พิการ ตลอดจนดำเนินการในการป้องกันอัคคีภัย บำรุงศิลปะ จารัตประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นโดยคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนในพื้นที่เป็นหลัก

ดังนั้น พนักงานของสำนักงานเทศบาลท่าสาป จึงถือเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีความสำคัญในการบริหารและการปฏิบัติงานของเทศบาลตำบลท่าสาป ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมทำในการพัฒนาท้องถิ่นสำเร็จตามนโยบายในการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น ปัจจุบันสำนักงานเทศบาลตำบลท่าสาป มีพนักงานที่เป็นข้าราชการลูกจ้างประจำ และพนักงานจ้างทั่วไปรายเดือน ซึ่งการได้รับสวัสดิการ ถ้าเป็นราชการก็จะได้รับสิทธิสวัสดิการตามที่รัฐบาลกำหนด แต่ถ้าเป็นลูกจ้างประจำและพนักงานจ้างทั่วไปรายเดือนนั้น ก็จะได้เพียงเงินเดือนประจำทุกเดือนและได้รับสิทธิประกันสังคมที่ทางสำนักงานเทศบาลตำบลท่าสาปจัดให้ ส่วนสวัสดิการด้านอื่นๆ นั้นไม่มี จะเห็นว่าสวัสดิการที่ลูกจ้างประจำและพนักงานจ้างทั่วไปรายเดือนของสำนักงานเทศบาลตำบลท่าสาปได้รับนั้น ค่อนข้างน้อยมาก เมื่อเทียบกับองค์กรเอกชน เนื่องจากสำนักงานเทศบาลตำบลท่าสาปเป็นหน่วยงานราชการ ซึ่งมีงบประมาณจำกัด จึงไม่สามารถจัดสวัสดิการด้านอื่นๆ ให้ได้

จะเห็นได้ว่าคุณภาพชีวิตการทำงาน จึงเป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลท่าสาป ซึ่งผู้บริหารควรให้ความสำคัญ เพราะบุคลากรของเทศบาลตำบลท่าสาปเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีความสำคัญที่สุด ที่จะต้องได้รับการบริหารและใช้อย่างมีคุณค่าเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด หากบุคลากรสำนักงานเทศบาลตำบลท่าสาปมีคุณภาพชีวิตที่ดีย่อมส่งผลต่อการให้บริการประชาชนและการปฏิบัติงาน มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

บรรลุป้าหมายของสำนักงานเทศบาลตำบลท่าเสาป ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลท่าเสาป เพื่อจะได้นำมาใช้เป็นแนวทางปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานสังกัดเทศบาลตำบลท่าเสาปต่อไป

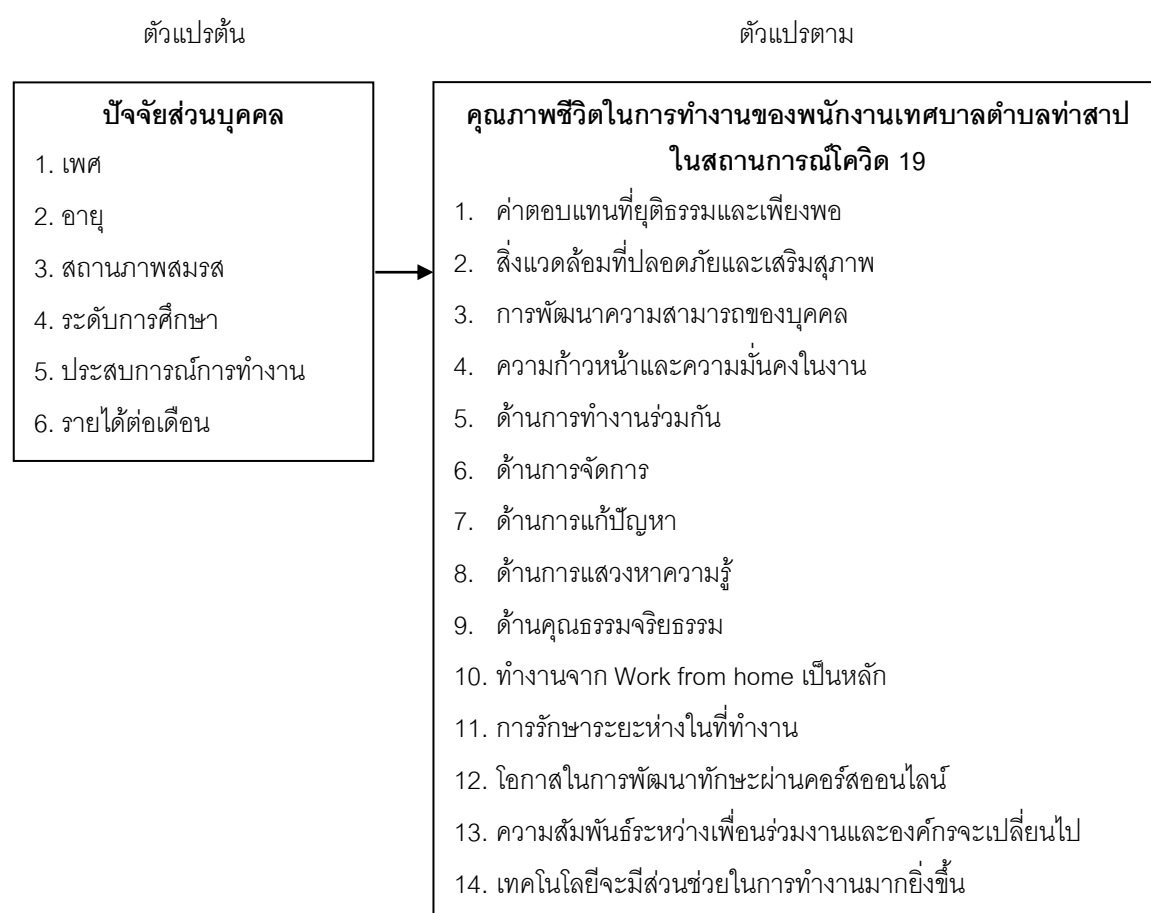
วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลท่าเสาป ในสถานการณ์โควิด 19

ประโยชน์ที่ได้รับ

สามารถนำผลการวิจัยที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและวิธีการต่างๆ ในการปรับปรุงและเสริมสร้างคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลท่าเสาป ให้เหมาะสมกับความต้องการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ลดความตึงเครียดทำงานได้อย่างมีความสุขและเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพในการทำงานที่ดียิ่งขึ้น

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดของการศึกษา

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ตอนที่ 1 ศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลท่าสาป ในสถานการณ์โควิด 19

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานเทศบาลที่เป็นข้าราชการ จำนวน 20 คน ลูกจ้างประจำ 25 คน และพนักงานจ้าง จำนวน 20 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 65 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบตรวจรายการ (Checklist) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน รายได้รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลท่าสาป โดยมีมาตรการตอบเป็นแบบจัดอันดับ (Rating Scale) ตามแนวทางของลิเคิร์ต (Likert's Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก
- 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์โดยหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด การศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลท่าสาป ในสถานการณ์โควิด 19 จากหนังสือเอกสารและผลงาน การวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วกำหนดเป็นกรอบให้ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ที่ทำการวิจัย

2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลท่าสาป ในสถานการณ์โควิด 19 ตามกรอบที่กำหนดไว้

3. หาความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 2 ท่าน ได้แก่

3.1 ดร.วัชร ขาวสังข์ อาจารย์ประจำภาควิชาวิจัยการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

3.2 ดร.ชมพูนุท ศรีพงษ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

จากนั้นนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของแต่ละข้อ (Index of Item Objective Congruence: IOC)

4. หาความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองใช้กับพนักงานที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 65 คน แล้วนำมาตรวจให้คะแนนเพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของความเชื่อมั่น ตามวิธีการของ ครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

5. ปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์และเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อขอความเห็นชอบและจัดพิมพ์แบบสอบถามเป็นฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้ในการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและจัดการทำข้อมูลดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการนำแบบสอบถามแจกให้กับพนักงานเทศบาลตำบลท่าสาป ในสถานการณ์โควิด 19 โดยแจ้งวัตถุประสงค์ในการดำเนินการครั้งนี้

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามไปจำนวน 65 ชุด โดยมีแบบสอบถามได้รับกลับคืนมา 65 ชุด คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ทำการวิจัยค้นคว้ารวบรวมข้อมูลมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ และความถูกต้องของข้อมูล (checking) แบบสอบถาม ทำการลงรหัส (coding) ตามที่ได้กำหนดไว้ให้เรียบร้อย แล้วจึงนำไปประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย

ตาราง 1 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลท่าสาปในสถานการณ์โควิด 19 ในภาพรวม

คุณภาพชีวิตในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านองค์กรให้ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ	4.03	0.58	มาก
2. ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและเสริมสุขภาพ	4.00	0.75	มาก
3. ด้านการพัฒนาความสามารถของบุคคล	3.79	0.76	มาก
4. ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงานที่ทำ	4.14	0.71	มาก
5. ด้านทำงานร่วมกัน	4.01	0.87	มาก
6. ด้านการจัดการ	3.98	0.79	มาก
7. ด้านการแก้ปัญหา	3.98	0.87	มาก
8. ด้านการแสวงหาความรู้	3.89	0.68	มาก
9. ด้านคุณธรรม จริยธรรม	4.03	0.82	มาก
10. ด้านการทำงานจาก Work from home เป็นหลัก	4.03	0.75	มาก
11. ด้านการรักษาระยะห่างในการทำงาน	3.91	0.69	มาก
12. ด้านเทคโนโลยีจะมีส่วนรวมในการทำงานมากขึ้น	3.94	0.63	มาก
13. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานและองค์กรจะเปลี่ยนแปลงไป	3.86	0.85	มาก
14. ด้านโอกาสการพัฒนาทักษะผ่านคอร์สออนไลน์	3.79	0.81	มาก
รวม	3.98	0.60	มาก

จากตาราง 1 ผลการวิจัย พบว่า พนักงานเทศบาลตำบลท่าสาปมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน ในสถานการณ์โควิด 19 โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.60) เพื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงานที่ทำ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.71) รองลงมา คือ ด้านองค์กรให้ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.58) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการพัฒนาความสามารถของบุคคล มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลท่าสาปในสถานการณ์โควิด 19 มีคุณภาพชีวิตในการทำงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของคุณภาพชีวิต พบว่า ด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงานที่ทำ รองลงมาได้แก่ ด้านองค์กรให้ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านการทำงานจาก Work from home เป็นหลัก ด้านทำงานร่วมกัน ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและเสริมสุขภาพ ด้านการแก้ปัญหา ด้านการจัดการ ด้านเทคโนโลยีจะมีส่วนร่วมในการงานมากขึ้น ด้านการรักษาระยะห่างในการทำงาน ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านโอกาสการพัฒนาทักษะผ่านคอร์สออนไลน์ และด้านการพัฒนาความสามารถของบุคคล และคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลนาดี ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานและองค์กรจะเปลี่ยนแปลงไป

การอภิปรายผล

จากการศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลท่าสาป พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ รัตนาภรณ์ บุญมี (2558: 31) ที่พบว่า พนักงานเทศบาลตำบลนาดี มีคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน เรียงลำดับตามคะแนนค่าเฉลี่ยมาก ได้แก่

1. ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงานที่ทำ ผู้ศึกษาพิจารณาว่า ในการทำงานของพนักงานจำเป็นต้องใช้ทักษะและความชำนาญในการปฏิบัติงาน เช่น พนักงานการเงินและบัญชี ต้องส่งเสริมสนับสนุนในการเตรียมความพร้อม เรียนรู้และเพิ่มทักษะ เพื่อก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรให้ความสำคัญ ส่งผลให้บุคคลพร้อมที่จะปฏิบัติงานและทุ่มเทให้กับองค์กรการที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบมากขึ้น มีโอกาสประสบความสำเร็จตามที่มุ่งหวัง อันเป็นที่ยอมรับของผู้ร่วมงาน ครอบครัว และผู้เกี่ยวข้องและมีความมั่นคงในรายได้หรือหน้าที่ที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ รัตนาภรณ์ บุญมี (2558: 31) พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลท่าสาป อยู่ในระดับมาก

2. ด้านองค์กรให้ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ ผู้ศึกษาพิจารณาว่า จากการพัฒนาศักยภาพของผู้ปฏิบัติงานเมื่อบุคคลได้ทุ่มเทความพยายามให้กับการทำงาน ย่อมปรารถนาผลตอบแทนที่คุ้มค่า เนื่องจากรายได้และผลตอบแทนเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตของคนเรา หากองค์กรตระหนักถึงความสำคัญของการให้ค่าตอบแทนที่เหมาะสมและยุติธรรม พิจารณาแล้วคุ้มค่ากับที่ได้ทุ่มเทแรงกายแรงใจไป บุคลากรก็จะเกิดขวัญและกำลังใจในการ

ปฏิบัติงานและมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ รัตนภรณ์ บุญมี (2558: 31) พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลท่าเสา อยู่ในระดับมาก

3. ด้านการพัฒนาความสามารถของบุคคล ผู้ศึกษาพิจารณาว่า โอกาสในการพัฒนาและการใช้ความสามารถของพนักงานในการปฏิบัติงานตามทักษะและความรู้ที่มี โดยการเปิดโอกาสให้พนักงานได้พัฒนาศักยภาพตัวเองให้เหมาะสมกับงานในปัจจุบัน ซึ่งจะทำให้พนักงานรู้สึกว่ามีคุณค่าและรู้สึกท้าทายในการทำงาน ได้ใช้ความสามารถในการทำงานเต็มที่ รวมทั้งความรู้สึกว่ามีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน ตลอดจนรวมถึงงานในอนาคตและรวมถึงเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีความก้าวหน้าในสายงานอาชีพ

4. ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและเสริมสุขภาพ ผู้ศึกษาพิจารณาว่า การทำงาน บริการเกี่ยวกับเครื่องมือเครื่องใช้ ที่จัดให้อำนวยต่อการปฏิบัติหน้าที่ที่ดีที่สุด คำนึงถึงความปลอดภัยจากอุบัติเหตุที่มีผลต่อสุขภาพอนามัยของผู้ให้บริการและผู้รับบริการน้อยที่สุด โดยครอบคลุมถึงการป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อโรค การใช้ประโยชน์ ความสะอาดสุขภาพและความพอใจของผู้ปฏิบัติงานปลอดภัยจากอุบัติเหตุและมีการกำหนดเป็นระเบียบปฏิบัติและระเบียบการจัดสภาพการทำงาน ผู้ปฏิบัติงานไม่ควรอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่ดี ทั้งต่อร่างกายและการทำงาน ควรจะมีการกำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งรวมถึงการควบคุมเกี่ยวกับเสียง การรบกวนทางสายตา นอกจากนี้การที่พนักงานได้ทำงานอยู่ในสภาพแวดล้อมทางด้านกายภาพและจิตใจที่ปลอดภัยและมีความเหมาะสม

5. ด้านทำงานร่วมกัน ผู้ศึกษาพิจารณาว่า การทำงานร่วมกันประกอบไปด้วย กลุ่มบุคคล ภาระงาน และการจัดการจะต้องรู้จักการวิเคราะห์งานและวางแผนการจัดวางลำดับขั้นตอนของงานให้สัมพันธ์กัน วิธีการทำงานในแต่ละขั้นตอนอย่างถูกต้องและสร้างสรรค์จัดคนทำงานให้สอดคล้องกับลักษณะงาน มีความรับผิดชอบ และไม่เอาเปรียบผู้ร่วมงาน

6. ด้านทำงานจาก Work from home เป็นหลัก ผู้ศึกษาพิจารณาว่า ในช่วงที่เกิดการระบาดของไวรัสหลายบริษัทต่างให้พนักงานหยุดอยู่กับบ้านเพื่อลด การแพร่และติดเชื้อไวรัส ซึ่งมีโอกาสติดได้มากในช่วงการเดินทางหรือทำงานในที่ทำงาน องค์กรต่างๆ ปรับตัวให้พนักงานทำงานแบบ work from home ในช่วง COVID-19 และคาดว่าเทรนด์การทำงาน แบบ work from home จะกลายเป็นวิธีการทำงานแบบใหม่สำหรับผู้ทำงาน ผู้หางานและบริษัทในอนาคต

7. ด้านการรักษาระยะห่างในที่ทำงาน ผู้ศึกษาพิจารณาว่า Social Distancing หรือการรักษาระยะห่าง จะถูกนำมาใช้อย่างเข้มงวดในที่ทำงาน เนื่องด้วยความเสี่ยงของการติดไวรัวยังคงมีอยู่ และในสถานที่ทำงานส่วนมากจะเป็นสถานที่ที่คนอยู่กันอย่างใกล้ชิด คนทำงานที่ต้องเริ่มกลับเข้าไปทำงานที่บริษัทยังคงต้องรักษาระยะห่างไว้เพื่อลดความเสี่ยงการติดเชื้อไวรัส

8. ด้านเทคโนโลยีจะมีส่วนช่วยในการทำงานมากยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาพิจารณาว่า ด้วยระยะห่างทางสังคมที่มีมากขึ้น ประกอบกับการทำงานแบบ work from home หรือทำงานจากที่อื่นโดยไม่ต้องพบปะกัน ทำให้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการทำงานมากกว่าเดิม โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตและแอปพลิเคชันสำหรับการประชุมทางไกล ซึ่งจะเป็น new normal ในการทำงานจากนี้ไป

9. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานและองค์กรจะเปลี่ยนไป ผู้ศึกษาพิจารณาว่าความเปลี่ยนแปลงอีกอย่างคือการทำงานระยะไกล จะมีส่วนเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างคนทำงานและองค์กร จากที่เมื่อก่อนต้องมีการพบปะกันเพื่อแลกเปลี่ยนพูดคุย รวมถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ภายในองค์กร ความห่างและการพูดคุยเห็นหน้าผ่านการวิดีโอทางไกลเท่านั้น ซึ่งอาจส่งผลต่อการสร้างความผูกพันในองค์กรได้

10. ด้านโอกาสในการพัฒนาทักษะผ่านคอร์สออนไลน์ ผู้ศึกษาพิจารณาว่า หลายๆ คนที่ Work from home มีสามารถจัดสรรเวลาในการทำงานและแบ่งเวลาไปกับการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมทางออนไลน์อย่างเช่น คอร์สเรียนต่างๆ ซึ่งมีทั้งแบบฟรีและไม่ฟรี ข้อดีของคอร์สเรียนเหล่านี้คือ คุณสามารถเข้าไปเรียนผ่านอินเทอร์เน็ตเมื่อใดก็ได้ และเมื่อเรียนจบยังได้ใบประกาศนียบัตรอีกด้วย

11. ด้านการจัดการ ผู้ศึกษาพิจารณาว่า กระบวนการดำเนินงานอย่างไร อย่างหนึ่งเป็นระบบโดยเริ่มตั้งแต่การวางแผนดำเนินงาน การทำกิจกรรมต่าง ๆ ตามหน้าที่อย่างสร้างสรรค์ และเป็นไปด้วยความเรียบร้อย รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลสูงสุดรวมไปถึงการประเมินงานเพื่อปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนางานให้ดียิ่งขึ้นซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานต่าง ๆ ทั้งส่วนตัว และงานกลุ่ม หรือองค์กรได้

12. ด้านการแก้ปัญหา ผู้ศึกษาพิจารณาว่า ความสามารถในการใช้ประสบการณ์ กำหนดทางเลือกเพื่อจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน หรือในชีวิตอย่างเป็นระบบและเหมาะสมกับตนเองที่สุด การแก้ปัญหาจึงเป็นกระบวนการของความพยายามในการทำงานเพื่อให้ประสบความสำเร็จ เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นมาสามารถหาแนวแก้ปัญหาได้อย่างเป็นระบบ แก้ปัญหาได้อย่างเด็ดขาดและทันท่วงที

13. ด้านการแสวงหาความรู้ ผู้ศึกษาพิจารณาว่า การค้นคว้าหาความรู้ และสามารถสร้าง ความรู้ใหม่เพิ่มเติมได้ อาจจะมาจากการคิด การศึกษา การทดลอง การค้นคว้า หรือปฏิบัติด้วยตนเอง แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เกิดความรู้ใหม่ ซึ่งสัมพันธ์กับความรู้เดิมที่มีอยู่ โดยการศึกษาค้นคว้านั้น ไม่จำกัดว่าจะมาจากแหล่งความรู้ใด อาจเป็นความรู้ในห้องเรียน ความรู้ตามป้ายสถานที่ต่างๆ ไปจนถึงสื่ออื่นๆ ก็ได้

14. ด้านคุณธรรม จริยธรรม ผู้ศึกษาพิจารณาว่า สภาพคุณงามความดีและความถูกต้องในการแสดงออกทั้งกาย วาจา และใจของแต่ละบุคคลซึ่งยึดมั่นไว้เป็นหลักในการประพฤติปฏิบัติจนเกิดเป็นนิสัย จริยธรรม กฎเกณฑ์ที่เป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติตนในสิ่งที่ดีงาม เหมาะสม และเป็นที่นิยมชมชอบหรือยอมรับจากสังคม เพื่อความสันติสุขแห่งตนเองและความสงบเรียบร้อยของสังคม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปวญ อังภาภรณ์ (2559: 45) พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลท่าเสาป อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงานที่ทำ องค์กรควรเปิดโอกาสและสนับสนุน พนักงานระดับปฏิบัติการให้มีการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อปรับวุฒิการศึกษาใหม่ให้ก้าวไปสู่ตำแหน่งงานที่สูงขึ้นโดยอำนวยความสะดวกในการลาไปเรียนหรือสอบตลอดจนมอบทุนสนับสนุนเพื่อศึกษาต่อ

2. ด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอองค์กรควรพิจารณาและแก้ไขปัญหา โดยมีการกำหนดแนวทางในการปรับเงินเดือน ปรับสวัสดิการต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมกับค่าครองชีพในปัจจุบัน

3. ด้านการจัดการ ลักษณะการจัดการงานที่ดี พนักงานควรมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นและมีการพิจารณาความดีความชอบอย่างเป็นธรรมและทัดเทียมกับพนักงานคนอื่น ๆ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงานที่ทำ ผู้ศึกษามีความเห็นว่ องค์กรควรจัดสรรงบประมาณส่วนหนึ่งเพื่อสนับสนุนพนักงานระดับปฏิบัติการให้มีการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อปรับวุฒิการศึกษาใหม่ให้ก้าวไปสู่ตำแหน่ง

งานที่สูงขึ้น ตลอดจนมอบทุนสนับสนุนเพื่อศึกษาต่อเพื่อให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจในการทุ่มเทการทำงานให้กับองค์กร

2. ด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ เนื่องจากเทศบาลตำบลท่าเสาเป็นหน่วยงานราชการ การปรับเงินเดือนหรือสวัสดิการอาจทำได้ยาก ผู้ศึกษามีความเห็นเห็นว่า ผู้บริหารควรมีการจัดสรรงบประมาณส่วนหนึ่งเพื่อนำมาเป็นเงินสำรองในการให้เป็นเงินพิเศษประจำปีหรือเงินสวัสดิการสำหรับพนักงาน

เอกสารอ้างอิง

กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2563). โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19).

เกล็ดแก้ว บุญเกิด. (2558). **คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี.**

การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ. ขอนแก่น: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ปรางทิพย์ ภักดีศรีไพรวัลย์. (2559). **การศึกษาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนบ้านแสนตอ หมู่ 11 ตำบลท่าผา**

อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง. สารนิพนธ์ปริญญาสังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปรียาภรณ์ พวงทัย; และ มัทนา วังถนอมศักดิ์. (2560). **คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาในสหวิทยาเขตชาวดอย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3.**

ปวันรัตน์ ตนานนท์. (2558). **คุณภาพชีวิตการทำงานของเจ้าหน้าที่ศาลยุติธรรม ในจังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พรพิตร ธรรมชาติ. (2560). **คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงาน และความตั้งใจในการลาออกของผู้แทนขายระดับบังคับบัญชาของกลุ่มบริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์.**

พีรภูมิ สنج. (2558). **คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานสอบสวน สังกัดกองบังคับการตำรวจนครบาล 2.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุมาลี จุทอง. (2562). **การจัดการภัยพิบัติโรคระบาดโควิด 19 ในพื้นที่ชุมชนริมคลอง ห้วยหมากน้อย สำนักงานเขตบางกะปิ.** ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุรัชย์ แก้วพิกุล. (2560). **คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรวิทยาลัยพยาบาลตำรวจ.** กรุงเทพฯ: COVID-19กับการเรียนรู้สู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพในวันนี้.

เสถียร พูลผล; และ ปฏิพล อรรถนพบริบูรณ์. (2562). **การสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษา เกษตรศาสตร์ที่มีต่อการเรียนออนไลน์ในช่องโควิด เพื่อออกแบบแนวทางการจัดการเรียนรู้รูปแบบใหม่ ของคณะเกษตร มหาวิทยาลัยสยาม.**

อวาทิพย์ แว. (2563). **COVID-19 กับการเรียนรู้สู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพในวันนี้. วารสารสมาคมวิชาชีพสุขภาพ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 35(1).**

S0084: การบริหารจัดการของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ในสถานการณ์โควิด-19 ในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

MANAGEMENT OF DISASTER PREVENTION AND MITIGATION IN THE COVID-19 SITUATION IN THE AREA OF NAKHON YALA MUNICIPALITY, MUEANG DISTRICT, YALA PROVINCE

ไชเพีย แสแลมั่ง¹ ปุตรี ยานยา² อาวาทิฟ ตูหยง³ วัชร ขาวสังข์⁴

^{1, 2, 3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการบริหารจัดการของสำนักงานป้องกันและบรรเทาภัยในสถานการณ์โควิด-19 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานในสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดยะลา จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี และ 31-40 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,000-20,000 บาท จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 1-5 ปี สถานภาพ สมรส ศาสนาอิสลาม ลักษณะการบริหารจัดการของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย จังหวัดยะลา ในสถานการณ์โควิด-19 พบว่า อยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการในสำนักงานป้องกันบรรเทาสาธารณภัย จังหวัดยะลา ได้แก่ การวางแผนงาน การดำเนินงาน การประเมินงาน และภาวะผู้นำ

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ ในสถานการณ์โควิด-19

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the management characteristics of the Office of Prevention and Mitigation in the QUICK-19 situation. The sample consisted of 30 employees in the Office of Prevention and Mitigation, Yala Province. The research instrument was a questionnaire. The statistics used in the research were percentage, mean and standard deviation. Most of the respondents were female, aged between 20-30 years and 31-40 years. 10,000-20,000 baht Graduated with a bachelor's degree More than 1-5 years of work experience, marital status, Islam, management characteristics of the Yala Provincial Disaster Prevention and Mitigation Office in the situation of COVID-19 Found to be at a high level Most of them focus on management in the Yala Provincial Disaster Prevention and Mitigation Office, including operational planning, job assessment and leadership.

Keywords: Management In the scenario of COVID-19

บทนำ

โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เกิดจากโคโรนาไวรัสพันธุ์ใหม่ ที่ไม่เคยพบในมนุษย์มาก่อน พบไวรัสนี้เป็นครั้งแรกที่เมืองอู่ฮั่น ในประเทศจีน ในช่วงต้นปี 2563 เป็นช่วงที่สาธารณรัฐประชาชนจีนกำลังระบาดอย่างหนัก มีผู้เจ็บป่วยและล้มตายเป็นจำนวนมาก ในช่วงนั้นมีคนจีนและคนต่างชาติจำนวนมากที่ได้รับผลกระทบและขอความช่วยเหลือจากทางรัฐบาล โดยไม่สามารถออกไปไหนมาไหนได้ถูกจำกัดพื้นที่ให้อยู่ในบ้านพักเท่านั้น เนื่องจากมีการแพร่ระบาดของไวรัสนี้อย่างมาก ทำให้ชื่อของไวรัสนี้ที่เราเรียกกันติดปากและคุ้นชินนั้นคือ “ไวรัสอู่ฮั่น” โดยมาจากเมืองที่เป็นต้นกำเนิดของไวรัสนี้และใน นับแต่นั้นไวรัสนี้ได้แพร่ขยายออกอย่างกว้างขวางในประเทศจีน และพบว่ามีผู้ป่วยด้วยไวรัสนี้ในประเทศอื่นด้วยหลายประเทศ รัฐบาลจีนได้รายงานผู้ป่วยให้องค์การอนามัยโลกประจำประเทศจีนทราบเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2562 และประกาศให้เป็นภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขวันที่ 30 มกราคม 2563 และยกระดับเป็นการระบาดทั่วโลก ในช่วงปลายปี 2562 จนถึงช่วงปี 2563 ในทั่วโลกไม่ว่าจะเป็นประเทศในยุโรป อเมริกา แอฟริกา เอเชีย ซึ่งหนึ่งในนั้นคือประเทศไทยที่ ซึ่งเป็นไวรัสที่ยังไม่มีการรับมือ ไม่มีวัคซีนในการป้องกัน หรือแม้แต่ยาที่ใช้รักษา ยับยั้งการแพร่ระบาดนี้ลงได้จึงทำให้มีผู้ติดเชื้อจำนวนมากขึ้นทุกวัน ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดอย่างหนักในแต่ละประเทศ และมีผู้เสียชีวิตเพิ่มขึ้นทุกวัน (กรมควบคุมโรค. 2563) สถานการณ์ทั่วโลกล่าสุดเมื่อวันที่ 24 ธันวาคม ทั่วโลกมีผู้ติดเชื้อไวรัสโควิด 19 อยู่ที่ 79,036,355 คน เพิ่มขึ้นจากวันก่อน 683,204 คน รักษาตัวหายแล้ว รวม 55,609,314 คน และยอดสะสมผู้เสียชีวิตอยู่ที่ 1,736,659 ราย (ศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 หรือ ศบค. 2563)

ประเทศไทยพบผู้ป่วยต้องสงสัยรายแรกเมื่อวันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2563 ซึ่งเดินทางมาถึงกรุงเทพมหานคร โดยเที่ยวบินจากนครอู่ฮั่น กระทรวงสาธารณสุขของไทยประกาศเมื่อวันที่ 12 ม.ค. 2563 ว่าพบนักท่องเที่ยวหญิงวัย 61 ปี สัญชาติจีน ติดเชื้อโควิด-19 นับว่าเป็นการพบผู้ติดเชื้อคนแรกนอกประเทศจีน จากการสอบสวนโรค พบว่า เธอเดินทางออกจากเมืองอู่ฮั่น ถึงท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ เมื่อวันที่ 3 ม.ค. 2563 2 วันต่อมาพบว่า เธอมีอาการเจ็บคอ มีไข้ หนาวสั่น และปวดหัว จากนั้นในวันที่ 8 ม.ค. เธอเข้ารับการรักษาในห้องแยกโรคความดันลบของสถาบันบำราศนราดูร ผลทดสอบหาโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่เป็นบวก ต่อมาในวันที่ 31 ม.ค. ชายไทยวัย 50 ปี ซึ่งขับแท็กซี่ใน กรุงเทพมหานคร ได้รับผลตรวจว่าติดเชื้อโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ เพราะก่อนหน้านี้เขาขับผู้โดยสารชาวจีนจากเมืองอู่ฮั่น ซึ่งมีอาการป่วยไปส่งโรงพยาบาล ถือว่า ชายคนนี้เป็นคนไทยรายแรกที่ติดไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ โดยไม่เคยมีประวัติเดินทางไปประเทศจีนมาก่อน คนขับแท็กซี่ เข้ารักษาตัวที่สถาบันบำราศนราดูรและหายจากโรค สถานการณ์ล่าสุดเมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2563 มีผู้ติดเชื้อใหม่ 67 คน ทำให้มียอดผู้ป่วยสะสมล่าสุด อยู่ที่ 5,829 คน ไม่มีผู้เสียชีวิตรายใหม่ ทำให้มียอดผู้เสียชีวิตสะสมทั่วประเทศ อยู่ที่เท่าเดิม 60 ราย มีผู้ป่วยรักษาตัวหายกลับบ้านเพิ่ม 21 คน รวมยอดผู้ป่วยรักษาตัวหายกลับบ้านได้แล้วที่ 4,116 มีผู้ป่วยที่ยังรักษาตัวในโรงพยาบาล 1,653 (ศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 หรือ ศบค. 2563)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย จังหวัดยะลา ได้กำหนดมาตรการการควบคุมแก้ไขปัญหาโดยให้ส่วนราชการรวมถึงภาคเอกชนเฝ้าระวังและติดตามสถานการณ์ใกล้ชิดและต่อเนื่อง และดำเนินการตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด โดยในส่วนของหน่วยงานต่าง ๆ ให้ดำเนินการตามภารกิจที่รับผิดชอบ โดยมีเป้าหมายลดการแพร่เชื้อและการระบาดของโรคจังหวัดมีมาตรการสำคัญในการดำเนินงานทั้งระดับบุคคล สังคม การควบคุมพื้นที่ การรองรับผู้ป่วย การเฝ้าระวังดูแลกลุ่มเสี่ยง การเตรียมความพร้อมของเวชภัณฑ์ บุคลากรทางการแพทย์ สถานที่กักกัน สำหรับสถานการณ์การแพร่

ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) จังหวัดยะลา (ศูนย์ข้อมูลข่าวสารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จังหวัดยะลา)

จากความสำคัญที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้ลงสังเกตการณ์ในสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา เบื้องต้น พบว่า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในปัจจุบันเป็นสถานการณ์ที่สำนักงานควรให้ความสนใจ เพราะเป็นสถานการณ์หนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อสำนักงานและหน่วยงานอื่น ๆ ซึ่งสถานการณ์การแพร่ระบาด เป็นสถานการณ์หนึ่งที่องค์กรควรให้ความสนใจในการเฝ้าระวังรองรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้น โดยเฉพาะการบริหารจัดการของสำนักงานต้องสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ดังนั้น ผู้วิจัยต้องการศึกษาการบริหารจัดการของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในสถานการณ์โควิด-19 ในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา และทำให้สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการองค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์

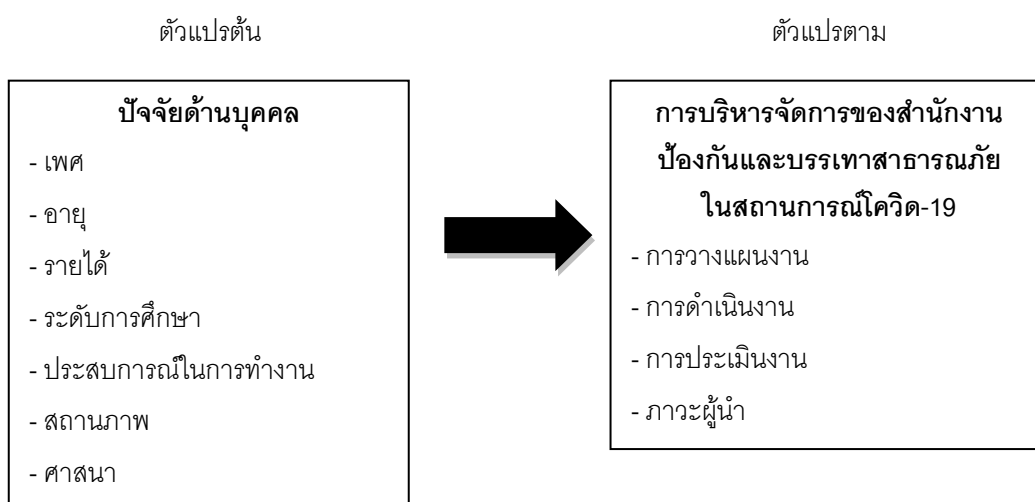
เพื่อศึกษาระดับการบริหารจัดการของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในสถานการณ์โควิด-19

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงลักษณะการบริหารจัดการของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ในสถานการณ์โควิด-19
2. หัวหน้าสำนักงานสามารถนำผลการศึกษาวิจัยไปพัฒนาและปรับปรุงการบริหารองค์กรให้เหมาะสมและให้มีประสิทธิภาพ
3. นักศึกษา นักวิจัย หรือบุคคลทั่วไปสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “การบริหารจัดการของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ในสถานการณ์โควิด-19 ในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา” ผู้วิจัย กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดยะลา จำนวน 30 คน จากแผนกป้องกันและปฏิบัติ แผนกยุทธศาสตร์ และแผนกส่งเสริม

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดยะลา จำนวน 30 ชุด จากแผนกป้องกันและปฏิบัติ แผนกยุทธศาสตร์ และแผนกส่งเสริม

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เป็นการบริหารจัดการของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ในสถานการณ์โควิด-19 ในเขตพื้นที่จังหวัดยะลา

2. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านบุคคล ประกอบไปด้วย เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน สถานภาพ และศาสนา

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ประกอบไปด้วย การวางแผน การดำเนินงาน การประเมิน และภาวะผู้นำ

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดยะลา

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่าง 26 ตุลาคม 2563 - 13 พฤศจิกายน 2563

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 30 ชุด

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่ และร้อยละ
2. การวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารจัดการของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดยะลา โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี ประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 1-5 ปี เงินเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท สถานภาพสมรส ศาสนาอิสลาม มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนงาน มาก มีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงาน มาก มีการประเมินผลการทำงาน มาก มีภาวะความเป็นผู้นำมาก

การหาค่าปริมาณปัจจัยที่มีระดับความสำคัญต่อการบริหารจัดการสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย จังหวัดยะลา พบว่าปัจจัยสำคัญที่มีระดับความสำคัญต่อการบริหารจัดการสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย จังหวัดยะลา ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ 1) ด้านการวางแผนงานในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก 2) ด้านภาวะผู้นำในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก 3) การดำเนินงานในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก และ 4) ด้านการประเมินงานในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก

สรุป

สำนักงานมีการกำหนดเป้าหมายและนโยบายอย่างชัดเจน และแจ้งให้ผู้บังคับบัญชาทราบด้วย มีการวางแผนในการทำงาน ทำตัวเป็นแบบอย่างที่ดีในการทำงาน เช่น ทำงานอย่างมีระบบ ตรงต่อเวลา

อภิปรายผล

ผลของการวิจัย มีประเด็นที่นำมาอภิปรายได้ดังนี้

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านมีความรู้ความเข้าใจ ในการวางแผนงาน ด้านมีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงาน ด้านมีการประเมินผลการ ทำงาน ด้านมีภาวะความเป็นผู้นำ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์มาก ดังนั้นสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดยะลา มีศักยภาพของบุคลากรดีพอ อยู่ในเกณฑ์ที่ดี ดังนี้

1. ด้านการวางแผนงานของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดยะลา ในสถานการณ์โควิด-19 ที่พบว่ามีความสำคัญต่อการบริหารจัดการองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น คือ ต้องมีการจัดทำแผนในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ พร้อมประชาสัมพันธ์ถึงภารกิจหลักของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยให้บุคลากรได้รับทราบ เพื่อให้บุคลากรได้มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนงาน มีการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินงานแก่บุคลากรให้ปฏิบัติตามแผนงาน และนโยบายที่วางไว้แผนที่จัดทำต้องกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย วิธีการดำเนินงาน งบประมาณ อัตรากำลังและระยะเวลาดำเนินงานไว้อย่างชัดเจน โดยต้องควบคุมการใช้จ่ายตามงบประมาณให้เป็นไปตามแผนงาน ระเบียบ และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภักดีปัญญา ธรรมโชติ; และคณะ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบบริหารจัดการระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนองค์การแห่งการเรียนรู้ ตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ

2. ด้านการดำเนินงานของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดยะลา ในสถานการณ์โควิด-19 ที่พบว่ามีความสำคัญต่อการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น คือ ด้านงบประมาณ การใช้จ่ายงบประมาณควรเป็นไปตามระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยมีการจัดทำแผนการใช้จ่ายงบประมาณและแผนการจัดซื้อจัดจ้างที่ชัดเจน ตลอดจนการจัดสรรงบประมาณเพื่อการบริหารงานในแต่ละส่วนงานควรมีระเบียบปฏิบัติที่ชัดเจน และเพียงพอต่อการบริหารงาน ด้านวิธีปฏิบัติงาน โครงสร้างการบริหารงานในแต่ละส่วน/กองควรมีความชัดเจนมีการ

ประสานงานระหว่างส่วน/กอง ในองค์กรจึงจะทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพสูง พร้อมทั้งมีการศึกษาวิเคราะห์ ปัจจัยสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานก่อนลงมือปฏิบัติงาน ด้านวัสดุอุปกรณ์ สถานที่ทำงานควรมีความเหมาะสมสามารถรองรับการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เทคโนโลยีที่ใช้ควรทันสมัย สภาพสมบูรณ์ มีวัสดุอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานอย่างเพียงพอ หากวัสดุที่ใช้ปฏิบัติงานเกิดชำรุดเสียหายหรือไม่เพียงพอ ขั้นตอนในการจัดหาวัสดุ ควรมีความรวดเร็ว มีการจัดสรรทรัพยากรที่ใช้ปฏิบัติงานอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอเพื่อให้ องค์การบรรลุผลที่ดีที่สุดทั้งในด้านประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการทำงาน ด้านบุคลากร บุคลากรในองค์กรควรมี ความสามัคคีให้ความร่วมมือ มีความกระตือรือร้น และเอาใจใส่ในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรัฐ แลสันกลาง; และคณะ (2562). ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการแรงงานต่างด้าวในพื้นที่เทศบาลตำบลอุโมงค์ จังหวัด ลำพูน

3. ปัจจัยด้านการประเมินผลของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดยะลา ในสถานการณ์ โควิด-19 ที่พบว่ามีความสำคัญต่อการบริหารจัดการสำนักงาน คือ นำข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการประเมินมาปรับปรุง แก้ไขให้ทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน มีการดำเนินงานอย่างเหมาะสม ติดตามประเมินผลเกี่ยวกับประสิทธิผลของ กระบวนการปฏิบัติงาน ทำให้สามารถทราบได้ว่านโยบายที่ปฏิบัติประสบผลสำเร็จหรือไม่ มีการเปรียบเทียบประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานกับองค์กรอื่นที่มีลักษณะการดำเนินงานเหมือนกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พันเอก ศุภณัฐ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการหน่วยงานกลางในการคุ้มครองพยานในคดีอาญาในกระบวนการยุติธรรมไทย

4. ปัจจัยด้านภาวะผู้นำของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดยะลา ในสถานการณ์ โควิด-19 ที่พบว่ามีความสำคัญต่อการบริหารจัดการสำนักงาน คือ ผู้บังคับบัญชาหรือผู้บริหารควรสร้างความสัมพันธ์ อันดีต่อบุคลากรในหน่วยงาน และรู้จักยอมรับสภาพที่ปรากฏไม่ว่าจะเป็นอย่างไร สอดคล้องกับงานวิจัยของ มานี แสงหิรัญ; และคณะ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการบริหารจัดการหน่วยบริการประจำอำเภอ กรณีศึกษาศูนย์ การศึกษาพิเศษ ประจำจังหวัดน่าน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ในสถานการณ์ โควิด-19 ในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา
2. ควรศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ในสถานการณ์โควิด-19 ในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา
3. การวิจัยพบว่าการบริหารจัดการมีความสำคัญในการบริหารองค์การ เพื่อให้สำนักงานป้องกันและบรรเทา สาธารณภัย ในสถานการณ์โควิด-19 ในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา ประสบความสำเร็จบรรลุตามเป้าหมายตามที่ กำหนด ในการบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศ ดังนั้นองค์กรควรมีการปรับเปลี่ยนการบริหารของสำนักงานตลอดเวลา เพื่อสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

พงษ์มนัส ดือด. (2563). ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อการประกอบอาชีพบริการ จัดส่งอาหาร. มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัยอีสาน. 2586-923. ปีที่ 7 ฉบับที่ 6 (2020): มิถุนายน 2563.

- พันเอก ศุภณัฐ (2561). การบริหารจัดการหน่วยงานกลางในการคุ้มครองพยานในคดีอาญาในกระบวนการยุติธรรมไทย. ฉบับ 11 ฉบับที่ 1.
- ภาคิณญา ธรรมโชติ; และคณะ. (2560). รูปแบบบริหารจัดการระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนองค์การแห่งการเรียนรู้ ตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ. มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ.
- มานี แสงหิรัญ; และคณะ. (2563). แนวทางการบริหารจัดการหน่วยบริการประจำอำเภอ กรณีศึกษาศูนย์การศึกษาพิเศษ ประจำจังหวัดน่าน. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์. 2586-923. ปีที่ 7 ฉบับที่ 9 (2020): กันยายน 2563.
- สุวรัฐ แลสันกลาง; และคณะ. (2562). การบริหารจัดการแรงงานต่างด้าวในพื้นที่เทศบาลตำบลอุโมงค์ จังหวัดลำพูน. ลำปาง: มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

S0085: การบริหารจัดการป้องกันโรคระบาด โควิด-19 ในตำบลดุซงญอ อำเภोजะเนาะ จังหวัดนราธิวาส**COVID-19 PREVENTION MANAGEMENT IN DUSSONGYO SUB-DISTRICT, CHAE DISTRICT, NARATHIWAT PROVINCE**

พาตีมะห์ กาแม¹ สุไลลา และซาเยะ² ฮาฟิซะห์ ดอเลาะ³ วัชรระ ชาวสังข์⁴

^{1, 2, 3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการป้องกันโรคระบาดโควิด-19 ในตำบลดุซงญอ อำเภोजะเนาะ จังหวัดนราธิวาส กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรในพื้นที่ตำบลดุซงญอ และเจ้าหน้าที่องค์กรบริหารส่วนตำบลดุซงญอ รวมทั้งสิ้น 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า การศึกษานี้มีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ทั้งสิ้น 385 ตัวอย่าง จากประชากรเขตพื้นที่องค์กรบริหารส่วนตำบลดุซงญอ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 0.70 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 0.29 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.32 รองลงมาคือ มีอายุ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.20 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 0.61 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 0.91

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, การป้องกัน, โควิด-19

Abstract

The objective of this study was to study the management of COVID-19 epidemic prevention in Dussongyo Sub-district, Chae District, Narathiwat Province. The sample groups were Population in the area of Dussonny sub-district A total of 385 people from the Dussung Ngo Subdistrict Service Organization were employed. The data analysis questionnaire was used in this research. Using descriptive statistics such as percentage, mean, standard deviation The results of the research were as follows: In this study, a total of 385 surveyed samples were drawn from the population of the Dussung Ngo Sub-District Administrative Organization. With female respondents Accounted for 0.70 percent Being male, accounting for 0.29 percent of the respondents' age. Most of them had the highest average age at 21 years, representing 0.32 percent, followed by the age of 20, accounting for 0.20 percent. The education level of most respondents was a bachelor's degree. Representing 0.61 percent. Most of the respondents were unmarried. Accounted for 0.91 percent

Keywords: management, prevention, COVID-19

บทนำ

ปัจจุบันองค์กรในจังหวัดยะลาได้มีเขตการปกครองเป็น 64 เขต ซึ่งได้แบ่งเขตการปกครองเป็น เทศบาลทั้งหมด 10 เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล 53 เขต และองค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 เขต เทศบาลจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 ซึ่งได้กำหนดให้การจัดตั้ง การเปลี่ยนชื่อ การเปลี่ยนแปลงเขต หรือการเปลี่ยนแปลงฐานะของเทศบาล ให้กระทำเป็นพระราชกฤษฎีกาเทศบาลมีฐานะเป็นนิติบุคคล แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ เทศบาลตำบล เทศบาลเมือง และเทศบาลนคร อย่างไรก็ตามเทศบาลทั้ง 3 ระดับ มีโครงสร้างเหมือนกัน คือ ประกอบด้วยสภาเทศบาล (ซึ่งสมาชิกมาจากการเลือกตั้งของประชาชนในเขตเทศบาลนั้น) และคณะเทศมนตรี (นายกเทศมนตรีและเทศมนตรีอีกจำนวนหนึ่ง) จะแตกต่างกันก็เฉพาะ ที่ตั้งหรือจำนวนประชากรการจัดการจัดการกับการระบาดของโรคโควิด-19 ของประเทศไทยจะได้รับการยอมรับ ระดับโลก ในการจัดการระดับเมือง “เทศบาลนครยะลา” เป็นตัวอย่างที่ดีในการรับมือกับโควิด-19 ของหน่วยงานภาครัฐ และทำให้เห็นถึงความเข้มแข็งในการบริหารจัดการ พร้อมฉายภาพการทำงานของส่วนกลาง และนอกพื้นที่ รวมทั้งหมด เทศบาลนครยะลา เนื่องจากท้องถิ่นมีบทบาทหน้าที่ดูแลประชาชนมาโดยตลอด จึงต้องทำตั้งแต่ป้องกันไปจนถึงแก้ปัญหาให้ทันสถานการณ์หากเกิดวิกฤต สำหรับโควิด-19 มองว่าตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์เริ่มมีปัญหาแน่ จึงเริ่มทำแบบจำลองสถานการณ์กรณีเลวร้ายที่สุด รายงานสถานการณ์ผู้ป่วยโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (covid-19) ในจังหวัดยะลา ยอดผู้ป่วยโรคโควิด-19 สะสมรวม 101 สองอำเภอในจังหวัดยะลาที่เป็นพื้นที่สีแดง ได้แก่ อำเภอบันนังสตา ซึ่งพื้นที่หมู่ 3 บ้านเปาะยานิ ตำบลสะเตงนอก ยังเสี่ยงต่อการระบาด เนื่องจากสัมผัสผู้ป่วยก่อนหน้าหลายคน นอกจากนี้จากการที่บุคลากรสาธารณสุขลงพื้นที่ตรวจหาผู้ติดเชื้อ มีการพบผู้ป่วยรายใหม่ในพื้นที่ ตำบลสะเตงนอกเพิ่มอีกหลายราย (สุดา แวฮะยี. 2563)

องค์การบริหารส่วนตำบลดุซงญอ อ.จะนะ จ.นราธิวาส ซึ่งเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่ง ที่จัดตั้งขึ้น เพื่อความคล่องตัวในการบริหารงานมากที่สุดในการแก้ไขปัญหาระดับท้องถิ่น ตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2546 พระราชบัญญัติฉบับนี้ได้กำหนดอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลดุซงญอ ในด้านสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม ตามมาตรา 66 หน้าที่ทั่วไป คือ อำนาจหน้าที่ในการพัฒนาตำบล ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม มาตรา 67 หน้าที่ต้องทำ ได้แก่ การจัดให้มีและบำรุงทางน้ำและทางบก รักษาความสะอาดถนน ทางเดินและที่สาธารณะ รวมทั้งกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล ป้องกันและระงับโรคติดต่อ ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ส่งเสริมการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ส่งเสริมการพัฒนาสตรี เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้พิการ คุ้มครองดูแล บำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ทางราชการมอบหมาย (สุรพล นิธิไกรพนธ์. 2559)

การบริหารจัดการป้องกันโรคระบาดโควิด-19 ในตำบลดุซงญอ อำเภอจะนะ จังหวัดนราธิวาส จะนำบทความนี้มาใช้ในการศึกษาในการบริหารจัดการและการป้องกันโควิด-19 ของ อบต.ดุซงญอ อำเภอจะนะ จังหวัดนราธิวาส นี้ได้ผลประโยชน์ต่อองค์การบริหารส่วนตำบลผู้วิจัยศึกษาประวัติความเป็นมาขององค์การบริหารส่วนตำบลดุซงญอ อำเภอจะนะ จังหวัดนราธิวาส เพื่อให้เข้าใจความเป็นมา และกระบวนการพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบล ศึกษาปัจจัยต่างๆ อาทิ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกการบริหารจัดการของตำบลดุซงญอ ประสิทธิภาพสำเร็จเพื่อเข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานกิจการขององค์การบริหารส่วนตำบล ตลอดจนศึกษาปัญหาและอุปสรรคขององค์การบริหารส่วนตำบลดุซงญอ อำเภอจะนะ จังหวัดนราธิวาส

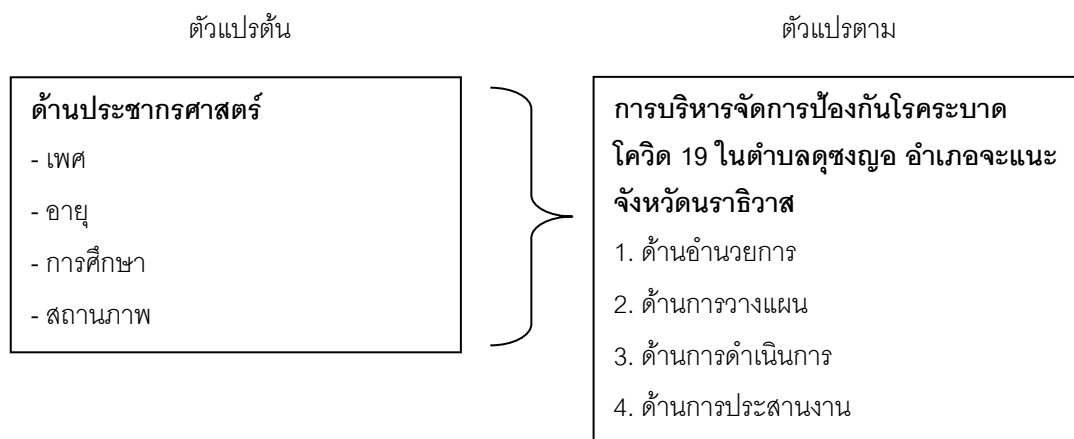
วัตถุประสงค์

1. การบริหารจัดการป้องกันโรคระบาด โควิด-19 ในตำบลดุขงญอ อำเภอจะนะ จังหวัดนราธิวาส

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประชาชนในพื้นที่มีความรู้ และรู้จักการป้องกันตนเองจากโรคไวรัสโคโรนา 2019 (covid-19)
2. ไม่มีโรคไวรัสโคโรนา (covid-19) ระบาดในพื้นที่
3. ต้องการให้ทราบถึงปัญหาและข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการป้องกันโรคระบาดโควิด-19 ในตำบลดุขงญอ อำเภอจะนะ จังหวัดนราธิวาส

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เป็นการศึกษาเรื่องการบริหารจัดการป้องกันโรคระบาดโควิด-19 ในตำบลดุขงญอ อำเภอจะนะ จังหวัดนราธิวาส

2. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ ประกอบไปด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่ ด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส

ตัวแปรตาม คือ การบริหารจัดการป้องกันโรคระบาดโควิด 19 ในตำบลดุขงญอ อำเภอจะนะ จังหวัดนราธิวาส ด้านอำนาจการ ด้านการวางแผน ด้านการดำเนินการ ด้านการประสานงาน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ องค์การบริหารส่วนตำบลดุขงญอ

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างวันที่ 26 ตุลาคม ถึง 13 พฤศจิกายน 2563

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นการเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ 385

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรตำบลดุขงญอ อำเภอจะนะ จังหวัดนราธิวาส

วิธีการเก็บข้อมูล

1. ความหมายของเครื่องมือ วิธีการที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเครื่องมือ วิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล หมายถึง สิ่งพิมพ์ วัสดุอุปกรณ์/วิธีการ ที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง หรือประชากรที่ศึกษา เพื่อนำข้อมูล มาวิเคราะห์ใช้ตอบปัญหาการวิจัยได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ซึ่งเครื่องมือ วิธีการที่ใช้ในการวิจัยมีหลากหลาย ซึ่งผู้วิจัยจะต้องมีความเข้าใจและเลือกใช้ให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ กลุ่มตัวอย่าง และการวิเคราะห์ข้อมูล

2. ความสำคัญของเครื่องมือ วิธีการที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิจัยใด ๆ ผู้วิจัยจะต้องเลือกใช้เครื่องมือ วิธีการที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลที่เหมาะสม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ได้อ่านตอบปัญหาการวิจัยได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน และน่าเชื่อถือ โดยที่เครื่องมือที่ใช้จะต้องมีคุณภาพที่ดี มีกระบวนการสร้างและการพัฒนาที่ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ของเครื่องมือแต่ละประเภทด้วย และวิธีการจะต้องเลือกให้เหมาะสมกับลักษณะของข้อมูล และกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

3. ผู้วิจัยได้ทำหนังสือถึงนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดุขงญอ อำเภोजะเนาะ จังหวัดนราธิวาส เพื่อขออนุญาตให้ผู้วิจัยได้เข้าไปรวบรวมข้อมูล

4. เมื่อได้รับอนุญาตจากนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดุขงญอ อำเภोजะเนาะ จังหวัดนราธิวาส ผู้วิจัยได้เข้าพบกับปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลดุขงญอ อำเภोजะเนาะ จังหวัดนราธิวาส เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามด้วยตนเองต่อประชาชนที่มารับบริการและอธิบายวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยครั้งนี้ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลและอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามโดยละเอียด

5. ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามด้วยตนเอง และรับแบบสอบถามคืนมาด้วยตนเองมา แบบสอบถามที่ได้มาคัดเลือกฉบับที่สมบูรณ์ แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารป้องกันโรคระบาดโควิด-19 ในตำบลดุขงญอ อำเภोजะเนาะ จังหวัดนราธิวาส ผู้วิจัยได้นำข้อมูลในการตอบแบบสอบถาม จำนวน 40 ฉบับ และได้แบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน 34 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 34 ของแบบสอบถามทั้งหมด มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารป้องกันโรคระบาดโควิด -19 ในตำบลดุขงญอ อำเภोजะเนาะ จังหวัดนราธิวาส

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล

ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่เกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอในรูปแบบของจำนวน ค่าความถี่ และค่าร้อยละ มีรายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล

ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล	ค่าความถี่	ค่าร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	10	0.29
หญิง	24	0.70
รวม	34	100
2. อายุ (ปี)		
18	2	0.05
19	2	0.05
20	7	0.20
21	11	0.32
22	5	0.14
23	2	0.05
24	5	0.14
รวม	34	100
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	10	0.29
ปริญญาตรี	21	0.61
สูงกว่าปริญญาตรี	2	0.05
อื่นๆ โปรดระบุ.....	1	0.02
รวม	34	100
4. สถานภาพสมรส		
โสด	31	0.91
สมรส	3	0.08
รวม	34	100

จากตาราง 1 พบว่า ประชากรในตำบลชุมชงญอ อำเภอจะนะ จังหวัดนราธิวาส ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 0.70 มีอายุ 21 ปี ร้อยละ 0.32 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 0.61 สถานภาพสมรส ร้อยละ 0.08 โสด ร้อยละ 0.91

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการป้องกันโรคระบาดโควิด-19 ในตำบลดุขงญอ อำเภोजะเณระ จังหวัดนราธิวาส

ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการป้องกันโรคระบาดโควิด-19 ในตำบลดุขงญอ อำเภोजะเณระ จังหวัดนราธิวาส ได้แก่ ด้านอำนาจการในสถานการณ์โควิด-19 ด้านการวางแผนในสถานการณ์โควิด-19 ด้านการดำเนินการในสถานการณ์โควิด-19 ด้านประสานงานในสถานการณ์โควิด-19 ด้านการควบคุมในสถานการณ์โควิด-19 ด้านการส่งเสริมสุขภาพในสถานการณ์โควิด-19 ด้านสิ่งแวดล้อมในสถานการณ์โควิด-19 ด้านการแพร่ระบาดในสถานการณ์โควิด-19 โดยใช้สถิติเชิงพรรณนานำเสนอในรูปของจำนวนหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีรายละเอียดดังตาราง 2

ตาราง 2 เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นการบริหารจัดการป้องกันโรคระบาดโควิด-19 ในตำบลดุขงญอ อำเภोजะเณระ จังหวัดนราธิวาส

	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านอำนาจการในสถานการณ์โควิด-19			
1. องค์การบริหารส่วนตำบลได้มีการอำนาจการสะดวกในด้านการบริการ	8.5	8.1	มาก
2. ทางองค์กรได้แจกหน้ากากอนามัยให้กับคนในชุมชน	6.8	7.77	มาก
3. องค์กรให้ความชัดเจนในการอธิบายชี้แจงและแนะนำขั้นตอนในการบริการ	8.5	8.1	มาก
4. องค์กรมีการติดประกาศหรือแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการ	8.5	8.1	มาก
5. องค์กรได้ดำเนินงานเป็นไปตามแผนหรือเป้าหมายที่กำหนดไว้	8.5	8.1	มาก
6. ให้คำแนะนำกับประชาชน	8.5	8.1	มาก
7. ทางองค์กรได้เน้นในการติดต่อสื่อสารของประชาชนและในพื้นที่ที่ใกล้เคียง	8.5	8.1	มาก
8. ทางองค์กรได้จัดสวัสดิการต่างๆให้กับประชาชน	8.5	8.1	มาก
9. องค์กรได้จัดสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ให้บริการ	6.8	7.77	มาก
10. ทางองค์กรได้ให้ประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการปฏิบัติงาน	8.5	8.1	มาก
ด้านการวางแผนในสถานการณ์โควิด-19			
1. การวางแผนการติดตามผลการตรวจสอบในช่วง สถานการณ์โควิด-19	8.5	8.1	มาก
2. มีการส่งเสริมกิจกรรมในการป้องกันและแก้ไขปัญหาของ อบต.ดุขงญอ	8.5	8.1	มาก
3. มีการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ในการป้องกันโควิด-19	8.5	8.1	มาก
4. ฝ่ายบริหารมีการจัดแผนเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายการดำเนินงานที่กำหนด	6.8	7.77	มาก

ตาราง 2 (ต่อ)

	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
5. แผนที่ทำให้มีการกำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมายวิธีการดำเนินงาน งบประมาณ อัตรากำลังและระยะเวลาดำเนินไว้อย่างชัดเจน	8.5	8.1	มาก
6. มีการสื่อสารให้กับบุคลากรที่รับผิดชอบการปฏิบัติตามแผน	8.5	8.1	มาก
7. มีการมอบหมายหน้าที่การรับผิดชอบในการดำเนินการตามแผนให้แก่ เจ้าหน้าที่	6.8	7.77	มาก
8. มีการติดตามผลและวางแผนป้องกันหรือลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจาก ปัจจัยภายนอก	6.8	7.77	มาก
9. มีการจัดแผนการปฏิบัติงาน	8.5	8.1	มาก
10. มีการกำหนดงบประมาณและการใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ	8.5	8.1	มาก
ด้านการดำเนินการในสถานการณ์โควิด-19			
1. ด้านการดำเนินการในสถานการณ์โควิด-19	8.5	8.1	มาก
2. มีการจัดสรรทรัพยากรสอดคล้องตามแผนอัตรากำลัง	8.5	8.1	มาก
3. มีการดำเนินการตามแผนปฏิบัติงานที่กำหนด	8.5	8.1	มาก
4. มีการใช้ข้อมูลที่ได้จากการดำเนินการจริงเพื่อประเมินและปรับปรุงการ ดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ	8.5	8.1	มาก
5. มีการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในโครงการ/กิจกรรม	8.5	8.1	มาก
6. มีการเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นในโครงการ/กิจกรรม	13.6	151	มาก
7. มีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลโครงการ/กิจกรรม	6.8	7.77	มาก
8. มีการรายงานผลการดำเนินการของโครงการ/กิจกรรม	8.5	8.1	มาก
9. ประโยชน์ที่ประชาชนได้รับจากการดำเนินโครงการ/กิจกรรม	8.5	8.1	มาก
10. การดำเนินการเป็นไปตามระยะที่กำหนด	11	13.86	มาก
ด้านประสานงานในสถานการณ์โควิด-19			
1. องค์กรมีการประสานงานกับคนในองค์กรและประชาชนเกี่ยวกับการ ป้องกันโรคระบาดโควิด-19 อย่างควบคุมและทั่วถึง	11.3	151	มาก
2. มีความพร้อมในการให้บริการและติดต่อประสานงานรวดเร็ว	11.3	151	มาก
3. ความสะดวกในการติดต่อประสานงาน	8.5	8.1	มาก
4. เจ้าหน้าที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่ให้บริการและถ่ายทอดความรู้ ได้ดี	8.5	8.1	มาก
5. การบริการเป็นเลิศ	8.5	8.1	มาก
6. การชี้แจงข้อมูลข่าวสารให้ทราบล่วงหน้า	8.5	8.1	มาก
7. มีการรายงานข้อมูลการดำเนินงานที่สำคัญให้ทราบ	8.5	8.1	มาก

ตาราง 2 (ต่อ)

	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
8. มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย	8.5	8.1	มาก
9. ทางองค์กรมีการตรวจสอบอุปสรรคและสภาพปัญหาของประชาชน	11.3	151	มาก
10. ช่องทางการติดต่อ ประสานงานการตรวจสอบกับผู้ตรวจสอบภายใน สะดวกรวดเร็วและสามารถเข้าถึงได้ง่าย	8.5	8.1	มาก
ด้านการควบคุมในสถานการณ์โควิด-19			
1. องค์กรมีมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19	11.3	151	มาก
2. องค์กรมีการเฝ้าระวังบุคคลที่เดินทางกลับจากทำงานในพื้นที่ที่มีการ ติดเชื้ออย่างใกล้ชิด	8.5	8.1	มาก
3. องค์กรได้ให้ความรู้ และแนะนำเกี่ยวกับดูแลเฝ้าระวังป้องกันตนเองจากการ ติดเชื้อไวรัสโควิด-19	8.5	8.1	มาก
4. การประสานงานและบูรณาการดำเนินงานของหน่วยงานในพื้นที่	11.3	151	มาก
5. มีช่องทางการเข้าถึงกิจกรรมการบริหารความเสี่ยงการควบคุมภายใน และการตรวจสอบที่สะดวก	8.5	8.1	มาก
6. องค์กรได้ดำเนินงานเฝ้าระวัง สุขภาพของประชาชนที่ชัดเจน	8.5	8.1	มาก
7. มีการป้องกันและควบคุมการติดเชื้อของประชาชนและพื้นที่ใกล้เคียง	8.5	8.1	มาก
8. การดูแลความสะอาดในตำบลชุมชน	8.5	8.1	มาก
ด้านการส่งเสริมสุขภาพในสถานการณ์โควิด-19			
1. องค์กรส่งเสริมให้ประชาชนออกกำลังกายเพื่อป้องกันการห่างไกลจาก ไวรัสโควิด-19	11.3	151	มาก
2. องค์กรส่งเสริมให้กับคนในชุมชน สร้าง อนามัย สิ่งแวดล้อม ในชุมชนเพื่อ ความสะอาดปลอดภัยต่อการดำรงชีวิตและพัฒนาสิ่งแวดล้อมให้เอื้อต่อ สุขภาพ	11.3	151	มาก
3. องค์กรส่งเสริมให้คนในชุมชนปลอดโรค ลด ละเลิก อบายมุขเพื่อลด ปัญหาสุขภาพที่เกิดจากบุหรี่ สุรา สารเสพติดและการพนันในชุมชน	8.5	8.1	มาก
4. การสนับสนุนวัสดุ อุปกรณ์ในการป้องกันโรคแก่ประชาชนทั่วไป มีความ เหมาะสมและเพียงพอ	11.3	151	มาก
5. ประชาชนได้รับความรู้ ความเข้าใจในการป้องกันตนเองให้ห่างไกลโรค ติดเชื้อไวรัสโควิด-19	11.3	151	มาก
6. จัดการสิ่งแวดล้อมภายในตำบลและจัดกิจกรรมเหมาะสมแก่เพศและวัย ให้อำนวยต่อการดูแลและรักษาสุขภาพของประชาชน	11.3	151	มาก

ตาราง 2 (ต่อ)

	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
7. มีองค์ความรู้หรือแสวงหาความรู้ดูแลสุขภาพตนเองการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค	8.5	8.1	มาก
8. มีการแนะนำการส่งเสริมสุขภาพ ป้องกันโรคและฟื้นฟูสุขภาพ	8.5	8.1	มาก
ด้านสิ่งแวดล้อมในสถานการณ์โควิด-19			
1. มีการจัดเก็บ/การจัดการขยะเรียบร้อยสม่ำเสมอถูกต้องสุขลักษณะ	11.3	151	มาก
2. องค์การมีระบบสาธารณสุขปลอดภัยของตำบล	8.5	8.1	มาก
3. การมีส่วนร่วมพัฒนาสภาพแวดล้อมภายในชุมชน	8.5	8.1	มาก
4. มีกิจกรรมที่สนับสนุนการมีส่วนร่วมและบรรยากาศที่ดีในตำบลชุมชน	6.8	7.77	มาก
5. ปลูกจิตสำนึก และสร้างความตระหนักให้ชุมชนในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	11.3	151	มาก
6. มีเอกสารความรู้ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสำหรับชุมชน	11.3	151	มาก
7. มีส่งเสริมการดำเนินการอนุรักษ์ป่าในชุมชน ปลูกผักปลอดสารพิษทำปุ๋ยชีวภาพ	11.3	151	มาก
8. เข้าร่วมอบรม/สัมมนากำหนดผู้นำชุมชนและเจ้าหน้าที่ในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในตำบลชุมชน	6.8	7.77	มาก
ด้านการแพร่ระบาดในสถานการณ์โควิด-19			
1. องค์การได้ปฏิบัติตามมาตรการ อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ เพื่อลดการแพร่ระบาดของโควิด-19	8.5	8.1	มาก
2. นโยบายการแก้ปัญหาการแพร่ระบาดของโรคเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	8.5	8.1	มาก
3. องค์การได้ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดเพื่อทำให้มาตรการป้องกันและการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีประสิทธิภาพ	11.3	151	มาก
4. องค์การมีมาตรการ การคัดกรองวัดไข้ให้กับนักเรียนและประชาชน	8.5	8.1	มาก
5. มีการทำสัญลักษณ์แสดงจุดตำแหน่งชัดเจนในการเว้นระยะห่างระหว่างกัน	6.8	7.77	มาก
6. มีการจัดเตรียมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัย สำหรับให้กับประชาชนในตำบลชุมชน	11.3	151	มาก
7. มีการจัดวางเจลแอลกอฮอล์สำหรับใช้ทำความสะอาดมือบริเวณทางเข้าต่างๆ	11.3	151	มาก
8. องค์การมีนโยบายให้ประชาชนในตำบลชุมชน ทุกคนต้องสวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัย	11.3	151	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการป้องกันโรคระบาดโควิด-19 ในตำบลดุขงญอ อำเภอจะนะ จังหวัดนราธิวาส ด้านอำนวยการในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการวางแผนในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการดำเนินการในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านประสานงานในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการควบคุมในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมสุขภาพในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งแวดล้อมในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการแพร่ระบาดในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

อบต. นี้สามารถไปเป็นนโยบายบริหารจัดการได้

ผลการวิจัย

พบว่าประชากรในตำบลดุขงญอ อำเภอจะนะ จังหวัดนราธิวาส ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส โสด

1. ด้านอำนวยการในสถานการณ์โควิด-19 องค์การบริหารส่วนตำบลได้มีอำนวยการในด้านการบริการได้แจกหน้ากากอนามัยให้กับคนในชุมชนให้ความชัดเจนในการอธิบายชี้แจงแนะนำขั้นตอนในการบริการมีการติดประกาศหรือแจ้งข้อมูลและให้คำแนะนำให้กับประชาชน

2. การวางแผนในสถานการณ์โควิด-19 การวางแผนการติดตามผล การตรวจสอบในสถานการณ์โควิด-19 การส่งเสริมกิจกรรมในการป้องกันและแก้ไขปัญหา อบต.ดุขงญอ การจัดหาวัสดุอุปกรณ์ในการป้องกันโควิด-19 มีการจัดแผนเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายการดำเนินงานที่กำหนด

3. ดำเนินการในสถานการณ์โควิด-19 มีการดำเนินการตามแผนปฏิบัติงานที่กำหนดเพื่อการใช้ข้อมูลที่ได้จากการดำเนินการจริงเพื่อประเมินและปรับปรุงการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพมีการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในโครงการหรือกิจกรรม

4. ประสานงานในสถานการณ์โควิด-19 องค์การบริหารส่วนตำบลมีการประสานงานกับคนในองค์กรและประชาชนเกี่ยวกับการป้องกันโรคระบาดโควิด-19 อย่างครอบคลุมและทั่วถึง มีความพร้อมในการให้บริการและติดต่อประสานงานรวดเร็วเจ้าหน้าที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่ให้บริการและถ่ายทอดความรู้ได้ดี

5. การควบคุมในสถานการณ์โควิด-19 การควบคุมและพัฒนาสุขภาพของตนเองให้ดีขึ้นเพื่อให้บรรลุการมีสุขภาพที่ดีทั้งร่างกาย จิตใจ และสังคม มีความสามารถในการตระหนักถึงความปลอดภัยของตนเอง สามารถปฏิบัติพฤติกรรมต่างๆ เพื่อสนองความต้องการของตนเองได้

6. สมรรถภาพของร่างกายในสถานการณ์โควิด-19 การสร้างเสริมสุขภาพมิใช่เป็นความรับผิดชอบขององค์กรในด้านสุขภาพเท่านั้น หากรวมไปถึงความรับผิดชอบต่อบุคคลที่ต้องดำเนินชีวิตอย่างมีเป้าหมายเพื่อให้มีสุขภาพที่ดี อันนำไปสู่ความผาสุกโดยรวม

7. สิ่งแวดล้อมในสถานการณ์โควิด-19 มีการจัดเก็บ/การจัดการขยะเรียบร้อยสม่ำเสมอถูกต้องสุขลักษณะองค์กรมีระบบสาธารณสุขโรคของตำบล มีส่วนร่วมพัฒนาสภาพแวดล้อมในชุมชน มีกิจกรรมที่สนับสนุนการมีส่วนร่วมและบรรยากาศที่ดี

8. การแพร่ระบาดในสถานการณ์โควิด-19 สภาพการทำงานในสภาวะการเกิดโรคระบาดของโควิด-19 โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ผู้ให้บริการการส่งอาหารไปยังที่พักยังสามารถที่จะปรับตัวต่อการเกิดการแพร่ระบาดโควิด-19 เนื่องจากตัวผู้ให้บริการส่งอาหารไปยังที่พักเองมีการป้องกันตัวเองเพื่อไม่ให้เกิดการติดต่อของโรคระบาดของโควิด-19

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการป้องกันโรคระบาดของโควิด-19 ในตำบลดุขงญอ อำเภอจะนะะ จังหวัดนราธิวาส สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล

ประชากรในตำบลดุขงญอ อำเภอจะนะะ จังหวัดนราธิวาส ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส โสด

2. วิเคราะห์คำถามเกี่ยวกับการบริหารจัดการป้องกันโรคระบาดของโควิด-19 ในตำบลดุขงญอ อำเภอจะนะะ จังหวัดนราธิวาส

ผลการวิเคราะห์พบว่าการบริหารจัดการป้องกันโรคระบาดของโควิด-19 ในตำบลดุขงญอ ได้แก่ ด้านอำนาจการในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการวางแผนในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการดำเนินการในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านประสานงานในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการควบคุมในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมสุขภาพในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งแวดล้อมในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการแพร่ระบาดในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากมีมาตรการและแนวทางในการป้องกันการแพร่กระจายเชื้ออย่างชัดเจน เนื่องจากมีประกาศแนวทางการปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อการจัดการภาวะระบาดของไวรัสโควิด-19 ในสถานการณ์ฉุกเฉินที่มีการให้ความรู้ตลอดจนแนวทางในการปฏิบัติที่ชัดเจนทั้งในระดับบุคคล ชุมชน และสถานที่ที่เป็นการป้องกันในระยะที่โรคได้เกิดขึ้นแล้ว ที่เน้นการป้องกันการแพร่เชื้อและระบาดของโรคไปยังบุคคลอื่นและชุมชน สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ดังนั้นจึงส่งผลให้สำนักงานมีการรับรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้ดี จะเห็นได้ว่าการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้เกิดการยกระดับการรับรู้และป้องกันตัวเองจากการปฏิบัติงานได้ดีขึ้น

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง บริหารจัดการป้องกันโรคระบาดของโควิด-19 ในตำบลดุขงญอ อำเภอจะนะะ จังหวัดนราธิวาส สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และสมมุติฐานดังนี้

1. เมื่อพิจารณาตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า บริหารจัดการป้องกันโรคระบาดของโควิด-19 ในตำบลดุขงญอ อำเภอจะนะะะ จังหวัดนราธิวาส อยู่ในระดับมาก

2. ความสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลการบริหารจัดการป้องกันโรคระบาดของโควิด-19 ในตำบลดุขงญอ จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา

3. เกี่ยวกับระดับคุณภาพชีวิตในการบริหารจากการป้องกันโรคระบาดของโควิด-19 ในตำบลดุขงญอ อำเภอจะนะะะ จังหวัดนราธิวาส

ปัจจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการป้องกันโรคระบาดโควิด-19 ในตำบลดุขงญอ ประกอบด้วย ได้แก่ ด้าน
 อำนาจการในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการวางแผนในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการ
 ดำเนินการในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านประสานงานในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการ
 ควบคุมในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมสุขภาพในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก
 ด้านสิ่งแวดล้อมในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ด้านการแพร่ระบาดในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก
 ทั้งนี้เนื่องจากมีมาตรการและแนวทางในการป้องกันการแพร่กระจายเชื้ออย่างชัดเจน เนื่องจากมีประกาศแนวทางการ
 ปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อการจัดการภาวะระบาดของไวรัสโควิด-19 ในสถานการณ์ฉุกเฉินที่มีการให้ความรู้ตลอดจน
 แนวทางในการปฏิบัติที่ชัดเจนทั้งในระดับบุคคล ชุมชน และสถานที่ที่เป็นการป้องกันในระยะที่โรคได้เกิดขึ้นแล้ว ที่
 เน้นการป้องกันการแพร่เชื้อและระบาดของโรคไปยังบุคคลอื่นและชุมชน สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด
 -19 ดังนั้นจึงส่งผลให้สำนักงานมีการรับรู้พฤติกรรมกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้ดี จะเห็นได้ว่าการระบาดของ
 ของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้เกิดการยกระดับการรับรู้และป้องกันตัวเองจากการปฏิบัติงานได้ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ทางองค์กรควรให้คำแนะนำในการใช้ชีวิตในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ให้มากกว่านี้
2. ทางองค์กรควรมีกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด ให้มากกว่านี้

ข้อเสนอในการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายต่อไปให้กว้างมากขึ้นจะเป็นประโยชน์ในการอธิบายเกี่ยวกับ
 การบริหารจัดการ หรือปัญหาอื่นที่มีความเกี่ยวข้องกัน ผู้ทำวิจัยจึงขอเสนอแนะ ประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป
 ดังนี้

1. ควรจะได้ทำการวิจัยหาปัจจัยทางด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการบริหารจัดการขององค์กรที่ต่อประชาชน
 ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 นอกเหนือจากตัวแปรที่ศึกษา เช่น งบประมาณ ความพร้อมด้านบุคลากร หรือปัจจัยด้าน
 อื่นๆ
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ผู้วิจัยควรมีทักษะที่เหมาะสม หรือศึกษาแนวทางการดำเนินงาน
 อย่างชัดเจน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- กัลยารัตน์ อินทบุญศรี. (2563). การมีส่วนร่วมส่งเสริมสุขภาพประชาชนในวิกฤตโควิด-19 ในเขตอำเภอท่าเสา
 จังหวัดอุตรธานี.
- ขวัญญานันท์ แก้วนุชนาวรร. (2563). การบริหารจัดการความเสี่ยงในการทางานของโรงเรียนมัธยมศึกษา
 ในอำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 17.
- จิรกิต์ ทองปรีชา. (2563). การบริหารจัดการการเรียนการสอน ภายใต้สถานการณ์ COVID-19 ระดับมัธยมศึกษา
 พื้นที่โรงเรียนสิริธรรมสาธิต เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร.
- จิตาพร รุ่งสถาพร. (2563). พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ในภาวะวิกฤตโควิด-19
 ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และพิษณุโลก.

- ธิดารัตน์ สืบญาติ. (2562). การบริหารจัดการสวัสดิการทางสังคมให้กับประชาชนในท้องถิ่นของเทศบาลตำบลหนองเรือ.
- บุญเรือน ทองทิพย์. (2563). โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กับศักยภาพของผู้นำ ต่อการพัฒนาองค์กรแบบ New Normal.
- พงษ์มนัส ดือด. (2563). ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อการประกอบอาชีพบริการจัดส่งอาหาร.
- พระครูศรีปริยัติวิธาน (พระมหาเม้น คุปตรสี/ทองวิจิตร). (2563). ความคิดเห็นของประชาชนต่อการป้องกันและรักษาโรคติดเชื้อโควิด-19 ตามหลักอริยสัจ 4.
- เพชรฤกษ์ แทนสวัสดิ์; บังลังค์ อุบพงษ์; วินัย ลิสมิทธิ; และคณะ. (2560). การศึกษาเพื่อหาแนวทางการบริหารจัดการโรคไตเรื้อรังในระดับโรงพยาบาลชุมชน: โครงการวิจัยต้นแบบ จังหวัดกำแพงเพชร.
- รัฐวรรณ กุลวงศ์; พิษณุรักษ์ กันทวิ; และคณะ. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการกองทุนสุขภาพตำบล การเสริมพลังอำนาจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และการจัดระบบสุขภาพชุมชน จังหวัดเชียงราย.
- รัฐอมัน อาแวเงาะ; นิสาพร มุหะมัด; และคณะ. (2563). การบริหารจัดการการป้องกันและควบคุมโรคติดต่อในพื้นที่ชายแดนประเทศไทยในอนาคต.
- วชิษฐ์พล กุลพรม. (2561). การบริหารจัดการน้ำเพื่อแก้ปัญหาเกษตรกรรมน้ำล้น ขององค์การบริหารส่วนตำบลป่าพลู อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดลำพูน.
- วาสนา นาคน้อย; ทวนทอง เขาวงกิตพงศ์; และคณะ. (2559). การพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จังหวัดตาก.
- วิสิทธิ์ นิตยัตติธรรม. (2563). การบริหารและการจัดการการจัดสุนัขบ้าในจังหวัดสมุทรปราการ.
- สอยฤทัย เกลี้ยงนิล. (2563). รัฐ-ชุมชนกับการจัดการภัยพิบัติโรคไวรัสโควิด 19 พื้นที่ถนนข้าวสาร เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร.
- สุชัย สุรพิชญพงศ์; ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา; และคณะ. (2561). การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการความคิดด้านการรับรู้และการจาณะปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุที่เป็นโรคความดันโลหิตสูง.
- สุธารัตน์ แลพวง. (2563). การบริหารจัดการภายใต้มาตรการคัดกรองเพื่อรับมือสถานการณ์โรคไวรัส COVID-19 ของโรงพยาบาลปทุมธานี.
- สุมาลี จุทอง. (2563). การจัดการภัยพิบัติโรคระบาดโควิด 19 ในพื้นที่ชุมชนริมคลองห้วยหมากน้อย สำนักงานเขตบางกะปิ.
- อมรศักดิ์ อินธิแสง. (2562). ผลสัมฤทธิ์ในการบริหารการฝึกซ้อมแผนป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย จังหวัดเพชรบุรี ในพื้นที่ตำบลป่าเต็ง อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี.
- ฐิตา แวหะยี่. (2563). การรับรู้ความรุนแรงและพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ของวัยรุ่นในเขตตำบลสะเตงนอก อำเภอเมือง จังหวัดยะลา.

S0086: การบริหารจัดการองค์กรแบบ New Normal ในช่วงสถานการณ์ Covid-19

NEW NORMAL MANAGEMENT STYLE IN COVID-19 SITUATION

ศักรินา เชิงมะ¹ ฮานีชะห์ มะดีเยาะ² มุศตาทิม มะสะแห³ วัชรระ ขาวสังข์⁴ ปิยดา มณีนิล⁵

^{1,2,3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

^{4,5} อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการองค์กร ในสถานการณ์ Covid-19 2) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการองค์กร แบบ new normal ในช่วงสถานการณ์ covid-19 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรในเขตพื้นที่ตำบลท่าธงและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง รวมทั้งสิ้น 150 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า การศึกษาครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ทั้งสิ้น 150 ตัวอย่าง จากประชากรเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.1 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 42.9 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 21-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมา คือ มีอายุอยู่ที่ 1-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 20 ข้อมูลการนับถือศาสนา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 80 และรองลงมา นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 20 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในสถานะสมรส คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมา คือ สถานะโสด คิดเป็นร้อยละ 45.8 ด้านประชากรเขตพื้นที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประชากรในเขตพื้นที่ 70 คน แบ่งเป็นหมู่ละ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ด้านการบริหารจัดการองค์กรในสถานการณ์ Covid-19 ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ประชากรในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การบริหารจัดการองค์กร ในสถานการณ์ Covid-19 อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บุคลากรประสานงานและให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชากรในสถานการณ์ Covid-19 ประชากรได้ให้ความร่วมมือในช่วงสถานการณ์ Covid-19 ในส่วนของมีการวางแผนการทำงานในสถานการณ์ Covid-19 มีการวางแผนการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ Covid-19 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ มีการจัดสรรงบประมาณในการจัดทำโครงการและกิจกรรมได้อย่างเหมาะสมในสถานการณ์ Covid 19

ด้านการบริหารจัดการองค์กร แบบ new normal ในช่วงสถานการณ์ covid-19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การบริหารจัดการองค์กร แบบ new normal ในช่วงสถานการณ์ covid-19 อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด องค์การมีการเตรียมพร้อมกับการบริหารจัดการแบบ New Normal องค์การได้ใช้ Social ต่างๆ ในการประสานงานแก่ประชากรในช่วงสถานการณ์ Covid-19 ในส่วนของประชากรมีการใช้ Social Distancing ในสถานการณ์ Covid-19 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ องค์การมีการจัดประชุมออนไลน์ในช่วงสถานการณ์ Covid-19

คำสำคัญ: การบริหาร, นิว นอร์มัล, โควิด-19

Abstract

This research aimed to 1) study organizational management in the Covid-19 situation 2) To study new normal organizational management during the covid-19 situation. The population of Tha Thong Sub-District Area and Tha Thong Sub-District Administrative Organization staff totaled 150 people. The questionnaire was used for this research. The statistics used in the analysis were mean, standard deviation.

The results of the research were found that this study had a total of 150 sample respondents from the population of Tha Thong Subdistrict Administrative Organization area. With female respondents Accounted for 57.1 percent are male, accounting for 42.9 percent of the respondents age. Most of the respondents had the highest average age at 21-40 years, accounting for 80 percent, followed by the age of 1-20 years, accounting for 20 percent. Followed by Buddhism Most of the 20 percent of respondents are in a marital status Which is 54.2 percent, followed by a status of single, 45.8 percent. In the area population, the respondents found that the population in the area 150 people divided into groups of 10 people, representing 14.3 percent.

On organizational management in the Covid-19 situation, the researcher obtained data from population questionnaire and interview form in Tha Thong Subdistrict Administrative Organization area, overall at a high level. When considering each aspect It was found that the management of the organization in the Covid-19 situation was at a high level in all aspects. Where the side with the highest mean is Personnel coordinating and educating the population in the Covid-19 situation The population cooperated during the Covid-19 situation, as part of the work plan in the Covid-19 situation, a change in the Covid-19 situation was planned. At a moderate level, budgets were allocated appropriately for project and activity planning in the Covid 19 situation.

In terms of organizational management, the new normal format during the COVID-19 situation of Ta Thong Subdistrict Administrative Organization was at a high level. Considering the aspects, it was found that the new normal organizational management during the COVID-19 situation was high in all areas, with the highest average, the organization was prepared with a new normal management method. Various in Coordinate with the population during the Covid-19 situation. For the population, social isolation was used at a moderate level in the Covid-19 situation, followed by the organization organizing an online meeting during the Covid-19 situation.

Keywords: Administration, New Normal, COVIT-19

บทนำ

องค์การอนามัยโลก (WHO) ได้ประกาศให้การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่เป็น "การระบาดใหญ่" หรือ pandemic หลังจากเชื้อลุกลามไปอย่างรวดเร็วในทุกภูมิภาคของโลก ข้อมูลจากมหาวิทยาลัยจอห์นส์ ฮอปกินส์ของสหรัฐฯ ระบุว่า เข้าเดือนที่ 8 การระบาดใหญ่ที่เริ่มจากจีน ทำให้ผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ทั่วโลก

แล้วกว่า 46 ล้านคน มีผู้เสียชีวิตกว่า 1 ล้านราย ใน 190 ประเทศ เขตเศรษฐกิจ และดินแดนทั่วโลก ประเทศจีนยืนยันเมื่อ 31 ธ.ค. 2019 ว่าเกิดการระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ในเมืองอู่ฮั่น ซึ่งมีประชากรกว่า 11 ล้านคน ก่อนหน้านั้นพบไวรัสโคโรนาแล้ว 6 สายพันธุ์ที่เคยเกิดการระบาดในมนุษย์ สำหรับไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ที่กำลังระบาดเป็นสายพันธุ์ที่ 7 สิ่งสำคัญที่สุด คือ การยืนยันให้ได้ว่าไวรัสชนิดใหม่จะไม่มีแพร่เชื้อจากคนสู่คน นี่เป็นความกังวลอย่างยิ่งเกี่ยวกับไวรัสที่เป็นอันตรายต่อปอดชนิดนี้ เพราะการไอและจามเป็นวิธีที่เชื้อไวรัสจะแพร่ได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด หากมีการติดต่อจากคนสู่คน นั้นหมายความว่าบุคลากรทางการแพทย์ที่ให้การรักษอาจเป็นกลุ่มเสี่ยงที่จะติดเชื้อไวรัส (กรมควบคุมโรค. 2019)

รวมถึงประเทศไทย นอกจากจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพแล้วยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ ล่าสุดธนาคารแห่งประเทศไทยได้ประกาศลดประมาณการการเติบโตทางเศรษฐกิจของไทยในปี 2563 มาอยู่ที่ -5.3% ซึ่งนับว่าต่ำที่สุดตั้งแต่วิกฤตต้มยำกุ้งซึ่งอยู่ที่ -7.6% และหากย้อนไปยังวิกฤติแฮมเบอร์เกอร์ยังหดตัวเพียง -0.7% เท่านั้น นับได้ว่าในช่วงเวลานี้ผู้มองการณ์ไกลจะเผชิญกับสถานการณ์ที่ท้าทายและมีความไม่แน่นอนสูงอีกทั้งยังเป็นกังวลกับผลกระทบที่มีต่อธุรกิจ และกำลังต้องขบคิดหาวิธีการในการรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น (สุภศักดิ์ กฤษณามระ และ กานต์ชนก บุญสุภาพร. 2563) ศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ คบค. รายงาน ตอนนี้พื้นที่ภาคใต้กับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 ยังคงติดตามกันแบบเรียลไทม์ซึ่งยังน่าเป็นกังวลใจเนื่องจากยังพบผู้เสี่ยงติดเชื้อเพิ่มขึ้นและมีผู้เสียชีวิตเพิ่มเรื่อย ๆ พาส่งตรวจสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่ 4 จังหวัดภาคใต้ตอนบน ที่อยู่ในสถานการณ์หลากหลายรูปแบบ ทั้งเข้มงวด ผ่อนปรน หรือแม้แต่จังหวัดที่ยังไม่มีผู้ติดเชื้อ แต่ยังคงมีมาตรการที่เข้มข้น เพื่อรักษาพื้นที่ไม่ให้มีผู้ติดเชื้อต่อไป การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในพื้นที่ 4 จังหวัดภาคใต้ตอนบน ที่อยู่ในสถานการณ์หลากหลายรูปแบบ ทั้งเข้มงวด ผ่อนปรน หรือแม้แต่จังหวัดที่ยังไม่มีผู้ติดเชื้อ แต่ยังคงมีมาตรการที่เข้มข้น เพื่อรักษาพื้นที่ไม่ให้มีผู้ติดเชื้อต่อไป ศูนย์ปฏิบัติการภาวะฉุกเฉิน หรือ EOC COVID-19 ที่บ้านหมอบัตตานีภิรมย์ ตำบลลานะรู อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี ผู้ว่าราชการจังหวัดยะลา ออกประกาศศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 จังหวัดยะลา เรื่อง มาตรการเฝ้าระวัง ป้องกัน การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ระลอก 2 ในพื้นที่จังหวัดยะลา ไปยังหัวหน้าส่วนราชการ หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ นายอำเภอ และผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยมีใจความว่าตามที่ปรากฏข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับผลการตรวจบุคคลซึ่งพบว่าติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในบางพื้นที่นั้น เพื่อเป็นการเฝ้าระวัง ป้องกัน การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 จังหวัดยะลา จึงให้ศูนย์ปฏิบัติการควบคุมโรคในพื้นที่ทุกระดับ กำหนด ผู้ใหญ่บ้าน บุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานต่าง ๆ รับผิดชอบความร่วมมือทุกภาคส่วนในพื้นที่ ให้ปฏิบัติตามมาตรการหลักในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคฯ (ทำความสะอาดพื้นผิวที่มีการสัมผัสบ่อย สวมหน้ากากอนามัย หรือนำกากผ้า ล้างมือด้วยสบู่ หรือใช้เจลแอลกอฮอล์ น้ำยาฆ่าเชื้อโรค เว้นระยะห่างอย่างน้อย 1 เมตร หลีกเลี่ยงการเข้าไปในพื้นที่ที่มีผู้รวมกิจกรรมจำนวนมาก แออัด) รวมถึงให้ปฏิบัติตามมาตรการป้องกันกับโรคของทางราชการอย่างเคร่งครัด (COVID-19)

ปัจจุบันหลายองค์กรกำลังเผชิญกับภาวะวิกฤติที่เกิดจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 เช่น พนักงานติดเชื้อหรือตกเป็นบุคคลที่มีความเสี่ยง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อปฏิบัติงานและความเชื่อมั่นของธุรกิจ องค์กรต้องมีการพิจารณาการทำงานจากที่บ้าน ยกเลิก หรือเลื่อนแผนการเดินทางที่ไม่จำเป็นของพนักงาน ตลอดจนการเตรียมพร้อมด้านเทคโนโลยี (วิไลพร ทวีลาภพันทอง. 2563) แม้แต่องค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง ก็ได้เผชิญกับการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้มีการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินโดยมีการบริหารจัดการทำงานแบบ New Normal เพื่อการ

ทำงานปกติในรูปแบบใหม่ราชบัณฑิตยสภา ได้บัญญัติศัพท์ "New Normal" เพิ่มเข้ามา โดย รศ.มาลี บุญศิริพันธ์ คณะกรรมการบัญญัติศัพท์วิทยาศาสตร์ราชบัณฑิตยสภา ได้อธิบายคำนี้ผ่านทางเฟซบุ๊ก Malee Boonsiripunth เอาไว้ว่า New Normal แปลว่า ความปกติใหม่ ฐานวิถีชีวิตใหม่ หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต อันเนื่องมาจากมีบางสิ่งมากระทบ (มาลี บุญศิริพันธ์. 2563)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวทางผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาถึงการบริหารจัดการองค์กร แบบ New Normal ในสถานการณ์ Covid-19 ทั้งนี้การจัดการบริหารองค์กรเป็นความสำคัญเพราะว่าเชื้อแพร่กระจายง่าย เช่น ถ้าประชาชนมารวมตัวกันในจำนวนมากอาจเกิดการติดเชื้อจากคนหนึ่งไปสู่อีกคน

วัตถุประสงค์

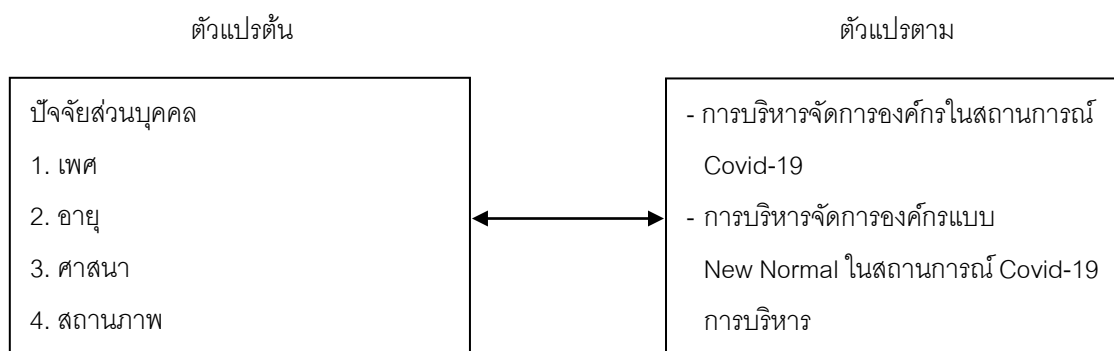
1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการองค์กรแบบ New Normal ในสถานการณ์ Covid-19
2. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการองค์กร แบบ new normal ในช่วงสถานการณ์ covid-19

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงการบริหารจัดการองค์กรแบบ New Normal ในสถานการณ์ Covid-19
2. ทราบถึงการบริหารจัดการองค์กร แบบ new normal ในช่วงสถานการณ์ covid-19

กรอบแนวคิด

การศึกษา เรื่อง การบริหารจัดการองค์กรแบบ New Normal ในสถานการณ์ Covid-19 ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตพื้นที่องค์การบริหารตำบลท่าธง จำนวน 70 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลตามลำดับขั้นตอน ดังนี้ การเก็บรวบรวมข้อมูลได้ดำเนินการตามขั้นตอนได้ขอความร่วมมือจากประชากรในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง ในการตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ทั้งสิ้น 150 ตัวอย่าง จากประชากรเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.1 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 42.9 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 21-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมา คือ มีอายุอยู่ที่ 1-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 20 ข้อมูลการนับถือศาสนา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 80 และรองลงมา นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 20 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในสถานะสมรส คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมา คือ สถานะโสด คิดเป็นร้อยละ 45.8 ด้านประชากรเขตพื้นที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประชากรในเขตพื้นที่ 70 คน แบ่งเป็นหมู่ละ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ด้านการบริหารจัดการองค์กรในสถานการณ์ Covid-19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า การบริหารจัดการองค์กร ในสถานการณ์ Covid-19 อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บุคลากรประสานงานและให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชากรในสถานการณ์ Covid-19 ประชากรได้ให้ความร่วมมือในช่วงสถานการณ์ Covid-19 ในส่วนของมีการวางแผนการทำงานในสถานการณ์ Covid-19 มีการวางแผนการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ Covid-19 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ มีการจัดสรรงบประมาณในการจัดทำโครงการและกิจกรรมได้อย่างเหมาะสมในสถานการณ์ Covid -19

ด้านการบริหารจัดการองค์กร แบบ new normal ในช่วงสถานการณ์ covid-19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า การบริหารจัดการองค์กร แบบ new normal ในช่วงสถานการณ์ covid-19 อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด องค์การมีการเตรียมพร้อมกับการบริหารจัดการแบบ New Normal องค์การได้ใช้ Social ต่างๆ ในการประสานงานแก่ประชากรในช่วงสถานการณ์ Covid -19 ในส่วนของประชากรมีการใช้ Social Distancing ในสถานการณ์ Covid-19 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ องค์การมีการจัดประชุมออนไลน์ในช่วงสถานการณ์ Covid-19

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการบริหารจัดการองค์กรแบบ New Normal ในสถานการณ์ Covid -19 ในองค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง

ข้อมูลทั่วไป

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ทั้งสิ้น 70 ตัวอย่าง จากประชากรเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.1 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ

42.9 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 21-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมา คือ มีอายุอยู่ที่ 1-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 20 ข้อมูลการนับถือศาสนา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 80 และรองลงมา นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 20 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในสถานะสมรส คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมา คือ สถานะโสด คิดเป็นร้อยละ 45.8 ด้านประชากรเขตพื้นที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประชากรในเขตพื้นที่ 70 คน แบ่งเป็นหมู่ละ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ทัศนคติการยอมรับต่อ การบริหารจัดการองค์กรแบบ New Normal ในช่วงสถานการณ์ Covid-19

ด้านการบริหารจัดการองค์กรในสถานการณ์ Covid-19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า การบริหารจัดการองค์กร ในสถานการณ์ Covid-19 อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บุคลากรประสานงานและให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชากรในสถานการณ์ Covid-19 ประชากรได้ให้ความร่วมมือในช่วงสถานการณ์ Covid-19 ในส่วนของมีการวางแผนการทำงานในสถานการณ์ Covid-19 มีการวางแผนการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ Covid-19 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ มีการจัดสรรงบประมาณในการจัดทำโครงการและกิจกรรมได้อย่างเหมาะสมในสถานการณ์ Covid-19

ด้านการบริหารจัดการองค์กร แบบ new normal ในช่วงสถานการณ์ covid-19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า การบริหารจัดการองค์กร แบบ new normal ในสถานการณ์ covid-19 อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด องค์การมีการเตรียมพร้อมกับการบริหารจัดการแบบ New Normal องค์การได้ใช้ Social ต่างๆ ในการประสานงานแก่ประชากรในช่วงสถานการณ์ Covid-19 ในส่วนของประชากรมีการใช้ Social Distancing ในสถานการณ์ Covid-19 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ องค์การมีการจัดประชุมออนไลน์ในช่วงสถานการณ์ Covid-19

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่า การบริหารจัดการองค์กร ในสถานการณ์ Covid-19 ในภาพรวม อยู่ในระดับดี เหตุผลอาจเป็นเพราะ องค์การได้มีการรับมือและให้ความสำคัญแก่ประชากรในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง ในช่วงสถานการณ์ Covid-19 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กัญจิรา วิจิตรวัชรารักษ์ (2562) ผลการวิจัยยังพบว่าการบริหารรับมือกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในขณะเดียวกันผลการวิจัยพบว่า การเปลี่ยนแปลงในการทำงานขององค์กรแบบ New Normal ในสถานการณ์ Covid-19 มีความสำคัญต่อการบริหารในสถานการณ์ Covid-19

จากสภาพแวดล้อมทางการเปลี่ยนแปลงในการทำงานขององค์กรแบบ New Normal ในสถานการณ์ Covid-19 มีความสำคัญต่อการบริหารองค์กร ในช่วงสถานการณ์ Covid-19 นั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บริหารขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง มีนโยบายรับฟังความคิดเห็นจากผู้ปฏิบัติงานนำมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชา
2. ผู้บริหารขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าธงควรมีนโยบายในการกำกับควบคุมดูแลการปฏิบัติงานของบุคลากร เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

3. ด้านการวางแผน องค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง ต้องนำแผนยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติเพื่อรองรับนโยบายของผู้บริหารและสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน โดยมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งมีการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนและนำไปปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมแผนยุทธศาสตร์ เพื่อแก้ไขปัญหาขององค์กรและประชาชนในพื้นที่ได้อย่างแท้จริง

4. ด้านการจัดองค์กร องค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง มีการมอบหมายหน้าที่ตามสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจน และมีการจัดบุคลากรให้เหมาะสมกับงานและตำแหน่งหน้าที่และโครงสร้างขององค์กรมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์และสภาพแวดล้อม

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ให้พนักงานในองค์กรศึกษาในด้านเทคโนโลยีมากขึ้นเพื่อนำมาปรับใช้กับสถานการณ์โควิดกับการทำงานในรูปแบบใหม่

เอกสารอ้างอิง

- กมลนัทร ม่วงยิ้ม. (2563). กระบวนการมีส่วนร่วมในการป้องกันโควิด 19 กรณีศึกษาผู้สูงอายุพหุพิสัยชุมชนหนองตะโก. ชลบุรี: กลุ่มพัฒนานวัตกรรม วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดชลบุรี.
- กฤษ จรินทร์. (2563). การบริหารจัดการองค์กรและแรงจูงใจการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์. กรุงเทพฯ: คณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เลขที่ 1 ซอยฉลองกรุง 1 แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520 อีเมล: krit.ja@kmitl.ac.th.
- กาญจนา บุญภักดี. (2563). การจัดการเรียนรู้ยุค New Normal. กรุงเทพฯ: ภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ฐาปณี เสนทอง. (2563). ประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กรสมัยใหม่: กรณีศึกษาโรงพยาบาลสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช. Suratthani Rajabhat University, Thailand E-mail: kanlayalaohjok@hotmail.com.
- ฐิติกร ไตโพธิ์ไทย. (2563). การบริหารจัดการการส่งเสริมกิจกรรมทางกายของสิบสององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย. กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- จิตาพร รุ่งสถาพร. (2563). พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ ในภาวะวิกฤตโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริณทล และพิษณุโลก. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ปีการศึกษา 2562.
- ดาว ชุ่มตะขบ. (2563). เศรษฐกิจพอเพียง ทางเลือก ทางรอดฝ่าวิกฤตโควิด-19. นักวิชาการอิสระ Independent Scholar.
- ธีรวิทย์ ทองนอก. (2563). การบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเชิงบูรณาการของเทศบาลเมืองหนองปรือ จังหวัดชลบุรี สำนักงานเทศบาลเมืองหนองปรือ ตำบลหนองปรือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี. Local Organization, Nongprue Municipality, Nongprue Banglamung, Thailand.
- บุญเรือน ทองทิพย์. (2563). โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (covid-19) กับศักยภาพของผู้นำต่อการพัฒนาองค์กรการแบบ New normal. วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น Northern College, Thailand.

- บุษกร วัฒนบุตร. (2559). การบริหารจัดการองค์กรเพื่อการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้บนฐานแห่งพุทธิปัญญา. ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ประพันธ์ จันดวงค์. (2561). ธุรกิจ Koru by arinrada jewelry กรณีศึกษาแผนกลยุทธ์การบริหารและการจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคลของธุรกิจ. กรุงเทพฯ: คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรธนะ วันทอง. (2563). รูปแบบการบริหารจัดการสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช Sukhothai Thammathirat Open University.
- พัชรภรณ์ ดวงชื่น. (2563). การบริหารจัดการการศึกษารับมือความปกติใหม่หลังวิกฤตโควิด-19. มหาวิทยาลัยคริสเตียน.
- รงค์ บุญสวยขวัญ. (2559). การบริหารการเปลี่ยนแปลง:กรอบแนวคิดเพื่อการวิจัย. สำนักวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช.
- รณิภา พงศ์พุทธานติ. (2562). การพัฒนาบุคลากรตามแนวทางการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ขององค์กรการบริหารส่วนตำบลจังหวัดราชบุรี. นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- รัชนิภา เนตรภักดี. (2563). ความปกติใหม่ (New Normal) กับแนวทางการจัดการศึกษาในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน Mahamakut Buddhist University Isan Campus, Thailand.
- สุจินต์รัตน์ สุวรรณ. (2563). ผู้นำกับการจัดการองค์กร. อาจารย์ประจำหลักสูตรพุทธศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงพุทธ หน่วยวิทยบริการ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย จังหวัดจันทบุรี.
- สุเทพ ไพรวงษ์. (2563). การบริหารจัดการธุรกิจอุตสาหกรรมในยุค Covid-19. กรรมการบริหาร กลุ่มบริษัทยูนิค อินดัสเตรียล จำกัด.
- สุพัตรา สันติรุ่งโรจน์. (2562). การบริหารจัดการภาครัฐในวิกฤตการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.
- อำนาจ ทาป็น. (2563). ความสมดุลของการบริหารจัดการสุขภาวะองค์กร Balance of organizational well-being management. หน่วยวิทยบริการ วิทยาลัยสงฆ์พุทธชินราช มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วัดท่านา จังหวัดตาก.

S0087: ศึกษาการบริหารจัดการของสำนักงานประมง ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

STUDY IDEAS WITH THE MANAGEMENT OF THE OFFICE OF FISHERIES IN THE SITUATION OF THE CORONAVIRUS OUTBREAK (COVID-19) IN YALA MUNICIPALITY AREA, MUANG DISTRICT, YALA PROVINCE

อัสมีย์ อาแวปือชา¹ สุวรรณ สาและ² วัชร ขาวสังข์³

^{1,2} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

³ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดกับการบริหารจัดการของสำนักงานประมงจังหวัดยะลา ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานในสำนักงานประมงจังหวัดยะลา จำนวน 20 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,000-20,000 บาท จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 1-5 ปี สถานภาพสมรส ส่วนมากเป็นศาสนาอิสลาม ปัจจัยการบริหารจัดการของสำนักงานประมงจังหวัดยะลา ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาทุกด้าน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการในสำนักงานประมงจังหวัดยะลา ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านอุปกรณ์เครื่องมือ ปัจจัยด้านงบประมาณ ปัจจัยด้านขั้นตอนในการปฏิบัติงาน และปัจจัยด้านภาวะผู้นำ อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19)

Abstract

The objectives of this research are 1) to study ideas and management of the Yala Provincial Fisheries Office. In the situation of the coronavirus (COVID-19) epidemic, the population used in the research was 20 workers at Yala Provincial Fisheries Office. The research instrument was a questionnaire. The statistics used in the research were percentage value. Mean and standard deviation Most of the respondents were female, aged between 31-40 years. 10,000-20,000 baht Graduated with a bachelor's degree More than 1-5 years of work experience, most of the marital status is Islamic. Management factors of the Yala Provincial Fisheries Office In the situation of the coronavirus (COVID-19) outbreak Found to be at a high level When considering all aspects Most of them focus on management in Yala Provincial Fisheries Office, namely personnel factors. Equipment factor Budget factor Operational step factors And leadership factors.

Keywords: Management In the situation of the coronavirus (COVID-19) epidemic

บทนำ

โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (Coronavirus disease 2019) หรือโรคโควิด-19 (COVID-19) เป็นโรคติดต่ออันตรายซึ่งเป็นโรคอุบัติใหม่ที่แพร่ระบาดได้ง่ายจากคนสู่คน ยาที่ใช้ในการรักษามีจำกัดและยังไม่มีวัคซีนในการป้องกัน จำนวนผู้ป่วยโรคโควิด-19 กำลังเพิ่มขึ้นในประเทศขนาดใหญ่หลายประเทศทั่วโลก ในประเทศไทยยังคงมีรายงานการพบผู้ป่วยรายใหม่อย่างต่อเนื่อง ความรุนแรงของโรคอาจแตกต่างกันขึ้นกับปัจจัยเฉพาะบุคคล ผู้ติดเชื้อส่วนใหญ่มีอาการไม่รุนแรง แต่ในรายที่มีอาการรุนแรงจะมีภาวะแทรกซ้อนที่อาจทำให้เสียชีวิตได้ พยาบาลเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดและดูแลผู้ป่วยโดยตรง ดังนั้นจึงมีบทบาทสำคัญในการเฝ้าระวังอันตรายที่เกิดจากภาวะแทรกซ้อนต่างๆ เพื่อให้ปลอดภัยหายจากโรค สถานการณ์ทั่วโลกล่าสุด เมื่อวันที่ 8 มกราคม 2564 ทั่วโลก มีผู้ติดเชื้อไวรัสโควิด-19 อยู่ที่ 88,497,209 รักษาตัวหายแล้ว รวม 63,607,373 คน และยอดสะสมผู้เสียชีวิตอยู่ที่ 1,906,638 ราย (ศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 หรือ ศบค. 2563) ประเทศไทยพบผู้ป่วยต้องสงสัยรายแรกเมื่อวันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2563 ซึ่งเดินทางมาถึงกรุงเทพมหานครโดยเที่ยวบินจากนครอู่ฮั่น กระทรวงสาธารณสุขของไทย ประกาศเมื่อวันที่ 12 ม.ค. 2563 ว่าพบนักท่องเที่ยวหญิงวัย 61 ปี สัญชาติจีน ซึ่งมีภูมิลำเนาอยู่ที่เมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน ติดเชื้อโควิด-19 นับว่าเป็นการพบผู้ติดเชื้อคนแรกนอกประเทศจีน จากการสอบสวนโรค พบว่า เธอเดินทางออกจากเมืองอู่ฮั่น ถึงท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ เมื่อวันที่ 3 ม.ค. 2563 จากนั้นในวันที่ 8 ม.ค. เธอเข้ารับการรักษาในห้องแยกโรคความดันลบของสถาบันบำราศนราดูร ต่อมาในวันที่ 31 ม.ค. ชายไทยวัย 50 ปี ซึ่งขับแท็กซี่ในกรุงเทพมหานคร ได้รับผลตรวจว่าติดเชื้อโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ ถือว่า ชายคนนี้เป็นคนไทยรายแรกที่ติดไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ โดยไม่เคยมีประวัติเดินทางไปประเทศจีนมาก่อน คนขับแท็กซี่ เข้ารักษาตัวที่สถาบันบำราศนราดูรและหายจากโรค กลับบ้านไปใช้ชีวิตตามปกติ ในวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2563 สถานการณ์ล่าสุดเมื่อวันที่ 8 มกราคม 2564 มีผู้ติดเชื้อใหม่ 205 คน ทำให้มียอดผู้ป่วยสะสมล่าสุด อยู่ที่ 9,841 คน ไม่มีผู้เสียชีวิตรายใหม่ ทำให้มียอดผู้เสียชีวิตสะสมทั่วประเทศ อยู่ที่เท่าเดิม 67 ราย รวมยอดผู้ป่วยรักษาตัวหายกลับบ้านได้แล้วที่ 5,255 มีผู้ป่วยที่ยังรักษาตัวในโรงพยาบาล 1,653 (ศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 หรือ ศบค. 2563) ภาคใต้ มีผู้ป่วยโควิดสูงเป็นอันดับ 2 รองจากกรุงเทพ และยังพบว่าจังหวัดในชายแดนภาคใต้ เป็นพื้นที่เสี่ยง ที่ต้องควบคุมการระบาดของโควิด-19 โดยเฉพาะ ในจังหวัดยะลาที่พบผู้ป่วยสูงสุดในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้และจัดอยู่ใน 5 อันดับแรกของประเทศที่มีผู้ป่วยสูงสุด นอกจากนี้ยังพบว่ามีกลุ่มคนจำนวนหนึ่งที่เดินทางกลับจากประเทศเพื่อนบ้านเดินทางเข้าจังหวัดเพื่อทำกิจกรรมทางศาสนา ซึ่งจัดเป็นกลุ่มเสี่ยงที่ต้องเฝ้าระวัง วันที่ 21 เมษายน สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดยะลา รายงานสถานการณ์ผู้ป่วยโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) สำนักงานประมงจังหวัดยะลา ได้กำหนดมาตรการการควบคุมแก้ไขปัญหาโดยให้ส่วนราชการรวมถึงภาคเอกชนเฝ้าระวังและติดตามสถานการณ์ใกล้ชิดและต่อเนื่อง และดำเนินการตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด โดยในส่วนของหน่วยงานต่างๆ ให้ดำเนินการตามภารกิจที่รับผิดชอบ สำหรับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) จังหวัดยะลา สถานการณ์จังหวัดยะลาล่าสุดเมื่อวันที่ 8 มกราคม 2564 ทั่วโลก มีผู้ติดเชื้อไวรัสโควิด-19 อยู่ที่ 133 รักษาตัวหายแล้ว รวม 131คน และยอดสะสมผู้เสียชีวิตอยู่ที่ 2 ราย (ศูนย์ข้อมูลข่าวสารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จังหวัดยะลา)

จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้สังเกตการณ์ในสำนักงานประมงยะลา ในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา เบื้องต้น พบว่า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในปัจจุบันเป็นสถานการณ์ที่

สำนักงานควรให้ความสำคัญตระหนัก เพราะเป็นสถานการณ์หนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อสำนักงานและหน่วยงานอื่นๆ ซึ่งสถานการณ์การแพร่ระบาด เป็นสถานการณ์หนึ่งที่องค์กรควรให้ความสนใจในการเฝ้าระวังรองรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้น โดยเฉพาะการบริหารจัดการของสำนักงานต้องสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ทำให้ผู้วิจัยต้องการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารจัดการองค์กรใหม่ให้เข้ากับสถานการณ์โควิด-19 ดังนั้น ผู้วิจัยต้องการศึกษาการบริหารจัดการของสำนักงานประมงจังหวัดยะลา ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา และทำให้สำนักงานประมงจังหวัดยะลา นำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการองค์กร

วัตถุประสงค์

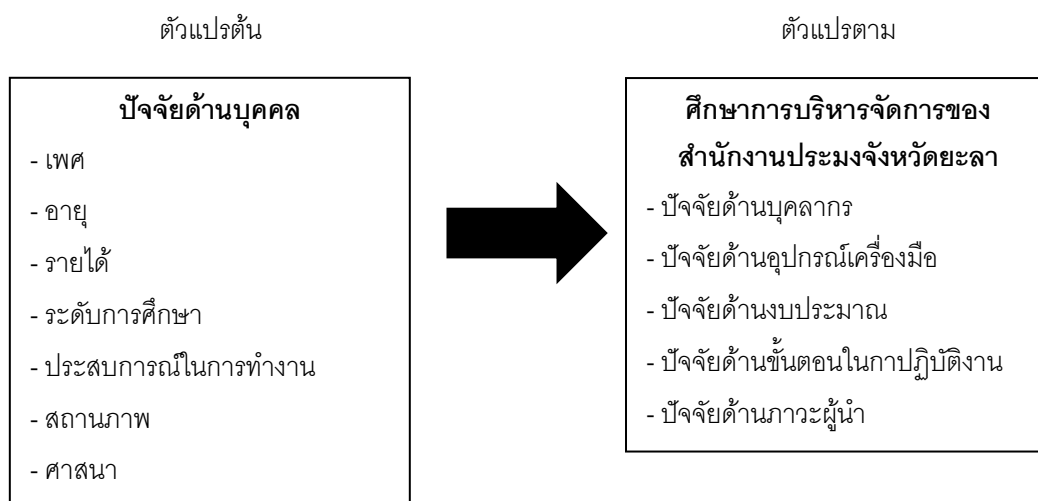
1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการของสำนักงานประมงจังหวัดยะลา ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงการบริหารจัดการของสำนักงานประมงจังหวัดยะลา ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19)
2. หัวหน้าสำนักงานสามารถนำผลการศึกษาวิจัยไปพัฒนาและปรับปรุงการบริหารองค์กรให้เหมาะสมและให้มีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัย กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เป็นการศึกษาเรื่อง ศึกษาการบริหารจัดการของสำนักงานประมงจังหวัดยะลา ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

2. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ ประกอบไปด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านบุคคล ประกอบไปด้วย เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน สถานภาพ และศาสนา

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยด้านศึกษาการบริหารจัดการของสำนักงานประมงจังหวัดยะลา ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านอุปกรณ์เครื่องมือ ปัจจัยด้านงบประมาณ ปัจจัยด้านขั้นตอนในการปฏิบัติงาน และปัจจัยด้านภาวะผู้นำ

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สำนักงานประมงจังหวัดยะลา

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่าง 26 ตุลาคม 2563 - 13 พฤศจิกายน 2563

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 20 ชุด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานสำนักงานประมงจังหวัดยะลา จำนวน 20 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานสำนักงานประมงจังหวัดยะลา จำนวน 20 คน

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่ และร้อยละ

2. การวิเคราะห์การบริหารจัดการของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย จังหวัดยะลา โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,000-20,000 บาท จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 1-5 ปี สถานภาพ สมรส ส่วนมากเป็นศาสนาอิสลาม

ศึกษาการบริหารจัดการของสำนักงานประมงจังหวัดยะลา ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19) พบว่าอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ในส่วนของปัจจัยด้านบุคลากรในสถานการณ์โควิด-19 บุคลากรในสำนักงานมีความรู้ความเข้าใจในระเบียบข้อบังคับและมีทักษะในการปฏิบัติงานในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก บุคลากรมีการปฏิบัติงานในสำนักงานเพียงพอในการทำงาน ในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก บุคลากรในสำนักงานมีทักษะและประสบการณ์ในการใช้วัสดุอุปกรณ์เครื่องมือ เทคโนโลยีในสถานการณ์โควิด-19

อยู่ในระดับมาก และบุคลากรในสำนักงานมีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงานในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านอุปกรณ์เครื่องมือในสถานการณ์โควิด-19 มีวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือครุภัณฑ์ของสำนักงาน มีความทันสมัยและเหมาะสมต่อการปฏิบัติงานในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก มีสถานที่ทำงานในสำนักงานมีความเหมาะสม จึงสามารถรองรับการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก และมีวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือครุภัณฑ์ของสำนักงานมีเพียงพอต่อการปฏิบัติงานในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านงบประมาณในสถานการณ์โควิด-19 มีการจัดสรรงบประมาณด้านบุคลากรของสำนักงานเหมาะสมและเพียงพอต่อการปฏิบัติงานในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก มีข้อบังคับในการจัดสรรงบประมาณและการบริหารสำนักงานมีระเบียบปฏิบัติที่ชัดเจนในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก และงบประมาณที่รัฐจัดสรรเพียงพอต่อการบริหารงานในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านขั้นตอนในการปฏิบัติงานในสถานการณ์โควิด-19 มีกฎระเบียบที่ใช้ในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมากที่สุด โครงสร้างการบริหารงานแต่ละส่วนมีความชัดเจนในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก และมีการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน/ภายนอก ที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน ก่อนลงมือปฏิบัติงานในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านภาวะผู้นำในสถานการณ์โควิด-19 ผู้บังคับบัญชา/ผู้บริหารของสำนักงานประมงจังหวัดยะลา มีทักษะความรู้และความสามารถในการบริหารงานให้สอดคล้องกับกฎระเบียบและข้อบังคับที่บังคับใช้ในสำนักงานในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก ผู้นำในสำนักงานสามารถควบคุมการบริหารงานของบุคลากรในสถานการณ์โควิด-19 อยู่ในระดับมาก และนโยบายต่างๆ ของผู้บริหารของสำนักงาน ตอบสนองในการนำไปปฏิบัติ ในสถานการณ์โควิด-19

อภิปรายผล

จากการศึกษา ศึกษาการบริหารจัดการของสำนักงานประมง ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา เมื่อพิจารณาผลการวิจัยเป็นรายด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

เพศ พนักงานที่มีเพศภาพต่างกัน มีความเห็นต่อการศึกษาค้นคว้าคิดกับการบริหารจัดการของสำนักงานประมง ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากว่า เพศมีหลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงษ์มนัส ดีอด ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการแพร่ระบาดโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อการประกอบอาชีพบริการจัดส่งอาหาร

อายุ พนักงานที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการศึกษาค้นคว้าคิดกับการบริหารจัดการของสำนักงานประมง ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถามมีหลายระดับ ดังนั้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากย่อมมีประสบการณ์ในการบริหารมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อย จึงทำให้ผลการวิจัยออกมาเช่นนี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนต์รี ธรรมพัฒนากุล ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการธุรกิจผู้สูงอายุในประเทศไทย

รายได้ พนักงานที่มีรายได้ต่างกัน มีความเห็นต่อการศึกษาความคิดกับการบริหารจัดการของสำนักงาน ประมง ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากว่า รายได้มีความแตกต่างกันอยู่ที่แต่ละตำแหน่ง ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ วิรัช วิรัชนิภาวรรณ ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการเพื่อให้บริการประชาชนตามแนวคิดการบริหาร จัดการยุคดิจิทัล มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

ระดับการศึกษา พนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความเห็นต่อการศึกษาความคิดกับการบริหาร จัดการของสำนักงานประมง ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ในเขตพื้นที่เทศบาลนคร ยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากว่า ระดับการศึกษาการหาความรู้แตกต่างกัน ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สฤญเกียรติ แจ่มสมบุญณ ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการอย่างยั่งยืนกับประสิทธิภาพการบริหาร รายการเกิด พระเกียรติของสถานีวิจัยโทรทัศน์กองทัพบก

ประสบการณ์ในการทำงาน พนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีความเห็นต่อการศึกษา ความคิดกับการบริหารจัดการของสำนักงานประมง ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ในเขต พื้นที่เทศบาลนครยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากว่า วุฒิภาวะหรือความรู้ความสามารถ แตกต่างกัน เช่น ประสบการณ์ในการบริหาร เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แดนไทย ต๊ะวิไชย ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดน่าน

สถานภาพ พนักงานที่มีสถานภาพต่างกัน มีความเห็นต่อการศึกษาความคิดกับการบริหารจัดการของ สำนักงานประมง ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากว่า วุฒิภาวะหรือสถานะของแต่ละสถานภาพแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรัตน์ แสงหาญ ได้ศึกษาเรื่อง การปรับตัวในการทำงานที่บ้านของผู้ปฏิบัติงานใน เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกในช่วงวิกฤตโควิด-19

ศาสนา พนักงานที่มีศาสนาต่างกัน มีความเห็นต่อการศึกษาความคิดกับการบริหารจัดการของสำนักงาน ประมง ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา อำเภอเมือง จังหวัด ยะลา โดยรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากว่า ในสำนักงานมีพนักงานที่มีศาสนาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ ธราดล เสาร์ชัย ได้ศึกษาเรื่อง โอกาสและความท้าทายการจัดการเรียนการสอน ในช่วงภาวะวิกฤต Covid-2019 และ New Normal

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยพบว่าความคิดกับการบริหารจัดการมีความสำคัญในการบริหารองค์การ เพื่อให้สำนักงานประมง ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา ประสบความสำเร็จ บรรลุตามเป้าหมายตามที่กำหนด ในการบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศ ดังนั้นองค์กรควรมีการปรับเปลี่ยนการบริหาร ของสำนักงานตลอดเวลา เพื่อสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

แดนไทย ต๊ะวิไชย. (2561). ปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ในจังหวัดน่าน. กรุงเทพฯ: สาขาการจัดการ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.

- ธราดล เสาร์ชัย. (2563). โอกาสและความท้าทายการจัดการเรียนการสอน ในช่วงภาวะวิกฤต Covid-2019 และ New Normal. กรุงเทพฯ: ศูนย์สนับสนุนและพัฒนาการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ปรเมศวร์ รัมยากร. (2563). การสื่อสารในภาวะวิกฤตของเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ โควิด-19 ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม. บรรณาธิการ: ศิริชัย ศิริกายา.
- พงษ์มนัส ดือด. (2563). ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อการประกอบอาชีพบริการ จัดส่งอาหาร. มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัยอีสาน. 2586-923.
- พรรัตน์ แสงหาญ. (2563). การปรับตัวในการทำงานที่บ้านของผู้ปฏิบัติงานในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ในช่วงวิกฤตโควิด-19.
- มนตรี ธรรมพัฒนากุล. (2563, กรกฎาคม-ธันวาคม). รูปแบบการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการ ธุรกิจผู้สูงอายุในประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจ. 10(2).
- มัทนา วิไลลักษณ์. (2560). การจัดการองค์การทางศิลปวัฒนธรรม กรณีศึกษา มูลนิธิดุริยประณีต.
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2563). การบริหารจัดการเพื่อให้บริการประชาชนตามแนวคิดการบริหารจัดการยุคดิจิทัล. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- วิลาวัณย์ พิเชียรเสถียร. (2563). การใช้อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลสำหรับโควิด-19 ของบุคลากรทีมสุขภาพ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 (2020): มกราคม-มิถุนายน 2563.
- สฤษฎเกียรติ แจ่มสมบุญ. (2559, กันยายน-ธันวาคม). การจัดการอย่างยั่งยืนกับประสิทธิภาพการบริหารรายการ เทิดพระเกียรติของสถานีวิจัยโทรทัศน์กองทัพบก. วารสาร สมาคมนักวิจัย. 21(3).

S0088: การบริหารจัดการสถานที่สังเกตอาการการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของจังหวัดยะลา

MANAGEMENT OF THE SITE FOR OBSERVING SYMPTOMS (COVID-19) YALA PROVINCE

จิรโรจน์ สุภโต¹ บัณฑิตา จุลเอียด² ยูไลลา ดือมาลี³ วัชร ขาวสังข์⁴

^{1, 2, 3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาการบริหารจัดการขององค์กรในสถานการณ์ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในศึกษาการบริหารจัดการสถานที่สังเกตอาการในช่วงสถานการณ์ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของจังหวัดยะลา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามค่าเฉลี่ยแบบมาตรฐานการป้องกัน การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้เก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ในการบริหารจัดการองค์กร

ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการขององค์กรในสถานที่สังเกตอาการ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จังหวัดยะลา พบว่า โรคที่มีสาเหตุจากเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ซึ่งพบเป็นครั้งแรกในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน มีชื่อว่า โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 (COVID-19) ไวรัสโควิด-19 เป็นไวรัสชนิดใหม่ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับตระกูลของไวรัสที่เป็นต้นเหตุของโรคซาร์ส (Severe Acute Respiratory Syndrome-SARS) หรือโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง รวมทั้งโรคหัดธรรมดาบางประเภท เชื้อไวรัสโควิด-19 แพร่กระจายได้โดยเชื้อไวรัสถ่ายทอดผ่านการสัมผัสโดยตรงกับฝอยละออง (Droplet) จากลมหายใจของผู้ติดเชื้อ (ที่เกิดจากการไอและจาม) การสัมผัสพื้นผิวที่มีเชื้อไวรัสนี้ปนเปื้อน ไวรัส COVID-19 อาจอยู่รอดบนพื้นผิวเป็นเวลาหลายชั่วโมง แต่ก็ถูกทำลายได้ด้วยสารฆ่าเชื้อทั่วไป ไวรัสโคโรนามีอาการอย่างไรอาการของโรคที่มีรายงาน ได้แก่ มีไข้ ไอ และหายใจหอบ ในรายที่มีอาการรุนแรงอาจมีโรคปอดอักเสบ หรือหายใจลำบากร่วมด้วย และอาจถึงขั้นเสียชีวิตแต่พบไม่บ่อยนักอาการดังกล่าว มีลักษณะคล้ายกับโรคไข้หวัดใหญ่ หรือโรคหัดธรรมดาซึ่งพบได้บ่อยกว่าโควิด-19 และนี่คือเหตุผลที่จะต้องทำการทดสอบเพื่อยืนยันว่าผู้ป่วยติดเชื้อโควิด-19 หรือไม่ ทั้งนี้ โรคเหล่านี้ใช้หลักเดียวกันในการป้องกัน นั่นก็คือการล้างมือบ่อย ๆ และดูแลสุขภาพอนามัยทางเดินหายใจ (ไอ-จามใส่ข้อพับแขนด้านใน หรือบนกระดาษทิชชูและทิ้งลงในถังขยะที่มีฝาปิด) ปัจจุบันนี้ มีวัคซีนป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่แล้ว คุณและลูกจึงควรได้รับวัคซีนอย่างครบถ้วนอยู่เสมอ

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, สถานที่สังเกตอาการ, (COVID-19)

Abstract

This research aimed to study the management of the organization in situationality (COVID 19) and related research to guide study the management of the observation site during the (COVID 19) of Yala Province. In this research, questionnaires and interviews were analyzed for the standardized mean

of coronavirus outbreak questionnaire for 2019 Collected data from interview forms in organizational management

The results of the study showed that the management of the organization at the site observed the symptoms of the epidemic of coronavirus 2019 (COVID-19), Yala Province, found that the disease caused by the novel coronavirus, which was first discovered. In Wuhan, China, the infectious disease is called Corona 2019, or COVID-19 (COVID-19), COVID-19 is a new type, which is linked to the family of diseases that cause the disease. Charge (Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) or severe acute respiratory disease, including some types of disease, covid-19 is spread by means of direct contact with droplets of aerosols (droplets) from Breath of an infected person (Caused by coughing and sneezing) Touching infected surfaces COVID-19 may remain on the surface for several hours. However, it can be destroyed by general disinfectants. How symptoms of corona? Symptoms of the disease that are reported include coughing and wheezing, in severe cases, pneumonia or dyspnea may also be present and may be Death stage But less frequently, the symptoms are similar to influenza or common cold, which is more common than covid-19, and this is why tests must be performed to confirm that a patient is infected with Covid-19. Whether or not these diseases use the same principles for prevention, namely frequent hand washing and respiratory hygiene. (Coughing-sneezing into your arm cuffs, inside or on tissue paper and throwing in a covered trash bin) Nowadays, there is a flu vaccine available, so you and your child should always be fully vaccinated

Keywords: Administration, Observation, Food

บทนำ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทั่วโลก ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2563 มีผู้ติดเชื้อสะสม 17,112,492 คน ผู้เสียชีวิต 663,716 คน โดยพื้นที่ที่มีการแพร่ระบาดรุนแรง ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐบราซิล และทวีปยุโรปในบางประเทศ โดยสำหรับในประเทศไทยมีผู้ติดเชื้อสะสม 3,310 คน รักษาหาย 3,125 คน อยู่ระหว่างการรักษา 127 คน และเสียชีวิต 58 คน ส่วนบนของฟอร์มการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เกิดขึ้นอย่างกว้างขวางในหลายประเทศทั่วโลก องค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ (Public Health Emergency of International Concern) เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2563 และแนะนำทุกประเทศให้เร่งรัดการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรค

ข้อมูล ณ วันที่ 28 มีนาคม 2563 มีรายงานผู้ป่วยใน 196 ประเทศ 2 เขตบริหารพิเศษ 1 นครรัฐ เรือสำราญ เป็นผู้ป่วยที่ยืนยัน 597,458 ราย และเสียชีวิต 27,370 ราย สำหรับประเทศไทย ได้มีมาตรการในการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรคตั้งแต่เริ่มพบการระบาดในประเทศจีน ตรวจพบผู้ป่วยรายแรกเป็นผู้เดินทางจากประเทศจีนในวันที่ 8 มกราคม 2563 ได้รับการตรวจยืนยันผลและแถลงสถานการณ์ ในวันที่ 14 มกราคม 2563 ผู้ป่วยช่วงแรกเป็นผู้เดินทางจากพื้นที่เสี่ยง การขยายพื้นที่ระบาดในต่างประเทศเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับผู้ติดเชื้อจากการเดินทางไปยัง

พื้นที่ระบาดอาจมีอาการเล็กน้อยทำให้ไม่มีการตรวจหาการติดเชื้อ การพบผู้ป่วยกลุ่มถัดมาคือผู้ประกอบอาชีพสัมผัสกับนักท่องเที่ยวจากนั้นพบการติดเชื้อในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่นิยมท่องเที่ยวในสถานบันเทิง การระบาดที่เป็นกลุ่มก้อนใหญ่คือการระบาดในสนามมวยลุมพินี สนามมวยราชดำเนิน ซึ่งทำให้มีผู้ติดเชื้อจำนวนมากขึ้นอย่างรวดเร็ว จนต้องมีการประกาศให้เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เป็นโรคติดต่ออันตรายตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2563 และต่อมาเมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2563 นายกรัฐมนตรีได้ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินตามพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 และวันที่ 26 มีนาคม 2563 ได้ประกาศข้อกำหนดตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 1) โดยได้ออกข้อกำหนดและข้อปฏิบัติแก่ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉินให้ยุติลงได้โดยเร็วและป้องกันมิให้เกิดเหตุการณ์ร้ายแรงมากขึ้นกระทรวงสาธารณสุขได้มีคำแนะนำเพื่อการปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าวที่สอดคล้องกับมาตรการที่ระบุไว้ว่าให้ปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโรคตามที่ราชการกำหนด (สุมาลี จุทอง. 2563)

ดังนั้น จึงเป็นประเด็นน่าสนใจสำหรับผู้วิจัย การบริหารจัดการสถานที่การสังเกตอาการการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) การบริหารจัดการสังเกตอาการ จังหวัดยะลา ได้มีการบริหารเกี่ยวกับการสังเกตอาการของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้มีกระบวนการแต่ละครั้งต่อการสังเกตอาการของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) อย่างละเอียด เพื่อเป็นการบริหารจัดการสังเกตอาการในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้การสนับสนุนเสริมความรู้และประสบการณ์ทำงานเป็นอย่างสุจริต

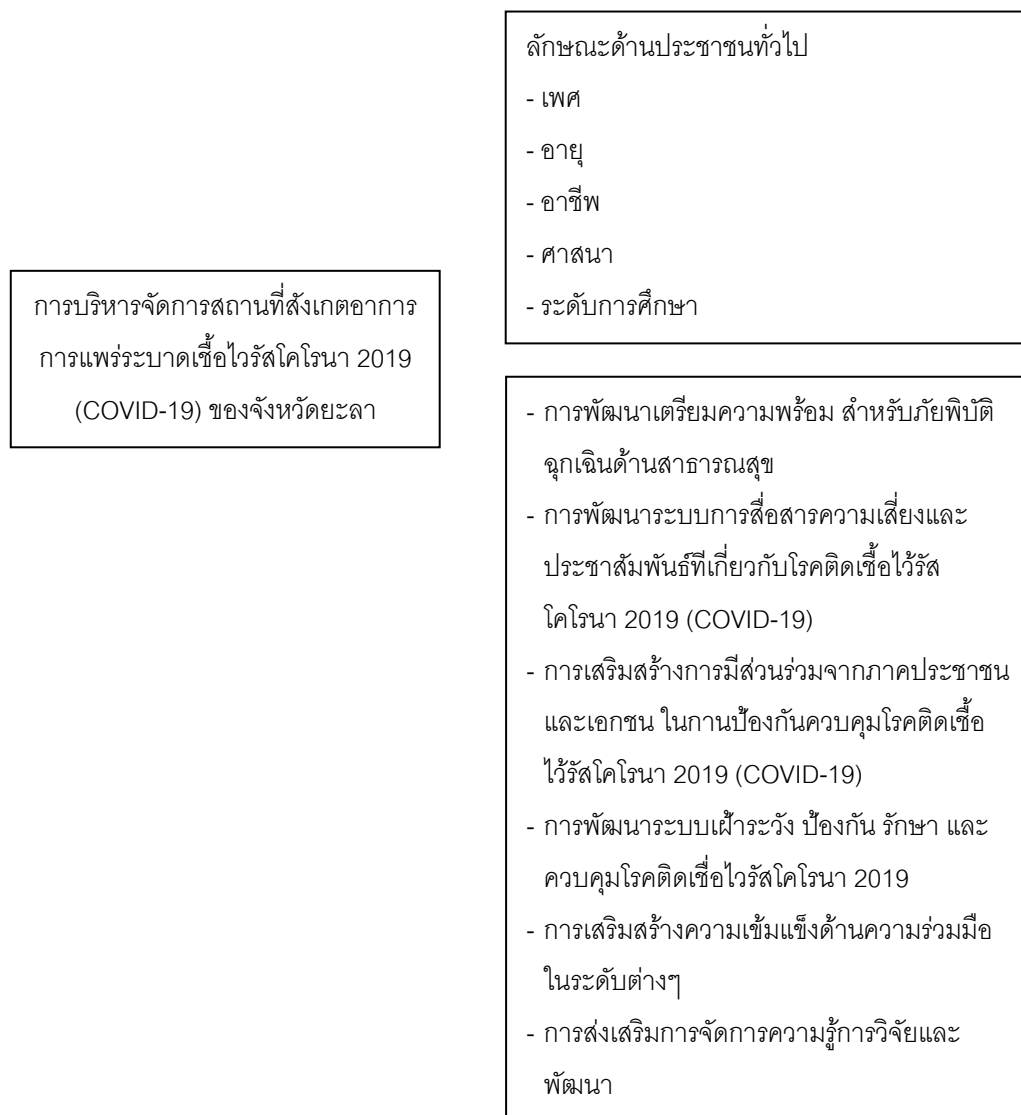
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริหารจัดการสถานที่สังเกตอาการ (Local Quarantine) จังหวัดยะลา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานที่สังเกตอาการ (Local Quarantine) จังหวัดยะลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงคุณภาพการบริหารจัดการสถานที่สังเกตอาการ (Local Quarantine) จังหวัดยะลา
2. เพื่อทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานที่สังเกตอาการ (Local Quarantine) จังหวัดยะลา

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตด้านสถานที่

1. ขอบเขต ด้านสถานที่ ศาลากลางประจำจังหวัดยะลา

ขอบเขตด้านระยะเวลา

1. ขอบเขตด้านระยะเวลา เริ่ม 26 ตุลาคม 2563 - 30 มกราคม 2564

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

วิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบ
สัมภาษณ์ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในองค์การบริหารจัดการสถานที่สังเกตอาการ จังหวัดยะลา และ
ผู้ให้บริการสถานที่สังเกตอาการ (Local Quarantine) จังหวัดยะลา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ มาจากการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบให้โอกาสไม่เท่ากัน (Non-probability) โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง ของประชากร

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติพื้นฐานอธิบายการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า

1. การบริหารจัดการขององค์กรในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จังหวัดยะลา พบว่า เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มีความรุนแรงมากขึ้น การบริหารจัดการสังเกตอาการ การปฏิบัติงานในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยให้พนักงานสังเกตอาการของจังหวัดยะลา มาเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติงาน ของกระบวนการสังเกตอาการ จังหวัดยะลา จึงกำหนดมาตรการให้ถือปฏิบัติ มาตรการส่วนบุคคล ดูแลสุขภาพตนเอง เช่น การล้างมือ ด้วยแอลกอฮอล์หรือเจลทำความสะอาด การสวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัย ทุกครั้งที่ออกจากบ้าน และรักษาระยะห่างระหว่างบุคคล เช็กอิน-เช็กเอาท์ ลงทะเบียน เมื่อเข้าใช้บริการในที่สาธารณะ การเฝ้าระวังและตรวจจับที่รวดเร็ว โดยเฉพาะกลุ่มแรงงานต่างด้าว ที่เข้ามาในพื้นที่ให้แจ้งเจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครอง อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เจ้าหน้าที่สาธารณสุขโดยทันที และกรณีกลุ่มคนนอกพื้นที่ ให้ดำเนินการตรวจสอบ คัดกรองตรวจหาเชื้อ และเข้าสู่ศูนย์สังเกตอาการ เริ่มป่วย (Local Quarantine) ทุกราย โดยการดำเนินการตรวจติดตาม ประเมินสถานประกอบการประเภทต่าง ๆ ให้มีการใช้มาตรการเฝ้าระวังและคัดกรอง รวมทั้งการลงทะเบียนผู้รับบริการอย่างทุกครั้งที่ให้บริการ

2. เพื่อศึกษาปัญหาการบริหารจัดการสถานที่สังเกตอาการ (Local Quarantine) ของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จังหวัดยะลา ให้หน่วยงานหรือองค์กรที่ดำเนินงาน Organizational Quarantine นั้น ๆ รับผิดชอบ ส่งรายงาน ข้อมูลประจำวันของผู้ถูกกักขังบุคคลทางระบบ การรายงานมายังกรมควบคุมโรค ตามรูปแบบข้อมูลที่คณะกรรมการโรคติดต่อแห่งชาติ หรือคณะกรรมการโรคติดต่อจังหวัด กำหนดการพัฒนาระบบและกลไกการกักกัน ผู้ที่เป็นหรือผู้ที่มีเหตุอันควรสงสัยว่าเป็นผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กำหนดมาตรการลดความเสี่ยงสำหรับชาวต่างชาติที่เดินทางมาจากประเทศซึ่งเป็นพื้นที่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เช่น มีใบรับรองแพทย์ มีใบประกันสุขภาพอย่างน้อยมีที่พำนักสามารถติดต่อได้ในประเทศไทย หากไม่ปฏิบัติตามจะไม่สามารถเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยได้ รวมทั้งคนไทยที่พำนักอาศัยต่างประเทศให้ชะลอการเดินทางกลับประเทศไทยจนกว่าสถานการณ์ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในประเทศจะดีขึ้น

ปัจจุบัน พบว่าการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มีแนวทางการแก้ปัญหา โดยการดักกิจกรรมที่มีการเคลื่อนย้ายคนข้ามจังหวัด และในระดับของหน่วยงานที่มีคนจำนวนมากได้แก่ ค่ายทหาร เรือนจำ โรงเรียน การจัดคอนเสิร์ต และสถานที่ต่างๆ ส่งเสริมให้ประชาชนทั่วไปใช้หน้ากากอนามัย เมื่อเดินทางเข้าสู่สถานที่ต่างๆ ที่มีคนจำนวนมาก การเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล ล้างมือบ่อยๆ หรือใช้แอลกอฮอล์หรือเจล และลดการพูดคุยหรือจับกลุ่มกัน แยกของใช้ส่วนตัวของทุกคนไม่ให้ปะปนกันและไม่ใช้สิ่งของร่วมกันและเร่งดำเนินการจัดตั้งหน่วยปฏิบัติการควบคุมเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในทุกอำเภอ เขต หมู่บ้าน ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่โดยด่วน

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพและความพึงพอใจในการบริหารจัดการสถานที่สังเกตอาการในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) การสังเกตอาการจังหวัดยะลา การบริหารงานเกี่ยวกับการสังเกตอาการและมีกระบวนการแต่ละขั้นตอนในการดูแลตัวเองเบื้องต้นในการรับมือในสถานการณ์เพื่อลดความเสี่ยงต่อตนเองและคนในพื้นที่ใกล้เคียงในการทำงานของสังเกตอาการเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจและกระตุ้นตระหนักถึงความสำคัญของการสนับสนุนให้ประชาชนมีจิตสำนึกในการปฏิบัติงานในการช่วยกันทุกคนให้มีจิตสำนึกของประชาชนในสังเกตอาการในจังหวัดยะลาเพื่อป้องกันประชาชนทั่วไป

อภิปรายผล

การบริหารจัดการสถานที่สังเกตอาการในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จังหวัดยะลา สามารถอภิปรายผลการวิจัย พบว่า ประชาชนมีการระมัดระวังการป้องกันและการดูแลตนเองในระดับสูง เพื่อลดการติดเชื้อไวรัสและสร้างภูมิคุ้มกัน การพัฒนาการบริหารจัดการที่เคร่งครัดเพื่อลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อและให้ความรู้คำแนะนำเพื่อให้ประชาชนมีการช่วยดูแลป้องกัน เช่น การสวมหน้ากากอนามัย หรือ แผ่นกั้นระหว่างกันแบบใสเว้นตาที่มีเกราะใสป้องกันสเปรย์แอลกอฮอล์การเข้าสถานที่ตั้งเครื่องวัดอุณหภูมิร่างกายเพื่อทำให้ประชาชนป้องกันตนเองได้มีการควบคุมคุณภาพในการติดตามเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) อย่างเป็นระบบ ครอบคลุม และมีประสิทธิภาพ และเป็นที่พึงพอใจของเจ้าหน้าที่และผู้ให้บริการในระดับดี

ข้อเสนอแนะ

1. ประชาชนควรไปเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการแนะนำให้มีความรู้เกี่ยวกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เพื่อให้รับรู้สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในการใช้ชีวิต การรักษาความปลอดภัยจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และวิธีปฏิบัติตัวในการกักตัว ต่อสังคม
2. ควรเรียนรู้สิ่งที่ได้จากกิจกรรมในการปฏิบัติตัวเมื่อต้องอยู่กับเพื่อนร่วมงานในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
3. ควรมีการพัฒนาแบบวัดประเมินผลโดยการประเมินตนเองหรือเพื่อนร่วมงาน

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2563ก). แนวทางจัดการสถานที่ควบคุมเพื่อสังเกตการเริ่มป่วย (Quarantine) กรณีผู้เดินทางจำนวนมากกลับจากพื้นที่เสี่ยงสูง.
- _____. (2563ข). แนวทางบริหารจัดการกักกันซึ่งราชการกำหนด (Quarantine).
- กระทรวงสาธารณสุข. (2563). แนวทางปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อการจัดการภาวะระบาดของโรคโควิด-19.
- กฤษฎา เจริญรุ่งเรืองชัย. (2563). ผลกระทบของการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 ที่มีต่อการเรียน.
- กิตติพร เนาว์สุวรรณ. (2563). การรับรู้และพฤติกรรมในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของ
- ทันตภิบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข.
- ฉัตรสมน พฤตมิญญ. (2563). มาตรการการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรค การแพร่ระบาดของโควิด-19.

ทักษิณา แสนเย็น. (2563). การรับมือโรคโควิด-19.

ธีรพัฒน์ อังศุवाल; และ ชัชฎา กำลังแพทย์. (2563). กลไกการอภิบาลทางสาธารณสุขของไทยในการจัดการโควิด-19.

ปรียะพร ระมัยวงศ์; และ วราวุฒิ ตูลาพัฒน์. (2563). ความรอบรู้ และพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของทีมอาสา COVID-19 ประจำหมู่บ้าน อำเภอท่าคันโท จังหวัดกาฬสินธุ์.

วรรณภา ประทุมโทน; สมตระกูล ราศิริ; และ พรเพ็ญ ภัทรการ. (2559-2561). ประเมินโครงการส่งเสริมสุขภาพในสถานประกอบการ ในการขับเคลื่อนระบบสุขภาพชุมชนสู่ระบบสุขภาพอำเภอ.

ศิริวุฒ ลายคราม; และ จีน่า มากาเร็ต ชัมเมอร์. (2563). วิกฤตโควิด 19 กับมาตรการกักกัน.

ศูนย์ปฏิบัติการภาวะฉุกเฉิน กรมควบคุมโรค. (2563). กรมควบคุมโรค ย้ำ “การกักตัวเอง” เป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยควบคุมสถานการณ์การแพร่กระจายของโรคโควิด-19.

สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข. (2563). การพัฒนารอบยุทธศาสตร์ด้านสาธารณสุขเพื่อตอบสนองต่อการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของประเทศไทย.

ส่วนวิจัยและประเมินผล กองวิชาการและแผนงานการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2563). ด้านกระบวนการงานในการบริหารงานเกี่ยวกับการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.). (2563). มาตรการการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรคการแพร่ระบาดของโควิด-19.

สุมาลี จุทอง. (2563). การจัดการภัยพิบัติโรคระบาดโควิด 19 ในพื้นที่ชุมชนริมคลองหัวหมากน้อย สำนักงานเขต.

สุมาลี ดันติเสวี. (2563). โครงการจัดตั้งศูนย์กักกันหรือสังเกตอาการกลุ่มผู้ป่วยขององค์การบริหารส่วนตำบลระวะ (Local Quarantine).

องค์การบริหารส่วนตำบล. (2563). วิธีการสังเกตอาการและวิธีการป้องกัน โควิดในนันทิน (COVID-19).

อาหะมะฟารี โละมะ. (2563). เตรียมความพร้อมศูนย์กักกัน (Local Quarantine) สำหรับผู้ที่เฝ้าระวังและสังเกตอาการจากไวรัส COVID-19.

สุดา แวหะยี่. (2563). การรับรู้ความรุนแรงและพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19).

S0089: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์ อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา

DEVELOPING PURPLE POTATO CRACKER TO SELL ONLINE BANNANG SATA DISTRICT, YALA PROVINCE

ปาตีเมาะ เจริงชา¹ ชีตีนอร์ ยาโก๊ะ² วชระ ชาวสังข์³

^{1,2} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

³ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาสูตรข้าวเกรียบมันม่วงและพัฒนากระบวนการผลิต

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์พบว่า ส่วนมีคะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านพนักงานผู้ให้บริการมีคะแนนเฉลี่ยสูง รองลงมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ และต่ำที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด 2) ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความเหมาะสมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์โดยพิจารณาด้านพนักงานผู้ให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการแต่งกายของพนักงานดูสะอาดเรียบร้อยมีและด้านพนักงานสามารถตอบคำถามของลูกค้าได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและมีค่าเท่ากัน รองลงมา ด้านพนักงานสามารถบริการได้อย่างรวดเร็ว และต่ำสุดด้านพนักงานสุภาพ เรียบร้อยและอัธยาศัยดี คอยดูแลเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ, พฤติกรรมการใช้บริการ

Abstract

Objectives of research 1) To develop purple potato cracker formula and develop production process.

The research results were found that 1) Satisfaction of customers when shopping online. For the development of purple potato cracker to be sold online, it was found that The section has a high overall average score. When considering each side It was found that service workers had a high average score followed by physical characteristics. And the lowest is marketing promotion 2) The service users had opinions about the level of suitability affecting their satisfaction in using the development of purple sweet potato cracker products to online sales by considering the overall level of service personnel as a whole. When considering each aspect, it was found that the dress code of The staff looks clean and tidy, and the staff can answer customer questions. As well They have the highest average and the same value, followed by the employees who can serve quickly. And at the lowest, polite staff Be neat and courteous, taking care of customers all the time.

Keywords: business plan, service usage behavior

บทนำ

"ข้าวเกรียบ" เป็นหนึ่งในของกินเล่นและอาหารเรียกน้ำย่อยที่มีรสหวานเค็ม ชวนกระตุ้นน้ำลาย แบ่งแผ่นบางกรอบนี้แปรรูปมาจากข้าวให้กลายมาเป็นของกินเล่นที่มีรสอร่อย เพิ่มรสชาติให้น่ากินด้วยพืชผักและเนื้อสัตว์ แล้วนำมาทอดหรือปิ้งให้กรอบอีกครั้ง เนื้อสัมผัสที่กรอบก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยให้อาหารมีรสอร่อยขึ้น ข้าวเกรียบไทยทำมาจากแป้งมัน โดยนำมาผ่านกรรมวิธีและปรุงรสให้อร่อยขึ้นด้วยพืชผัก เช่น มันม่วงบดละเอียด เช่น นำมันม่วงเป็นข้าวเกรียบมันม่วงและใส่เครื่องปรุงๆ อย่างน้ำตาล เกลือ เพื่อเพื่อให้ได้กลิ่นหอมและให้รสอร่อย

แต่เนื่องจากในปัจจุบันยังไม่มีผู้ประกอบการใดทำข้าวเกรียบมันม่วงก่อน ซึ่งมันม่วงเป็นผลไม้ที่อุดมไปด้วยคุณค่าสารอาหารครบถ้วนตามหลักทางโภชนาการ อาทิเช่น มีวิตามิน ไฟเบอร์ ที่มีส่วนช่วยในเรื่องของการขับถ่าย มีสารแทนนิน ซึ่งมีส่วนช่วยในการยับยั้งการเจริญของจุลินทรีย์ เป็นต้น และนอกจากนั้นมันม่วงเป็นผลไม้ที่สามารถปลูกได้เกือบทุกภูมิภาคของประเทศไทย จึงทำให้เราสามารถมีวัตถุดิบในการทำข้าวเกรียบจำนวนมาก อีกทั้งเพื่อเพิ่มช่องทางการถนอมอาหารประเภทมันม่วงได้ด้วย ดังนั้นจึงได้มีแนวคิดที่จะนำมันม่วงมาแปรรูปเป็นข้าวเกรียบมันม่วง ซึ่งทำให้ข้าวเกรียบมันม่วงมีประโยชน์ทางโภชนาการเพิ่มมากขึ้น เราจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับข้าวเกรียบมันม่วงเพื่อต้องการที่จะได้ต่อยอดและอยากที่จะพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการทางตลาดให้ได้มากที่สุด และทันสมัยถูกสุขลักษณะ โดยการเพิ่มรสชาติที่อร่อยมากยิ่งขึ้นและบรรจุภัณฑ์อย่างสวยงามสะดวกในการรับประทาน สามารถเก็บไว้ได้นานไม่บูดง่าย ช่วยเพิ่มกำไรให้แก่ชุมชนและรักษาภูมิปัญญาของท้องถิ่นให้คงอยู่คู่กับคนไทยมายาวนาน จึงเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย การนำเผือกหรือมันเทศมาแปรรูปเป็นข้าวเกรียบนั้นสามารถทำเพื่อรับประทานภายในครอบครัวหรือจำหน่ายเพื่อหารายได้ ก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจสำหรับผู้ที่กำลังมองหาอาชีพเสริม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาสูตรข้าวเกรียบมันม่วงและพัฒนากระบวนการผลิต
2. เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้นและสะดวกในการรับประทาน
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อสินค้าผ่านสื่อออนไลน์

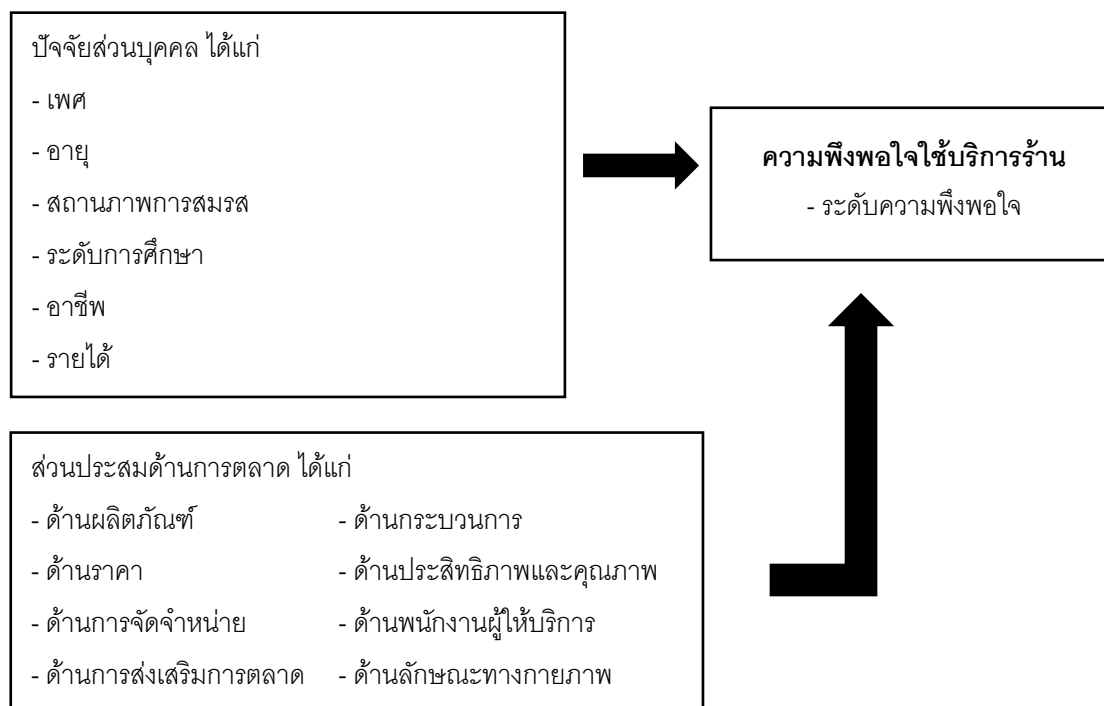
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถต่อยอดพัฒนาวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นและชุมชนมากยิ่งขึ้น
2. สามารถเพิ่มกำไร แต่ละของครัวเรือนมากยิ่งขึ้น
3. สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้
4. รสชาติของข้าวเกรียบมันม่วงอร่อยมากยิ่งขึ้นและมีหลายรสมากให้เลือก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์” ผู้วิจัย กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ไว้ดังนี้

ตัวแปรต้น



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพการสมรส ของผู้มาใช้บริการและส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ
2. ขอบเขตด้านประชากร ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นกลุ่มประชากรที่อาศัยในพื้นที่จังหวัดยะลา ได้แก่ ประชาชนทั่วไป
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา

เครื่องมือที่ใช้ในกายวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล เป็นข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพการสมรส และจำนวนครั้งในการใช้บริการ เป็นต้น

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความเหมาะสมในการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์เป็นข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์ เป็นคำถามแบบ Rating Scale (ศิริกัลยา พิจิตรธรรม. 2551: 20) มาตราวัดที่ใช้เลือก

คำตอบ มี 5 ระดับ ความเหมาะสม คือ เหมาะสมมากที่สุด เหมาะสมมาก เหมาะสมปานกลาง เหมาะสมน้อย ไม่เหมาะสม จำนวน 35 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยทำการตรวจสอบความเรียบร้อยแล้วดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. นำแบบสอบถามทั้งหมดลงเลขที่ประจำฉบับ โดยเรียงลำดับจาก 01-211
2. จัดคู่มือลงรหัส (Code Book)
3. นำข้อมูลทั้งหมดมาลงรหัสเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล
4. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จภาพสำหรับการวิจัย (SPSS: Stastistical Package for the Social Science) ช่วยในการประมวลผล
5. แปลความหมายของข้อมูลโดยเกณฑ์การแบ่งช่วงชั้นคะแนนจากจำนวนระดับชั้นเท่ากับ 5 ชั้นคำนวณได้จากสูตร

$$\begin{aligned}\text{ค่าเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วงที่ต้องการ}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า

1. ความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์พบว่า ส่วนมีคะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านพนักงานผู้ให้บริการมีคะแนนเฉลี่ยสูง รองลงมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ และต่ำที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด
2. ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความเหมาะสมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์โดยพิจารณาด้านพนักงานผู้ให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการแต่งกายของพนักงานดูสะอาดเรียบร้อยมีและด้านพนักงานสามารถตอบคำถามของลูกค้าได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและมีค่าเท่ากัน รองลงมา ด้านพนักงานสามารถบริการได้อย่างรวดเร็ว และต่ำสุดด้านพนักงานสุภาพ เรียบร้อยและอัธยาศัยดี คอยดูแลเอาใจใส่ลูกค้าตลอดเวลา
3. ผู้บริโภคที่ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความเหมาะสมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้โดยพิจารณาด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบริการรับซื้อทางโทรศัพท์มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาด้านเมนูอาหารพิเศษในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น เทศกาลกินเจ และต่ำสุดด้านรายการอาหารใหม่มานำเสนอลูกค้า

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้การพัฒนามลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์ ผู้ทำวิจัยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 211 คน โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม สามารถสรุปผลได้ดังนี้สรุปผลการศึกษา ความพึงพอใจในการใช้ การพัฒนามลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001-45,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ด้านส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับรวมอยู่ในระดับมาก เพื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ในแต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (อาหาร) มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ โดยมีส่วนประกอบที่สำคัญ คือ คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ รสชาติอาหาร ความสะอาด สด ใหม่ของอาหาร อาหารมีรูปลักษณ์สวยงาม และความหลากหลายของเมนูอาหาร ด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีส่วนประกอบที่สำคัญ คือ เมนู แสดงราคาอาหารอย่างชัดเจน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ราคาอาหารมีความเป็นมาตรฐาน และราคามีความใกล้เคียงกับร้านอาหารลักษณะเดียวกัน ด้านการจัดจำหน่าย มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีส่วนประกอบที่สำคัญ คือ ทำเลที่ตั้งของห้องอาหาร หาได้ง่าย เดินทางสะดวก มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ จำนวนโต๊ะ เก้าอี้มีเพียงพอ ภายในห้องอาหาร มีความปลอดภัย และมีเวลาเปิด ปิดให้บริการที่แน่นอน ด้านการส่งเสริมการตลาด มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีส่วนประกอบที่สำคัญ คือ มีการให้ส่วนลดให้กับลูกค้าในเทศกาลต่างๆ มีการแถมเมื่อลูกค้าที่รับประทานที่ร้านและซื้อเพิ่มไปกินที่บ้าน มีรายการอาหารใหม่มาแนะนำเสนอลูกค้า มีบริการรับซื้อทางโทรศัพท์และมีเมนูอาหารพิเศษ

อภิปรายผล

ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพการสมรส ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้ การพัฒนามลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการการพัฒนามลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์ เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 30-39 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 30,001-45,000 บาทต่อเดือน และมีสถานภาพโสด โดยด้านระดับการศึกษาส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ การพัฒนามลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพการสมรส ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ การพัฒนามลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประเสริฐศรี ศรีอักษรกุล (2553) ศึกษาและเปรียบเทียบ ปัจจัยในการเลือกใช้ส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคอาหารที่ร้านจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคที่ซื้ออาหารร้าน จากการศึกษพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 41-50 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีการเลือกใช้ส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคอาหารที่ร้านเรีบบล๊อค ภาพรวมและรายด้านทุกด้านน้อยในระดับมาก และพบว่าผู้บริโภคอาหารที่ร้านที่มีเพศและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการเลือกใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคอาหาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนผู้บริโภคอาหารที่ร้านที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีการเลือกใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการบริโภคอาหารแตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านพนักงานผู้ให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารทอดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งโรจน์ สงสระบุญ (2555) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารชาบูชิบูเฟตที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์สาขาท่าพระ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ กลุ่มเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15-35 ปี เป็นนักเรียนและนักศึกษา มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 คน ขึ้นไป มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และมีรายได้มากกว่า 25,001 บาท ใช้บริการร้านอาหารชาบูชิบูเฟตที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์สาขาท่าพระ กับครอบครัวมากที่สุด ชอบอาหารประเภท สุกียากี้ชอน้ำซุสสำหรับสุกียากี้แบบซุสน้ำซุส นิยมใช้บริการในวันอาทิตย์ความถี่ในการใช้บริการเดือนละ 1 ครั้ง มากที่สุด โดยจะใช้บริการในช่วงเวลา ระหว่าง 16.01 น.-18.00 น. มากที่สุด และใช้บริการประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที นอกจากนี้ผู้ใช้บริการ ยังมีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านอาหารชาบูชิบูเฟตที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์สาขาท่าพระ โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านลักษณะทาง

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์อยู่ในเกณฑ์มาก ดังนั้น จึงควรมีการส่งเสริมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์ให้เกิดความดึงดูดและน่าสนใจมากขึ้น รวมถึงพัฒนาการประชาสัมพันธ์การโฆษณาของรูปแบบการออกแบบร้านให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง
2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์ทุกมิติอยู่ในระดับมาก และการวิเคราะห์ สมการถดถอยเชิงพหุยังพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดสามารถพยากรณ์ความพึงพอใจในการใช้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์โดยเฉพาะด้านลักษณะทางกายภาพและด้านพนักงานผู้ให้บริการที่ ส่งผลต่อความพึงพอใจได้มากที่สุด ดังนั้นผู้ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์ ควรให้ความสำคัญกับลักษณะทางกายภาพและพนักงานผู้ให้บริการและรักษามาตรฐานลักษณะทางกายภาพและพนักงานผู้ให้บริการเพื่อผู้บริโภคจะได้จดจำลักษณะเด่น และมีความรู้สึกที่ดีต่อ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์อย่างสม่ำเสมอเพื่อท้ายที่สุดผู้บริโภค จะเกิดการตัดสินใจเลือกเข้าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วงสู่การขายแบบออนไลน์

เอกสารอ้างอิง

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2559ก). ปี 59 ร้านอาหารแข่งขันรุนแรง คาดเซ่นร้านอาหารเติบโตโดดเด่น 6.9-8.9%. สืบค้นเมื่อ 12. _____ . (2559ข). **อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม**. สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน, จาก <http://www.kasikornbank.com>.
- สิริชัย เพียรประเสริฐ. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกร้านอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ**. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุนนา อยู่โพธิ์. (2559). **หลักการบริการ**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

เสรี วงษ์มณฑา. (2561). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2560). **การบริหารการตลาด**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อภิชาติ บุญผ่องศรี. (2559). **ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการของร้านอาหารเวียดนาม ร้าน G & J**

แหลมเนืองหนองคาย. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ.

กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

S0090: กลยุทธ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด

STRATEGIES FOR DECIDING TO BUY A DEBIT CARD, GSB SMART LIFE DEBIT CARD, GOVERNMENT SAVINGS BANK, PHOCHAI BRANCH, ROI ET PROVINCE

รชยา ปุณณะ¹ ผุสดี พลสารมัย²

¹ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² กลุ่มวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

บทคัดย่อ

การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเดบิตออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด และเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาหาปัจจัยเพื่อสร้างยอดให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดตามที่ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด ได้ตั้งเป้าหมายไว้ การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยทำการสัมภาษณ์ลูกค้าทั้งหมดจำนวน 16 คน ผลการศึกษาพบว่า สาเหตุของปัญหาที่บัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ มียอดไม่เป็นไปตามเป้าหมาย เกิดจากเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า ลูกค้าต้องจ่ายค่าธรรมเนียมรายปีสูงกว่าบัตรเดิม ยังไม่มีการเดินตลาดถึงบ้านหรือสถานที่ทำงานเพื่อนำเสนอให้กับลูกค้า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีน้อย พนักงานบางรายขาดทักษะในการบริการแบบมืออาชีพไม่แนะนำหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า ความล่าช้าในการให้บริการเมื่อมีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก แผ่นพับที่ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์มีน้อยไม่เพียงพอกับจำนวนลูกค้า จึงได้เสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา คือ การตลาดเชิงรุก เพื่อให้พนักงานมีการนำเสนอสหิทธิพิเศษ สิทธิประโยชน์ และความคุ้มครองของบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ให้กับลูกค้าสินเชื่อที่มาใช้บริการกับสาขา และลูกค้าที่มาเปิดบัญชีใหม่ และการประชาสัมพันธ์ด้วยการเดินตลาดถึงบ้านหรือสถานที่ทำงานของลูกค้า

คำสำคัญ: บัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์, ธนาคารออมสิน

Abstract

The objective of the study was to study strategies for deciding to buy a debit card. GSB Smart Life Debit Card, Government Savings Bank, Phochai Branch, Roi Et Province, and propose solutions for solving problems the factors according to the target no set a goal of Government Savings Bank, Phochai Branch, Roi Et. This was a qualitative study where 16 clients were interviewed. The study found that the cause of the problem that the GSB Smart Life debit card does not meet the target. It is a new product that is not yet known to the customer, customers have to pay a higher annual fee than the original card, there is not yet a market to the home or workplace to offer to customers, advertising and public relations through various media are few, some employees lack professional service skills, do not recommend or present products to customers. delays in service, not enough product information on the pub plate for the number

of customers. Therefore, proposes a solution to the problem: proactive marketing so that employees can offer special privileges Benefits And coverage of the GSB Smart Life debit card for loan customers who use the service at the branch and customers opening new accounts, and public relations by marketing to the customer's home or workplace

Keywords: GSB Smart Life Debit Card, Government Savings Bank

บทนำ

ธนาคารออมสิน เปิดให้บริการธุรกรรมทางการเงิน ผ่านทางบัตร ATM บริการ 24 ชั่วโมงทุกวัน จากเครื่อง ATM ของธนาคารออมสิน การสอบถาม การถอนเงิน การโอนเงิน การเปลี่ยนรหัสประจำตัว และบริการอื่น ๆ สามารถทำผ่านเครื่อง ATM บัตรเดบิตของธนาคารออมสินมีทั้งหมด 4 ประเภท ดังนี้ 1) บัตรออมสิน วีซ่า เดบิต อินสแตนซ์ 2) บัตรเดบิต ออมสิน แอคซิเดนซ์ 3) บัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทแคร์ 4) บัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ปัญหาบัตรเดบิตออมสิน สมาร์ทไลฟ์ เนื่องจากบัตรมีราคาแพงและต้องจ่ายค่าประกันมากที่สุดเลยทำให้บัตรเดบิตออมสิน สมาร์ทไลฟ์ มียอดขายลดลงต่อเนื่อง

ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย อำเภอโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นสถาบันการเงินของรัฐ มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงการคลัง ได้ดำเนินงานให้บริการทางการเงินด้านสินเชื่อและเงินฝากแก่ลูกค้าประชาชนทั่วไป โดยปัจจุบัน เป็นช่วงที่สถาบันการเงินมีการแข่งขันในด้านการให้บริการทางการเงินที่ค่อนข้างรุนแรง รวมถึงการที่โลกยุคใหม่ถูกขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญในการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่สร้างตลาดและมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีแบบเดิม ๆ ทำให้ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย อำเภอโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการทางการเงินให้มีความทันสมัย สะดวกสบาย อาทิเช่น การทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile) ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) และการถอนเงินโดยไม่ใช้บัตร (Cardless) โดยได้กลายเป็นความท้าทายครั้งสำคัญของธุรกิจธนาคาร ที่คู่แข่งไม่ได้ถูกจำกัดแค่สถาบันการเงินด้วยกันเท่านั้น ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย อำเภอโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด ก็จะต้องมีการปรับตัวให้ทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปอยู่ตลอดเวลาเพื่อความมั่นคงและยั่งยืนต่อไป และจากการทำธุรกรรมทางการเงินในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไป พร้อมวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้นนั้น ได้ส่งผลกระทบต่อการทำงานของบัตรอิเล็กทรอนิกส์เป็นอย่างมากโดยเฉพาะบัตรเดบิตหรือบัตรเอทีเอ็ม (ATM) ที่ปัจจุบันพบว่า มีจำนวนผู้ใช้บริการลดน้อยลงไปเรื่อย ๆ ทางสาขามีการบริการบัตรเดบิตทั้งหมด 4 ประเภท ในรอบ 6 เดือน (ข้อมูล ณ วันที่ 20 มิถุนายน 2563 ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด) ที่ผ่านมาทางสาขาได้กำหนดคะแนนตามเป้าหมายไว้ที่ 4 คะแนน จากเป้าหมายที่กำหนด คือ 2,431 บัตร ทางสาขาสามารถทำยอดได้ได้ในภาพรวมเพียง 1,282 บัตร แต่เมื่อมารายละเอียดของบัตรเดบิตทุกประเภทแล้ว บัตรเดบิตประเภทบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ทำยอดได้น้อยกว่าบัตรเดบิตประเภทอื่น เนื่องจากบัตรประเภทนี้มีค่าใช้จ่ายสูง จากข้อมูลปัญหาดังกล่าวทำให้เห็นว่าการทำธุรกรรมทางการเงินในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไป พร้อมวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น ทำให้ช่องทางการทำรายการทางการเงินมีหลากหลาย และมีรูปแบบใหม่ที่ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย ง่าย รวดเร็ว และมีความปลอดภัยมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อการทำงานของบัตรอิเล็กทรอนิกส์เป็นอย่างมาก

มาก โดยเฉพาะบัตรเดบิตออมสิน สมาร์ทไลฟ์ที่พบว่า มีจำนวนผู้ใช้บริการลดน้อยลงไปอย่างรวดเร็ว ๆ ถ้าไม่ได้ยอดตามเป้า จะเกิดผลกระทบอะไรต่อสาขาดังนี้

1. จะส่งผลให้ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด ไม่สามารถทำตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการได้
2. จะส่งผลให้ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด ไม่สามารถสร้างแรงจูงใจในการขายให้กับลูกค้าได้
3. จะส่งผลให้ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด กลับมาทบทวนแผนกลยุทธ์ว่าจะต้องมีกลยุทธ์ใดที่จะสามารถดึงดูดลูกค้ามาสนใจบัตรเดบิตออมสิน สมาร์ทไลฟ์ เพิ่มขึ้น

จากข้อมูลเบื้องต้นที่ได้กล่าวมานั้น จึงทำให้ผู้ศึกษาจึงให้ความสนใจในการศึกษาสาเหตุของการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเดบิตประเภทบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อสาเหตุของการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเดบิตประเภทบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์และปัญหาอุปสรรคในการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเดบิตประเภทบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ของธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด มีจำนวนลดลง และเพื่อเป็นการศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาและข้อเสนอแนะแก่ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด ในการแก้ไขปัญหาการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเดบิตประเภทบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ซึ่งจะประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากการศึกษาในครั้งนี้ คือ ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด ได้รับทราบปัญหาและสาเหตุพร้อมกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการบัตรบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ เพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเดบิตออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อศึกษากระบวนการในการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเดบิตออมสิน สมาร์ทไลฟ์ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาเพื่อสร้างยอดขายให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดตามที่ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด ได้ตั้งเป้าหมายไว้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงกลยุทธ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเดบิตออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด ของลูกค้าและนำข้อมูลที่ได้เสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของธนาคารฯ เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า
2. ทราบถึงกระบวนการในการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเดบิตออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านต่างๆ ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด การบริหารจัดการและปรับปรุงคุณภาพการบริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการตัดสินใจซื้อ

Kotler (2003) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Decision Process) แม้ผู้บริโภคจะมีความแตกต่างกัน มีความต้องการแตกต่างกันแต่ผู้บริโภคจะมีรูปแบบการตัดสินใจซื้อที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อ แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem or Need Recognition) ปัญหาเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่เป็นอุดมคติ (Ideal) คือ สภาพที่เขารู้สึกว่าดีต่อตนเอง และเป็นสภาพที่ปรารถนากับสภาพที่เป็นอยู่จริง (Reality) ของสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเอง จึงก่อให้เกิดความต้องการที่จะเติมเต็มส่วนต่างระหว่างสภาพอุดมคติกับสภาพที่เป็นจริง โดยปัญหาของแต่ละบุคคลจะมีสาเหตุที่แตกต่างกันไป

2. การแสวงหาข้อมูล (Search for Information) เมื่อเกิดปัญหา ผู้บริโภคก็ต้องแสวงหาหนทางแก้ไข โดยหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อช่วยในการตัดสินใจ

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เมื่อผู้บริโภค ได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 แล้ว ก็จะประเมินทางเลือกและตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด วิธีการที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินทางเลือกอาจจะประเมิน โดยการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของแต่ละสินค้าและคัดสรรในทางที่จะตัดสินใจเลือกซื้อจากหลากหลายตรา ยี่ห้อให้เหลือเพียงตราเดียว อาจขึ้นอยู่กับความเชื่อนิยมศรัทธาในตราสินค้านั้นๆ หรืออาจขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคที่ผ่านมาในอดีตและสถานการณ์ของการตัดสินใจรวมถึงทางเลือกที่มีอยู่ด้วย

4. การตัดสินใจซื้อ (Decision Making) โดยปกติแล้วผู้บริโภคแต่ละคนจะต้องการข้อมูลและระยะเวลาในการตัดสินใจสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน คือ ผลิตภัณฑ์บางอย่างต้องการข้อมูลมาก ต้องใช้ระยะเวลาในการเปรียบเทียบนาน แต่บางผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคก็ไม่ต้องใช้ระยะเวลาการตัดสินใจนาน

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase Behavior) หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ ถ้าพอใจผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อดีต่างๆ ของสินค้าทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้หรืออาจมีการแนะนำให้เกิดลูกค้ารายใหม่ แต่ถ้าไม่พอใจ ผู้บริโภคก็อาจเลิกซื้อสินค้านั้นๆ ในครั้งต่อไปและอาจส่งผลเสียต่อเนื่องจากการบอกต่อทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าน้อยลงตามไปด้วย

ส่วนประสมทางการตลาด

ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2557) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix 7P's) เป็นหนึ่งเครื่องมือที่สามารถช่วยให้กิจการทราบถึงตัวแปรทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับโครงสร้างพื้นฐานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังสามารถทำให้ทราบถึงปัญหาต่าง ๆ ทางการตลาดที่เกิดขึ้น เพื่อหาทางแก้ไขปัญหานั้นได้อย่างมีหลักการและสามารถวัดผลได้ ซึ่งองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix 7P's) มีดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือสิ่งที่ตอบสนองความต้องการและความจำเป็นในการใช้งาน โดยผู้ขายเป็นผู้ส่งมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับประโยชน์จากผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ปกติแล้วผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ ผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) และทำให้ลูกค้ารับทราบถึงคุณค่านั้น จึงจะสามารถขายผลิตภัณฑ์นั้นได้

2. ด้านราคา (Price) ราคา หมายถึง จำนวนเงินที่จ่ายไปเพื่อแลกกับสินค้าหรือบริการต่าง ๆ หรืออาจเป็นสิ่งที่ลูกค้าได้รับคุณค่า โดยสามารถนำไปใช้ประโยชน์มากที่สุด นอกจากนั้นยังหมายถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่มีมูลค่าทางการเงินและลูกค้านำไปเปรียบเทียบระหว่างความคุ้มค่าที่จ่ายออกไป

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ช่องทางใด ๆ ที่ธุรกิจใช้ในการจำหน่ายซึ่งจะรวมถึงการส่งสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภคตามความต้องการอย่างทันที่ โดยมีช่องทางต่าง ๆ ดังนี้ การจัดจำหน่ายโดยตรงสู่ผู้บริโภค (Direct) การจัดจำหน่ายผ่านไปยังผู้ค้าส่ง (Wholesaler) การจัดจำหน่ายผ่านไปยังผู้ค้าปลีก (Retailers) การจัดจำหน่ายไปยังผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก (Wholesaler and Retailer) การจัดจำหน่ายผ่านตัวแทน (Dealer)

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) กระบวนการของการติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายด้วยวิธีการต่าง ๆ เป็นการบอกให้ลูกค้าทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีลักษณะอย่างไรเป็นการเชิญชวนให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขายเป็นกิจกรรมที่กระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในตัวสินค้าซึ่งประกอบไปด้วย การส่งเสริมการขาย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการใช้พนักงานขาย

5. ด้านพนักงาน (People) หมายถึง บุคคลหรือพนักงานที่ทำประโยชน์ให้แก่องค์กร ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของกิจการ ผู้บริหารทุกระดับ พนักงานทั่วไป ยาม แม่บ้าน เป็นต้น บุคคลเหล่านี้ถือว่ามีความสำคัญที่จะทำให้องค์กรขับเคลื่อนไปได้

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าสามารถรับรู้หรือสัมผัสได้โดยตรงจากสินค้าหรือบริการ โดยความโดดเด่นของสินค้าจะเป็นตัวที่สร้างความแตกต่าง เช่น การตกแต่งร้าน การจัดอาหาร หรือการบริการที่รวดเร็ว เป็นต้น

7. ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง กิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวทางในการปฏิบัติของส่วนบริการเพื่อมอบความถูกต้องและความสะดวกรวดเร็วให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า กระบวนการต้องมีประสิทธิภาพมีการเชื่อมโยงและประสานกันอย่างลงตัว กระบวนการนั้นจะต้องทำให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

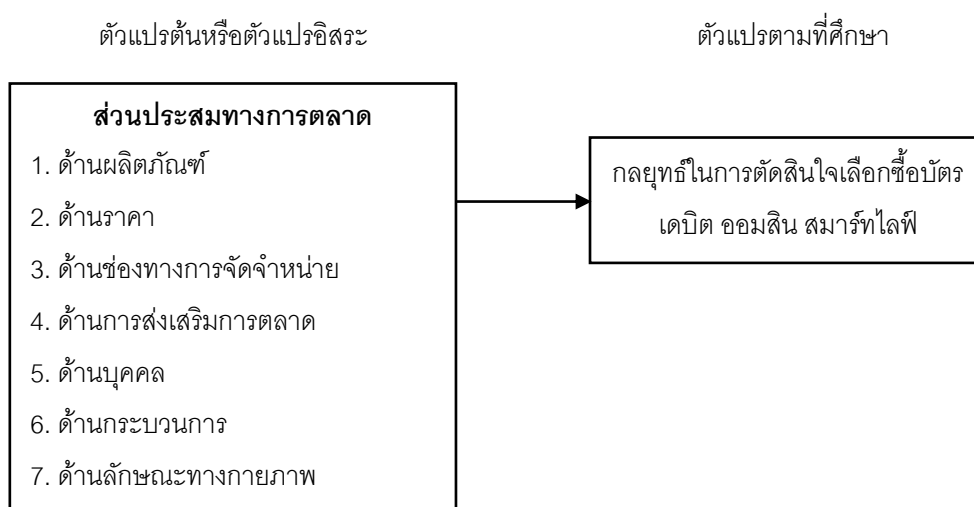
กนกพรพรรณ แสงสว่าง (2557) ได้สรุปว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเดปิตว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการพึงพอใจการใช้งานแท่นตัวรถไฟฟ้าบีทีเอสได้อย่างสะดวก มากที่สุด รองลงมาคือ ความหลากหลายในการใช้งาน ด้านราคา พบว่า ผู้ใช้บริการพึงพอใจอัตราค่าธรรมเนียมรายปีมีความเหมาะสมกับการใช้บริการ มากที่สุด รองลงมาคือ อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินภายในธนาคารมีความเหมาะสม ด้านสถานที่ พบว่า ผู้ใช้บริการพึงพอใจสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็มกระจายอยู่ครอบคลุมทุกพื้นที่ มากที่สุด รองลงมา คือ กรณีบัตรสูญหาย/ชำรุด สามารถขอรับบัตรใหม่ได้ที่ธนาคารทุกสาขา ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการพึงพอใจการโฆษณาผ่านสื่อโทรศัพท์มากที่สุด รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านนิตยสาร/สื่อสิ่งพิมพ์

วิมลรัตน์ ทรัพย์รัตน์ (2558) ได้สรุปผลการวิจัยว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักบัตรเดบิตธนาคารออมสินจากสื่อโฆษณาต่างๆ และปัจจุบันใช้อยู่เพื่อใช้แทนเงินสดการรับบัตรเดบิตธนาคารออมสินนั้นมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรสและอาชีพในส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บัตรเดบิตธนาคารออมสินเพราะว่ามีบัตรเดบิตประจำอยู่แล้วและไม่เคยใช้เพราะโปรโมชันไม่เป็นที่ยอมรับของร้านค้า

ฐิติลักษณ์ สมบุญ (2558) ผลการศึกษาพบว่า ระดับการตัดสินใจของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับน้อย 6 ด้าน คือ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับน้อยที่สุด

จุฑามาศ กิจจรัส (2560) ได้สรุปว่าลูกค้ามีเหตุผลที่เลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงเทพ 3 อันดับแรก คือ มีความสะดวกสบายในการใช้งาน รองลงมา คือ ใช้บัตรเครดิตเพื่อรับส่วนลดที่ได้รับจากโรงแรมร้านค้าและร้านอาหารต่างๆ และใช้เพื่อสะสมคะแนนแลกของสมนาคุณ

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการศึกษา

การศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทำการศึกษาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

กลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด
2. กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 16 คน ที่ประกอบอาชีพ ดังนี้ 1) ข้าราชการ จำนวน 2 คน 2) พนักงานบริษัท จำนวน 2 คน 3) รับจ้างทั่วไป จำนวน 2 คน 4) นักเรียนนักศึกษา จำนวน 2 คน 5) เกษตรกร จำนวน 2 คน 6) อาชีพอิสระ จำนวน 2 คน 7) ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 2 คน 8) อาชีพอื่นๆ จำนวน 2 คน

การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างเป็นแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากกลุ่มอาชีพละ 2 คน รวมเป็น 16 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้มีเครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์ โดยมีแนวทางการสัมภาษณ์ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ (เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน)
2. ท่านมีบัตรเดบิตทั้งหมดกี่ใบ ของธนาคารใดบ้าง แล้วท่านมีบัตรเดบิตประเภทใดบ้าง (มีบัตรเดบิตบวกประกันหรือไม่) ถ้ามีเป็นของธนาคารอะไร
3. (กรณีที่ถูกถามว่ามีบัตรเดบิตบวกประกัน) เพราะสาเหตุใดท่านจึงตัดสินใจเลือกทำบัตรเดบิตบวกประกัน กับธนาคาร.....ดังกล่าว เป็นเพราะอะไร
4. เพราะสาเหตุใดท่านจึงไม่ได้ตัดสินใจเลือกทำบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ กับธนาคารออมสิน เป็นเพราะอะไรบ้าง
5. ธนาคารออมสิน ต้องมีแนวทางอย่างไร เพื่อจะทำให้ท่านตัดสินใจเลือกทำบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. นัดหมายผู้ให้ข้อมูล เพื่อแนะนำตัวและชี้แจงวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์
2. รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสภาพและปัญหาการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเดบิต ประเภทบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด จัดทำเป็นเอกสารให้ผู้ให้ข้อมูลได้ศึกษาก่อนการสัมภาษณ์ล่วงหน้า
3. นัดหมายผู้ให้ข้อมูล เพื่อทำการสัมภาษณ์
4. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ที่ได้จากการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหากมีข้อมูลไม่ครบถ้วน ให้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจนกว่าข้อมูลจะครบถ้วนสมบูรณ์
2. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการศึกษา

จากการสัมภาษณ์ลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 16 ราย (ภาคผนวก ข) พบว่า มีลูกค้า จำนวน 11 ราย ที่มีบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ส่วนลูกค้า จำนวน 5 ราย ไม่มีบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ รายละเอียดการสัมภาษณ์ในภาคผนวก ข ผู้วิจัยได้สรุปกลยุทธ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน

สาเหตุของการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน

ลูกค้าที่มีบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์

1. เป็นลูกค้าเงินกู้ ที่ได้กู้สินเชื่อธนาคารประชาชน และพนักงานได้เสนอให้ทำประกันอุบัติเหตุเพิ่ม
2. ลูกค้าเปิดบัญชีใหม่กับธนาคารออมสิน ต้องการทำบัตรเดบิตเพื่อความสะดวกในการใช้งาน พนักงานได้นำเสนอผลิตภัณฑ์บัตรเดบิตของธนาคาร ลูกค้าเห็นว่าบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ พนักงานได้ให้คำแนะนำว่าบัตรเดบิตนี้ คุ้มครองอุบัติเหตุที่มีวงเงินสูง ลูกค้าจึงเลือกทำบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์

3. ลูกค้าเข้ามาหาวิทยาลัยที่ต่างจังหวัด ผู้ปกครองจึงอยากให้ทำบัตรเดบิตที่มีประกัน เพราะลูกค้าต้องขับรถเอง และเพื่อความสะดวกสบาย เนื่องจากบัตรสามารถพกพาสะดวก ทั้งมีบัตรที่กดเงินได้และมีประกันคุ้มครองอุบัติเหตุในตัว

4. ลูกค้ากู้เงินสินเชื่อ street food พนักงานสินเชื่อได้นำเสนอสิทธิประโยชน์และสิทธิพิเศษของบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ได้ทั้งบัตรและมีประกันในตัว จึงเลือกทำบัตร ATM ที่มีประกัน

5. ลูกค้าเลือกทำบัตรแบบมีประกัน เพราะเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน จึงเลือกทำบัตร ATM แบบมีประกันสามารถจ่ายค่ารักษาพยาบาลได้ และสามารถเบิกตรงได้โดยกับโรงพยาบาลเอกชน โดยลูกค้าไม่ต้องสำรองจ่าย ซึ่งลูกค้ามีบัญชีกับธนาคารออมสินอยู่แล้ว จึงเลือกทำบัตร ATM ที่มีประกันในบัตรเดียว ซึ่งสะดวกในการพกพา

6. ลูกค้าที่เลือกทำบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ เพราะวงเงินคุ้มครองสูงถึง 500,000 บาท และสามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้ถึง 20,000 บาท

7. ลูกค้าเลือกทำ บัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ เพราะอัตราค่าธรรมเนียม ค่าบริการ และค่าประกันรายปี ที่เท่ากับแบงก์อื่น แต่มีวงเงินคุ้มครองที่เยอะกว่า จึงเลือกทำบัตรกับธนาคารออมสิน

8. ลูกค้าเลือกทำบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ กับธนาคารออมสินเนื่องจากเป็นธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน ใกล้สถานที่ทำงาน สะดวกในการมาใช้บริการ

9. ลูกค้าเป็นคนชอบทำประกัน เพราะมีหนี้สินจำนวนมาก ความเสี่ยงสูง ถ้าเกิดเป็นอะไรขึ้นมาคนข้างหลังก็จะได้ไม่ลำบาก

10. ลูกค้าที่เลือกทำบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ เพราะเปิดบัญชีใหม่ พนักงานอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้ฟัง จึงเกิดความสนใจและตัดสินใจทำ

11. ลูกค้าต้องการเปลี่ยนบัตร ATM ใหม่เป็นแบบชิฟการ์ด เห็นแผ่นพับต่างๆ เกี่ยวกับบัตรเดบิต จึงเกิดความสนใจ แล้วสอบถามข้อมูลกับพนักงาน พนักงานให้ข้อมูลเปรียบเทียบได้นำสนใจ จึงตัดสินใจเปลี่ยนเป็นบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ แทนบัตรใบเดิม

จากการสัมภาษณ์ลูกค้าที่มีบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ สาเหตุของการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน ตามส่วนประสมการตลาดได้ดังนี้

ตาราง 1 กระบวนการในการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน

ส่วนประสมการตลาด	สาเหตุของการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์	ความถี่ (คน)
ด้านผลิตภัณฑ์	- วงเงินคุ้มครองอุบัติเหตุสูง 500,000 บาท	3
	- สามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้ 20,000 บาท	4
	- ลูกค้าไม่ต้องสำรองจ่ายเมื่อเข้ารับการรักษาที่สถานพยาบาลในโครงการ	2
	- สิทธิประโยชน์และสิทธิพิเศษของบัตร	1
	- มีความสะดวกในการใช้งานบัตร	2

ตาราง 1 (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาด	สาเหตุของการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์	ความถี่ (คน)
ด้านราคา	- อัตราค่าธรรมเนียม ค่าบริการ และค่าประกันรายปี ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น	4
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	- ที่ตั้งธนาคารอยู่ใกล้บ้าน ใกล้สถานที่ทำงาน	3
ด้านส่งเสริมการตลาด	- การขายทางตรง โดยพนักงานขายเป็นผู้นำเสนอผลิตภัณฑ์และจูงใจให้ทำบัตร	1
ด้านพนักงาน	- พนักงานธนาคารมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ สามารถอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าฟังได้	3
ด้านกระบวนการ	- ในการออกบัตรใหม่หรือการทำธุรกรรมเกี่ยวกับบัตรเดบิตทำได้ไวมาก จึงเลือกที่จะซื้อบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์	3
ด้านลักษณะทางกายภาพ	- สถานที่ในการให้บริการมีความสะอาดสบาย - มีเครื่องมือในการให้บริการที่สะดวกและทันสมัย	2

ลูกค้าที่ไม่มีบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์

1. ลูกค้าไม่มีบัญชีเงินเดือนกับธนาคารออมสิน จึงไม่ได้ทำบัตรเดบิตของธนาคารออมสิน
2. ผู้ปกครองซื้อประกันไว้ให้แล้วเลยไม่ได้ทำบัตร ATM ที่มีประกัน
3. ลูกค้ามีประกันที่ทำไว้กับ บริษัทประกันอื่น ๆ แล้วจำนวนมาก มีทั้งอุบัติเหตุและประกันชีวิต เลยไม่ได้เลือกที่จะทำบัตร ATM ที่มีประกันเพิ่ม
4. ลูกค้าไม่รู้จักบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งยังไม่มีพนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้
5. ลูกค้ายังไม่ตัดสินใจ เนื่องจากบัตรบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ต้องจ่ายรายปี สูงกว่าบัตรเดิมที่ลูกค้ามี

สาเหตุของปัญหาที่บัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน ที่ทำให้ออดบัตรไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

สาเหตุของปัญหาที่บัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน ที่ทำให้ออดบัตรไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ดังนี้

ตาราง 2 สาเหตุของปัญหาที่บัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน ที่ทำให้ยอดบัตรไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

ส่วนประสมการตลาด	สาเหตุของปัญหาที่บัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน ที่ทำให้ยอดบัตรไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
ด้านผลิตภัณฑ์	- ธนาคารมีบัตรเดบิตรูปแบบอื่น ๆ ให้ลูกค้าเลือก - เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า
ด้านราคา	- ลูกค้าต้องจ่ายค่าธรรมเนียมรายปีสูงกว่าบัตรเดิม
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	- ยังไม่มีการเดินตลาดถึงบ้านหรือสถานที่ทำงานเพื่อนำเสนอบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ให้กับลูกค้า
ด้านส่งเสริมการตลาด	- การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีน้อย และไม่ทั่วถึง
ด้านพนักงาน	- พนักงานบางรายขาดทักษะในการบริการแบบมีอาชีพไม่แนะนำหรือนำเสนอ ผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า
ด้านกระบวนการ	- ความล่าช้าในการให้บริการเมื่อมีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	- สถานที่คับแคบเกินไปรองรับลูกค้าได้ไม่มาก

แนวทางการแก้ไขปัญหาเพื่อสร้างยอดให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดตามที่ธนาคารออมสิน
สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด

ตาราง 3 SWOT Analysis

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
S1 ธนาคารออมสินมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ	W1 เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า
S2 เป็นสถาบันการเงินที่ลูกค้ามีความเชื่อมั่นด้านการ ออม และมีประสิทธิภาพการบริการทางการเงินที่ หลากหลาย	W2 พนักงานบางรายขาดทักษะในการบริการแบบมี อาชีพ พนักงานไม่แนะนำหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์ ให้กับลูกค้า
S3 สาขามีฐานลูกค้าจำนวนมาก ครอบคลุมลูกค้า ทุกกลุ่ม	W3 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มี น้อย และไม่ทั่วถึง
S4 วงเงินคุ้มครองสูง และสามารถเบิกค่ารักษา พยาบาลได้	W4 ความล่าช้าในการให้บริการเมื่อมีผู้มาใช้บริการ จำนวนมาก
S5 อัตราค่าธรรมเนียม ค่าบริการ และค่าประกันรายปี ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น	W5 สาขายังไม่มีมีการเดินตลาดถึงบ้านหรือสถานที่ ทำงานเพื่อนำเสนอบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ให้กับลูกค้า
S6 สำนักงานใหญ่ให้การสนับสนุนของที่ระลึกต่าง ๆ	

ตาราง 3 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	ภัยคุกคาม (Threats)
O1 ประชาชนหันมาให้ความสำคัญและตระหนักถึงการทำประกันเพิ่มมากขึ้น	T1 จำนวนคู่แข่งที่มีจำนวนมาก ทั้งธนาคารพาณิชย์ที่มีบัตรเดบิตที่มีประกัน และบริษัทประกันชีวิต
O2 รัฐบาลส่งเสริมการออมสำหรับประชาชนและข้าราชการ	T2 อำนาจการต่อรองของลูกค้าสูง
O3 การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงานและเก็บข้อมูลลูกค้า	T3 การเติบโตของ Digital Banking ที่ไม่จำเป็นต้องใช้บัตร ATM ก็สามารถเบิกถอนได้
O4 บริษัทผู้สัญญาการทำประกันมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ	T4 การลือคดวุ่น และการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด 19)
O5 ลูกค้าให้ความสำคัญกับความสะดวกในการพกพาบัตร ATM	

ตาราง 4 TOWS Analysis

กลยุทธ์เชิงรุก S3 S4 S5 O1	กลยุทธ์เชิงแก้ไข W2 W5 O3
การตลาดเชิงรุกเพื่อนำเสนอสิทธิพิเศษ สิทธิประโยชน์ และความคุ้มครองของบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ให้กับลูกค้าที่มีความสนใจในการทำประกันอุบัติเหตุ	การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร ของผลิตภัณฑ์ธนาคารออมสิน ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ รวมทั้งมีการเดินตลาดถึงบ้านหรือสถานที่ทำงานเพื่อนำเสนอบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ให้กับลูกค้า
กลยุทธ์เชิงรับ S3 S4 S5 T1 T4	กลยุทธ์เชิงป้องกัน W2 W4 T1
การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเก่าของธนาคาร หลังจากนั้นมีการชักชวน นำเสนอ และเปรียบเทียบเงื่อนไข ความคุ้มครอง ระหว่างธนาคารออมสินกับธนาคารพาณิชย์อื่นให้ลูกค้าทราบ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจ	การเพิ่มศักยภาพให้กับพนักงานให้มีความเป็นมืออาชีพ โดยมีการจัดฝึกอบรม หรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างพนักงานในเรื่องต่าง ๆ ทั้งข้อมูลผลิตภัณฑ์ การใช้ระบบงาน และงานบริการลูกค้า เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญมากที่สุด

จากสาเหตุของปัญหาที่บัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน ไม่สอดคล้องไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางเลือกการแก้ไขปัญหาเพื่อสร้างยอดให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดตามที่ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด ดังนี้

แนวทางที่ 1 คือ การตลาดเชิงรุกเพื่อนำเสนอสิทธิพิเศษ สิทธิประโยชน์ และความคุ้มครองของบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการกับสาขา และมีความสนใจในการทำประกันอุบัติเหตุ โดยใช้

การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเก่าของธนาคาร หลังจากนั้นมีการชักชวน นำเสนอ และเปรียบเทียบเงื่อนไข ความคุ้มค่า ระหว่างธนาคารออมสินกับธนาคารพาณิชย์อื่นให้ลูกค้าทราบ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจ

ข้อดี - ลูกค้าสามารถสอบถามรายละเอียด สิทธิประโยชน์ สิทธิพิเศษ และเงื่อนไขได้ทันที โดยสามารถทำการสมัครบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ได้เลย ซึ่งช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ได้

ข้อเสีย - พนักงานบางรายอาจแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สิทธิประโยชน์ สิทธิพิเศษ และเงื่อนไขที่โดดเด่นให้ลูกค้าทราบได้ไม่ครบถ้วน ซึ่งอาจใช้เวลานานในการอธิบายให้ลูกค้าทราบ ทำให้เกิดความล่าช้า ในการให้บริการลูกค้า

แนวทางที่ 2 คือ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร ของผลิตภัณฑ์ธนาคารออมสิน ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ รวมทั้งมีการเดินตลาดถึงบ้านหรือสถานที่ทำงานเพื่อนำเสนอบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ให้กับลูกค้า

ข้อดี - เป็นสร้างการสื่อสารการตลาดกับลูกค้า ด้วยการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการเดินตลาด ซึ่งช่วยให้สาขาสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสีย - ค่าใช้จ่ายสูงกว่าแนวทางที่ 1 และ 3 และพนักงานต้องใช้วันหยุดในการเดินตลาด

แนวทางที่ 3 คือ การเพิ่มศักยภาพให้กับพนักงานให้มีความเป็นมืออาชีพ โดยมีการจัดฝึกอบรม หรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างพนักงานในเรื่องต่าง ๆ ทั้งข้อมูลผลิตภัณฑ์ การใช้ระบบงาน และงานบริการลูกค้า เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญมากที่สุด

ข้อดี - ทำให้พนักงานมีทักษะ ความรู้ ความชำนาญ และความเป็นมืออาชีพเพิ่มขึ้น ซึ่งจะช่วยสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า สามารถชักชวน จูงใจ ลูกค้า ได้ดีขึ้น และมีความน่าเชื่อถือ

ข้อเสีย - พนักงานต้องใช้วันหยุดหรือนอกเวลาทำงานในการฝึกอบรม หรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างพนักงาน

จากการวิเคราะห์ปัญหาที่บัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน ที่ทำให้อุดบัตร์ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย การแก้ไขปัญหาจึงควรการตลาดเชิงรุก เพื่อให้พนักงานมีการนำเสนอสิทธิพิเศษ สิทธิประโยชน์ และความคุ้มค่าของบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ให้กับลูกค้าสินเชื่อที่มารับบริการกับสาขา และลูกค้าที่มาเปิดบัญชีใหม่กับธนาคารออมสินและต้องการมีบัตร ATM โดยมีการชักชวน นำเสนอ เปรียบเทียบเงื่อนไข และความคุ้มค่า ระหว่างธนาคารออมสินกับธนาคารพาณิชย์อื่นให้ลูกค้าทราบ เพื่อให้ลูกค้า เพื่อเกิดความสนใจและตัดสินใจทำบัตร ATM ที่มีประกันอุบัติเหตุ บัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์ด้วยการเดินตลาดถึงบ้านหรือสถานที่ทำงานของลูกค้า เพื่อนำเสนอบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ให้กับลูกค้าเดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

ตาราง 5 แผนการปฏิบัติงาน (Action Plan)

กิจกรรมโครงการ	เป้าหมายการดำเนินกิจกรรม												งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
	Q1			Q2			Q3			Q4				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1. ศึกษาปัญหาและสาเหตุของปัญหา	↔												-	ผู้จัดการสาขา
2. หาแนวทางแก้ไขปัญหาและเลือกแนวทางการแก้ไขปัญหา	↔												-	ผู้จัดการสาขา และหัวหน้าโครงการ
3. กำหนดแนวทางการแก้ไขปัญหา		↔											-	หัวหน้าโครงการ
4. จัดทำแผนการดำเนินงานและตัวชี้วัด		↔											-	หัวหน้าโครงการ
5. จัดการฝึกอบรมพนักงาน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้			↔										-	หัวหน้าโครงการ
6. ดำเนินการตามแผน		←-----→											15,000	หัวหน้าโครงการ
7. ติดตามและประเมินผล			←-----→										-	ผู้จัดการสาขา
8. สรุปผลโครงการ												↔	-	ผู้จัดการสาขา

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า สาเหตุของปัญหาที่บัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ มียอดไม่เป็นไปตามเป้าหมาย เกิดจากเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า ลูกค้าต้องจ่ายค่าธรรมเนียมรายปีสูงกว่าบัตรเดิม ยังไม่มีการเดินตลาดถึงบ้านหรือสถานที่ทำงานเพื่อนำเสนอให้กับลูกค้า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีน้อย พนักงานบางรายขาดทักษะในการบริการแบบมีออราชีฟไม่แนะนำหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า ความล่าช้าในการให้บริการ เมื่อมีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก แผนผังที่ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์มีน้อยไม่เพียงพอต่อจำนวนลูกค้า จึงได้เสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาคือ การตลาดเชิงรุก เพื่อให้พนักงานมีการนำเสนอสิทธิพิเศษ สิทธิประโยชน์ และความคุ้มครองของบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ให้กับลูกค้าสินเชื่อที่มาใช้บริการกับสาขา และลูกค้าที่มาเปิดบัญชีใหม่ และการประชาสัมพันธ์ด้วยการเดินตลาดถึงบ้านหรือสถานที่ทำงานของลูกค้า

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน ด้านผลิตภัณฑ์วงเงินคุ้มครองสูง 500,000 บาท สามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้ 20,000 บาท ลูกค้าไม่ต้องสำรองจ่ายเมื่อเข้ารับการรักษาที่สถานพยาบาลในโครงการ สิทธิประโยชน์และสิทธิพิเศษของบัตร และมีความสะดวกในการใช้งาน ด้านราคา อัตราค่าธรรมเนียม ค่าบริการ และค่าประกันรายปี ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ตั้งธนาคารอยู่ใกล้บ้าน ใกล้สถานที่ทำงาน ความสะดวกในการมาใช้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด การให้ข้อมูลโดยพนักงาน ด้านพนักงาน พนักงานธนาคารมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ สามารถอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าฟังได้ด้านลักษณะทางกายภาพ มีแผนพับเกี่ยวกับบัตรเดบิตไว้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกอรพรรณ แสงสว่าง (2557) ได้สรุปว่าการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเดบิตของลูกค้าในด้านผลิตภัณฑ์เนื่องจากมีความสะดวกในการใช้งาน ด้านราคาเนื่องจากอัตราค่าธรรมเนียมรายปีมีความเหมาะสมกับการใช้บริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ กิจจรัส (2560) ได้สรุปว่าลูกค้ามีเหตุผลที่เลือกซื้อบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสะดวกสบายในการใช้งาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับธนาคาร

ธนาคารควรทำการตลาดเชิงรุก โดยให้พนักงานมีการนำเสนอสิทธิพิเศษ สิทธิประโยชน์ และความคุ้มครองของบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ให้กับลูกค้าสินเชื่อที่มาใช้บริการกับสาขา และลูกค้าที่มาเปิดบัญชีใหม่กับธนาคารออมสินและต้องการมีบัตร ATM โดยมีการชักชวน นำเสนอ เปรียบเทียบเงื่อนไข และความคุ้มครอง ระหว่างธนาคารออมสินกับธนาคารพาณิชย์อื่นให้ลูกค้าทราบ เพื่อให้ลูกค้า เพื่อเกิดความสนใจและตัดสินใจทำบัตร ATM ที่มีประกันอุบัติเหตุ บัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์ด้วยการเดินตลาดถึงบ้านหรือสถานที่ทำงานของลูกค้า เพื่อนำเสนอบัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ให้กับลูกค้าเดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในพื้นที่ที่ธนาคารออมสินสาขาสาขาโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด รับผิดชอบ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาต่อไปควรทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจใช้บัตรเดบิต ออมสิน สมาร์ทไลฟ์ ธนาคารออมสิน โดยทำการศึกษาเชิงปริมาณ

เอกสารอ้างอิง

- กนกอรพรรณ แสงสว่าง. (2557). ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บัตรปีเพิสต์ สมาร์ทแบปิท ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. ปทุมธานี: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรญาณบุรี.
- จุฑามาศ กิจจรัส. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพของลูกค้าในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฐิติลักษณ์ สมบุญ. (2558). การเลือกใช้บริการบัตรออมสินวีซ่าเดบิต สمار์ทไลฟ์ ธนาคารออมสินภาค 3 กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย. (2563). ผลงานของธนาคารออมสิน สาขาโพธิ์ชัย. ร้อยเอ็ด: ธนาคารฯ.

วิมลรัตน์ ทรัพย์รัตน์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตธนาคารออมสินสำนักพหลโยธิน. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ท้อป.

Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. 11th ed., Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

S0091: การบริหารจัดการ ในสถานการณ์ โควิด 19 ของที่เทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

MANAGEMENT IN THE SITUATION OF COVID 19 AT LAM MAI SUB-DISTRICT, MUANG DISTRICT, PROVINCE

นุรฟาฎิละห์ เซ็งโซ๊ะ¹ สุรียานี ปือราเฮง² อับดุลมุหี เจะกายอ³ วัชร ขาวสังข์⁴

อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการ ในสถานการณ์ โควิด 19 ของเทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนในองค์การบริหารส่วนตำบลลำใหม่ ซึ่งได้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถาม จำนวน 100 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบประเมินความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการในสถานการณ์ โควิด 19 ขององค์การบริหารของเทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา พบว่า มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทั้งด้านการบริหารงาน ด้านหน้าที่ของการจัดการ ด้านการปกครองท้องถิ่น ด้านองค์ประกอบของการปกครองท้องถิ่น ในเทศบาลตำบลลำใหม่ ด้านวิธีการป้องกันอาการโรคโควิด-19 ประสิทธิภาพทุกด้านอยู่ในระดับ "ดี" ทำให้ในเขตของเทศบาลตำบลลำใหม่ไม่มีผู้ติดเชื้อในเขตของเทศบาลตำบลลำใหม่

การบริหารจัดการในสถานการณ์ โควิด 19 มีการบริหารงานทั่วถึงและประสานงานได้เป็นอย่างดีและเขตการรับผิดชอบในการบริหารจัดการของเทศบาลตำบลลำใหม่มีขนาดที่เหมาะสมในการใช้อำนาจปกครองโดยมีการปกครองท้องถิ่น องค์ประกอบในการปกครองท้องถิ่น และหน้าที่ของพนักงานที่มีต่อประชาชน ซึ่งมีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยมีวัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลในการบริหารงานและจัดการให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, สถานการณ์โควิด

Abstract

Objective of this research: 1) To study the management of the COVID 19 situation of the Mai Sub-district Municipality. Mueang District, Yala Province The sample group was people in the Lam Mai Subdistrict Administrative Organization. The data were collected by questionnaires of 100 people. The statistics used in the research were frequency, percentage, mean, standard deviation.

The results of the study showed that respondents assessed the public satisfaction towards the management of the COVID 19 situation of the Mai Mai Subdistrict Administrative Organization. Muang District, Yala Province, found that Efficiently manage the administrative tank, the administrative front, the local government, Local governance components in the Mai Sub-district Municipality, and how to prevent COVID-19 symptoms All aspects of the efficiency were at a "good" level, thus, in the new sub-district area, there were no infected people in the new district municipality.

The management of the COVID-19 situation is well managed and coordinated, and the administrative responsibility of the new sub-district municipality is of an appropriate scale to exercise the administrative power under local governance. Elements of local government And duties of the employees to the public Which has social responsibility with an organizational culture that has the influence in management and management to be more efficient

Keywords: management, management, the COVID situation

บทนำ

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ด้วยสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด 19 ได้แพร่อย่างรวดเร็วและกว้างขวางไปหลายประเทศทั่วโลก ทำให้มีผู้ติดเชื้อและเสียชีวิตเป็นจำนวนมาก จึงเป็นสาเหตุของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 (COVID-19) ส่งผลกระทบต่อประชาชนในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกอย่างไม่เคยมีมาก่อน ทั้งปัญหาด้านการควบคุมโรคและการจัดการทรัพยากร ในระบบบริหารสุขภาพเพื่อรองรับผู้ป่วยและลดอัตราการเสียชีวิตจากโควิด-19 รวมทั้งปัญหาที่เกิดจาก ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากนโยบายการควบคุมโรคที่ทำให้เกิดการชะลอตัวของกิจกรรมด้านเศรษฐกิจ

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการบริหารเทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา เนื่องจากเป็นสถานที่ให้บริการแก่ประชาชนและใกล้ชิดกับคนในชุมชน โดยองค์กรมีนโยบายและแนวทางในการควบคุมและป้องกัน การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยเห็นถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสุขภาพของประชาชนในพื้นที่ตำบลลำใหม่ จึงได้มีการบูรณาการร่วมกับผู้นำชุมชน หน่วยงานด้านสาธารณสุข ผู้นำด้านสุขภาพชุมชน โรงเรียน และหน่วยงานราชการในพื้นที่ ได้มีการจัดโครงการพลังคนไทยร่วม เพื่อให้ประชาชนได้ผลิตหน้ากากอนามัยเพื่อป้องกันตนเองและสามารถลดรายจ่ายของประชาชนได้อีกทางหนึ่งด้วย ทำให้สร้างความรักความสามัคคีให้เกิดในชุมชน ทั้งนี้ เทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ซึ่งเป็นพื้นที่หนึ่งที่ประสบปัญหาและอุปสรรคในการบริหารงานในสถานการณ์โควิด 19 เหมือนกับพื้นที่อื่นเป็นปัญหาที่สำคัญ เนื่องจากคนเป็นทรัพยากรในการบริหารที่สำคัญที่สุด เพราะคนหรือบุคลากรในองค์กรบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ เป็นผู้กำหนดและดำเนินการตามนโยบาย รวมทั้งเป็นผู้ใช้ทรัพยากรในการบริหาร คนจึงเป็นพลังในการผลักดันให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ การบริหารบุคคลจึงเป็นส่วนสำคัญในการนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายได้

วัตถุประสงค์

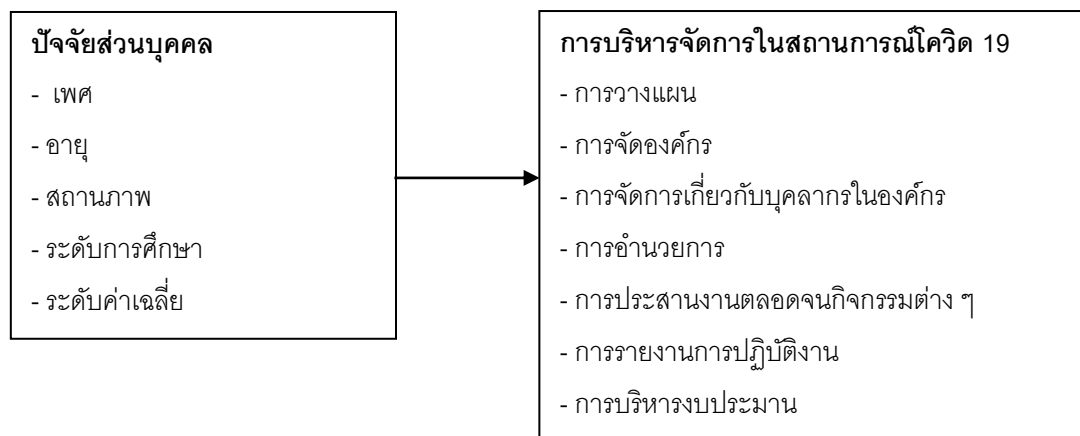
เพื่อศึกษาการบริหารจัดการ ในสถานการณ์ โควิด 19 ของที่เทศบาลตำบลลำใหม่ จังหวัดยะลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทราบถึงการบริหารจัดการและควบคุมโรคโควิด-19 ของกลุ่มประชาชน ในเทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “การบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ของเทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา” ผู้วิจัย กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยนี้เป็นการศึกษา การบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ของเทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือใช้เครื่องมือแบบสอบถาม

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนในองค์การบริหารของเทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา จำนวน 100 คน แบ่งเป็นชาย จำนวน 60 คน และหญิง จำนวน 40 คน

วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ของเทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ใช้ขั้นตอนวิจัยเชิงปริมาณ รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดและคำถามเลือกตอบ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเรื่องการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ของเทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

1. ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามและขอหนังสืออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา เพื่อขอความอนุเคราะห์ไปยังหน่วยงานที่ทำการวิจัยเพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มตัวอย่าง
2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน โดยการนำแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์แล้ว ไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองของเทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา
3. เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ตอบเสร็จแล้วมาตรวจสอบความเรียบร้อยสมบูรณ์แล้ว นำไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจผ่านการวิเคราะห์ทางสถิติ ด้วยโปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์

1. ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยการค่า ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการของเทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ผลการศึกษา

จากตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ด้านการบริหารงาน

ผลการศึกษาทางด้านการบริหารจัดการ พบรายละเอียดดังนี้

รายการประเมิน	n = 100		ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ
	$\bar{X}$	S.D.		
1. การวางแผนและกำหนดเป้าหมายในงานอย่างชัดเจน	4.24	0.69	มาก	2
2. มีวิสัยทัศน์ วางตัวเป็นแบบอย่างที่ดีในฐานะผู้นำ	4.28	0.66	มาก	1
3. มีการจัดทำโครงสร้างภายในองค์กร	4.18	0.83	มาก	3
4. มีการจัดการสายบังคับบัญชา	4.05	0.93	มาก	5
5. มีการเชื่อมโยงอำนาจหน้าที่	4.14	0.86	มาก	4
รวม	4.18	0.80	มาก	

ผลการศึกษาการบริหารจัดการ ในสถานการณ์ โควิด 19 ของที่เทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ทางด้านการบริหารงาน ทราบได้ว่า ประสิทธิภาพการบริหารงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับ “มาก”

ตาราง 3 ผลการศึกษาด้านหน้าที่ในการจัดการ พบรายละเอียดดังนี้

รายการประเมิน	n = 100		ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ
	$\bar{X}$	S.D.		
1. มีการกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์กร	4.19	0.69	มาก	5
2. มีการแจกแจงหน้าที่สำหรับสมาชิกแต่ละคน	4.28	0.71	มาก	1
3. องค์กรมีการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานในองค์กรมากน้อยเพียงใด	4.24	0.72	มาก	4
4. มีการประเมินประสิทธิภาพการทำงานของผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชา	4.26	0.67	มาก	2
5. มีการจัดการฝึกอบรมในองค์กรอย่างเหมาะสม	4.26	0.69	มาก	3
รวม	4.25	0.70	มาก	

ผลการศึกษากิจการบริหารจัดการ ในสถานการณ์ โควิด 19 ของที่เทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ทางด้านหน้าที่ในการจัดการ ทราบได้ว่า ประสิทธิภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับ “มาก”

ตาราง 4 ผลการศึกษาด้านการปกครองท้องถิ่น พบรายละเอียดดังนี้

รายการประเมิน	n = 100		ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ
	$\bar{X}$	S.D.		
1. มีการกำหนดแนวทางและจัดทำมาตรฐานทั่วไปเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	4.21	0.71	มาก	5
2. มีการกำหนดแนวทาง วางระบบ และสร้างตัวชี้วัดเพื่อเป็นมาตรฐานการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	4.20	0.77	มาก	4
3. มีการส่งเสริมภาคประชาชนให้มีส่วนร่วมในการบริหารงานและตรวจสอบการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	4.23	0.81	มาก	2
4. มีการพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศเพื่อการบริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	4.22	0.72	มาก	3
5. มีการพัฒนานักวิชาการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและของกรม	4.24	0.76	มาก	1
รวม	4.18	0.75	มาก	

ผลการศึกษากิจการบริหารจัดการ ในสถานการณ์ โควิด 19 ของที่เทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ทางด้านการปกครองท้องถิ่น ทราบได้ว่า ประสิทธิภาพด้านการปกครองท้องถิ่นอยู่ในระดับ “มาก”

ตาราง 5 ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบการปกครองท้องถิ่นในเทศบาลตำบลลำใหม่ พบรายละเอียดดังนี้

รายการประเมิน	n = 100		ระดับ ความพึงพอใจ	อันดับ
	$\bar{X}$	S.D.		
1. มีอิสระในการปกครองตนเอง	4.23	0.68	มาก	4
2. มีเขตการปกครองที่ชัดเจนและเหมาะสม	4.29	0.73	มาก	1
3. มีบุคลากรปฏิบัติงานของตนเอง	4.25	0.70	มาก	3
4. มีอำนาจหน้าที่ที่เหมาะสมต่อการให้บริการ	4.28	0.69	มาก	2
5. มีความสัมพันธ์กับส่วนกลางในฐานะเป็นหน่วยงานระดับรอง ของรัฐ	4.20	0.72	มาก	5
รวม	4.25	0.70	มาก	

ผลการศึกษการบริหารจัดการ ในสถานการณ์โควิด 19 ของที่เทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ทางด้านองค์ประกอบการปกครองท้องถิ่นในเทศบาลตำบลลำใหม่ พบได้ว่า ประสิทธิภาพด้านองค์ประกอบการปกครองท้องถิ่นอยู่ในระดับ “มาก”

ตาราง 6 ผลการศึกษาด้านวิธีการป้องกันอาการโรคโควิด-19 พบรายละเอียดดังนี้

รายการประเมิน	n = 100		ระดับ ความพึงพอใจ	อันดับ
	$\bar{X}$	S.D.		
1. มีการหลีกเลี่ยงการใกล้ชิดกับผู้ป่วยที่มีอาการไอ จาม น้ำมูก ไหล เหนื่อยหอบ เจ็บคอ	4.36	0.69	มาก	3
2. มีการหลีกเลี่ยงการเดินทางไปในพื้นที่เสี่ยง โดยเฉพาะเมือง อุ้ยที่เป็นรังโรค และเมืองอื่น ๆ ในประเทศจีนที่มีการระบาด	4.42	0.65	มาก	1
3. มีการตั้งจุดตรวจคัดกรอง	4.27	0.75	มาก	8
4. การเว้นระยะห่าง/งดการจัดกิจกรรมกลุ่ม	4.35	0.70	มาก	4
5. แจกหน้ากากอนามัยและเจลแอลกอฮอล์ให้กับประชาชน ในพื้นที่	4.24	0.81	มาก	9
6. องค์กรและประชาชนให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงาน	4.37	0.66	มาก	2
7. การทำความสะอาดพื้นที่สาธารณะ	4.23	0.76	มาก	10
8. การบริหารการป้องกันโดยการล้างมือด้วยแอลกอฮอล์และ สวมหน้ากากอนามัยทุกครั้งก่อนทำงาน	4.35	0.75	มาก	5

ตาราง 6 (ต่อ)

รายการประเมิน	n = 100		ระดับ ความพึงพอใจ	อันดับ
	$\bar{X}$	S.D.		
9. การประชาสัมพันธ์ ติดป้าย เรื่องการล้างมืออย่างถูกต้องที่ ห้องน้ำทุกจุดภายในองค์การ	4.30	0.77	มาก	6
10. เจ้าหน้าที่ขององค์กรมีความผิชอบต่อหน้าที่	4.29	0.71	มาก	7
รวม	4.32	0.72	มาก	

ผลการศึกษาการบริหารจัดการ ในสถานการณ์ โควิด 19 ของที่เทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ทางด้านวิธีการป้องกันอาการโรคโควิด-19 ทราบได้ว่า ประสิทธิภาพด้านวิธีการป้องกันอาการโรคโควิดอยู่ในระดับ “มาก”

ผลการศึกษาทุกด้าน พบรายละเอียดดังนี้

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการในสถานการณ์ โควิด 19 โดยภาพรวมความพึงพอใจ

รายการประเมิน	n = 100		ระดับ ความพึงพอใจ	อันดับ
	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านการบริหารงาน	4.18	0.80	มาก	5
2. ด้านหน้าที่ของการจัดการ	4.25	0.70	มาก	3
3. ด้านการปกครองท้องถิ่น	4.18	0.75	มาก	4
4. ด้านองค์ประกอบปกครองท้องถิ่นในเทศบาลตำบลลำใหม่	4.25	0.70	มาก	2
5. ด้านวิธีการป้องกันการอาการโรคโควิด 19	4.32	0.72	มาก	1
รวม	4.26	0.74	มาก	

ผลการศึกษาการบริหารจัดการ ในสถานการณ์ โควิด 19 ของที่เทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา รวมทุกด้าน ทราบได้ว่า ประสิทธิภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับ “มาก”

จากตาราง 1 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นทางบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.74) เมื่อพิจารณาระดับนี้ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านวิธีการป้องกันมีความพึงพอใจระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.72) รองลงมาคือ ด้านหน้าที่ของการจัดการและด้านองค์ประกอบปกครองท้องถิ่นในเทศบาลตำบลลำใหม่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ

($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.70) และด้านระดับที่น้อยที่สุด คือ ด้านการบริหารงานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.80)

สรุปผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ของผู้สอบประเมินความพึงพอใจส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60 มีอายุมากกว่า 30 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 90 มีสถานะโสด จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 83 มีระดับการศึกษา ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 44 มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 68

พบว่า ด้านจากการศึกษาประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการบริหารในสถานการณ์โควิด 19 โดยพิจารณาระดับเป็นรายข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.27 ถึง 4.42 ทราบได้ว่าประสิทธิภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.26

วิธีการป้องกันอาการโรคโควิด-19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.27-4.37 ทราบได้ว่า ประสิทธิภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับ “มาก” ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.26

ด้านองค์ประกอบการปกครองท้องถิ่นในเทศบาลตำบลลำใหม่โดยภาพรวมอยู่ในระดับ “มาก” มีค่าเฉลี่ย 4.25 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยที่มีอันดับสูงสุด คือ มีเขตการปกครองที่ชัดเจนและเหมาะสมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา คือ มีอำนาจหน้าที่ที่เหมาะสมต่อการให้บริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.28 และอันดับสาม คือ มีมีบุคลากรปฏิบัติงานของตนเองอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีอันดับต่ำสุด คือ “มีความสัมพันธ์กับส่วนกลางในฐานะเป็นหน่วยงานระดับรองของรัฐอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.20

ด้านหน้าที่ของการจัดการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.25 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยของทุกข้ออยู่ในระดับมาก คือ มีการแจกแจงหน้าที่สำหรับสมาชิกแต่ละคน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.28 รองลงมา คือ มีการประเมินประสิทธิภาพการทำงานของผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชาและมีการจัดการฝึกอบรมในองค์กรอย่างเหมาะสม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.26 ส่วนค่าเฉลี่ยของระดับที่มีอันดับต่ำสุด คือ มีการกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์กรอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19

ด้านการบริหารงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ที่มีอันดับสูงสุด คือ มีวิสัยทัศน์วางตัวเป็นแบบอย่างที่ดีในฐานะผู้นำอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.28 รองลงมา คือ มีการวางแผนและกำหนดเป้าหมายในงานอย่างชัดเจนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.24 และอันดับสาม คือ “มีการจัดทำโครงสร้างภายในองค์กรอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 ส่วนค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจที่มีอันดับต่ำสุด คือ “มีการจัดการสายบังคับบัญชาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05

การปกครองท้องถิ่น ประสิทธิภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับ “มาก” ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบ การส่งเสริมภาคประชาชนให้มีส่วนร่วมในการบริหารงานและตรวจสอบการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อยู่ในระดับ “มาก” และประสิทธิภาพของทุกข้ออยู่ในระดับ “มาก” โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24-4.21

ประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ในสถานการณ์ โควิด 19 ของที่เทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ทราบได้ว่าโดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับ “มาก”มีค่าเฉลี่ย 4.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยของระดับที่มีอันดับสูงสุด คือ “ด้านวิธีการป้องกันอาการโรคโควิด 19” มีค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมา คือ “ด้านองค์ประกอบ

ปกครองท้องถิ่น” โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ “ด้านหน้าที่ของการจัดการ” ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนค่าเฉลี่ยของระดับที่มีอันดับต่ำสุด คือ ด้านการบริหารงานและด้านการปกครองท้องถิ่นอยู่ในระดับ “มาก” โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ของผู้สอบประเมินความพึงพอใจส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60 มีอายุมากกว่า 30 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 90 มีสถานะโสด จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 83 มีระดับการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 44 มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 68

ซึ่งสอดคล้อง (เฉลิมชัย เพาะบุญ, 2563) กล่าวว่าว่าการปกครองท้องถิ่นการปกครองตามหลักการกระจายอำนาจปกครองโดยรัฐบาลมอบอำนาจให้ประชาชนในท้องถิ่นไปดำเนินการปกครองตนเองและจัดทำบริการสาธารณะบางอย่าง เพื่อสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นโดยมีอิสระภายในขอบเขตของกฎหมาย การมอบอำนาจให้ท้องถิ่นนี้ ทำให้เกิดสภาพการปกครองตนเอง หรือการปกครองตนเอง ในท้องถิ่น เพื่อให้ประชาชนได้รู้จักการปกครองตนเอง เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล ปกครองส่วนท้องถิ่นระดับตำบลที่อยู่ใกล้ชิด กับประชาชนมากที่สุด

ประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ในสถานการณ์โควิด 19 ของที่เทศบาลตำบลลำใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ทราบได้ว่าโดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับ “มาก” มีค่าเฉลี่ย 4.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยของระดับที่มีอันดับสูงสุด คือ “ด้านวิธีการป้องกันอาการโรคโควิด 19” มีค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมา คือ “ด้านองค์ประกอบ การปกครองท้องถิ่น” โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ “ด้านหน้าที่ของการจัดการ” ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนค่าเฉลี่ยของระดับที่มีอันดับต่ำสุด คือ ด้านการบริหารงานและด้านการปกครองท้องถิ่นอยู่ในระดับ “มาก” โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18

ซึ่งสอดคล้อง (กิตติพร เนาว์สุวรรณ, 2563) ได้กล่าวว่ามีความจำเป็นในการแพร่ระบาดที่เพิ่มมากขึ้นส่งผลกระทบต่อองค์กรที่ต้องปรับเปลี่ยนในการทำงานตลอดจนความรู้สึกและวิถีชีวิตของผู้คนมากมายรวมถึงกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นไปตามเป้าหมายและประสบความสำเร็จนั้นมีหลายสิ่งที่จะต้องพัฒนาและป้องกันการแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา 2019 เข้าสู่หมู่บ้านหรือชุมชน หรือองค์กร คือ การป้องกันการแพร่ระบาดในพื้นที่ลดความเสี่ยงของพนักงานหรือประชาชน ผู้สูงอายุ ในการแพร่หรือรับเชื้อโควิด 19 จากภายนอกหรือภายในองค์กรซึ่งส่งผลกระทบต่อหลายคนสำคัญในการทำงานในสถานการณ์โควิด 19 คือการวางแผนเป้าหมายในการทำงานการเปลี่ยนแปลงในการทำงาน การมีทัศนคติเชิงบวก การเปิดใจยอมรับการเปลี่ยนแปลง การป้องกันการติดเชื้อการพัฒนาทัศนคติในการทำงาน และการป้องกันการแพร่ระบาดจากภายนอกหรือภายในองค์กร

เอกสารอ้างอิง

S0092: การบริหารจัดการสถานการณ์โควิด 19 ของสำนักงานปลัดองค์การส่วนตำบลท่าธง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา

MANAGEMENT OF THE COVID 19 SITUATION OF THE OFFICE PERMANENT SECRETARY ADMINISTRATION OF THATHONG SUB-DISTRICT RAMAN DISTRICT YALA

ธิดิยา จันทจิต¹ ฟาติยะ ซีตือโม² อารีนา ลิโซ๊ะ³ วุฑฒะ ชาวสังข์⁴ ภูตรา อาแล⁵

^{1, 2, 3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

^{4, 5} อาจารย์ที่ปรึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ เพื่อศึกษาการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ของสำนักงานปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ของสำนักงานปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง องค์การบริหารส่วนตำบลท่าธงมีแผนรองรับภาวะอย่างชัดเจน มีการวิเคราะห์สถานการณ์รอบด้านเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีคุณภาพของผลงานที่ดีเยี่ยม ความสม่ำเสมอและความมุ่งมั่นขององค์การบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ของสำนักงานปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง สภาพแวดล้อมทั้งภายในภายนอกขององค์กรส่วนตำบลท่าธง เพื่อให้บุคคลภายในองค์กรให้ความร่วมมือในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร สภาพแวดล้อมภายนอกเป็นสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น การเมือง สังคม เศรษฐกิจ เป็นต้น องค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง แนวทางเสริมสร้างการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง กับสถานะสถานการณ์โควิด 19 การเสริมสร้างขององค์กรส่วนตำบลท่าธง เป็นการทำงานร่วมกันภายในองค์กรโดยมีการแบ่งงานความรับผิดชอบอย่างชัดเจนเพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อน ช่วยทำให้บุคคลได้เรียนรู้งานที่ได้รับมอบหมายได้เร็วขึ้น และบรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

คำสำคัญ: การบริหาร, โควิด 19

Abstract

This research To study the management of the COVID 19 situation of the Office of the Permanent Secretary of Tha Thong Subdistrict Administrative Organization The results of the research were as follows: Management in the COVID situation 19 of the Office of the Permanent Secretary Tha Thong Subdistrict Administrative Organization Tha Thong Subdistrict has a clear plan to support the situation There is a comprehensive analysis of the situation to achieve the objectives. Efficiency And has excellent quality of work The consistency and determination of the management organization in the COVID 19 situation of the Office of the Permanent Secretary of Tha Thong Subdistrict Administrative Organization Environment both inside and outside of the Tha Thong Sub-District Organization To enable individuals within the organization to cooperate in implementing the organization's goals. The external environment is something that cannot be controlled, such as politics, society, economy, etc. Tha Thong Subdistrict Administrative Organization.

Guidelines for enhancing the management of Tha Thong Subdistrict Administrative Organization And the state of the COVID 19 situation Strengthening of Tha Thong Subdistrict Organization Is working together within the organization with a division of work The responsibility is clear so that there is no complexity. Helps people learn assignments faster. And achieve the objectives of the organization

Keywords: administration, COVID 19

บทนำ

การระบาดของโควิด-19 เป็นการระบาดทั่วโลกที่กำลังดำเนินไปของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19 โควิด-19) โดยมีสาเหตุมาจากไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ เริ่มต้นขึ้นในเดือนธันวาคม พ.ศ. ไวรัสมีการแพร่เชื้อระหว่างคนในลักษณะเดียวกับไข้หวัดใหญ่ โดยผ่านการติดเชื้อจากละอองเสมหะจากการไอระยะระหว่างการสัมผัสเชื้อ อาการที่พบบ่อย ได้แก่ มีไข้ ไอ และหายใจลำบาก ภาวะแทรกซ้อนอาจรวมไปถึงปอดบวม และกลุ่มอาการหายใจลำบากเฉียบพลัน <https://th.wikipedia.org>

ในสถานการณ์ปัจจุบันประเทศไทยมีการบ่งชี้ชัดเจนว่ามีโรคติดต่อเป็นอุปสรรคต่อการป้องกันและควบคุมโรคมาตรการที่มีประสิทธิผลประกอบด้วยการสร้างความเชื่อมั่นในการบริการสุขภาพและคำแนะนำเกี่ยวกับสุขภาพที่เชื่อถือได้ เพื่อให้ประชาชนสามารถช่วยดูแลตนเองและคนใกล้ชิดให้ปลอดภัยโควิด 19 มีความสำคัญมากในการสนับสนุนให้ประชาชนปฏิบัติตนเองเหมาะสมเพื่อช่วยต่อสู้กับโรคและหลีกเลี่ยงการทำให้ความหวาดกลัวและจำเป็นต้องสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการระบาดของโรค และผลกระทบรวมทั้งการแก้ปัญหา และมีประสิทธิผลเพื่อการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค

องค์การบริหารส่วนตำบลท่าธงมีหน้าที่ในการป้องกันโรคและระงับโรคติดต่อ ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย องค์การบริหารส่วนตำบลท่าธงมีอำนาจหน้าที่ในการสาธารณสุขและอนามัยครอบครัวและการรักษาพยาบาล การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยดังนั้นสำนักปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง จึงได้จัดทำโครงการอบรมการให้ความรู้ในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19 และการจัดทำหน้ากากอนามัยเพื่อป้องกันตนเองเพื่อให้ความรู้คำแนะนำการดูแลตัวเองป้องกันตนเองเรื่องไวรัสโควิด 19 ให้กับประชาชนในพื้นที่เพื่อลดผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน ตลอดจนป้องกันไม่ให้เกิดการแพร่ระบาดของโรค

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ของสำนักงานปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง

ประโยชน์ที่ได้รับ

ได้ทราบถึงการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ของสำนักงานปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 100 ชุด โดยเครื่องมือในการวิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรงด้วยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน และมีการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.965

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป โดยแยกเพศ ชาย-หญิง ทุกหมู่บ้านขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร ใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยครั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนในทุกๆ ด้าน จึงรวบรวมข้อมูลทั้ง 2 ประเภท

1. ข้อมูลปฐมภูมิเป็นข้อมูลเชิงสำรวจและรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามดำเนินการดังนี้

- 1.1 นำแบบสอบถามไปแจกให้กับประชากรด้วยตนเองตำบลท่าธง อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร
- 1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลเก็บกลับด้วยตนเอง

2. ข้อมูลทุติยภูมิเป็นข้อมูลที่รวบรวมจากเอกสารต่าง ๆ และผลงานทางวิชาการที่เกี่ยวข้องโดยรวบรวมข้อมูลจากห้องสมุดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบประกอบการกำหนดกรอบคร่าว

2.2 ความคิดในการวิจัยครั้งนี้และอ้างอิงในการเขียนรายงานการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ทำการวิจัยค้นคว้ารวบรวมข้อมูลมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ และความถูกต้องของข้อมูล (checking) แบบสอบถาม ตามที่ได้กำหนดไว้ให้เรียบร้อย แล้วจึงนำไปประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ดังนี้

1. ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยการค่า ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลกับการจัดการสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง อำเภอราษีไศล จังหวัดยโสธร วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3. ข้อมูลปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะต่อบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลกับการบริหารจัดการสถานการณ์โควิด 19 ของสำนักงานปลัดองค์การบริหารส่วน ตำบลท่าธง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา ที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิด วิเคราะห์โดยการเขียนความเรียงประกอบตาราง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิง ด้วยการวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อคำถามแบบปลายเปิดด้วยการวิเคราะห์รายข้อ (Content Analysis) โดยผู้วิจัยประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ทางสถิติ

ผลการวิจัย

ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด-19 พบรายละเอียดดังนี้

การบริหารจัดการองค์การในสถานการณ์โควิด-19	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. อบรมบุคลากรภายในองค์การเชิงปฏิบัติการเพื่อป้องกันการติดเชื้อโควิด-19	4.45	0.80	ดี
2. การบริหารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเชื้อไวรัสโควิด-19	4.18	0.80	ดี
3. การบริหารการป้องกันโดยการล้างมือด้วยแอลกอฮอล์และสวมหน้ากากอนามัยทุกครั้งก่อนทำงาน	4.29	0.88	ดี
4. คุณภาพการให้บริการภายในองค์กรเพื่อลดการแพร่ระบาดโควิด-19	4.25	0.89	ดี
5. ความเข้มงวดในการป้องกันการติดเชื้อโควิด-19 ภายในองค์การ	4.20	0.87	ดี
6. ประชาสัมพันธ์ติดป้ายเรื่องการล้างมืออย่างถูกต้องที่ห้องน้ำทุกจุดภายในองค์การ	4.07	0.96	ดี
7. การขอความร่วมมือในการไม่ไปในที่มีคนหนาแน่น	4.20	1.05	ดี
8. ประชุมผ่านระบบออนไลน์เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรค	4.26	0.88	ดี
9. ส่งเสริมและสื่อสาร สุขอนามัยการไอจามในองค์การ ในสถานการณ์โควิด-19	4.27	0.94	ดี
10. ให้ความร่วมมือกับประกาศและนโยบายจากภาครัฐและสาธารณสุขในสถานการณ์โควิด-19	4.20	0.93	ดี
รวม	4.20	1.03	ดี

พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด-19 ด้านอบรมบุคลากรภายในองค์การเชิงปฏิบัติการเพื่อป้องกันการติดเชื้อโควิด-19 ($\bar{X} = 4.45$) รองลงมาคือ การบริหารการป้องกันโดยการล้างมือด้วยแอลกอฮอล์และสวมหน้ากากอนามัยทุกครั้งก่อนทำงาน ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมาคือ ส่งเสริมและสื่อสาร สุขอนามัยการไอจามในองค์การ ในสถานการณ์โควิด-19 ($\bar{X} = 4.27$) รองลงมาคือ ประชุมผ่านระบบออนไลน์เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรค ($\bar{X} = 4.26$) รองลงมาคือ คุณภาพการให้บริการภายในองค์กรเพื่อลดการแพร่ระบาดโควิด-19 ($\bar{X} = 4.25$) รองลงมาคือ การขอความร่วมมือในการไม่ไปในที่มีคนหนาแน่น ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมาคือ ให้ความร่วมมือกับประกาศและนโยบายจากภาครัฐและสาธารณสุขในสถานการณ์โควิด-19 ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมาคือ ความเข้มงวดใน

การป้องกันการติดเชื้อโควิด-19 ภายในองค์กร ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมาคือ การบริหารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเชื้อไวรัสโควิด-19 ($\bar{X} = 4.18$) และประชาสัมพันธ์ติดป้ายเรื่องการล้างมืออย่างถูกต้องที่ห้องน้ำทุกจุดภายในองค์กร ($\bar{X} = 4.07$)

อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้อภิปรายผลได้ดังนี้ ได้ทราบถึงการบริหารจัดการส่งเสริมและสื่อสาร สุขอนามัยการไอจามในองค์กร ในสถานการณ์โควิด-19 ของสำนักงานปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการในสถานการณ์โควิดของสำนักงานปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากแบบสอบถามของบุคลากรในสำนักงานปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง การตรวจเช็คการเดินทางของบุคลากรและมีการให้ล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ทุกครั้งก่อนปฏิบัติงานและสวมหน้ากากอนามัยทุกครั้งและไม่ใช้สิ่งของร่วมกันภายในองค์กร การค้นหาผู้ติดเชื้อตรวจสอบควบคุมโดยการให้ความรู้และคำแนะนำประชาชนในพื้นที่เกี่ยวกับวิธีการป้องกันโรคและการดำเนินงานควบคุมและป้องกันโรค และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโควิด-19 ภายในพื้นที่และแนวทางในการปฏิบัติงาน ส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการวิจัยต่อเนื่องเกี่ยวกับการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิดขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง อำเภอราษีไศล จังหวัดยะลา โดยเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายจากกลุ่มประชาชน
2. ผู้บริหารและบุคลากรควรลงพื้นที่พบปะประชากรตำบลท่าธงในเรื่องการป้องกันตนเองและครอบครัว และปฏิบัติตามข้อควรระวังที่เหมาะสม รวมถึงปฏิบัติตามคำแนะนำจากหน่วยงานสาธารณสุขในพื้นที่
3. ประชากรในพื้นที่ ตำบลท่าธง ที่กลับจากต่างจังหวัดหรือต่างประเทศต้องมีการกักตัว 14 วัน จัดการโดยทีมสาธารณสุขขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าธง เพื่อไม่ให้เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส

เอกสารอ้างอิง

- กรมอนามัย. (2562). **มาตรการหลักการป้องกันสถานการณ์โควิด-19 ในสถานศึกษา**. สืบค้นเมื่อ 24 กรกฎาคม 2563, จาก <https://www.hfocus.org/content>.
- ดวงเดือน บุญประเสริฐ. (2562). **การบริหารงานคุณภาพในองค์กร**. สืบค้นเมื่อ 24 กรกฎาคม 2563, จาก <https://www.gotoknow.org/posts>.
- ธนเทพ ปลายแก่น. (2562). **การแก้ปัญหาการระบาดของโควิด-19**. สืบค้นเมื่อ 22 กรกฎาคม 2563, จาก <https://www.nesdc.go.th>.
- พัฒนะ มรุตสินธุ์. (2563). **การบริหารจัดการองค์กรในปัจจุบัน**. สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2563, จาก <https://www.gotoknow.org/posts>.
- สวทช. (2562). **วิธีการป้องกัน รับมือโควิด-19**. สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2563, จาก <https://www.sikarin.com/content>.
- อภิชาติ โตดิลกเวชช์. (2562). **การแก้ไขสถานการณ์โควิด-19 ในระดับพื้นที่**. สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2563, จาก <https://www.posttoday.com>.

เอกชัย เอกขุนฤทธิ์. (2561). การจัดองค์การ. สืบค้นเมื่อ 24 กรกฎาคม 2563, จาก <https://www.gotoknow.org/posts>.

S0093: การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขัดผิวแบบออนไลน์

ONLINE DISTRIBUTION CHANNEL FOR EXFOLIATING PRODUCTS

สุพิชญา พันภัยพาล¹ รวิวรรณ ทองสุข² อมรกานต์ หงส์เพ็ชร³ วัชรระ ขาวสังข์⁴

^{1,2,3} นักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถ.เทศบาล 3 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถ.เทศบาล 3 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ขัดผิวแบบออนไลน์ของผู้บริโภคอำเภอเมือง จังหวัดยะลา 2) เพื่อศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขัดผิวแบบออนไลน์ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในเขตเทศบาลนครยะลา ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม จำนวน 400 คน และใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ขัดผิวแบบออนไลน์ ของผู้บริโภคอำเภอเมือง จังหวัดยะลา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับข้อมูล สื่อโฆษณา เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขัดผิวแบบออนไลน์ผ่านช่องทาง Facebook มากที่สุด รองลงมาคือ IG ช่วงเวลาที่ใช้ซื้อออนไลน์ บ่อยที่สุด คือเวลา 20.01-00.00 น รองลงมาคือ 16.01-20.00 น. ใช้ซื้อออนไลน์หาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขัดผิวแบบออนไลน์ วันละ 1-5 ครั้งต่อวัน รองลงมาคือ 5-10 ครั้งต่อวัน ส่วนใหญ่มีการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขัดผิวแบบออนไลน์ ใช้เวลาประมาณ 21-30 นาที รองลงมาคือ 31-40 นาที ส่วนใหญ่เข้าถึงซื้อออนไลน์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขัดผิวแบบออนไลน์ โดยใช้สมาร์ทโฟน รองลงมาคือแท็บเล็ต ประสิทธิภาพในการใช้ซื้อออนไลน์ศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขัดผิวแบบออนไลน์ 4-5 ปี รองลงมาคือ 2-3 ปี และเหตุผลในการเลือกซื้อซื้อออนไลน์ในการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขัดผิวแบบออนไลน์ คือข้อมูลทางซื้อออนไลน์สามารถเข้าถึงได้หลายแหล่ง/มีข้อมูลจำนวนมาก รองลงมาคือ ข้อมูลทางซื้อออนไลน์มีความสะดวก/รวดเร็ว

ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขัดผิวแบบออนไลน์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: การพัฒนา, ช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ขัดผิว

Abstract

The objective of this research was 1) to study the buying behavior of skin scrub online. Of consumers in Muang District, Yala Province 2) to study the distribution channels of online scrub products. The sample group is people in the municipality of Yala. Data were collected by questionnaires of 400 people and descriptive statistics were used to analyze the data.

The results of the research were as follows: Buying behavior of exfoliating products online Of consumers in Muang District Yala province found that Most of the sample groups received the most

advertising media about online exfoliation via Facebook channel, followed by IG, the most frequent time to use online media is from 20.01-00.00 and followed by 16.01-20.00. Online materials find information about exfoliation products online, 1 to 5 times a day, followed by five to 10 times a day, most of them have access to information about exfoliation products online. It takes about 21-30 minutes followed by 31-40 minutes. Most of them reach online media about exfoliation products online. Using a smartphone Followed by the tablet. 4-5 years of online exfoliation experience, followed by 2-3 years of online exfoliation and the reason for choosing an online exfoliant for online exfoliation studies. That is, online media information can be accessed from many sources / with large amounts of information, followed by online media information, which is convenient/fast.

The overall online distribution channel of exfoliating products is at a high level. When considering each aspect, it was found that the top 3 areas with the highest average were price factor. Followed by the marketing promotion factor. And product factors

Keywords: development, distribution channel Scrub products

บทนำ

ในปัจจุบันที่ผู้บริโภคเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพตามวิถีธรรมชาติและบำบัดอาการต่าง ๆ ด้วยพืชพรรณสมุนไพร ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ ปลอดภัยและมีผลดีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องสำอางจากธรรมชาติ และผลิตภัณฑ์เวชสำอางธรรมชาติ ดังนั้นอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง (Cosmetics Industry) จึงเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีอัตราการเจริญเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากข้อมูลมูลค่าตลาดเครื่องสำอางโลก (RNCOS Business Consultancy Services) พบว่า มูลค่าตลาดเครื่องสำอางโลกมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2557 มีมูลค่าประมาณ 460 พันล้านเหรียญสหรัฐ และในปี 2563 คาดการณ์ว่ามูลค่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 675 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 6.4 ตลาดอุตสาหกรรมความงามในประเทศมีมูลค่ากว่า 2.5 แสนล้านบาท และมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มีการเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการรายใหม่จำนวนมาก จึงทำให้การแข่งขันของตลาดเครื่องสำอางภายในประเทศสูง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2563) โดยเฉพาะสินค้าความงามที่ผลิตจากสมุนไพรธรรมชาติ เป็นที่ต้องการ เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคของประเทศดังกล่าว มีความเชื่อมั่นในสมุนไพร จึงทำให้ตลาดสมุนไพรเพื่อความงามและสุขภาพขยายตัวสูง โดยเฉพาะการใช้ สมุนไพร ขมิ้น มาเป็นส่วนผสม ได้รับการยอมรับ และ เป็นที่ต้องการของตลาดในกลุ่มประเทศ เอเชีย และ ยุโรป โดยมีมูลค่าสูงราว 300 ล้านเหรียญสหรัฐ ต่อ ปี หรือ ประมาณ 9,000 ล้านบาท และมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2559: 10) โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ขัดผิว เช่น เกล็ดขัดผิว เอาเกล็ดขัดผิว ได้มีการคิดค้นผลิตภัณฑ์สำหรับอาบน้ำ พร้อมบำรุง บวกกับการขัดผิว จากนั้นทำเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับการส่งออกโดยใช้แนวคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับอาบน้ำ นวัตกรรมใหม่

โอกาสในการขยายธุรกิจมีมากขึ้นเมื่อผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับการซื้อสินค้าออนไลน์ ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายให้ความสำคัญกับการจำหน่ายสินค้าผ่านสื่อโซเชียลในรูปแบบต่างๆ โดยใช้ส่วนประสม

การตลาดบริการ มาร่วมในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอสิ่งซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยทำให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และอยู่รอดได้ อาจรวมถึงสามารถขยายขนาดกิจการได้ในอนาคต โดยเฉพาะในเรื่องการจัดจำหน่าย หรือ ช่องทางการจัดจำหน่าย ที่จะทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงและเลือกใช้บริการได้ ซึ่งมักจะทำโดยผ่านตัวกลางต่าง ๆ ที่มีอยู่ในตลาด เช่น บริษัทนำเที่ยว (Tour Operator) และ บริษัทตัวแทนท่องเที่ยว (Tour Agent) ต่าง ๆ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ เหล่านี้ ไม่ได้เป็นเพียงช่องทางในการขายสินค้าหรือบริการเท่านั้น แต่ยังเป็นช่องทางในการกระจายข้อมูลข่าวสาร การส่งเสริมการขาย การจอง และการชำระเงินอีกด้วย (Kotter. 2003: 449; อ้างใน ธีรภัศ อ่วมอิมคา. 2551: 9) นอกจากนี้ยังต้องใช้ส่วนประกอบที่สำคัญในการวางแผนการตลาด คือการลดความเสี่ยงที่ลูกค้าจะตัดสินใจไม่ซื้อบริการ โดยการออกแบบลักษณะทางกายภาพต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้า เกิดความมั่นใจ ซึ่งสามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น แผ่นพับที่แสดงรูปภาพ ให้เห็นถึงบริการต่าง ๆ ที่ลูกค้าจะได้รับ เครื่องแบบพนักงาน ที่ได้รับการออกแบบอย่างเหมาะสม และอาคารสถานที่ที่ได้รับการดูแลเป็นอย่างดี

จากที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับ ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาดผิวแบบออนไลน์ เพราะเห็นว่าการตลาดออนไลน์ ในยุคปัจจุบันเป็นเรื่องที่ธุรกิจต่าง ๆ จะมองข้ามไปไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดกลางไปจนถึงใหญ่ ที่มีการดำเนินธุรกิจอยู่แล้ว หรือคิดอยากจะเริ่มต้นทำธุรกิจ ก็ต้องมาศึกษาและเรียนรู้การทำตลาดออนไลน์ในที่สุด

วัตถุประสงค์

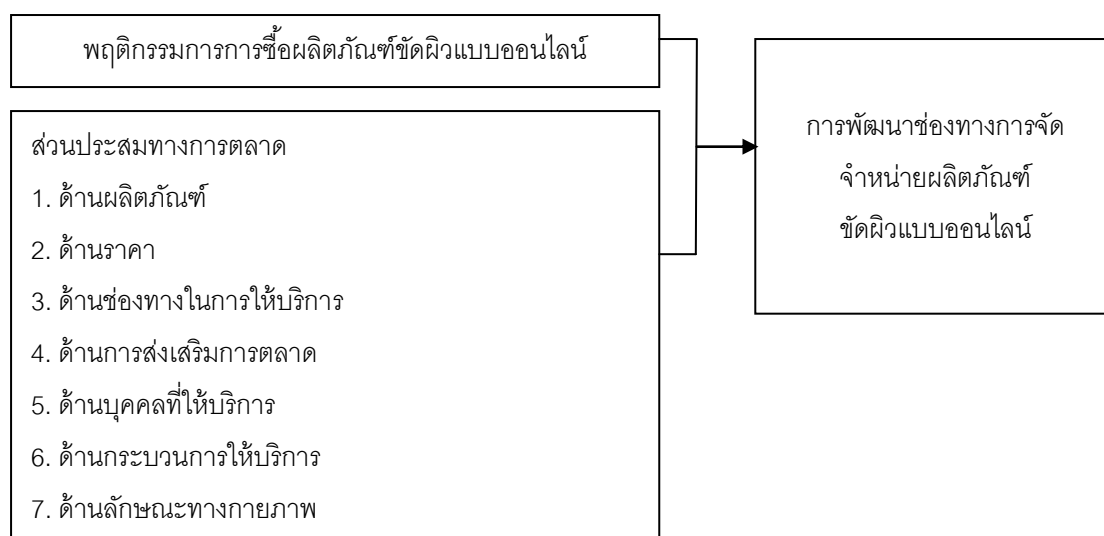
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ชาดผิวแบบออนไลน์ของผู้บริโภคอำเภอเมือง จังหวัดยะลา
2. เพื่อศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาดผิวแบบออนไลน์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทราบพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ชาดผิวแบบออนไลน์ ของผู้บริโภคอำเภอเมือง จังหวัดยะลา ทราบช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาดผิวแบบออนไลน์ และผลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจผลิตภัณฑ์ชาดผิวและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการภายใต้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาดผิวแบบออนไลน์” คณะผู้วิจัย กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ดังนี้



ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหาการศึกษาเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชนิดผิวแบบออนไลน์ มุ่งที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดผิวแบบออนไลน์ ของผู้บริโภค และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชนิดผิวแบบออนไลน์

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้ เป็นประชาชนในอำเภอเมืองยะลา จำนวน 60,617 คน กลุ่มตัวอย่างคำนวณโดยใช้สูตร ยามาเน่ (สุมนทาทา ยุกโก, 2557 : 69) จากนั้นใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยสอบถามจากผู้พบเจอ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555 : 77)

ขอบเขตด้านสถานที่ ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Study) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 400 ชุด โดยเครื่องมือในการวิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรง ด้วยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน และมีการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.9261

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้ เป็นประชาชนในอำเภอเมืองยะลา โดยคณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง จากสูตร ยามาเน่ (สุมนทาทา ยุกโก, 2557 : 69) ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยสอบถามจากผู้พบเจอ

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิง ด้วยการวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คณะผู้วิจัยประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการศึกษา

พฤติกรรมกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ชาดผิวแบบออนไลน์ ของผู้บริโภคอำเภอเมือง จังหวัดยะลา

พฤติกรรมกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ชาดผิวแบบออนไลน์	จำนวน (N = 400)	ร้อยละ
รับข้อมูล สื่อโฆษณา เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชาดผิวแบบออนไลน์ ผ่านช่องทาง		
Facebook	195	48.75
IG	135	33.75
Youtube	31	7.75
Tweet	23	5.75
Line	16	4.00
ช่วงเวลาใดที่ใช้สื่อออนไลน์ บ่อยที่สุด		
00.01-04.00 น	70	17.50
04.01-08.00 น	35	8.75
08.01-12.00 น	51	12.75
12.01-16.00 น	54	13.50
16.01-20.00 น	77	19.25
20.01-00.00 น	113	28.25
ใช้สื่อออนไลน์หาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชาดผิวแบบออนไลน์ วันละกี่ครั้ง		
1-5 ครั้งต่อวัน	222	55.50
5-10 ครั้งต่อวัน	115	28.75
11-15 ครั้งต่อวัน	48	12.00
มากกว่า 15 ครั้งต่อวัน	15	3.75
ใช้เวลาประมาณ ในการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชาดผิวแบบออนไลน์		
ต่ำกว่า 10 นาที	31	7.75
10-20 นาที	84	21.00
21-30 นาที	107	26.75
31-40 นาที	85	21.25
41-50 นาที	53	13.25
มากกว่า 1 ชั่วโมง ขึ้นไป	40	10.00
ใช้อุปกรณ์เครื่องมือในการเข้าถึงสื่อออนไลน์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชาดผิวแบบออนไลน์		
คอมพิวเตอร์	26	6.50
แล็ปท็อป	22	5.50
แท็บเล็ต	42	10.50

พฤติกรรมกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดผิวแบบออนไลน์	จำนวน (N = 400)	ร้อยละ
สมาร์ทโฟน	250	62.50
สมาร์ททีวี	24	6.00
เครื่องอ่านอีบุ๊กและอุปกรณ์แบบสวมใส่	36	9.00
ประสบการณ์ในการใช้สื่อออนไลน์ศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชนิดผิวแบบออนไลน์		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี	43	10.75
2-3 ปี	110	27.50
4-5 ปี	158	39.50
มากกว่า 5 ปี ขึ้นไป	89	22.25
เหตุผลที่เลือกใช้สื่อออนไลน์ในการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชนิดผิวแบบออนไลน์		
ข้อมูลทางสื่อออนไลน์มีความน่าเชื่อถือ	16	4.00
ข้อมูลทางสื่อออนไลน์สามารถเข้าถึงได้หลายแหล่ง/มีข้อมูลจำนวนมาก	72	18.00
ข้อมูลทางสื่อออนไลน์มีความสะดวก/รวดเร็ว	254	63.50
ข้อมูลทางสื่อออนไลน์มีความทันสมัย	58	14.50

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับข้อมูล สื่อโฆษณา เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชนิดผิวแบบออนไลน์ผ่านช่องทาง Facebook มากที่สุด รองลงมาคือ IG ช่วงเวลาที่ใช้สื่อออนไลน์ บ่อยที่สุด คือเวลา 20.01-00.00 น รองลงมาคือ 16.01-20.00 น. ใช้สื่อออนไลน์หาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชนิดผิวแบบออนไลน์ วันละ 1-5 ครั้งต่อวัน รองลงมาคือ 5-10 ครั้งต่อวัน ส่วนใหญ่มีการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชนิดผิวแบบออนไลน์ ใช้เวลาประมาณ 21-30 นาที รองลงมาคือ 31-40 นาที ส่วนใหญ่เข้าถึงสื่อออนไลน์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชนิดผิวแบบออนไลน์ โดยใช้สมาร์ทโฟน รองลงมาคือแท็บเล็ต ประสบการณ์ในการใช้สื่อออนไลน์ศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชนิดผิวแบบออนไลน์ 4-5 ปี รองลงมาคือ 2-3 ปี และเหตุผลในการเลือกใช้สื่อออนไลน์ในการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชนิดผิวแบบออนไลน์ คือข้อมูลทางสื่อออนไลน์สามารถเข้าถึงได้หลายแหล่ง/มีข้อมูลจำนวนมาก รองลงมาคือ ข้อมูลทางสื่อออนไลน์มีความสะดวก/รวดเร็ว

ผลการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชนิดผิวแบบออนไลน์ พบรายละเอียดดังนี้

ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชนิดผิวแบบออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.92	0.89	มาก	3
ปัจจัยด้านราคา	4.11	1.09	มาก	1
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.97	0.64	มาก	4
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.98	0.69	มาก	2

ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขัดผิวแบบออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.83	0.67	มาก	5
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	3.64	0.65	มาก	6
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.53	0.71	มาก	7
รวม	3.85	0.76	มาก	

ผลการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขัดผิวแบบออนไลน์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ผลการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขัดผิวแบบออนไลน์ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. กลิ่นและสีของผลิตภัณฑ์	3.96	0.72	มาก	5
2. มีความเหมาะสมในการใช้งาน	4.03	0.64	มาก	3
3. ทำจากสมุนไพรและวัตถุดิบที่ไม่มีอันตราย	4.06	0.64	มาก	2
4. มีการรับประกัน รับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	4.15	0.69	มาก	1
5. สินค้ามีคุณภาพ	3.99	0.66	มาก	4
6. รูปลักษณะที่ดึงดูดน่าสนใจ	3.74	1.23	มาก	7
7. ความหลากหลายของตราสินค้า	3.56	1.32	มาก	8
8. สินค้าได้รับการรับรองที่ได้มาตรฐานจาก อย.	3.90	1.25	มาก	6
รวม	3.92	0.89	มาก	

ผลการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขัดผิวแบบออนไลน์ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก พบว่ามีการรับประกัน รับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า รองลงมาคือ ทำจากสมุนไพรและวัตถุดิบที่ไม่มีอันตราย และมีความเหมาะสมในการใช้งาน

ผลการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขัดผิวแบบออนไลน์ ปัจจัยด้านราคา พบรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ	4.19	1.14	มาก	1
2. ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับตราสินค้าอื่น	4.04	0.97	มาก	3
3. ราคากับค่าขนส่งไม่แพง	4.10	1.17	มาก	2
รวม	4.11	1.09	มาก	

ผลการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาดีผิวแบบออนไลน์ ปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก พบว่า ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ราคากับค่าขนส่งไม่แพง และราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับตราสินค้าอื่น

ผลการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาดีผิวแบบออนไลน์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. ท่าเล ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง	4.00	0.65	มาก	2
2. มีที่จอดรถรองรับเพียงพอ	3.99	0.59	มาก	3
3. สาขาและตัวแทนจำหน่ายครอบคลุมทั่วประเทศ	4.07	0.67	มาก	1
รวม	3.97	0.64	มาก	

ผลการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาดีผิวแบบออนไลน์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก พบว่า สาขาและตัวแทนจำหน่ายครอบคลุมทั่วประเทศ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ท่าเล ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง และมีที่จอดรถรองรับเพียงพอ

ผลการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาดีผิวแบบออนไลน์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. มีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่น่าดึงดูดเช่น ลด แลก แจก แถม	4.07	0.75	มาก	1
2. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ	3.93	0.65	มาก	3
3. บุคคลที่เป็นพรีเซนเตอร์ให้กับสินค้ามีชื่อเสียง	3.94	0.66	มาก	2
รวม	3.98	0.69	มาก	

ผลการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาดีผิวแบบออนไลน์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก พบว่า มีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่น่าดึงดูดเช่น ลด แลก แจก แถม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ บุคคลที่เป็นพรีเซนเตอร์ให้กับสินค้ามีชื่อเสียง และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ

ผลการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาดผิวแบบออนไลน์ ปัจจัยด้านบุคลากร พบรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในรายละเอียดสินค้า	3.91	0.69	มาก	3
2. พนักงานอธิบายสินค้าได้เป็นอย่างดี	3.94	0.75	มาก	1
3. พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้เป็นอย่างดี	3.52	0.67	มาก	4
4. พนักงานมีการให้บริการอย่างมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีมารยาท	3.93	0.58	มาก	2
รวม	3.83	0.67	มาก	

การศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาดผิวแบบออนไลน์ ปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก พบว่าพนักงานอธิบายสินค้าได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือพนักงานมีการให้บริการอย่างมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีมารยาท และพนักงานมีความรู้ความเข้าใจในรายละเอียดสินค้า

ผลการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาดผิวแบบออนไลน์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. มีรูปแบบการจัดร้านที่สะอาดเรียบร้อย	3.67	0.48	มาก	2
2. มีการจัดเรียงสินค้าภายในร้านอย่างเป็นระเบียบ	3.71	0.75	มาก	1
3. มีการติดป้ายราคาบอกไว้อย่างชัดเจน	3.64	0.70	มาก	4
4. มีการตกแต่งร้านค้าสวยงามทันสมัย	3.66	0.65	มาก	3
5. แสงสว่างภายในร้านมีความเหมาะสม	3.58	0.71	มาก	5
6. รูปแบบของเว็บไซต์มีความน่าสนใจ	3.57	0.60	มาก	6
รวม	3.64	0.65	มาก	

ผลการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาดผิวแบบออนไลน์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก พบว่ามีการจัดเรียงสินค้าภายในร้านอย่างเป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือมีรูปแบบการจัดร้านที่สะอาดเรียบร้อย และมีการตกแต่งร้านค้าสวยงามทันสมัย

ผลการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาดผิวแบบออนไลน์ ปัจจัยด้านกระบวนการ พบรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านกระบวนการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. ขั้นตอนการชำระเงินมีความสะดวกรวดเร็ว	3.63	0.71	มาก	1
2. มีศูนย์บริการลูกค้าที่ติดต่อใช้บริการได้สะดวก	3.52	0.77	มาก	3
3. ร้านค้ามีบริการหลังการขายตามเงื่อนไขที่ตกลงกันได้	3.51	0.76	มาก	4
4. มีการอัปเดตข่าวสารผ่านเว็บไซต์โซเชียลมีเดียที่น่าสนใจ	3.47	0.62	มาก	5
5. พนักงานมีเพียงพอต่อการให้บริการ	3.54	0.67	มาก	2
รวม	3.53	0.71	มาก	

ผลการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุดผิวแบบออนไลน์ ปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก พบว่า ขั้นตอนการชำระเงินมีความสะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ พนักงานมีเพียงพอต่อการให้บริการ และมีศูนย์บริการลูกค้าที่ติดต่อใช้บริการได้สะดวก

สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุดผิวแบบออนไลน์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก พบว่า มีการรับประกัน รับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า รองลงมาคือ ทำจากสมุนไพรและวัตถุดิบที่ไม่มีอันตราย และมีความเหมาะสมในการใช้งาน

ปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก พบว่า ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ราคาที่ค่าขนส่งไม่แพง และราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับตราสินค้าอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก พบว่า สาขาและตัวแทนจำหน่ายครอบคลุมทั่วประเทศ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ทำเล ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง และมีที่จอดรถรองรับเพียงพอ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก พบว่า มีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจดู เช่น ลด แลก แจก แถม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ บุคคลที่เป็นพรีเซนเตอร์ให้กับสินค้ามีชื่อเสียง และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ

ปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก พบว่า พนักงานอธิบายสินค้าได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ พนักงานมีการให้บริการอย่างมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีมารยาท และพนักงานมีความรู้ความเข้าใจในรายละเอียดสินค้า

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก พบว่า มีการจัดเรียงสินค้าภายในร้านอย่างเป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ มีรูปแบบการจัดร้านที่สะอาดเรียบร้อย และมีการตกแต่งร้านค้าสวยงามทันสมัย

ปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก พบว่า ขั้นตอนการชำระเงินมีความสะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ พนักงานมีเพียงพอต่อการให้บริการ และมีศูนย์บริการลูกค้าที่ติดต่อใช้บริการได้สะดวก

อภิปรายผล

ผลการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุดผิวแบบออนไลน์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิษญาพร แตะอินทร์รัมย์ (2562) ระบบขายของออนไลน์ของร้านแม่อรปลาทุ่นึงสู่การพาณิชย์

เชิงธุรกิจแบบเต็มรูปแบบ ระบบขายของออนไลน์ของร้านแม่อรปลาหนึ่ง ผู้การพาณิชย์เชิงธุรกิจแบบเต็มรูปแบบ โดยที่ผู้คนจะทำการค้าขายโดยการลงตลาดซึ่งจะเป็นกลุ่มคนในระดับกลางและพนักงาน ระดับล่างที่เงินเดือนไม่พอใช้จ่าย โดยทำการค้าขายในส่วนที่ตนเองถนัดและสามารถทำได้แต่ก็ไม่ใช่เรื่องง่ายเพราะราคาสินค้าที่ขายไม่สูงมาก และการที่จะหันมาเปิดกิจการ หรือธุรกิจส่วนตัว ผู้ประกอบการจะต้องทำการศึกษารายละเอียดวิธีการทำการขาย และศึกษาความต้องการของตลาด ในการทำกิจการนั้นต้องมียุทธศาสตร์ประกอบหลายอย่างที่จะช่วยในการดำเนินงาน เพื่อที่จะสร้างความดึงดูด จากปัญหาผู้จัดทำจึงทำการออกแบบระบบขายของออนไลน์ให้กับร้านแม่อรปลาหนึ่ง เพื่อต่อยอดให้ สินค้า และวิธีการขายให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาวิเคราะห์และออกแบบระบบขายของออนไลน์ให้กับร้านแม่อรปลาหนึ่ง ในรูปแบบการ สั่งซื้อทางออนไลน์ เพิ่มความสะดวกในการซื้อสินค้ามากขึ้น เพื่อพัฒนาระบบขายของออนไลน์ให้กับ ร้านแม่อรปลาหนึ่ง โดยเป็นกลุ่มตัวอย่างจากคนที่ เข้ามาซื้อสินค้าจากทางร้านเป็นจำนวน 100 คน โปรแกรมที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ การวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการทดลองที่ได้สามารถสรุปได้ว่าแบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อระบบขาย ของออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ 4.40 สอดคล้องกับ พิศุทธิ์ อุปถัมภ์; และ นิธนา ฐานิธรนกร (2559) ความไว้วางใจและลักษณะธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความไว้วางใจและลักษณะธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด จำนวน 280 คน โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า ความไว้วางใจและลักษณะธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และด้านการบอกต่อส่งผลต่อความความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ลักษณะธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านการบอกต่อส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้า ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือความไว้วางใจต่อธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์และลักษณะธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจ ตามลำดับส่วนลักษณะธุรกิจ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านขนาด ชื่อเสียงการสื่อสารความปลอดภัยในการทำธุรกรรม และคุณภาพข้อมูลไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเฉพาะเจาะจงถึงประเด็นปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์ขัดผิวที่ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์
2. การศึกษาความพึงพอใจและทัศนคติของผู้บริโภคที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ขัดผิว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการ

เอกสารอ้างอิง

- กองยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ. (2561). **จังหวัดที่มีประชากรมากกว่า 1 ล้านคน พ.ศ. 2551-2561**. จาก <http://www.bangkok.go.th/pipd/page/sub/16730>.
- กัลยา จยุติรัตน์. (2550). **หลักการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ: บริษัท ออลนิวส์พับลิชชิ่ง จำกัด.

- กาญจนา เกียรติมนรัตน์. (2550). รูปแบบการพัฒนาทักษะชีวิตและการทำงานของนักศึกษาวิชาชีพครูคหกรรม-
ศาสตร์ หลักสูตร 5 ปี: รายงานการวิจัย = The Patterns to develop life and working skills for
professional home economics teacher students in the 5 year education program. เชียงใหม่: คณะ
ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นัตยาพร เสมอใจ. (2557). การบริหารการตลาด = Marketing management. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชวลีกร เกษทอง. (2553). การรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ
สินค้าหรือบริการในสังคมเครือข่ายออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาการตลาด. ชลบุรี: วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชูชัย สมितिไกร. (2557). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วี พรีนซ์ (1991).
- ชูศรี วงศ์รัตน. (2550). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 10. นนทบุรี: ไทยเนรมิต กิจอินเตอร์ โปรดักส์.
- ญาณิศา ถาวรรัตน์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ. การค้นคว้าอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฐิติภา สัมพันธ์พร. (2556). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ ของบริษัท จีเอ็มเอ็มไทย หับ จำกัด
(จีทีเอช) กรณีศึกษา ภาพยนตร์เรื่อง ATM เออรักเออเร่อ. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
สื่อสารการตลาด. ชลบุรี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม ปี 2563. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2559). 10 สุดยอดแผนธุรกิจ: dtn Busines plan award 2016. กรุงเทพฯ:
พิมพ์ลักษณ์.
- ธีรภัศ อ่วมอิมคา. (2551). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการรถเช่าของผู้ใช้บริการใน
อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. ชลบุรี:
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

S0094: การบริหารจัดการและการปรับตัวของสำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครยะลา ที่มีต่อสถานการณ์การระบาดของโรค COVID-19

ADMINISTRATION AND ADAPTATION OF THE OFFICE OF PUBLIC HEALTH AND ENVIRONMENT YALA TOWARDS THE SITUATION OF THE COVID-19 OUTBREAK

ชลมิ่ง สาลแฉะ¹ ณัฐฐนิช หนูป้อม² วชิระ ชาวสังข์³

^{1,2} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถ.เทศบาล 3 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000

³ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถ.เทศบาล 3 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการบริหารจัดการของสำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครยะลา 2) ศึกษาวิธีการปรับตัวต่อสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ของสำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครยะลา ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม จำนวน 50,000 ชุด และแบบสัมภาษณ์ จำนวน 50,000 ชุด โดยใช้การวิเคราะห์แจกแจงความถี่ คำนวณค่าร้อยละ และแบบมาตราส่วนประมาณค่า

ผลการวิจัยพบว่า ศึกษาการบริหารจัดการของสำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครยะลา เมื่อก่อนการบริหารจัดการของสำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครยะลา มีการดำเนินงาน/กิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ โดยแต่ละแผนกก็ปฏิบัติตามหน้าที่ของแต่ละแผนก มีการประชุมหรือกันบ้าง เมื่อมีความจำเป็นต้องทำงานที่ต้องมีการประสานงานกัน และเมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 แต่ละฝ่ายก็ยังคงทำหน้าที่ของตัวเองอย่างเต็มที่ เพียงแต่มีการเปลี่ยนรูปแบบการทำงานที่เรียกกันว่า Work from Home กล่าวคือ ในแต่ละวันพนักงานบางคนจะได้รับมอบหมายให้ทำงานอยู่ที่บ้าน เพื่อลดการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 และกลับมาทำงานสลับกันไปในแต่ละสัปดาห์ การศึกษาวิธีการปรับตัวต่อสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ของสำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครยะลา ในยุคที่มีสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัส covid-19 (ยุค New Normal) ในฐานะของเจ้าพนักงานของหน่วยงานทุกคน ก็ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของสำนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ ยกตัวอย่างเช่น หน้าประตูก่อนเข้าไปภายในอาคาร ก็มีมาตรการการตรวจวัดไข้โดยเครื่องตรวจวัดอุณหภูมิ มีอ่างล้างมือและสบู่เหลวบริการอยู่เพื่อใช้ล้างมือ รวมถึงเจลแอลกอฮอล์ไว้สำหรับทำความสะอาดมือ เป็นต้น

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, การปรับตัว, COVID-19

Abstract

This research aims to 1) Study the management of the Office of Public Health and Environment. Yala Municipality 2) Study on adaptation methods to the situation of COVID-19 outbreak of the Bureau of Public Health and Environment. Yala Municipality Data were collected by 70 questionnaires and 70 interviews conducted by SPSS program and using frequency distribution analysis. Calculate the percentage and an approximate scale model

The research results were found that Study the management of the Office of Public Health and Environment. Yala Municipality Before the administration of the Office of Public Health and Environment Yala Municipality There is a systematic operation/activities Each department performs the duties of each department. There were some meetings and discussions When coordinated work is necessary And when the COVID-19 epidemic occurs, each party is still doing their best. Only have to change the working style known as Work from Home. Each day, certain employees are assigned to work from home. To reduce the spread of the COVID-19 virus and resume work alternately each week. A study on adaptation methods to the COVID-19 outbreak situation of the Bureau of Public Health and Environment. Yala Municipality In the era of covid-19 virus outbreak (New Normal) As the official of every agency Must follow the regulations of the operating office For example In front of the door before entering the building There is a measure of fever by a thermometer. Hand wash basins and liquid soap are available for hand washing. Including alcohol gel for cleaning hands etc.

Keywords: Management, Adaptation, COVID-19

บทนำ

เนื่องจากวันที่ 26 ธันวาคม 2563 ได้มีผู้ติดเชื้อโควิด-19 ในหลายจังหวัด และอาจจะมีจำนวนประชาชนผู้ติดเชื้อในจังหวัดยะลาเพิ่มขึ้นข้อมูลจากสำนักงานเทศบาลนครยะลา เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2563 ดังนั้น นายพงษ์ศักดิ์ ยิ่งชนม์เจริญ นายกเทศมนตรีนครยะลา จึงได้ประชุมคณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ที่ผ่านมา เพื่อเตรียมเฝ้าระวัง และจัดเตรียมอุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมในการรองรับสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น รวมทั้งมอบหมายให้เจ้าหน้าที่สำนักงานสาธารณสุขและ อสม. ในเขตเทศบาล ร่วมคัดกรองผู้ที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยง เพื่อจัดทำประวัติ ข้อมูลเป็นการเฝ้าระวังป้องกันเบื้องต้น เทศบาลนครยะลาจึงขอความร่วมมือจากพี่น้อง ประชาชนในเขตเทศบาลนครยะลา ดังต่อไปนี้ ผู้ที่มีภูมิลำเนาติดต่อโดยตรงกับจังหวัดสมุทรสาคร และบริเวณพล ผู้ขับรถบรรทุกขนส่งที่ต้องเดินทางอยู่เป็นประจำจากจังหวัดภาคกลาง ผู้ประกอบการ ที่มีแรงงานข้ามชาติทำงานอยู่ในสถานประกอบการ ผู้ที่เดินทางมาจากจังหวัดที่มีพื้นที่การระบาด โดยให้มาติดต่อกับเจ้าหน้าที่สำนักงานสาธารณสุข เทศบาลนครยะลา (เดลินิวส์. 2563)

สถานการณ์โควิด-19 เริ่มกลับมามีการระบาดรุนแรงอีกครั้งเมื่อวันที่ 3 มกราคม 2564 หลังจากการระบาดรอบแรกเมื่อเดือนที่แล้ว และประเทศในกลุ่มอาเซียนพบว่า มีผู้ติดเชื้อรายใหม่หลายประเทศโดยเฉพาะประเทศเมียนมาร์ ซึ่งมีพรมแดนติดกับประเทศไทย พบผู้ติดเชื้อรายใหม่ จำนวน 82 คน ทำให้มียอดสะสม 1,253 คน และมีผู้เสียชีวิตสะสมแล้ว 7 คน (TNN 2564) จึงมีความเสี่ยงที่จะมีการนำเชื้อเข้าสู่ประเทศไทย ผ่านช่องทางต่าง ๆ รวมถึงช่องทางธรรมชาติ ซึ่งอาจทำให้การแพร่ระบาดของโควิด-19 กลับมาเกิดขึ้นในพื้นที่จังหวัดยะลาได้อีก ดังนั้น จังหวัดยะลาจึงได้มีการประชุมเพื่อติดตาม ประเมินสถานการณ์ รวมถึงมาตรการป้องกันและแก้ปัญหาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดยะลา โดยที่ประชุมได้มีการพิจารณาในเรื่องของการเดินทางเข้าออกประเทศตามแนวชายแดน ไทย-มาเลเซีย รวมถึงแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย ปัญหาการหลบหนีเข้าเมืองผ่านช่องทางธรรมชาติ และมาตรการดำเนินการและทรัพยากรในด้านสาธารณสุขจังหวัดยะลา จึงขอความร่วมมือพี่น้องประชาชนชาวยะลา

ติดตามข่าวสารและเฝ้าระวัง โดยการสวมหน้ากากอนามัย ล้างมือ และปฏิบัติตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุข (พงษ์ศักดิ์ ยิ่งชนม์เจริญ. 2563)

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาเกี่ยวกับวิธีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับการรับมือกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 และการทำงานของแผนกแต่ละแผนกที่เข้ากับการปรับตัวในสถานการณ์ COVID-19

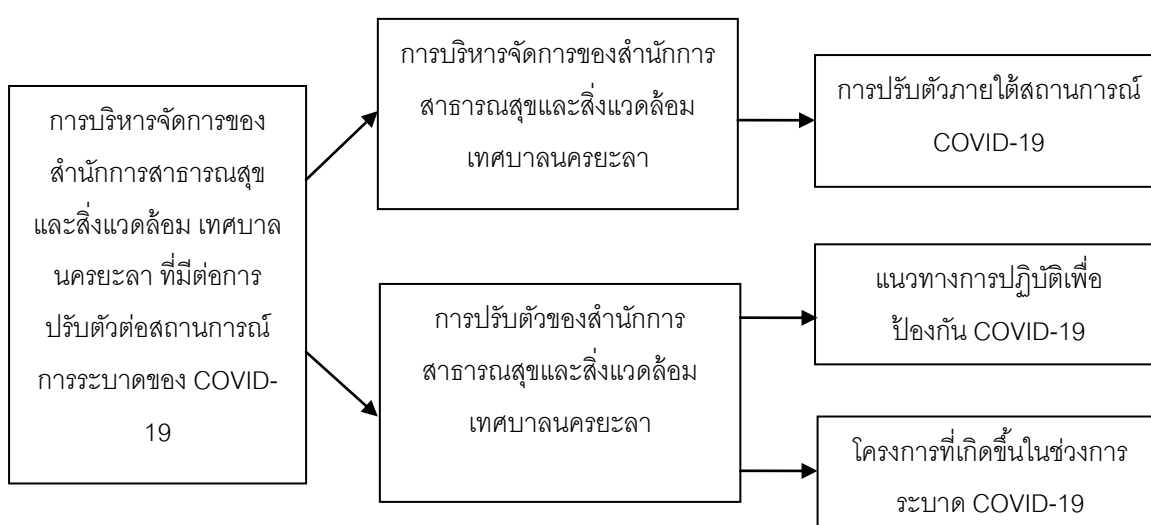
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการของสำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครยะลา
2. เพื่อศึกษาวิธีการปรับตัวต่อสถานการณ์การระบาด COVID-19 ของสำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครยะลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รับความรู้เรื่องการบริหารจัดการของสำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครยะลา
2. นำความรู้ไปเป็นข้อมูลและแนวทางในการดำเนินชีวิตประจำวันในการป้องกัน COVID-19 และไปบอกต่อให้คนอื่น ๆ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินงานวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา การบริหารจัดการ ในสถานการณ์ โควิด 19 ของสำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครยะลา เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพและปริมาณ เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ การสังเกตพฤติกรรมโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เพื่อรวบรวมเป็นเนื้อหาและศึกษาวิธีการปรับตัวขององค์กร

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา เป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครยะลา จำนวน 50,000 คน กลุ่มตัวอย่างที่เลือกมามีจำนวน 50,000 คน กลุ่มตัวอย่างได้มาจากการทำแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 แนวทาง ได้แก่ แบบสอบถามที่เป็นกระดาษและแบบสอบถามทางออนไลน์อย่างละ 50 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ (Questionnaire) เก็บรวบรวมโดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่มหาวิทยาลัยและส่งลิงค์แบบสอบถามออนไลน์ไปให้บุคคลในเฟสบุ๊ค แบ่งเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบไปด้วย เพศ อายุ ศาสนา สถานะ เป็นแบบให้เลือกตอบที่ตรงกับความเป็นจริงเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 การบริหารจัดการของสำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครยะลา เป็นการตอบแบบสอบถามแบบเชิงปริมาณเพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผลเกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวของสำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมต่อสถานการณ์ COVID-19 ประกอบด้วย องค์ประกอบ 4 ด้าน คือ ด้านการเรียนรู้ ด้านอารมณ์ และด้านสังคม จำนวน 5 ข้อ มีลักษณะคำตอบให้เลือก 5 ค่า

ส่วนที่ 3 การปรับตัวของสำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมเทศบาลนครยะลา เป็นการตอบแบบสอบถามเชิงปริมาณเพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์และอภิปรายผลเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการของสำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม จังหวัดยะลาในสถานการณ์ COVID-19 เป็นแบบสอบถาม 5 ข้อ ให้เลือก 5 ค่า

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequencies) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า 1) ศึกษาการบริหารจัดการของสำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครยะลา เมื่อก่อนการบริหารจัดการของสำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครยะลา มีการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ โดยแต่ละแผนกก็ปฏิบัติตามหน้าที่ของแต่ละแผนก มีการประชุมหารือกันบ้าง เมื่อมีความจำเป็นต้องทำงานที่ต้องมีการประสานงานกัน และเมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 แต่ละฝ่ายก็ยังคงทำหน้าที่ของตัวเองอย่างเต็มที่ รวมถึงมีการจัดการแบ่งคนแผนกละแผนกให้ปฏิบัติงานพิเศษเกี่ยวกับการป้องกันและควบคุมโรคตามความสามารถ เช่น แผนกการป้องกันและควบคุมโรคมีหน้าที่ควบคุมส่วนหน้าของสำนักงานและส่วนหน้าของงานกิจกรรมที่เทศบาลนครยะลาจัดขึ้น ในการตรวจวัดอุณหภูมิ กำชับการล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ และลงทะเบียนคนเข้างาน ฯลฯ ส่วนทรัพยากร นายพงษ์ศักดิ์ ยิ่งชนม์เจริญ นายกเทศมนตรี ได้ออกงบในการซื้อเครื่องวัดอุณหภูมิอัตโนมัติเพิ่ม จากที่มีการกักเก็บหน้ากากอนามัยไว้แล้ว และมีการวางแผนการแจกจ่ายหน้ากากอนามัย โดยคำนึงถึงบุคลากรที่ลงพื้นที่บ่อย ๆ ก่อน มีการป้องกันโดยการเปลี่ยนรูปแบบการทำงานที่เรียกกันว่า Work from Home กล่าวคือในแต่ละวันพนักงานบางคนจะได้รับมอบหมายให้ทำงานอยู่ที่บ้าน เพื่อลดการแพร่

ระบาดของไวรัส COVID-19 และกลับมาทำงานสลับกันไปในแต่ละสัปดาห์เพื่อความปลอดภัยอีกขั้นหนึ่ง หัวหน้าแต่ละแผนกก็ได้มีการสั่งการเรื่องการจัดโต๊ะใหม่ให้พนักงานเว้นระยะห่างกันพอสมควร เพื่อลดการติดเชื้อ และตั้งแต่มีข่าวการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ในประเทศไทย สำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครยะลา ก็ได้มีมาตรการกับพนักงานทุกคนให้สามารถทำงานเพื่อกักตัวอยู่บ้าน 14 วัน หากพนักงานมีการเดินทางไปยังพื้นที่เสี่ยง ที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 เพื่อความปลอดภัยของพนักงานคนอื่น ๆ ที่ไปทำงานตามปกติ 2) ศึกษาวิธีการปรับตัวต่อสถานการณ์การระบาด COVID-19 ของสำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครยะลา ในยุคที่มีสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัส covid-19(ยุค New Normal) ในฐานะของเจ้าพนักงานของหน่วยงานทุกคน ก็ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของสำนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ ยกตัวอย่างเช่น หน้าประตูก่อนเข้าไปภายในอาคาร ก็มีมาตรการการตรวจวัดไข้โดยเครื่องตรวจวัดอุณหภูมิ มีอ่างล้างมือและสบู่เหลวบริการอยู่เพื่อใช้ล้างมือ รวมถึงเจลแอลกอฮอล์ไว้สำหรับทำความสะอาดมือ เป็นต้น โดยก่อนเข้าภายในอาคารทุกคนก็ต้องปฏิบัติตามนี้ การเว้นระยะห่างซึ่งได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว แต่ต้องการจะเพิ่มเติมที่จุดบริการของประชาชน เช่น จุดนั่งรอรับบริการจะมีสติ๊กเกอร์เครื่องหมายห้ามนั่ง ที่กล่าวไว้ว่า “โปรดเว้นระยะห่าง” ติดอยู่เพื่อให้ผู้มาใช้บริการได้เว้นระยะห่างระหว่างที่นั่งตามคำบอกที่ติดเอาไว้ รวมถึงการต่อแถวรอคิว ก็มีการทำสัญลักษณ์ตำแหน่งที่ผู้ต่อแถวควรรยืน โดยเว้นระยะห่างพอสมควร เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อ COVID-19 เป็นต้น และการให้เจ้าพนักงานโอนย้ายไปทำงานในพื้นที่จังหวัดที่มีการ Lockdown หากไม่สามารถกลับมาทำงานภายในจังหวัดที่ตนเองมีตำแหน่งอยู่ซึ่งกฎระเบียบเหล่านี้ถือเป็นผลลัพธ์จากการประชุมหารือเรื่อง การปรับตัวในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ทำให้รู้สึกปลอดภัยมากยิ่งขึ้น แนวทางปฏิบัติของพนักงานเช่น การล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ที่บริการไว้ หน้าประตูของสำนักงานกระทรวงวัดอุณหภูมิด้วยเครื่องวัดอุณหภูมิ ถ้ามีอุณหภูมิตั้งแต่ 37 องศา ขึ้นไป ห้ามเข้าภายในของอาคารฯ โดยโครงการสร้างเสริมสุขภาพด้วยกิจกรรมทางกายในชุมชนสันติสุข ทางสำนักงานเทศบาลนครยะลา ได้จัดโครงการเฝ้าระวังป้องกันควบคุมโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 หน่วยบริการสาธารณะและประชาชนกลุ่มเสี่ยง ในเขตเทศบาลนครยะลา ที่แก้ปัญหาการลักลอบเข้าเมืองโดยผิดกฎหมายผ่านช่องทางในจังหวัดชายแดนโดยไม่ผ่านกระบวนการคัดกรอง COVID-19 ของจังหวัดยะลา

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยพบว่า 1) ศึกษาการบริหารจัดการของสำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครยะลา และ 2) ศึกษาวิธีการปรับตัวต่อสถานการณ์การระบาด COVID-19 โดยมีการจัดการแบ่งคนแต่ละแผนกให้ปฏิบัติงานพิเศษเกี่ยวกับการป้องกันและควบคุมโรคตามความสามารถส่วนเรื่องทรัพยากร นายพงษ์ศักดิ์ ยิ่งชนม์เจริญ ได้จบในการซื้อเครื่องวัดอุณหภูมิและมีการวางแผนแจกจ่ายหน้ากากอนามัย โดยคำนึงถึงบุคลากรที่ลงพื้นที่บ่อย ๆ ก่อน มีการป้องกันโดยใช้ระบบ Work from Home และสำนักงานเทศบาลนครยะลาได้จัดโครงการเฝ้าระวังป้องกันควบคุมโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 หน่วยบริการสาธารณะและประชาชนกลุ่มเสี่ยง ในเขตเทศบาลนครยะลา เพื่อแก้ปัญหาการลักลอบเข้าเยาะลาโดยไม่ผ่านกระบวนการคัดกรอง

อภิปรายผล

ผลการศึกษา การบริหารจัดการของสำนักงานสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครยะลา ที่มีต่อการปรับตัวในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 พบว่า ประสิทธิภาพด้านผลการดำเนินงาน (outputs)

อยู่ในระดับดี ได้รับความพึงพอใจจากประชาชนและประสบความสำเร็จในงานด้านการบริหาร ทั้งนี้เนื่องจากสำนักการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่สามารถบริหารจัดการโครงการเกี่ยวกับการบริหารจัดการสาธารณสุขได้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแต่ละโครงการ ตัวอย่างเช่น โครงการป้องกันและการเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อและไวรัสโคโรนา (COVID-19) เมื่อพิจารณาประสิทธิภาพได้กระบวนการ (Process) พบว่า อยู่ในระดับดี เช่นเดียวกัน จึงน่าจะเป็นปัจจัยสาเหตุที่สำคัญ ประการหนึ่งที่ทำให้ผลการบริหารจัดการอยู่ในระดับ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง การปรับตัวในสถานการณ์ COVID-19 สำนักการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครยะลา ส่วนใหญ่มีแนวทางและการกำหนดนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทั้งบุคลากรและผู้ที่มาใช้บริการอย่างชัดเจน สำนักการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่มีการจัดเตรียมอุปกรณ์การตรวจ COVID-19 และเจลแอลกอฮอล์ สำหรับการป้องกัน COVID-19 ให้แก่ประชาชนและบุคลากร

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาพบว่า การแนะนำประชาชนให้สามารถเข้าใจในเรื่อง COVID-19 ของสำนักการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับควรปรับปรุงเป็นไปในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยด้านการไปตรวจ COVID-19 ตามพื้นที่ต่าง ๆ มีเพียงปัจจัยการทำงานอย่างเป็นระบบของสำนักการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับดี ซึ่งแสดงว่าถึงแม้ว่าปัจจัยด้านความใส่ใจจะยังไม่เพียงพอไปบ้าง แต่สำนักการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมก็ยังสามารถทำให้การบริหารจัดการของสำนักการเป็นไปอย่างสำเร็จลุล่วงด้วยดี ทั้งนี้จะมีเหตุผล 2 ประการ คือ ประการแรก ปัจจัยด้านผู้บริหาร ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนภารกิจต่าง ๆ ของสำนักการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เมื่อผู้บริหารสามารถจัดระบบการทำงานและสามารถแบ่งหน้าที่ได้อย่างดี สำนักการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมสามารถดำเนินงานได้อย่างราบรื่น และปัจจัยประเภทที่ 2 คือ ความร่วมมือของเจ้าพนักงานแต่ละแผนกภายในสำนักการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม ถ้าหากมีความใส่ใจและจิตสาธารณะก็สามารถดำเนินงานภายใต้สถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 นี้ได้อย่างปลอดภัยจากการศึกษาการบริหารจัดการของสำนักการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เทศบาลนครยะลา มีการดำเนินงาน/กิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ สืบเนื่องจากระบบการดำเนินงานที่ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ COVID-19 ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการป้องกันการติดเชื้อของพนักงานและผู้ที่มาใช้บริการ และระบบการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปแต่ยังคงคุณภาพของงานอยู่

ข้อเสนอแนะ

1. ประชาชนควรไปเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการแนะนำ COVID-19 เพื่อให้รับรู้สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในการใช้ชีวิต เพื่อรักษาความปลอดภัยจากสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 และวิธีการปฏิบัติตัวในการกักตัว ซึ่งเป็นการรับผิดชอบต่อสังคม
2. ประชาชนควรเรียนรู้วิธีการป้องกันไวรัส COVID-19 จากมาตรการและการปฏิบัติตัวของสำนักการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมเป็นตัวอย่าง
3. ควรเรียนรู้สิ่งที่ได้จากกิจกรรมการสอนเด็กนักเรียนในการปฏิบัติตัวเมื่อต้องอยู่กับเพื่อนนักเรียนคนอื่น ๆ ในช่วงที่มีการระบาดของ COVID-19
4. ควรศึกษาวิธีการปรับตัวของระบบการทำงานในสำนักการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมเพิ่มเติม

เอกสารอ้างอิง

- ไกรทพนธ์เดิม วิทย์ขจร; มันทิราวรรณ อุทัยวรรณ; และ รชานา ดาตาเฮง. (2560). การพัฒนาระบบบริหารจัดการพันธกิจการบริหารวิชาการของสถาบันวิจัยและพัฒนาชายแดนใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- จิตตานันท์ ติกุล. (2559). รูปแบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมของศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทาง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- จตุพันธ์ จอมทัน. (2560). การบริหารจัดการบุคลากรในกองร้อยกองบังคับการและบริการกองบังคับการอาสารักษาดินแดนจังหวัดสมุทรสาคร.
- จันทนา มังคละ. (2560). นวัตกรรมการบริหารจัดการขยะมูลฝอย: กรณีศึกษา: โครงการแยก แลก ยืม บริษัท ปตท. จำกัด.
- จันทนา อิมทิม. (2561). การจัดการชุมชนเข้มแข็งตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกรณีศึกษาการเรียนรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ.
- จรินทร์ วรวิทย์; และ ฟารีดา เอ็ลลาฮี. (2562). รูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานจากเตยหนามอย่างยั่งยืนชุมชนบ้านพวงบูโละ ตำบลสะเตงนอก อำเภอมือง จังหวัดยะลา.
- นงเยาว์ อุทุมพร. (2561). การบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ของชุมชนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อนำไปใช้บูรณาการในการจัดการเรียนรู้ในสถานศึกษาอย่างยั่งยืน อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ.
- นันทา จันทรแก้ว. (2559). การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการเครือข่ายวิจัยด้านความหลากหลายทางชีวภาพ:มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- นาริลักษณ์ ศิริวรรณ. (2561). การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ:กรณีศึกษาหน่วยงานที่ได้รับรางวัลคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐหมวด3ด้านการมุ่งเน้นผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย.
- นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์. (2563). การปรับตัวทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤต COVID-19.
- น้ำอ้อย สุขเสนา. (2560). การศึกษาการบริหารหลักสูตรและการใช้หลักสูตร โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ.
- ภูยีน พรุทพวงศ์. (2562). การบริหารการเงินส่วนบุคคลของผู้สูงอายุในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ.
- ปรีชา ธนะวิบูลย์; และ นงเยาว์ อุทุมพร. (2562). การบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนริมแม่น้ำ เจ้าพระยาสายเก่าเพื่อใช้ในการศึกษาอย่างยั่งยืน.
- พงษ์มนัส ดีอด. (2563). ผลกระทบของการแพร่ระบาดโรค COVID-19 ต่อการประกอบอาชีพบริการจัดอาหาร.
- พะยอม ตอประโคน; และ สุกฤษดา พุ่มแก้ว. (2560). ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้วยระบบบัญชีบริหารของกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตในจังหวัดยะลา.
- พิศิษฐ์ บวรเลิศสุธี. (2560). การพัฒนาต้นแบบระบบบริหารจัดการฐานข้อมูลฝึกประสบการณ์วิชาชีพนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- พระครู โกศลธรรมานุสิฐ. (2560). รูปแบบการบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศของนักเรียนพระปริยัติธรรมแผนกบาลี ในเขตปกครอง คณะทงษ์ ภาค 14.
- วัฒนา หลวกประยูร. (2558). ประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ทำซุง อำเภอมือง จังหวัดอุทัยธานี.
- สิทธิชัย ธรรมเสนห์. (2558). การบริหารจัดการธุรกิจสปา ในเขต อำเภอมือง จังหวัดชลบุรี.
- สอยฤทัย เกลี้ยงนิล. (2563). รัฐ-ชุมชนกับการจัดการภัยพิบัติโรคไวรัส COVID-19 พื้นที่ถนนข้าวสารเขตพระนคร: กรุงเทพมหานคร.

S0095: การบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด2019ขององค์กรบริหารส่วนตำบลบานา อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี

MANAGEMENT AND PLANNING IN THE COVID 2019 SITUATION OF THE BANA SUB-DISTRICT ADMINISTRATIVE ORGANIZATION, MUANG DISTRICT, PATTANI PROVINCE

อาหมินะห์ สะอิ¹ อีรฟาน แวบือซา² อาซิมะห์ มามะ³ วัชร ขาวสังข์⁴

^{1, 2, 3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 113 ถ.เทศบาล 3 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 113 ถ.เทศบาล 3 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด19ขององค์กรบริหารส่วนตำบลบานา อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี เครื่องมือในการวิจัยใช้เป็นแบบสอบถามสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพศหญิงอายุต่ำกว่า 20 จนถึง 60 ปี ขึ้นไป ระดับการศึกษามัธยมศึกษา-บุคคลทั่วไปอาชีพนักศึกษาและบุคคลทั่วไป

ผลการวิจัยพบว่า เพื่อศึกษาการบริหารจัดการองค์กรในช่วงสถานการณ์โควิด19กับการรับรู้ความเสี่ยงจากการปฏิบัติงานในองค์กร และรับรู้ถึงความรุนแรงของโรค เมื่อช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโควิด 2019 มีความรุนแรงมากขึ้นทางองค์กรบริหารส่วนตำบลบานา ได้ออกประกาศ เรื่อง มาตรการการป้องกันการปฏิบัติงานในช่วงสถานการณ์โควิด 2019 โดยให้บุคลากรในองค์กรบริหารส่วนตำบลบานาปฏิบัติตามมาตรการที่ได้ประกาศ เพื่อศึกษาการวางแผนองค์กรในช่วงสถานการณ์โควิด19 ภายในสำนักงานองค์กรบริหารส่วนตำบลบานา และความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ทำงานและบุคลากรการรับรู้พฤติกรรมการป้องกันโรคโควิด 2019 องค์กรสิ่งที่จะช่วยลดความกังวล และให้ความรู้ที่มั่นคงต่อบุคลากรคือ การออกนโยบายประกาศสถานการณ์ขององค์กร รวมถึงมาตรการรับมือกับสถานการณ์พร้อมกับการให้ความช่วยเหลือที่จะให้ต่อพนักงานได้ มาตรการดูแลสุขอนามัยของพนักงาน มาตรการ work from home ให้บุคลากรกลับบ้านที่ทำงานเพื่อความปลอดภัยของบุคลากรและองค์กรบริหารส่วนตำบลบานามีมาตรการลดความเสี่ยงจากการปฏิบัติงานและการป้องกันตัวเองตามข้อปฏิบัติ เช่น การใส่หน้ากากอนามัย การใส่เจลแอลกอฮอล์ การล้างมือบ่อย ๆ พบว่า มีการป้องกันโดยจัดให้บุคลากรสับเปลี่ยนการทำงานที่บ้านและทำงานที่องค์กร ในองค์กรมีเจลแอลกอฮอล์ และบุคลากรทุกคนในองค์กรใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา และเข้มงวดเรื่องความสะอาดในองค์กร

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, การวางแผน, โควิด19

Abstract

This research has the objective for the management of the COVID 19 situation, request the Bana Sub-District Administrative Organization, Muang District, Pattani Province. The research tool was used as a questionnaire. The statistics used in the research were mean, hundred and standard deviation. The

sample consisted of 21 people. The results of the research Most of the respondents were female, under the age of 20 to 60 years of age and above. Secondary education level-general public, occupation, student and general public.

The results of the research were as follows: To study organizational management during the COVID-19 situation and the perception of operational risks in the organization And recognize the severity of the disease When the situation with the coronavirus. In 2019, there is more violence, the Bana Subdistrict Administrative Organization has released a notice about Operational prevention measures during the COVID 2019 situation by requiring personnel in the Bana District Administrative Organization to comply with the announced measures. To study organizational planning during the COVID 19 situation within the Bana Subdistrict Administrative Organization And the Association between Workplace and Personnel, Awareness, Behavior, Prevention of COVID 2019 Organization of things to reduce worries And gives a sense of security to personnel, namely The issuance of a policy declaring the situation of the organization Including measures to cope with the situation along with providing assistance that can be given to employees Measures to take care of employee hygiene. Work from home measures to allow personnel to work at home For the safety of personnel and district administration organizations, Naba has measures to reduce operational risks and protect themselves according to practices such as wearing face masks. Alcohol gel Frequent hand washing was found to be prevented by requiring personnel to switch from home and work at the organization. In the organization there is an alcohol gel. And all personnel in the organization wear face masks all the time and strict about cleanliness in the organization.

Keywords: Management, planning, organization, COVID 19

บทนำ

ปัจจุบันเกิดสถานการณ์โควิดไวรัสโคโรนา 19 (COVID-19) ในประเทศจีน เริ่มจากเมืองอู่ฮั่น และต่อมา ระบาดไปอีกหลายเมืองปัจจุบันพบผู้ป่วยติดเชื้อในทุกมณฑล ยังพบผู้ป่วยยืนยันในหลายประเทศ ข้อมูลตั้งแต่วันที่ 30 ธันวาคม 2562 ถึงวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2563 ขณะนี้มีหลักฐานการติดต่อจากคนสู่คน พบผู้ป่วยยืนยันในผู้ที่ไม่มีประวัติการเดินทางไปประเทศจีน แต่มีประวัติใกล้ชิดกับผู้เดินทางมาจากพื้นที่ระบาดของพื้นที่ระบาดของโรคสำหรับ ประเทศไทยพบผู้ป่วยยืนยัน 33 ราย

ยังไม่พบผู้ป่วยเสียชีวิต (ข้อมูลจาก: รายงานสถานการณ์โรคไวรัสโคโรนา 19 (COVID-19) ศูนย์ปฏิบัติการภาวะฉุกเฉิน กรณีโรคไวรัสโคโรนา 19 (COVID-19) เพื่อเป็นการป้องกันการระบาดของโรคเชื้อไวรัสโคโรนา 19 (COVID-19) มาตรการที่สำคัญคือการป้องกันตนเองให้มีสัมผัสกับโลกโดยการหลีกเลี่ยงการอยู่ในสถานที่แออัดหรือมีมลภาวะและไม่อยู่ใกล้ชิดกับผู้ป่วยหรือจามรวมถึงการสวมหน้ากาก อ่านนำใหม่ดังนั้นเพื่อให้ประชาชนในพื้นที่ทุกคนสามารถเข้าถึงหน้ากากอนามัยเพื่อป้องกันไม่เจ็บเพราะโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 19 (COVID-19) เท่านั้น รวมถึงโรคระบาดหรือโรคติดต่ออุบัติใหม่ที่เกิดขึ้นในอนาคตจึง เห็นควรไม่มีการบูรณาการ ความร่วมมือทั้งนี้สั้นนัก

เลขานุการกองทุนหลักประกันสุขภาพองค์การบริหารจึงได้ จัดทำโครงการเฝ้าระวังป้องกันและควบคุมโรคไวรัสโคโรนา 19 (COVID-19) จำเป็นต้องมีการดำเนินการให้ความรู้คำแนะนำการดูแลเฝ้าระวังป้องกันตนเองให้ประชาชนในเขตพื้นที่ได้แก่หน่วยบริการสถานบริการหน่วยงานสาธารณสุขสถานประกอบการสถานศึกษาศูนย์เด็กเล็กหน่วยราชการห้างสรรพสินค้าชุมชนและบริการสถานะต่าง ๆ เขตในพื้นที่ที่ความรับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลรับผิดชอบดูแลเกี่ยวกับภาวะฉุกเฉินด้าน สาธารณสุขจึงต้องมีการตอบโต้ ต่อสถานการณ์โรคไวรัสโคโรนา 19 (COVID-19) ให้ทันต่อเหตุการณ์เพื่อลดผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนตลอดจนป้องกันไม่ให้เกิดการแพร่ระบาดของโรคในวงกว้าง (อ้างอิง 13 เมษายน 2563 องค์การบริหารส่วนตำบลบานา)

ด้วยปัจจุบันจังหวัดปัตตานี พบว่ามีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 (COVID 19) แล้ว ในหลายอำเภอและพบการเพิ่มของจำนวนผู้ป่วยอย่างรวดเร็ว เมื่อวันที่ 7 มีนาคม พ.ศ. 2563 พบว่า มีผู้ป่วยยืนยันในจังหวัดปัตตานีโดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดปัตตานี จำนวน 48 คนและมีผู้เสียชีวิต 1 คนและตำบลบานา ได้จัดตั้งสถานที่กักกันผู้สงสัยด้วยโรค (COVID 19) อีกทั้งมีการตั้งโรงพยาบาลสนามในพื้นที่ตำบลบานา จึงมีความจำเป็นต้องดำเนินการด้านการดูแลรักษาความสะอาดของพื้นที่และสถานที่สาธารณะเป็นการพิเศษ จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องใช้มาตรการเฝ้าระวังควบคุมป้องกันการแพร่ระบาดของโรคอย่างเข้มข้น เพื่อลดโอกาสการแพร่ระบาดของโรคในสถานที่ต่าง ๆ ความเสี่ยงสูงในการนี้ เพื่อเป็นการป้องกันและลดโอกาสการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 (COVID 19) สำนักงานเลขานุการกองทุนหลักประกันสุขภาพ องค์การบริหารส่วนตำบลบานาร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการจัดกิจกรรมทำความสะอาดด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อและการฉีดพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อเพื่อลดการสะสมของเชื้อโรค ในอาคารสถานที่ราชการ เรือนจำ สถานที่สาธารณะ ศูนย์กักกัน และสถานที่ที่มีความเสี่ยงรวมถึงการล้างทำความสะอาดถนนสถานที่ทางสาธารณะและตลาดในเขตชุมชนที่มีการจราจรของประชาชนจำนวนมากในพื้นที่ตำบลบานา (อ้างอิง 29 เมษายน 2563 ddc.moph.go.th การควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข)

ด้วยกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อมองค์การบริหารส่วนตำบลบานาได้อนุมัติโครงการโครงการเฝ้าระวังควบคุมการแพร่เชื้อ (COVID 19) ด้วยการทำความสะอาดโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการป้องกันและลดโอกาสการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 19 (COVID 19) และจัดกิจกรรมทำความสะอาดด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อและการฉีดพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อเพื่อลดการสะสมของเชื้อโรคในอาคารสถานที่ราชการ เรือนจำ สถานที่สาธารณะ ศูนย์กักกัน และสถานที่ที่มีความเสี่ยง รวมถึงการล้างทำความสะอาดถนนสถานที่ทางสาธารณะและตลาดในชุมชนที่มีการจราจรของประชาชนจำนวนมากในพื้นที่ของแต่ละตำบล

สรุป องค์การบริหารส่วนตำบลบานา จำเป็นต้องมีการดำเนินการให้ความรู้คำแนะนำการดูแลเฝ้าระวังป้องกันตนเองให้ประชาชนในพื้นที่ได้แก่หน่วยบริการสถานบริการหน่วยงานสาธารณสุข และ หน่วยราชการห้างสรรพสินค้าชุมชนและบริการสถานะต่าง ๆ เขตในพื้นที่ที่ความรับผิดชอบเพื่อลดผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนตลอดจนป้องกันไม่ให้เกิดการแพร่ระบาดของโรคการรับมือกับการแพร่ระบาดของไวรัสจึงกลายเป็นวาระสำคัญขององค์การบริหารส่วนตำบลบานาเป็นตัวอย่างที่รับมือกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้อย่างดีในการผลักดันความร่วมมือเป็นอย่างดีในตำบลบานาหรือจังหวัดปัตตานี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการองค์กรในช่วงสถานการณ์โควิด2019ขององค์การบริหารส่วนตำบลบานา อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี

2. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด 19) และศึกษาการวางแผนในการบริหารงานภายในองค์กรรวมถึงการทำงานของบุคคลากรในองค์กร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

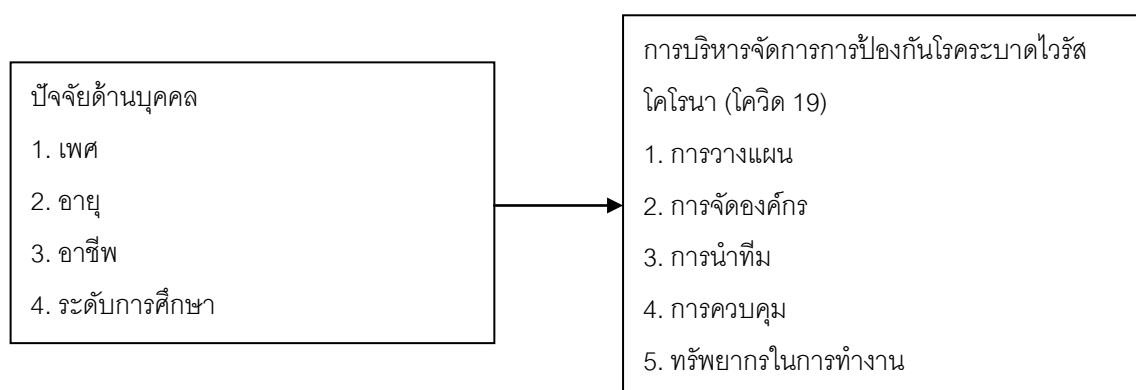
1. สามารถใช้เป็นข้อมูลในการที่จะหาวิธีหรือแนวทางแก้ไขปัญหที่อาจจะเกิดขึ้นภายในสาธารณสุขและเพื่อรักษาประชากรให้อยู่กันอย่างปลอดภัย
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาวิธีต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการหาวิธีรักษาของประชากรในแต่ละตำบล
3. ให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการจัดการภัยพิบัติโรคระบาดโควิด 19 ในพื้นที่ชุมชน ในแต่ละตำบลภาคใต้

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการและการวางแผนในสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลบานา อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ “การบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลบานา อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี” โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 และศึกษาการวางแผนในการบริหารงานภายในองค์กรรวมถึงการทำงานของบุคคลในองค์กร ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ประชาชนและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือสำหรับใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรเขตตำบลบานา อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี จำนวน 25,286 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรในเขต ตำบลบานา อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน

การสร้างเครื่องมือสำหรับการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เรื่อง การบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด19องค์การบริหารส่วนใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัย ประกอบด้วย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการศึกษาค้นคว้าตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสร้างข้อคำถามที่ผู้ตอบถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถาม แบบตรวจสอบรายการ เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ

1. เพศ
2. อายุ
3. ศาสนา
4. ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของประชากรในตำบลบานา อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี ที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด19ตำบลบานา อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี ประกอบด้วย ด้านการบริหารในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) ด้านการป้องกันในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) ด้านการให้ความรู้ในช่วงสถานการณ์โควิด19 เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการให้คะแนน 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

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

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

ตาราง 1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	15	50.00
หญิง	15	50.00
รวม	30	100

ตาราง 1 แสดงให้เห็นว่าจะกลุ่มตัวอย่างจะเป็นเพศหญิง โดยแบ่งเป็น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และเพศชาย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ตามลำดับ

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า30 ปี	10	37.00
30-45 ปี	13	48.10
46-60ปี	4	13.33
60ปี ขึ้นไป	3	1.00
รวม	30	100

ตาราง 2 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มากจะเป็นอายุมากที่สุด คือ อายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 37 อายุ 30-45 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 อายุ 46-60 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 และอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตาราง 3 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	7	25.00
ปริญญาตรี	15	53.60
ปริญญาโท	6	21.40
ปริญญาเอก	2	2.00
รวม	30	100

ตาราง 3 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับ ปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 53.6 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ระดับปริญญาโท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 ระดับปริญญาเอก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0

ตาราง 4 จำนวนร้อยละของตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
ผู้บริหาร	6	21.40
เจ้าหน้าที่ระดับชำนาญการพิเศษ	4	14.30
เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการ	10	35.7
เจ้าหน้าที่ระดับชำนาญการ	2	7.1
พนักงานราชการ	2	7.1
ลูกจ้างประจำ	3	10.1
ลูกจ้างชั่วคราว	1	3.6
อื่นๆ โปรดระบุ:	2	0.7
รวม	30	100

ตาราง 4 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับ ผู้บริหารจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 ระดับเจ้าหน้าที่ระดับชำนาญการพิเศษจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ระดับเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 ระดับเจ้าหน้าที่ระดับชำนาญการจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 ระดับเจ้าหน้าที่ราชการจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 ระดับลูกจ้างประจำจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 ระดับลูกจ้างชั่วคราวจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 ระดับอื่นๆโปรดระบุจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารจัดการการป้องกันโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ขององค์กรบริหารส่วนตำบลบานา อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี

การบริหารในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19)	Mean ($\bar{X}$)	Std. Deviation (S.D.)	แปลผล
การวางแผนในสถานการณ์โควิด 19	3.99	0.67	มากที่สุด
การจัดองค์กรในสถานการณ์โควิด 19	3.81	0.64	มากที่สุด
ผู้นำในสถานการณ์โควิด 19	3.91	0.60	มากที่สุด
การควบคุมในสถานการณ์โควิด 19	3.96	0.55	มากที่สุด
การวางแผนระยะยาว	3.97	0.57	มากที่สุด
การวางแผนระยะปานกลาง	3.95	0.58	
การวางแผนระยะสั้น	3.93	0.61	มากที่สุด
รวม	2.27	0.040	มากที่สุด

ตาราง 4 แสดงให้เห็นว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวางแผนในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) มีคะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การจัดองค์กรในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.63) อยู่ในระดับมากที่สุดผู้นำในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.60) อยู่ในระดับมากที่สุด การควบคุมในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.55) อยู่ในระดับมากที่สุด การวางแผนระยะยาว มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.56) อยู่ในระดับมากที่สุด การวางแผนระยะปานกลาง มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุดและการวางแผนระยะสั้น มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.61) อยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการในสถานการณ์ โควิด-19ขององค์การบริหารส่วนตำบลบานา มีการวางแผนในการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและไม่ซับซ้อนมีการบริหารในด้านการวางแผน ด้านการทำงานของบุคลากรในองค์กรและมีมาตรการในการป้องกันโรคระบาดตรงตามมาตรฐานที่รัฐบาลกำหนดไว้การบริหารส่วนตำบลบานา ได้มีการจัดอบรมสร้างทีมวิทยากรหรือครูในพื้นที่โดยไม่มีผู้เข้ารับการอบรมจากบุคลากรในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำหมู่บ้าน, กำนัน, ผู้ใหญ่บ้าน, ผู้นำชุมชน, อาสาสมัครในพื้นที่, อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม), กลุ่มสตรีจิตอาสาและประชาชนที่สนใจ เพื่อให้เป็นทีมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้โดยการจัดการให้ความรู้แก่ประชาชนในตำบลบานาเพื่อให้ได้ความรู้ในการป้องกันโรคติดเชื้อ

2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดการภัยพิบัติโรคระบาดโควิด 19 ในพื้นที่ชุมชนของตำบลบานา จัดหาพื้นที่ควบคุมโรค (Local Quarantine) กักกันผู้เดินทางกลับมาจากต่างประเทศและผู้เดินทางข้ามจังหวัดที่เสี่ยงต่อการติดเชื้อ เพื่อเฝ้าดูอาการเป็นเวลา 14 วัน การตั้งจุดตรวจคัดกรองการเดินทางเข้า-ออก การจัดเจ้าหน้าที่ร่วมกับหน่วยงานด้านความมั่นคง ตั้งจุดตรวจควบคุมการแพร่ระบาดโรคโควิด 19 ในพื้นที่ จัดเจ้าหน้าที่ออกตรวจให้เป็นไปตามประกาศหรือคำสั่งคณะกรรมการโรคติดต่อ

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ผลข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการในสถานการณ์ (โควิด-19) องค์การบริหารส่วนตำบลบานา อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลแบบสอบถามของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 50 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 37 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 53.6 และเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7

2. การบริหารจัดการการป้องกันโรคระบาดไวรัสโคโรนา (โควิด-19) พบว่า การบริหารองค์กรในช่วงสถานการณ์ (โควิด-19) มีคะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.62) การควบคุมในสถานการณ์ (โควิด-19) มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐาน ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.55) การเป็นผู้นำในช่วงสถานการณ์ (โควิด19) มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.60)

อภิปรายผล

ผลการศึกษาด้านการบริหารในช่วงสถานการณ์โควิด19ขององค์กรบริหารส่วนตำบลบานา และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานการทำงานของแต่ละฝ่าย พบว่าได้ปฏิบัติตามหนังสือสั่งการของผู้ว่าราชการจังหวัดปัตตานี ให้นุคลากรปฏิบัติตามข้อบังคับขององค์กร สืบค้นความรู้ให้เท่าทันเหตุการณ์ โดยการปฏิบัติตาม ให้เว้นระยะห่างไม่อยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม มีการสืบค้นความรู้ให้เท่าทันเหตุการณ์ หมั่นเรียนรู้การใช้ระบบ เทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น เพื่อเตรียมความพร้อมในการทางานรูปแบบออนไลน์

ด้านแนวทางการปฏิบัติงานในช่วงการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า บุคลากร ปฏิบัติตามข้อบังคับใช้วัสดุ/อุปกรณ์ต่าง ๆ และการดูแลสุขภาพโดยสวมใส่หน้ากากอนามัย ใช้เจลล้างมือและใช้แอลกอฮอล์ในการฉีดพ่น มีการเว้นระยะห่างระหว่างในการทางาน และงดสัมผัสกับบุคคลอื่น

ด้านการวางแผนการปรับตัวในองค์กร และ ระยะยาวต่อสถานการณ์การติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พบว่าในการปรับตัว ระยะสั้น มีการติดตามข่าวสารอย่างสม่ำเสมอและหลีกเลี่ยงการกระทำที่ก่อให้เกิด การติดเชื้อ หลีกเลี่ยงการเดินทางในพื้นที่ที่มีการระบาดของโรคโควิด-19 และในการปรับตัวเน้นย้ำให้นุคลากรในองค์กรและผู้มาติดต่อราชการ สวมหน้ากากอนามัย หมั่นล้างมือให้สะอาดอยู่เสมอ ด้วยสบู่หรือแอลกอฮอล์ ทำให้นุคลากรในองค์กรเกิดความมั่นใจ และสร้างความปลอดภัยให้กับตนเองและครอบครัว

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาแนวทางในการปฏิบัติขององค์กรบริหารส่วนตำบลบานาเพื่อสามารถรับรู้กระบวนการในการทางานของแต่ละฝ่ายในองค์กรบริการส่วนตำบลบานา
2. สำนวจความเข้าใจในการบริหารจัดการและการวางแผนในองค์กรบริหารส่วนตำบลบานาเข้าในการสถานการณ์โควิด 2019 เพื่อให้สามารถให้ข้อมูลได้ตรงกับความต้องการของบุคลากร
3. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างจากพนักงการอื่นๆเพิ่มเติม เพื่อให้ข้อมูลที่ชัดเจนและหลากหลายรูปแบบ

เอกสารอ้างอิง

- กรณิกา วาระวิชณี. (2560). ความรู้ทางการเงินและความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของพนักงานในสถาบันการเงินกรณีศึกษาจากพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์.
- จิตตานันท์ ติกุล; และคณะ. (2559). รูปแบบการบริหารจัดการที่เหมาะสม ของศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ฉัตรสุมน พฤตภูมิบุญ. (2560). การบริหารงานสาธารณสุข.
- ทองเพียร เตยหอม. (2562). แนวทางการพัฒนาความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา.
- นารีนลักษณ์ ศิริวรรณ. (2561). การพัฒนาการบริหารจัดการ.
- นันทพล เพชรพินิจ. (2559). การพัฒนาแผนชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงแบบมีส่วนร่วม.

ปัทมาธิ์ พงษ์พร. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาองค์กรใหม่ศักยภาพการทำงานสูง: กรณีศึกษา
ธนาคารยูโอบ.

มัทนา วิไลลักษณ์. (2560). การจัดการองค์การทางศิลปวัฒนธรรม กรณีศึกษามูลนิธิริยประณีต.

ยุทธนา เกื้อกุล. (2560). การพัฒนารูปแบบการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนเอกชน.

วารุณี กุลรัตน์วิจิตร. (2560). ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลาง.

ศรุต กิตติมหาชัย. (2560). การศึกษาการวางแผนการใช้ชีวิต การวางแผนเรื่องการเงิน และการพัฒนาการ
เรียนรู้ ด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อการเตรียมความพร้อม.

สุระพร เจริญงามทรัพย์. (2559). การพัฒนาองค์การและคุณภาพการให้บริการด้านสวัสดิการของสหกรณ์
ออมทรัพย์ครูชลบุรี ผลวิจัย.

สงกรานต์ ภัฏญามาศ. (2559). การบริหารการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อการเป็นองค์การที่มีขีดสมรรถนะสูง
ของกรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุข.

สุภาภรณ์ วัชรพฤษาดี; และคณะ. (2559). โครงการ การเฝ้าระวังโรคติดต่อ ซ้ำไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2012
เชิงรุก ในแหล่งค้าขายโรคผลวิจัย.

สิทธิธันธ์ วารุณสหรัญ. (2560). การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการบริหารงานปกครองส่วนท้องถิ่น.

อนุชิต โมพันดุง. (2560). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนา.

โอภาส การย์กวินพงศ์ รองปลัดกระทรวง กระทรวงสาธารณสุข. (256-2561). แนวทางการเตรียมความพร้อมของ
ประเทศไทยในด้าน โรคติดต่ออุบัติใหม่และโรคระบาดตามกรอบ กฎอนามัยระหว่างประเทศ.

นิยมรัช ตะวันนวินยัง. (2560). แนวทางการบริหารงานวิชาการตามหลักธรรมาภิบาล.

ฉัตรสมุน พุฒภิญา. (2560). การบริหารสาธารณสุข.

ประสิทธิ์ อโศกมกรางกูร. (2560). รูปแบบบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศของนักเรียนพระปริยัติธรรมแผนก.

S0096: การจัดการฟื้นฟูและรับมือวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดยะลา

MANAGING, REHABILITATING AND RESPONDING TO THE COVID-19 CRISIS IN YALA PROVINCE

อรรพ์ ดอเลาะ¹ มาชีเตาะ สะอะ² ฮาบีหะ เจแว³ วัชร ขาวสังข์⁴^{1, 2, 3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถ.เทศบาล 3 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถ.เทศบาล 3 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการจัดการฟื้นฟูและรับมือในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดยะลา ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Data) โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรในพื้นที่จังหวัดยะลา ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม จำนวน 40 คน จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนคือ การสุ่มแบบชั้นภูมิและสุ่มแบบง่าย และใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า การจัดการฟื้นฟูและรับมือในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดยะลา พบว่า การฟื้นฟูชุมชนในสถานการณ์โควิด-19 โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บุคลากรประสานงานให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนในวิกฤติโควิด-19 พบว่ามีการแก้ปัญหาการรับมือ การฟื้นฟู และการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยมีการแก้ปัญหา มีการจัดอบรมสร้างอาชีพ เพื่อหารายได้เสริมแก่ประชาชนในช่วงวิกฤติ โควิด-19 และด้านกระบวนการ พบว่า องค์การบริหารส่วนจังหวัดยะลา มีกระบวนการทำงานในช่วงสถานการณ์โควิด-19 พบว่ากระบวนการทำงานขององค์กร มีการเตรียมความพร้อมกับการบริหารจัดการ ในการประสานงานแก่ประชากรในพื้นที่จังหวัดยะลาในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ประชาชนมีการให้ความร่วมมือในการฟื้นฟูและองค์กรได้มีการให้ความรู้ในเรื่อง การปลูกผัก ทำการเกษตรและเลี้ยงปลา เพื่อใช้ในการอุปโภคบริโภคและเป็นการหารายได้เสริมระหว่างการเกิดวิกฤติ โดยภาพรวมอยู่ในระดับที่ดี เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีการรับมือและลดความเสี่ยงจากการปฏิบัติงาน เช่น การงดจัดกิจกรรม การล้างมือบ่อย ๆ ใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาเมื่อออกจากบ้าน เข้มงวดในการรักษาความปลอดภัย

คำสำคัญ: กระบวนการจัดการ,โควิด-19

Abstract

The research has an objective 1) To study the management, rehabilitation and response in the COVID-19 situation. In Yala Province Using quantitative data research, the samples were Population in the area of Yala Province Data were collected by questionnaires of 40 people from multistage sampling. Simple randomization And statistics were used for percentage, mean and Standard Deviation.

The research results were found that Managing rehabilitation and coping in the COVID-19 situation In Yala province, community rehabilitation in the COVID-19 situation was found. The overall picture is at a very good level. When considering each aspect, it was found that it was at the highest level in all aspects. Where the side with the highest mean is Coordinating personnel to educate people in the COVID-19 crisis found that there is a high level of resolution, response, rehabilitation and prevention of COVID-19 epidemic prevention in all aspects. With a solution There is a training to create a career. To find additional income to people during the COVID-19 crisis and the process found that the Provincial Administrative Organization of Yala There was a working process during the COVID-19 situation, it was found that Organizational processes There is preparation with management. To coordinate the population in Yala province during the COVID-19 situation. People have cooperated in rehabilitation and the organization has educated them on growing vegetables, farming and fish farming. For consumption and as an additional income during the crisis Overall, it is at a good level. When considering each aspect, it was found that there was a way to deal with and reduce the risks from work operations such as abstinence from activities. Washing your hands often Always wear a surgical mask when leaving the house. Strict on security

Keywords: Management process, COVID-19

บทนำ

การระบาดของไวรัสโคโรนา พ.ศ. 2562-2563 เป็นการระบาดทั่วโลกโดยมีสาเหตุมาจากไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่เริ่มต้นขึ้นในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 โดยพบครั้งแรกในนครอู่ฮั่นเมืองหลวงของมณฑลหูเป่ย์ประเทศจีน องค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้การระบาดนี้เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศในวันที่ 30 มกราคม 2563 และประกาศให้เป็นโรคระบาดทั่วในวันที่ 11 มีนาคม 2563 จากเดิมที่เราคิดว่าเรื่องโรคระบาดอาจเป็นเรื่องไกลตัว เราเห็นการแพร่ระบาดของโรคซาร์สและพบเจอกับวิกฤตต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง แต่เราไม่เคยคิดว่ามันจะมาถึงตัว จนกระทั่งโควิด-19 มาถึงและก่อให้เกิดผลกระทบไปทั่วโลก วันนี้ทุกคนจึงตระหนักเพิ่มขึ้นว่าวิกฤตที่เกิดขึ้นเป็นเรื่องใกล้ตัวที่ทำให้ชีวิตไม่เหมือนเดิม สังคมจึงต้องเตรียมพร้อมหลายเรื่องความไม่เหมือนเดิมหลังต้องเผชิญกับวิกฤตโควิด-19 เริ่มต้นจากชีวิตของคนเราที่เปลี่ยนแปลงไปขณะที่หลายหน่วยงาน องค์กร ต่างปรับความคิด พฤติกรรม และวิถีการทำงานที่มีความยืดหยุ่นมากขึ้น จากเดิมคนทำงานมักให้ความสำคัญกับ Work-Life Balance สร้างสมดุลระหว่างชีวิตงานและชีวิตส่วนตัวเป็นสำคัญแต่ปัจจุบันที่เราทุกคนต่าง Work from Home มีสัดส่วนเวลาของการทำงานและชีวิตส่วนตัวเกิดขึ้นพร้อม ๆ กันสลับสับเปลี่ยนกันไปตลอดทั้งวัน เกิด Work-Life Integration ที่ชีวิตการทำงานหลอมรวมกับชีวิตส่วนตัวเป็นหนึ่งเดียว จนเราต้องสร้างวินัยในการทำงาน ท่ามกลางอิสระและความยืดหยุ่นที่เพิ่มขึ้นจาก Work from Home นอกจาก Work from Home ที่สร้างเศรษฐกิจคนติดบ้าน (From Home Economy) ทำให้ e-Commerce และการทำธุรกรรมทางออนไลน์เติบโตอย่างก้าวกระโดดแล้ว อีกหนึ่งการเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัด ในช่วงวิกฤตโควิด-19 ก็คือคนให้ความสนใจและมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องสุขภาพและสาธารณสุขมากขึ้น เช่น ให้ความสำคัญกับการล้างมือ การสวมหน้ากากอนามัย หรือแม้แต่การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ ส่งผลให้เรื่อง Digital

Transformations ที่เคยมีการพูดถึงมาอย่างยาวนานและเกิดขึ้นซ้ำมาก กลับถูกขับเคลื่อนได้เร็วขึ้น (ชัยชนะ มิตรพันธ์. 2563)

สำหรับประเทศไทยได้มีมาตรการในการเฝ้าระวังป้องกันและควบคุมโรคตั้งแต่เริ่มพบการระบาดในประเทศ จีนพบผู้ป่วยรายแรกเป็นผู้เดินทางจากประเทศจีนในวันที่ 8 มกราคม 2563 ได้รับการตรวจยืนยันผลและแถลงสถานการณ์ในวันที่ 15 มกราคม 2563 ผู้ป่วยช่วงแรกเป็นผู้เดินทางจากพื้นที่เสี่ยงการขยายพื้นที่ระบาดในต่างประเทศเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องประกอบกับผู้ติดเชื้อจากการเดินทางไปยังพื้นที่ระบาดอาจมีอาการเล็กน้อย ทำให้ไม่มีการตรวจหาการติดเชื้อ การพบผู้ป่วยกลุ่มถัดมาคือ ผู้ประกอบอาชีพสัมผัสผัดกับนักท่องเที่ยวจากนั้น พบการติดเชื้อในกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยที่นิยมไปกินดื่มการระบาดที่เป็นกลุ่มก้อนใหญ่ คือการระบาดในสนามมวยลุมพินี สนามมวยราชดำเนิน ซึ่งทำให้มีผู้ติดเชื้อจำนวนมากขึ้นอย่างรวดเร็ว จนต้องมีการประกาศให้โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Coronavirus Disease 2019 เป็นโรคที่กำลังระบาดอย่างร้ายแรงในขนาดนี้ และมีการปิดประเทศเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการแพร่กระจายของโรคระบาดติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID19) ในประเทศไทยมากกว่านี้ (สุพริศร์ สุวรรณิก. 2563)

ดังนั้นจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจสำหรับผู้วิจัยว่า จังหวัดยะลาเป็นอีกหนึ่งจังหวัด ที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ส่งผลกระทบต่อประชาชนในจังหวัดยะลาทางด้านเศรษฐกิจอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนในชนบทซึ่งได้รับผลกระทบมากที่สุด ประชาชนทุกระดับได้รับความเดือดร้อนอันเกิดจากการมีรายได้ไม่เพียงพอจากรายจ่าย ทำให้เกิดปัญหาหนี้สินเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงได้คิดหาวิธีการจัดการฟื้นฟูและรับมือกับวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดยะลา โดยการจัดอบรมสร้างอาชีพเพื่อหารายได้เสริมแก่ประชาชนในช่วงวิกฤติ โควิด-19 มีการอบรมการใช้ชีวิตตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ให้ความรู้ในการปลูกผัก ทำการเกษตรและเลี้ยงปลา เพื่อใช้ในการอุปโภคบริโภคและเป็นการหารายได้เสริมระหว่างการเกิดวิกฤติ ด้วยอาชีพต่าง ๆ ที่ได้รับการอบรมในการสร้างอาชีพนั้นประชากรในหมู่บ้านจะช่วยเหลือกันสร้างรายได้ โดยจะมีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือในด้านการช่วยขยายตลาด ช่วยหาตลาดออนไลน์และหาวิธีขายสินค้าในรูปแบบใหม่ อาทิเช่น การไลฟ์สดขายสินค้า ขายวัตถุดิบและเครื่องอุปโภคบริโภคที่มาจากชุมชนสู่ท้องตลาดออนไลน์

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษากระบวนการ การจัดการฟื้นฟูและรับมือในสถานการณ์โควิด-19

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

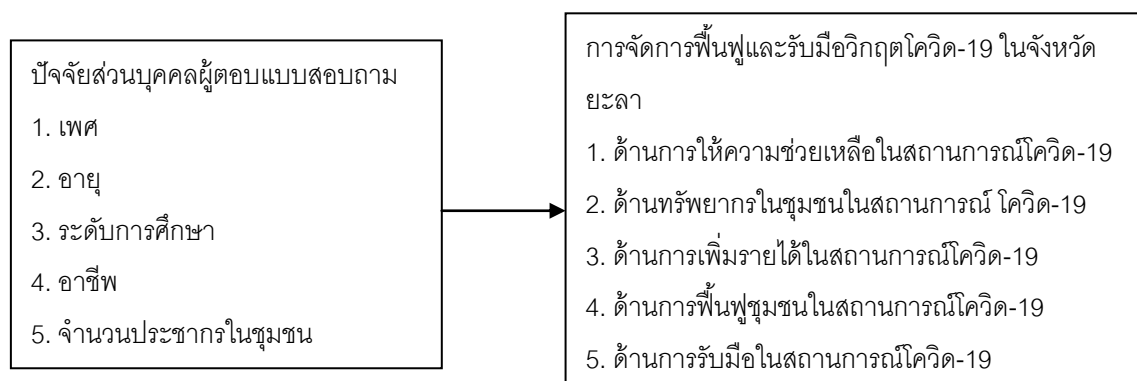
1. ได้แสดงถึงความห่วงใยและการร่วมจัดการฟื้นฟูและรับมือกับวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดยะลา
2. ได้ช่วยบรรเทาความเดือดร้อนร้อนของประชาชน ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดต่อโควิด-19
3. ได้ส่งเสริมอาชีพให้แก่ชาวบ้านที่ว่างงานและเกิดการขาดรายได้ในช่วงวิกฤติโควิด-19

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “การจัดการฟื้นฟูและรับมือวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดยะลา” ผู้วิจัย กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ ดังนี้

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ การบริหารจัดการช่วงโควิด-19 ในจังหวัดยะลาทั้ง 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองยะลา อำเภอรามัน อำเภอกงหรา อำเภอเยาะ อำเภอป่าบอน อำเภอบันนังสตา อำเภอธารโตและอำเภอเบตง
2. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างวันที่ 26 ตุลาคม 2563 - 29 มกราคม 2564
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย เนื้อหาการจัดการความรู้ จำนวน 5 ขั้นตอน คือ ด้านการให้ความช่วยเหลือในสถานการณ์โควิด-19 ด้านทรัพยากรในชุมชนในสถานการณ์โควิด-19 ด้านการเพิ่มรายได้ในสถานการณ์โควิด-19 ด้านการฟื้นฟูชุมชนในสถานการณ์โควิด-19 และด้านการรับมือในสถานการณ์โควิด-19

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Data) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 40 ชุด โดยคัดเลือกจากกลุ่มประชากรเป้าหมาย โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ของประชากรในจังหวัดยะลา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในจังหวัดยะลา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ คือ ประชากรในชุมชนของแต่ละอำเภอใน จังหวัดยะลา ได้แก่ อำเภอเมืองยะลา อำเภอรามัน อำเภอกงหรา อำเภอเยาะ อำเภอป่าบอน อำเภอบันนังสตา อำเภอธารโตและอำเภอเบตง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม สำหรับวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มาดำเนินการครั้งนี้ คือ การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 40 คน

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการฟื้นฟูและรับมือในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดยะลา

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

ตาราง 1 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	15	37.50
หญิง	25	62.50
รวม	40	100

ตาราง 1 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยแบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 และเพศชาย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	6	15.00
20-30 ปี	24	60.00
30 ปี ขึ้นไป	10	25.00
รวม	40	100

ตาราง 2 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากที่สุดคือ อายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 60.0 อายุ 30 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 25.0 และต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	5	12.50
ทำธุรกิจส่วนตัว	3	7.50
เกษตรกร	16	40.00
นักเรียน/นักศึกษา	15	37.50
อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป	1	2.50
รวม	40	100

ตาราง 3 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพมากที่สุดคือ เกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 40.0 นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 37.5 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 12.5 ทำธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 7.5 และอาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	12	30.00
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3	7.50
5,000-10,000 บาท	17	42.50
10,000-20,000 บาท	7	17.50
มากกว่า 20,000 บาท	1	2.50
รวม	40	100

ตาราง 4 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุดคือ 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.5 ไม่มีรายได้ คิดเป็นร้อยละ 30.0 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.5 ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.5 และมากกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการฟื้นฟูและรับมือในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดยะลา

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความช่วยเหลือ

ด้านการให้ความช่วยเหลือ ในสถานการณ์โควิด-19	Mean ($\bar{X}$)	Std. Deviation (S.D.)	แปลผล
การได้รับความช่วยเหลือจากองค์กร	8	10.62	มากที่สุด
การให้บริการด้านสุขภาพในชุมชน	8	7.53	มากที่สุด
การให้ความช่วยเหลือในด้านเศรษฐกิจในชุมชน	8	8.12	มากที่สุด
การให้ความร่วมมือในการช่วยเหลือช่วงสถานการณ์โควิด-19	8	8.36	มากที่สุด
การแจกจ่ายถุงยังชีพ	8	7.48	มากที่สุด
การแจกจ่ายหน้ากากอนามัยและอุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อ	8	8.55	มากที่สุด
การแจกจ่ายเมล็ดพันธุ์พืช	8	7.48	มากที่สุด
มีการแจกจ่ายสายพันธุ์ปลา	8	8.22	มากที่สุด
รวม	8	8.29	มากที่สุด

ตาราง 5 แสดงให้เห็นว่า การให้ความช่วยเหลือ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 8$, S.D. = 8.29) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การได้รับความช่วยเหลือจากองค์กร มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 8$, S.D. = 10.62) อยู่ในระดับมากที่สุด การให้บริการด้านสุขภาพในชุมชน มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 8$, S.D. = 7.53) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทรัพยากรในชุมชน

ด้านทรัพยากรในชุมชน ในสถานการณ์โควิด-19	Mean ($\bar{X}$)	Std. Deviation (S.D.)	แปลผล
มีการเพิ่มคุณค่าของทรัพยากร	8.2	8.05	มากที่สุด
ให้ความสำคัญด้านทรัพยากรในชุมชน	7.6	6.37	มากที่สุด
รักษาสภาพเดิมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน	8	10.35	มากที่สุด
การปรับปรุงระบบนิเวศให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น	8	8.31	มากที่สุด
มีส่วนร่วมในการดำเนินการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาชุมชนในสถานการณ์โควิด-19	7.8	8.81	มากที่สุด
การจัดการทรัพยากรชุมชนเชิงพาณิชย์ที่เหมาะสม	8	9.77	มากที่สุด

ตาราง 6 (ต่อ)

ด้านทรัพยากรในชุมชน ในสถานการณ์โควิด-19	Mean ($\bar{X}$)	Std. Deviation (S.D.)	แปลผล
มีการให้ความรู้ในด้านความอยู่รอดของประชาชนในชุมชนใน สถานการณ์โควิด-19	8	9.77	มากที่สุด
การให้ความรู้การเปลี่ยนแปลงรูปแบบใหม่ ๆ	8	8.55	มากที่สุด
รวม	7.95	8.75	มากที่สุด

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเพิ่มรายได้

ด้านการเพิ่มรายได้ ในสถานการณ์โควิด-19	Mean ($\bar{X}$)	Std. Deviation (S.D.)	แปลผล
ส่งเสริมการสร้างรายได้ในรูปแบบออนไลน์	8	6.95	มากที่สุด
การแปรรูปพัฒนาผลิตภัณฑ์จากชุมชน	7.8	6.33	มากที่สุด
การเพิ่มความรู้ความเชี่ยวชาญในการงานอาชีพในสถานการณ์ โควิด-19	8	7.92	มากที่สุด
วางแผนเพื่อการฟื้นตัว	8	6.32	มากที่สุด
ให้การสนับสนุนในการเพิ่มรายได้ช่วงสถานการณ์โควิด-19	8	8.31	มากที่สุด
มีการพัฒนาและหาช่องทางเพิ่มรายได้	8	7.18	มากที่สุด
การตัดเย็บหน้ากากอนามัยขายในสถานการณ์โควิด-19	8	7.50	มากที่สุด
การขายสินค้าที่มีความจำเป็น	7.8	8.93	มากที่สุด
รวม	7.95	7.43	มากที่สุด

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการฟื้นฟูชุมชน

ด้านการฟื้นฟูชุมชน ในสถานการณ์โควิด-19	Mean ($\bar{X}$)	Std. Deviation (S.D.)	แปลผล
แนวทางในการบริหารจัดการชุมชนที่ถูกต้องรวดเร็ว	8	9.35	มากที่สุด
การพัฒนาสิ่งแวดล้อมของชุมชน	8	7.56	มากที่สุด
การให้ความร่วมมือ	7.8	8.25	มากที่สุด
การให้ความช่วยเหลือและฟื้นฟูในชุมชน	8	8.50	มากที่สุด
การควบคุม ป้องกันการแพร่ระบาดและเฝ้าระวังโรคโควิด-19	8	7.45	มากที่สุด
การสนับสนุนบริการสุขภาพของคนในชุมชน	8	7.29	มากที่สุด

ตาราง 8 (ต่อ)

ด้านการฟื้นฟูชุมชน ในสถานการณ์โควิด-19	Mean ($\bar{X}$)	Std. Deviation (S.D.)	แปลผล
การสนับสนุนการจัดทำโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ที่ไม่มีรายได้	8	8.46	มากที่สุด
การฟื้นฟูการจ้างงานในสถานการณ์โควิด-19	8	7.26	มากที่สุด
รวม	8.02	7.97	มากที่สุด

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับมือ

ด้านการรับมือ ในสถานการณ์โควิด-19	Mean ($\bar{X}$)	Std. Deviation (S.D.)	แปลผล
การให้ความรู้ข้อปฏิบัติและวิธีการป้องกันแก่ประชาชน	8	9.65	มากที่สุด
มีการสร้างสื่อในช่วงสถานการณ์โควิด-19	7.8	7.30	มากที่สุด
มีการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง	8	7.92	มากที่สุด
มีการประสานงานอย่างเป็นทางการ	8	10.17	มากที่สุด
สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าทุกครั้งที่ออกจากบ้าน	8	9.01	มากที่สุด
ตรวจวัดอุณหภูมิและเฝ้าสังเกตสถานการณ์อยู่ตลอดเวลา	8	7.87	มากที่สุด
มีการกำหนดนโยบายและเว้นระยะห่างอยู่ตลอดเวลา	8	8.02	มากที่สุด
ดาวน์โหลดแอปไทยชนะหรือหมอชนะเพื่ออัปเดตข้อมูลข่าวล่าสุดและเพื่อหลีกเลี่ยงพื้นที่เสี่ยง	8	6.63	มากที่สุด
รวม	7.97	8.32	มากที่สุด

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากร

ด้านบุคลากร ในสถานการณ์โควิด-19	Mean ($\bar{X}$)	Std. Deviation (S.D.)	แปลผล
มีการประสานงานอย่างเป็นทางการ	8	7.79	มากที่สุด
มีการวางแผนและกำหนดเป้าหมายในงานอย่างชัดเจน	8	7.21	มากที่สุด
มีความสามารถในการบริหารจัดการ	7.8	8.08	มากที่สุด
มีขั้นตอนและระยะเวลาในการบริหารงานในสถานการณ์โควิด-19	7.8	6.40	มากที่สุด
การบริหารจัดการสามารถประยุกต์ใช้กับองค์กรหรือชุมชนได้	6.4	6.48	มากที่สุด
จัดให้มีระบบของความร่วมมือที่ปฏิบัติได้จริง	7.8	7.16	มากที่สุด

ตาราง 10 (ต่อ)

ด้านบุคลากร ในสถานการณ์โควิด-19	Mean ($\bar{X}$)	Std. Deviation (S.D.)	แปลผล
การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับประชาชน ที่เข้ามาใช้บริการ	8	7.18	มากที่สุด
การบริหารทรัพยากรบุคคล	7.8	7.73	มากที่สุด
รวม	7.9	7.25	มากที่สุด

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของงบประมาณ

ด้านงบประมาณ ในสถานการณ์โควิด-19	Mean ($\bar{X}$)	Std. Deviation (S.D.)	แปลผล
การลงทุนทำโครงการในสถานการณ์โควิด-19	7.8	7.30	มากที่สุด
การแจกจ่ายถุงยังชีพ	8	7.77	มากที่สุด
การแจกจ่ายเมล็ดพันธุ์พืช	7.8	6.88	มากที่สุด
การแจกจ่ายสายพันธุ์ปลา	7.6	5.95	มากที่สุด
การส่งเสริมการตลาดของชุมชน	7.6	6.71	มากที่สุด
งบประมาณในการบรรเทาผลกระทบในสถานการณ์โควิด-19	8	7.07	มากที่สุด
การจัดทำโครงการส่งเสริมรายได้ สร้างอาชีพ	8	8.74	มากที่สุด
การดำเนินงานและการใช้จ่ายงบประมาณ	8	7.56	มากที่สุด
รวม	7.85	7.24	มากที่สุด

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารจัดการ

ด้านการบริหารจัดการ ในสถานการณ์โควิด-19	Mean ($\bar{X}$)	Std. Deviation (S.D.)	แปลผล
มีการวางแผนและกำหนดเป้าหมายในงานอย่างชัดเจน	7.8	9.01	มากที่สุด
การดำเนินงานอย่างเป็นลำดับขั้นตอน	8	6.41	มากที่สุด
มีการประสานงานและแบ่งงานอย่างชัดเจน	8	7.23	มากที่สุด
ความสามารถในการบริหารจัดการในช่วงสถานการณ์โควิด-19	8	7.18	มากที่สุด
การให้บริการประชาชนในสถานการณ์โควิด-19	7.8	7.75	มากที่สุด
มีการประสานและร่วมมือกันระหว่างองค์กรกับประชาชน	8	7.40	มากที่สุด
มีการเชื่อมโยงอำนาจหน้าที่	8	8.07	มากที่สุด

ตาราง 12 (ต่อ)

ด้านการบริหารจัดการ ในสถานการณ์โควิด-19	Mean ($\bar{X}$)	Std. Deviation (S.D.)	แปลผล
มีการจัดสายบังคับบัญชา	7.8	7.54	มากที่สุด
รวม	7.92	7.58	มากที่สุด

ผลการวิจัยพบว่า 1. เพื่อศึกษา การจัดการฟื้นฟูและรับมือในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดยะลา พบว่า การฟื้นฟูชุมชนในสถานการณ์โควิด-19 โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บุคลากรประสานงานให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนในวิกฤติโควิด-19 โดยมีการแก้ปัญหา มีการจัดอบรมสร้างอาชีพ เพื่อหารายได้เสริมแก่ประชาชนในช่วงวิกฤติ โควิด-19 ให้ความรู้ในเรื่อง การปลูกผัก ทำการเกษตรและเลี้ยงปลา เพื่อใช้ในการอุปโภคบริโภคและเป็นการหารายได้เสริมระหว่างการเกิดวิกฤติ และด้านกระบวนการ พบว่า กระบวนการทำงานขององค์กร มีการเตรียมความพร้อมกับการบริหารจัดการ ในการประสานงานแก่ประชากรในพื้นที่จังหวัดยะลาในช่วงสถานการณ์โควิด-19 กระบวนการทำงานขององค์กร มีการเตรียมความพร้อมกับการบริหารจัดการ ในการประสานงานแก่ประชากรในพื้นที่จังหวัดยะลาในช่วงสถานการณ์โควิด-19 พบว่า ประชาชนมีการให้ความร่วมมือในการฟื้นฟู โดยภาพรวมอยู่ในระดับที่ดี เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีการรับมือและลดความเสี่ยงจากการปฏิบัติงาน เช่น การงดจัดกิจกรรม การล้างมือบ่อย ๆ ใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา เมื่อออกจากบ้าน เข้มงวดในการรักษาความปลอดภัย

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการจัดการฟื้นฟูและรับมือในสถานการณ์โควิด-19 องค์กรมีกระบวนการแก้ปัญหา การรับมือในการฟื้นฟู และการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีกระบวนการทำงานในช่วงสถานการณ์โควิด-19 บุคลากรประสานงานให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนในวิกฤติโควิด-19 โดยการแก้ปัญหา มีการจัดอบรมสร้างอาชีพ เพื่อหารายได้เสริมแก่ประชาชนในช่วงวิกฤติ โควิด-19 ให้ความรู้ในเรื่อง การปลูกผัก ทำการเกษตรและเลี้ยงปลา เพื่อใช้ในการอุปโภคบริโภคและเป็นการหารายได้เสริมระหว่างการเกิดวิกฤติ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า การจัดการฟื้นฟูและรับมือวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดยะลา อยู่ในระดับดี เหตุผลอาจเป็นเพราะ องค์กรมีการจัดการฟื้นฟูและรับมือวิกฤติโควิด-19 แก่ประชากรในพื้นที่จังหวัดยะลา สอดคล้องกับผลการศึกษาของ บุญเรือน ทองทิพย์ (2563) ผลการวิจัยพบว่า การบริหารรับมือการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในขณะเดียวกันผลการวิจัยพบว่า การฟื้นฟูรับมือกับวิกฤติโควิด-19 มีความสำคัญต่อการบรรเทาความเดือดร้อนแก่ประชากรในเขตพื้นที่

ผลการวิจัยพบว่า การฟื้นฟูรับมือกับวิกฤตโควิด-19 มีความสำคัญต่อการบรรเทาความเดือดร้อนแก่ประชากรในเขตพื้นที่ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ดาว ชุ่มตะขบ (2563) ซึ่งค้นพบว่า มีการให้ความช่วยเหลือเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ประชากรในด้านต่าง ๆ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับแนวคิดในการดำรงใช้ชีวิต

จากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงของการบรรเทาความเดือดร้อน ฟื้นฟูและรับมือในสถานการณ์โควิด-19 มีความสำคัญต่อกระบวนการบริหารจัดการองค์กรในช่วงสถานการณ์โควิด-19

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บริหารองค์กรบริหารส่วนจังหวัดยะลา ควรนโยบายรับฟังความคิดเห็น จากผู้ปฏิบัติงานนำมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการปฏิบัติงานภายใต้บังคับบัญชา
2. ผู้บริหารองค์กรบริหารส่วนจังหวัดยะลา ควรนโยบายในการกำกับควบคุมดูแลการปฏิบัติงานของบุคลากร เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
3. องค์กรบริหารส่วนจังหวัดยะลา ควรมีการมอบหมายหน้าที่ตามสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจน และมีการจัดบุคลากรที่เหมาะสมกับงานและตำแหน่งหน้าที่และโครงสร้างขององค์กรมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์และสภาพแวดล้อม

เอกสารอ้างอิง

- กัลยารัตน์ อินทบุญศรี. (2563). การมีส่วนร่วมส่งเสริมสุขภาพประชาชนในวิกฤตโควิด-19 ในเขตอำเภอป่าสัก จังหวัดอุดรธานี. อุดรธานี: โรงพยาบาลอำเภอป่าสัก จังหวัดอุดรธานี.
- ดาว ชุ่มตะขบ. (2563). เศรษฐกิจพอเพียงทางเลือก ทางรอดฝ่าวิกฤตโควิด-19. นักวิชาการอิสระ.
- ธงชัย เลิศ; และคณะ. (2563). การถอดบทเรียนการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการคิดเชิงออกแบบ: กรณีศึกษาโครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูชุมชนย่านตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร. หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนากร สิริสุคนธา. (2560). กระบวนการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงกับการยอมรับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง. ลำปาง: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- ธาวีมล บำรุง; และคณะ. (2562). กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษาพนักงานฝ่ายผลิตบริษัท ABC. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานนครราชสีมา.
- ธีรวิทย์ ทองนอก. (2563). การบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเชิงพุทธบูรณาการของเทศบาลเมืองหนองปรือ จังหวัดชลบุรี. ชลบุรี: สำนักงานเทศบาลเมืองหนองปรือ ตำบลหนองปรือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี.
- น้ำทิพย์ วิภาวิน. (2563). ชุดข้อมูลวิจัยแบบเปิดไวรัสโควิด-19: ข้อมูลเปิดสำหรับชุมชนวิจัยทั่วโลก. นนทบุรี: แชนจ์วิสาสนเทศศาสตร์ สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- บุญเรือน ทองทิพย์. (2563). โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กับศักยภาพของผู้นำต่อการพัฒนาองค์การแบบ New Normal. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น.

- ปรเมศวร์ รัมยากร. (2563). การสื่อสารในภาวะวิกฤตของเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์
โควิด-19 ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม.
- ประมาณ เทพสงเคราะห์. (2561). การมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีต่อการขุดลอกร่องน้ำเพื่อการจัดทำแผน
แม่บทสำหรับการฟื้นฟูทะเลสาบสงขลาตอนล่าง จังหวัดสงขลา. สงขลา: สาขาวิชาอุตสาหกรรม
 ทองเที่ยว วิทยาลัยนานาชาติดิษะศรีน มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา.
- มัสนี ยูโซะ; และคณะ. (2559). **หาดดอนทราย: การฟื้นฟูสภาพแวดล้อมอย่างมีส่วนร่วมกรณีศึกษา: ชุมชน
 บ้านดอนทราย หมู่ที่ 4 ตำบลดอนทราย อำเภอไม้แก่น จังหวัดปัตตานี**. นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัย
 ราชภัฏนครศรีธรรมราช.
- รุชีอัมน์ อาแวเงาะ; และคณะ. (2563). **การบริหารจัดการการป้องกันและควบคุมโรคติดต่อในพื้นที่ชายแดน
 ประเทศไทยในอนาคต**. ยะลา: สาขาการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คณะวิทยาศาสตร์
 เทคโนโลยีและการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- วรยุทธ นาคอ้าย; และคณะ. (2563). **กระบวนการมีส่วนร่วมในการป้องกันโรคโควิด19 กรณีศึกษาผู้สูงอายุ
 พุทธิพลังชุมชนหนองตะโก**. ชลบุรี: กลุ่มพัฒนาวิชาการ วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดชลบุรี.
- วินิจ ฝาเจริญ. (2563). **การมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการอนุรักษ์ฟื้นฟูป่าต้นน้ำอย่างยั่งยืนตามแนว
 พระราชดำริ กรณีศึกษา บ้านป่าสักงาม ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่**.
 เชียงใหม่: วิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วิเลียง วอลละดู; และคณะ. (2562). **แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรแบบมีส่วนร่วม: กรณีศึกษา
 ด้านสากลช่องเม็ก-วังเตา (ไทย-สปป. ลาว)**. มหาสารคาม: สาขาวิชายุทธศาสตร์พัฒนากุมิภาค คณะ
 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ. (2563). **โรคระบาดไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID19): ผลกระทบต่อวิสาหกิจ
 ขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยและกลยุทธ์ในการฟื้นฟูกิจการ**. นักวิจัยอาวุโส และอดีตนายก
 สมาคมนักวิจัยแห่งประเทศไทย.
- เสาวคนธ์ เชื้อผู้ดี; และคณะ. (2563). **ความพึงพอใจในการบริหารจัดการชุมชนแบบพึ่งตนเองตามปรัชญา
 เศรษฐกิจพอเพียงของสมาชิกในชุมชนบ่อทองตำบลบ่อทอง อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก**.
 พิษณุโลก: สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- อนันต์ แม้นพยัคฆ์; และคณะ. (2561). **กระบวนการเสริมสร้างและฟื้นฟูทุนทางสังคมสู่ความเข้มแข็งของการ
 จัดสวัสดิการชุมชนกรณีศึกษาของบุญสัจจะสวัสดิการไต้หวัน ตำบลเปือย อำเภอลืออำนาจ
 จังหวัดอำนาจเจริญ**. หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น.
 มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- อรุณ ปญญารูโณ; และคณะ. (2563). **การบริหารจัดการภาครัฐในวิกฤตการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019**.
 พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.

S0097: พฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อแฟชั่นมุสลิมผ่านสื่อออนไลน์ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี

BEHAVIOR OF BUYING MUSLIM FASHION SHIRTS THROUGH ONLINE MEDIA IN MUANG DISTRICT PATTANI PROVINCE

ชูไรดา มูเนาะ¹ มุฮัมหมัดซูเฟียน นูละ² คอรีเยาะ เจะแม³ วัชรระ ขาวสังข์⁴

^{1, 2, 3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถ.เทศบาล 3 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถ.เทศบาล 3 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเสื้อแฟชั่นมุสลิมผ่านสื่อออนไลน์ผ่านสื่อออนไลน์ในเฟซบุ๊ก เพจ และอินสตาแกรมเพื่อศึกษาพฤติกรรมการแต่งตัวของสาวมุสลิมเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด 7P's การตัดสินใจซื้อเสื้อแฟชั่นจากร้านค้าในเฟซบุ๊ก เพจและอินสตาแกรม

ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี ประกอบอาชีพ รับจ้างทั่วไป ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมาก รองลงมาด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านการบริการ สำหรับด้านบุคคล มีปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อแฟชั่นมุสลิมที่แตกต่างกัน มีการศึกษาประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000บาท ส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อ มีความถี่ในการซื้อเดือนละ 1 ครั้ง และมีราคาเสื้อแฟชั่นที่ซื้อ 501-1,000บาท

คำสำคัญ: ปัจจัยสาเหตุ, การตัดสินใจซื้อ, เสื้อแฟชั่นมุสลิม

Abstract

The objective of this research is 1) to study the behavior of buying Muslim fashion through online media via online media, on Facebook, page and Instagram to study the behavior of Muslim women dressing in order to study the relationship between 7P's marketing mix. Decide to buy clothes from the shop on Facebook. Pages and Instagram

The results showed that most of them were female, aged 20-30, working in general employment. Advertising and Public Relations Most of them focus on a large scale. Followed by marketing promotion and service. For personal There are different marketing factors affecting the decision to buy Muslim fashion. Have an average monthly income of 5,000-10,000 baht

Keywords: cause factor, purchase decision, Muslim fashion blouse

บทนำ

“เสื้อผ้า” ถือเป็นหนึ่งในองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของมนุษย์ทุกคน และไม่ใช่เป็นเพียงแค่สิ่งที่นำมาปกปิดร่างกายหรือให้ความอบอุ่นเท่านั้น ยังสะท้อนถึงเอกลักษณ์ คุณค่า ความเป็นมา กระบวนการต่าง ๆ ซึ่งถูกลดหลอมรวมจนกลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ ด้วยวิวัฒนาการที่ทันสมัยและการรับอิทธิพลของวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามาในประเทศไทย ทำให้คนไทยส่วนใหญ่ หันมาสวมใส่ชุดเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีดีไซน์ทันสมัยตามยุคตามกระแสหรือตามแฟชั่นมากขึ้น ในบริบทของคนไทยสมัยก่อน ส่วนใหญ่จะนิยมใส่ชุดที่ตัดเย็บจากผ้าที่แต่ละชุมชนผลิตขึ้นเอง ไม่ว่าจะเป็นผ้าไหม ผ้าซิ่น ผ้าฝ้าย เป็นต้น เพราะเนื้อผ้าใส่สบายเหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย อีกทั้งคนไทยยังถูกบ่มเพาะให้มีความรักนวลสงวนตัว รูปแบบของชุดเสื้อผ้าไทย จึงมีลักษณะที่สุภาพเรียบร้อย สามารถสวมใส่ได้ทุกสถานที่ “ผ้าไทย” ถือว่าเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติ อย่างหนึ่งของไทย เนื่องจากมีหลายชนิด และหลากหลายลวดลาย ซึ่งผ้าแต่ละชนิดสามารถสะท้อนถึงขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ศาสนาของแต่ละท้องถิ่นที่มีความแตกต่างกัน จึงสามารถกล่าวได้ว่า ผ้าไทยเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญและควรจะต้องมีการอนุรักษ์ไว้สืบต่อไป (ที่มา: <https://fashion2053.wordpress.com> สืบค้นวันที่ 7 ธันวาคม 2561)

หากกล่าวถึงธุรกิจเสื้อผ้ามุสลิมในประเทศไทยนั้น ในช่วงปีที่ผ่านมาถือว่ามี การเติบโตอย่างต่อเนื่องเนื่องจากในประเทศไทยนั้นถือเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางด้าน วัฒนธรรมและมีผู้คนที่นับถือศาสนาที่แตกต่างกันออกไปอาศัยอยู่ร่วมกัน อาทิเช่น ศาสนาพุทธ คริสต์ อิสลาม และในปัจจุบันสังคมไทยได้มีการเปิดกว้างในเรื่องของการแต่งกาย ยอมให้ผู้หญิงที่นับถือศาสนาอิสลามสามารถคลุมศีรษะในสังคมไทยได้ จึงทำให้เกิดธุรกิจเสื้อผ้ามุสลิมเกิดขึ้นใน ระยะเวลาอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องกันอย่างแพร่หลายอีกทั้งยังมีการพัฒนาไปถึงขั้นที่สามารถส่งออก ไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนอีกด้วย เพราะประเทศไทยนั้นมีการออกแบบเสื้อผ้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมีการผสมผสานรูปแบบต่าง ๆ ของความเป็นไทยลงไป เมื่อเทียบกับเสื้อผ้ามุสลิมในประเทศต่าง ๆ ที่มีผู้นับถือศาสนาอิสลาม อาทิเช่น ประเทศในตะวันออกกลางนั้นส่วนใหญ่มักจะใส่เครื่อง แต่งกายที่มีเฉพาะแต่สีดำเท่านั้น แต่เนื่องจากในประเทศไทยมีสิทธิและเสรีภาพในการนับถือศาสนา จึงทำให้เอื้อต่อการสร้างแบรนด์ขององค์การธุรกิจเสื้อผ้ามุสลิมในประเทศไทยจึงทำให้เกิดรูปแบบ เสื้อผ้ามุสลิมต่าง ๆ ขึ้นอย่างมากมายในตลาดของธุรกิจเสื้อผ้ามุสลิม คนส่วนใหญ่อาจจะเคยคิดว่าศาสนาอิสลามเป็นเรื่องเฉพาะกลุ่มหรือไกลตัว เนื่องจากว่า ผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามนั้นมีวัฒนธรรมที่แตกต่างจากผู้ที่ไม่นับถือศาสนาพุทธ ซึ่งการนับถือศาสนาที่ แตกต่าง กันย่อมทำให้มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นการอยู่ร่วมกันในสังคมการเข้าใจ วัฒนธรรม และประเพณีของอีกศาสนาหนึ่งย่อมจะช่วยให้เกิดความเข้าใจและเกิดความสามัคคีใน สังคมนั้น ๆ

สังคมไทยปัจจุบันนี้มีประเทศเพื่อนบ้านของไทย ซึ่งมีประชากรส่วนใหญ่ ล้วนนับถือศาสนาอิสลาม อย่างเช่นประเทศมาเลเซีย ประเทศบรูไน และประเทศอินโดนีเซีย โดยใน ประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามมากที่สุดด้วยจากจำนวน ประชากรทั้งหมดในประเทศ สำหรับประเทศไทยนั้นศาสนาอิสลามได้เข้ามาเผยแพร่ตั้งแต่สมัยสุโขทัย มาจนถึงปัจจุบัน ในประเทศไทยนั้นมีผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม อาศัยอยู่ประมาณ 3.9 ล้านคน (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม. 2558) สืบเนื่องมาจากบทบัญญัติทางศาสนาอิสลามที่ได้มีการกำหนดในเรื่องเกี่ยวกับการแต่ง กายของผู้หญิงจึงทำให้ผู้หญิงที่นับถือศาสนาอิสลามนั้นต้องปฏิบัติตามบทบัญญัติที่ศาสนา กำหนดเอาไว้ จึงทำให้ผู้หญิงที่นับถือศาสนาอิสลามในประเทศไทยมีการแต่งกายตามหลักศาสนาในเวลาที่ยังออกข้างนอกบ้านและแต่งกายไปทำงานในอดีตนั้นการทำงานในบางองค์กรไม่อนุญาตให้มีการคลุมฮิญาบในเวลาทำงาน จนบางครั้งถูกมองว่าเป็นปัญหาหลักในการหางานเพราะเนื่องจากบางองค์กรยังไม่มี การ ยอมรับใน เรื่องของการแต่ง

จากจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วนี้เป็นสาเหตุทำให้ระบบการค้าในปัจจุบันมีความแตกต่างไปจากเดิม ซึ่งในอดีตการค้าจะเป็นการขายผ่านทางหน้าร้านเท่านั้น จึงทำให้ต้องใช้เงินลงทุนสูง นอกจากนี้การการค้าแบบเดิม ร้านค้านั้น ๆ จะเป็นที่รู้จักและสามารถเข้าถึงได้เพียงลูกค้าในพื้นที่เท่านั้น แต่ในปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการทำธุรกิจการค้า หรือเรียกว่า พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ในปีที่ผ่านมาการพาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์(E-commerce) เริ่มเข้ามามีบทบาทมากในสังคมไทย อาจเรียกได้ว่าในปีที่ผ่านมาเป็นการเติบโตของตลาดการค้าพาณิชนีย อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce Market) อย่างแท้จริงก็ว่าได้ โดยจะเห็นได้ว่าการทำการตลาดในลักษณะนี้นั้นได้เข้ามาช่วยในการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการทั่วไปที่มีความต้องการที่จะขยายกลุ่มตลาดหรือลูกค้าให้เปิดกว้างมากขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมผ่านสื่อออนไลน์ผ่านสื่อออนไลน์ในเฟซบุ๊ก เพจ และอินสตาแกรม เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแต่งตัวของสาวมุสลิมเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด 7P's การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าในเฟซบุ๊ก เพจและอินสตาแกรม

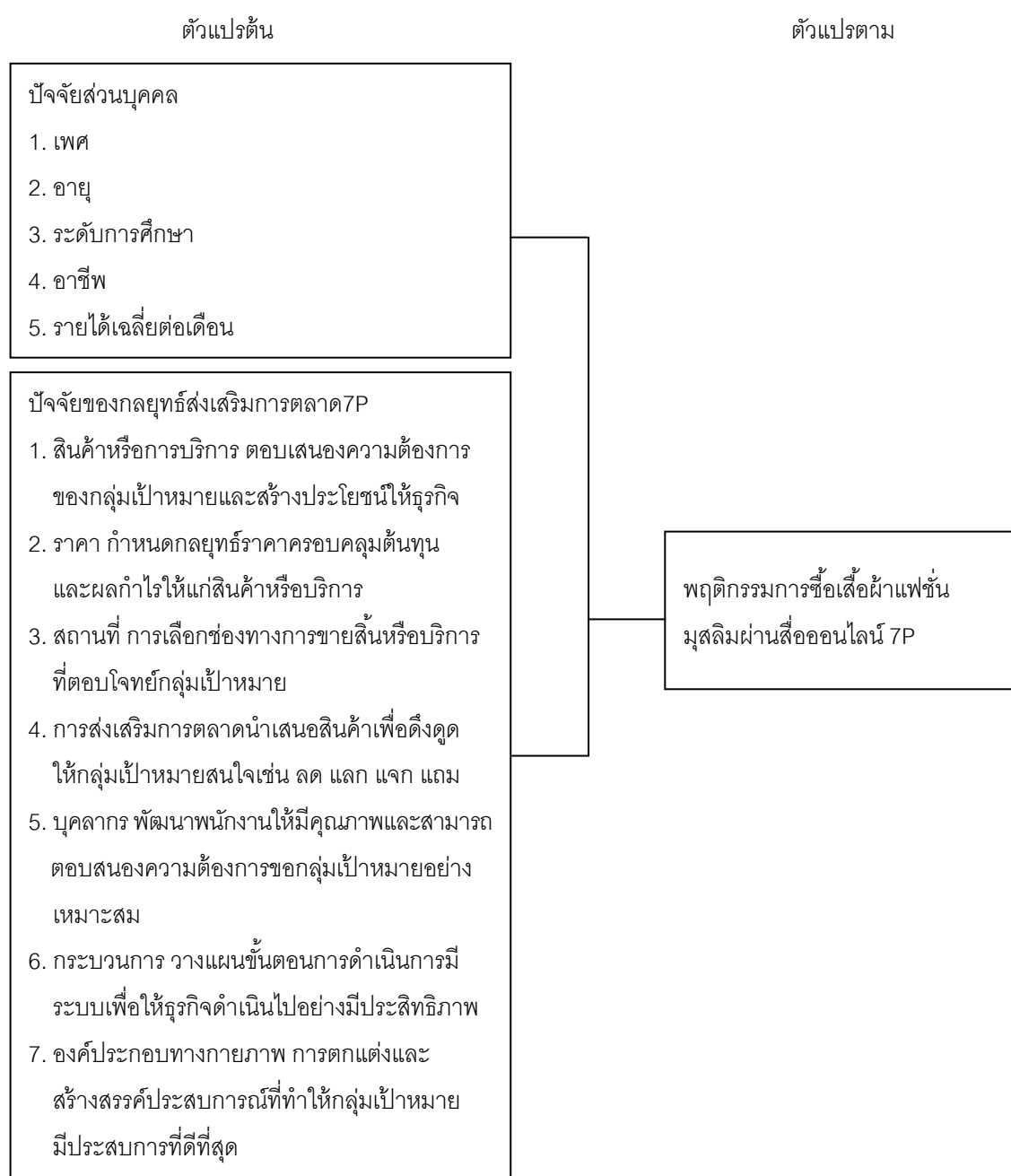
สมมติฐานในการวิจัย

1. คุณภาพข้อมูลสื่อสารถ่ายรูปภาพให้ชัดเจนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เพจ อินสตาแกรม ของผู้บริโภคพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี
2. ความเชื่อมั่นในตราสินค้าทำในลูกหาออนไลน์มั่นใจเชื่อใจในแบรนด์ของเรามีแนวโน้มให้ดูเพื่อเพิ่มความเชื่อใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก เพจ อินสตาแกรม ของพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านออนไลน์เพื่อนำผลที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจขายเสื้อผ้าผู้หญิงบนเฟซบุ๊ก เพจ และอินสตาแกรม ในด้านการใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผู้หญิงบนเฟซบุ๊ก เพจ อินสตาแกรม ในการสร้างรูปแบบบริการเพื่อสร้างแรงจูงใจผู้บริโภคให้เกิดการซื้อสินค้าได้มากขึ้นและนำไปสู่การเพิ่มยอดขายได้มากขึ้น
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด7P's การตัดสินใจในการเลือกซื้อออนไลน์ในประเทศไทยที่มีการดำเนินธุรกิจพาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และผู้ที่ดำเนินธุรกิจการขายสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก เพจ และอินสตาแกรม รวมถึงผู้ที่สนใจในธุรกิจประเภทนี้ได้ทราบถึงปัจจัยหลายด้าน เพื่อใช้เป็นแนวทางในวางแผนกลยุทธ์เพื่อที่จะสามารถแข่งขันและพัฒนาธุรกิจต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตประชากรในการศึกษาคือกลุ่มประชากรอายุ 18 ปี ขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่เคยมีพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี กลุ่มประชากรทั้งหมดที่สำรวจจากเฟซบุ๊ก เพจ และอินสตาแกรม โดยสำรวจกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน เป็นที่เคยมีพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เพจ อินสตาแกรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี

2. ทำการศึกษาปัจจัยของกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญพฤติกรรมต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมในพื้นที่ อำเภอมะนัง จังหวัดปัตตานี

3. ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างร้านค้ากับลูกค้าที่สั่งซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมออนไลน์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ รวมถึงผลงานที่เกี่ยวข้องโดยในข้อคำถามครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะศึกษา โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำแนกออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจทางอุตสาหกรรมเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 5 ข้อ ซึ่งใช้การวัดแบบ Rating (Caregory scale)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปัจจัยการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมผ่านออนไลน์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมในพื้นที่ อำเภอมะนัง จังหวัดปัตตานี โดยใช้ 7P,s จำนวน 15 ข้อ โดยข้อความในแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือกแบบประมาณค่า 5 ระดับตามแบบของ Rating Scale เพื่อวัดประเด็นต่าง ๆ โดยสร้างแบบสอบถามให้ผู้ตอบเลือกตอบซึ่งเกณฑ์ในการให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยสุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจัดให้เป็นคำถามปลายเปิด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ประชากรคือประชาชนทั่วไปที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมในพื้นที่อำเภอมะนัง จังหวัดปัตตานี การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมโดยจะกำหนดประชากร จำนวน 50 คน ต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจจะต้องผ่านการวิเคราะห์ทางสถิติ ด้วยโปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์

ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือเป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมและปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม คือเป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งปัจจัยกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดออนไลน์ ได้แก่ ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านการบริการของร้านค้า และแสดงระดับการให้ความสำคัญ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ เป็นคำถามที่เป็นแบบปลายเปิด ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยจับเนื้อหาที่มีประเด็นคล้ายคลึงกันอยู่ในกลุ่มเดียวกันเพื่อสรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์พฤติกรรมและการเลือกซื้อของลูกค้า เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมหรือสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ พฤติกรรมหรือการเลือกผลิตภัณฑ์ ของลูกค้า ตอบที่ได้จะช่วยให้ นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

ตาราง 1 จำนวนและข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน
1. เพศ	
ชาย	14
หญิง	36
รวม	50
2. อายุ	
ต่ำกว่า 20 ปี	6
20-30 ปี	34
30 ปี ขึ้นไป	10
รวม	50
3. สถานะ	
โสด	36
สมรส	14
รวม	50
4. อาชีพ	
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	1
พนักงานบริษัท	10
ทำธุรกิจส่วนตัว	10
นักเรียน/นักศึกษา	13
รับจ้างทั่วไป	16
รวม	50
5. รายได้	
ไม่มีรายได้	8
ต่ำกว่า 5,000 บาท	8
5,000-10,000 บาท	18
10,000-20,000 บาท	14
20,000 บาท ขึ้นไป	2
รวม	50

จากตาราง 1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 36 คน เพศชาย จำนวน 14 คน มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มากที่สุด จำนวน 34 คน รองลงมาอายุระหว่าง 30 ปี ขึ้นไป ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานะโสด มากที่สุด จำนวน 36 คน รองลงมา คือ มีสถานะสมรส จำนวน 14 คน ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพ รับจ้างทั่วไป

มากที่สุด จำนวน 16 คน รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 13 คน รองลงมาอีกคือ ทำธุรกิจส่วนตัว จำนวน 10 คน พนักงานบริษัท จำนวน 10 คน รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 1 คน และมีรายได้ 5,000-10,000 บาท มากที่สุด จำนวน 18 คน รองลงมา คือ รายได้ 10,000-20,000 บาท จำนวน 14 คน รองลงมา รายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 8 คน รองลงมา ไม่มีรายได้ จำนวน 8 คน และรองลงมาอีก 20,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 2 คน

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมผ่านสื่อออนไลน์ผ่านสื่อออนไลน์ในเฟสบุ๊ค เพจ และ อินสตาแกรมเพื่อศึกษาพฤติกรรมการแต่งตัวของสาวมุสลิมเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด 7P's การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าในเฟสบุ๊ค เพจและอินสตาแกรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม มีความถี่ในการซื้อเดือนละ 1 ครั้ง และมีราคาเสื้อผ้าที่ซื้อ 501-1,000 บาท

ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญของกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด ในทุกด้านย่อยเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระดับน้อย

ด้านการส่งเสริมการขาย ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอันดับหนึ่ง คือ ความพึงพอใจใน เพื่อให้เกิดการซื้อหรือเพิ่มยอดขายของกิจการชัดเจน มีปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความพึงพอใจในส่งเสริมการขายไปแจกสินค้าตัวอย่างตามบ้านน้อยที่สุดตามลำดับด้านการส่งเสริมการขาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอันดับหนึ่งคือ ความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการขายด้วยการมีบริการส่งให้ถึงมือลูกค้า มีปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความพึงพอใจในด้านการบริหารหลังการขายและรับประกันสินค้า ความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการขายโดย การจัดโปรโมชั่น ลดแลกแจกแถม ความพึงพอใจในการมีโฆษณาสินค้าผ่านสื่อ ความพึงพอใจในด้านการส่งเสริม การขายโดยการใช้แอดมปีในการสะสมเพื่อรับของรางวัล และความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการขายโดยการ จัดแพ็คเกจ มีปัจจัยอยู่ในระดับมากตามลำดับ

ด้านการให้บริการ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอันดับหนึ่งคือ ความพึงพอใจ คือ สามารถเลือกซื้อผ่านช่องทางใดก็ได้ตามที่ลูกค้าสะดวก มีปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ เว็บไซต์ที่มีการสร้างเป็น E-commerce ของธุรกิจเพื่อความสะดวกในการเข้าถึงและสะดวกน้อยที่สุดตามลำดับ

ด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้าสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอันดับหนึ่งคือ โปรโมชั่นสินค้าลดกระหน่ำซัมเมอร์เซลในในโลกออนไลน์ มีปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การโฆษณาการรีวิวสินค้าช่วยกระตุ้นในการตัดสินใจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว ความพึงพอใจในกิจกรรมที่ผ่านมา และการ บริการเกิดความประทับใจ ความพึงพอใจในด้านการให้บริการที่มาตรฐานและชัดเจน ความพึงพอใจ ในด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เพื่อไม่ให้ลูกค้ารอนาน และความพึงพอใจในระบบ การให้บริการมีปัจจัยอยู่ในระดับมากตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมผ่านสื่อออนไลน์ผ่านสื่อออนไลน์ในเฟสบุ๊ค เพจ และอินสตาแกรมเพื่อศึกษาพฤติกรรมการแต่งตัวของสาวมุสลิมเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด 7P's การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าในเฟสบุ๊ค เพจและอินสตาแกรม

1. บัณฑิตส่วนบุคคล พบว่า ลูกค้าที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีผ่านทางเฟซบุ๊ก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-34 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระนุช รวยระยับ (2556) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมเลือกซื้อเสื้อผ้าจากสื่ออินเทอร์เน็ตในกลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่มี อายุ 25-34 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้ส่วนใหญ่ไม่มีภาระทางด้านการครัวและมีความสามารถในการใช้จ่ายและตัดสินใจซื้อได้ด้วยตัวเอง อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราวุฒิ อภัยพงศ์ (2557) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนวัยทำงานเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

2. ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีผ่านออนไลน์นี้ทางเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่เหตุผลหลักที่ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีมาจาก รูปแบบชุดรูปทรงที่ไม่เหมือนกับร้านอื่นมีความแตกต่างกัน และการดีไซน์ เนื่องจากการเลือกซื้อขึ้นอยู่กับความชอบส่วนบุคคล และมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี อยู่ที่ 2-3 เดือน ต่อหนึ่งครั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทธนาธิษฐ์ ฉายสุวรรณศิริ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าในเครือข่ายเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม พบว่า เสื้อผ้าที่มีเอกลักษณ์ มีการออกแบบที่โดดเด่น สะดุดตา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อยู่ในระดับมาก และมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้า 2-3 เดือนต่อหนึ่งครั้งมากที่สุด ลูกค้าที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีผ่านทางเฟซบุ๊กนิยมซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี ประเภทเสื้อ ได้แก่ เสื้อยืด เสื้อโปโล เสื้อเชิ้ต และจะตัดสินใจซื้อด้วยตนเองเป็นหลัก เนื่องจากส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจรงค์ อินทรวีรัตน์ (2557) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มเจนวาย (Gen Y) ที่ซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าประเภทแฟชั่นเครื่องแต่งกายมากที่สุด และส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตนเอง

3. ความสำคัญของปัจจัยกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีผ่านทางเฟซบุ๊ก พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญของตลาดออนไลน์ซื้อเสื้อผ้ามุสลิมผ่านออนไลน์เป็นจำนวนมากขึ้นอย่างมากเพราะความไม่มีเวลาออกไปซื้อที่ร้านทำซื้อผ่านออนไลน์ส่วนใหญ่ในภาพรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญในเรื่องของร้านค้ามีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ที่น่าสนใจทางออนไลน์เกี่ยวกับสินค้าและบริการ มีการลดราคาสินค้า พนักงานมีความสุภาพของภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร และให้ความรู้และความเข้าใจในตัวสินค้าที่ขาย เนื่องจากหากผู้ให้บริการมีกลยุทธ์ที่ดีที่เข้าถึงลูกค้า ลูกค้าย่อมมีโอกาสที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจรงค์ อินทรวีรัตน์ (2557) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มเจนวาย (Gen Y) ที่ซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อด้านผลิตภัณฑ์และด้านส่งเสริมการขายมากที่สุด เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ ปิยมภรณ์ ช่วยชูหนู (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่สำคัญที่สุด คือ ร้านค้ามีการประชาสัมพันธ์ร้านตามสื่ออื่น ๆ และมีการทำ กิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการขยายขอบเขตของงานวิจัยให้มากขึ้น โดยทา การศึกษาการขยายกลุ่มตัวอย่างออกไปยังกลุ่ม เพชู้กอื่น ๆ เพื่อให้ครอบคลุมประชากรได้มากขึ้น
2. ควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บข้อมูลอื่น ๆ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดออนไลน์ ที่หลากหลายหรือเฉพาะเจาะจงมากขึ้น
3. ควรมีการศึกษากลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเพิ่มเติม นอกเหนือจากด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการให้บริการของพนักงานผู้ขาย เพื่อที่จะได้ ข้อมูลที่นา ไปใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- เบญจรงค์ อินทรวีรัตน์. (2557). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y ซื้อสินค้าผ่านระบบ. ปริญญาโท วิทยาลัยเทคโนโลยีพระมหาไถ่. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปิยมาภรณ์ ชัยชูหนู. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทรานิชฐ์ ฉายสุวรรณศิริ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าในเครือข่ายเพชู้กและอินสตาแกรม. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วีระนุช ราชระยับ. (2556). พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าจากทางอินเทอร์เน็ตในกลุ่มวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์คหกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- วราวุฒิ อภัยพงศ์. (2557). พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนวัยทำงานเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

S0098: การรับรู้และพฤติกรรมการป้องกันโรคติดต่อโคโรนาไวรัส 2019 ขององค์การบริหารส่วนตำบลป้อมมัง**THE AWARENESS AND PREVENTION BEHAVIORS OF THE 2019 CORONAVIRUS DISEASE OF BU MANG SUBDISTRICT**

นิษฐไธลา มะละ ¹ สุพีรา โต๊ะแว๊ะ ² รุสลีย์ ลาโยด ³ วังระ ชาวสังข์ ⁴

^{1, 2, 3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถ.เทศบาล 3 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถ.เทศบาล 3 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการรับรู้และพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ขององค์การบริหารส่วนตำบลป้อมมัง 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้โอกาสเสี่ยงจากการปฏิบัติงาน การรับรู้ความรุนแรงของโรค และการรับรู้ของหน่วยงานเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ขององค์การบริหารส่วนตำบลป้อมมัง จำแนกตามสถานที่ทำงานและประสบการณ์ทำงาน 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ทำงาน และการรับรู้กับพฤติกรรม การป้องกันโรคติดเชื้อไวรัส ขององค์การบริหารส่วนตำบลป้อมมังประชากรเจ้าหน้าที่ อบต. ป้อมมัง และชาวบ้านในตำบลป้อมมัง จำนวน 20 คน ใช้วิธีการสุ่ม

ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาการรับรู้และพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ขององค์การบริหารส่วนตำบลป้อมมังพบว่า เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีความรุนแรงมากขึ้นทางองค์การบริหารส่วนตำบลป้อมมัง ได้ออกประกาศ เรื่อง การปฏิบัติงานในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยให้พนักงานขององค์การบริหารส่วนตำบลป้อมมัง สลับสับเปลี่ยนกันมาปฏิบัติงาน ณ องค์การบริหารส่วนตำบลป้อมมัง หรือที่เรียกกันว่า Work From Home (WFH) การศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้โอกาสเสี่ยงจากการปฏิบัติงาน การรับรู้ความรุนแรงของโรค และการรับรู้ของหน่วยงานเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ขององค์การบริหารส่วนตำบลป้อมมัง

จำแนกตามสถานที่ทำงานและประสบการณ์ทำงาน พบว่า พนักงานขององค์การบริหารส่วนตำบลป้อมมัง มีโอกาสได้รับทราบและรับรู้ถึงความรุนแรงของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จากสื่อต่าง ๆ และมีมาตรการลดความเสี่ยงจากการปฏิบัติงาน เช่น การงดจัดกิจกรรม/โครงการ ที่มีผู้เข้าร่วมเป็นจำนวนมากและป้องกันตนเองตามข้อควรปฏิบัติต่าง ๆ เช่น การใส่หน้ากากอนามัย การใช้เจลแอลกอฮอล์ การล้างมือบ่อย ๆ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ทำงาน และการรับรู้กับพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัส ขององค์การบริหารส่วนตำบลป้อมมัง พบว่า มีการป้องกันโดยจัดให้บุคลากรสับเปลี่ยนการทำงานที่บ้านและทำงานที่สำนักงาน ในสำนักงานมีเจลแอลกอฮอล์ และบุคลากรทุกคนใช้หน้ากากอนามัยตลอดเวลา เข้มงวดในการรักษาความสะอาดในสำนักงานเพิ่มขึ้นในการบริหารจัดการบริหาร

คำสำคัญ: การบริหารจัดการอาชีพ, สถานการณ์โควิด-19

Abstract

The research has an objective 1) To study the perceptions and preventive behaviors of the Bumang Subdistrict Administrative Organization. 2) To study and compare the perceptions of risks from operations Perception of disease severity And the agency's perception about the Coronavirus Disease 2019 of the Bu Mang Subdistrict Administrative Organization Classified by workplace and work experience 3) To study the relationship between workplaces And perception and prevention behavior of viral infections The population of the Bu Mang Subdistrict Administrative Organization, 50 people, and villagers in the Bu Mang sub-district administrative organization were random.

The results of the research were as follows: The study of awareness and prevention behavior of the Coronavirus Disease 2019 of Bu Mang Subdistrict Administrative Organization found that As the situation of the epidemic of COVID-19 is intensified, the Bu Mang Sub-District Administration Organization issued a notice on the operations in the situation of the COVID-19 epidemic. In which the employees of the Bu Mang.

Subdistrict Administrative Organization Switched together to work at the BoMang Subdistrict Administrative Organization Also known as Work From Home (WFH), a study comparing the perception of risk from work performance. Perception of disease severity And the agency's perception of the Coronavirus Disease 2019 of the BuMang Subdistrict Administrative Organization Categorized by workplace and working experience, it was found that the employees of the BuMang Subdistrict Administrative Organization. Have the opportunity to get to know and be aware of The severity of COVID-19 from various media and measures to reduce the risk from operations such as the suspension of activities / projects. Which are crowded and protect yourself according to practices such as wearing a mask Use of alcohol gel Washing your hands often The study of the relationship between the workplace And perception and prevention behavior of viral infections Of the Bumang Subdistrict Administrative Organization, it was found that there was protection by allowing personnel to switch to work at home.

Keywords: occupational management, COVID-19 situation

บทนำ

การระบาดของไวรัสโคโรนา พ.ศ. 2562-2563 เป็นการระบาดทั่วโลกโดยมีสาเหตุมาจากไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่เริ่มต้นขึ้นในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 โดยพบครั้งแรกในนครอู่ฮั่น เมืองหลวงของมณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีน องค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้การระบาดนี้เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศในวันที่ 30 มกราคม 2563 และประกาศให้เป็นโรคระบาดทั่วในวันที่ 11 มีนาคม 2563 จากเดิมที่เราคิดว่าเรื่องโรคระบาดอาจเป็นเรื่องไกลตัว เราเห็นการแพร่ระบาดของโรคซาร์สและพบเจอกับวิกฤตต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง แต่เราไม่เคยคิดว่ามันจะมาถึงตัว จนกระทั่งโควิด-19 มาถึงและก่อให้เกิดผลกระทบไปทั่วโลก วันนี้ทุกคนจึงตระหนักเพิ่มขึ้นว่าวิกฤตที่เกิดขึ้นเป็นเรื่องใกล้ตัวที่ทำให้ชีวิตไม่เหมือนเดิม สังคมจึงต้องเตรียมพร้อมหลายเรื่องความไม่เหมือนเดิมหลังต้องเผชิญกับวิกฤตโค

โควิด-19 เริ่มต้นจากชีวิตของคนเราที่เปลี่ยนแปลงไปขณะที่หลายหน่วยงาน องค์กร ต่างปรับความคิด พฤติกรรม และวิธีการทำงานที่มีความยืดหยุ่นมากขึ้น จากเดิมคนทำงานมักให้ความสำคัญกับ Work-Life Balance สร้างสมดุลระหว่างชีวิตงานและชีวิตส่วนตัวเป็นสำคัญแต่ปัจจุบันที่เราทุกคนต่าง Work from Home มีสัดส่วนเวลาของการทำงานและชีวิตส่วนตัว เกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน สลับสับเปลี่ยนกันไปตลอดทั้งวันเกิด Work-Life Integration ที่ชีวิตการทำงานหลอมรวมกับชีวิตส่วนตัวเป็นหนึ่งเดียว จนเราต้องสร้างวินัยในการทำงาน ท่ามกลางอิสระและความยืดหยุ่นที่เพิ่มขึ้นจาก Work from Home นอกจาก Work from Home ที่สร้างเศรษฐกิจคนติดบ้าน (From Home Economy) ทำให้ e-Commerce และการทำธุรกรรมทางออนไลน์เติบโตอย่างก้าวกระโดดแล้ว อีกหนึ่งการเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดในช่วงวิกฤตโควิด-19 ก็คือ คนให้ความสนใจและมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องสุขภาพและสาธารณสุขมากขึ้น เช่น ให้ความสำคัญกับการล้างมือ การสวมหน้ากากอนามัย หรือแม้แต่การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ ส่งผลให้เรื่อง Digital Transformations ที่เคยมีการพูดถึงมาอย่างยาวนานและเกิดขึ้นช้ามาก กลับถูกขับเคลื่อนได้เร็วขึ้น เมื่อวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอกแรกเริ่มคลี่คลายลงหลาย ๆ ภาคส่วน เริ่มพูดถึง “ความปกติใหม่” หรือ “New Normal” ที่จะตามมา การมาเยือนของวิกฤตโรคระบาดทำให้เกิดคำถามเกี่ยวกับระบบการศึกษาหลากหลายด้าน เป็นต้นว่าเราจะออกแบบการเรียนรู้ในยุคโควิด-19 ให้มีประสิทธิภาพได้อย่างไร ทักษะและหลักสูตรโลกการศึกษารูปแบบใหม่หลังจากนี้ควรมีหน้าตาแบบไหน เทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทด้านการเรียนรู้หรือทำให้ความเหลื่อมล้ำยิ่งแย่กว่าเดิม จริงหรือไม่ที่เราสามารถเปลี่ยนวิกฤตครั้งนี้ให้กลายเป็นโอกาสด้านการศึกษา จากความผิดปกติแบบใหม่ที่ไม่เหมือนเดิม (New Abnormal) ที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการศึกษา ทำให้สถานศึกษาต้องอยู่ให้รอด ต้องปรับตัว เพราะวิกฤตโควิด-19 เป็นบททดสอบของความจำเป็นครั้งใหญ่ในการบริหารจัดการศึกษาที่ต้องปรับเปลี่ยนวิธีคิดใหม่ให้สอดคล้องกับความปกติใหม่ที่เกิดขึ้น (พัชรภรณ์ ดวงชื่น. 2563)

ดังนั้น จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจสำหรับผู้วิจัยว่า การบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลบือมั่ง ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ได้มีการบริหารงานเกี่ยวกับการทำงานในสถานที่ทำงาน ทั้งนี้เพื่อเป็นการเติมเต็มองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลบือมั่งในช่วงสถานการณ์โควิด-19

วัตถุประสงค์

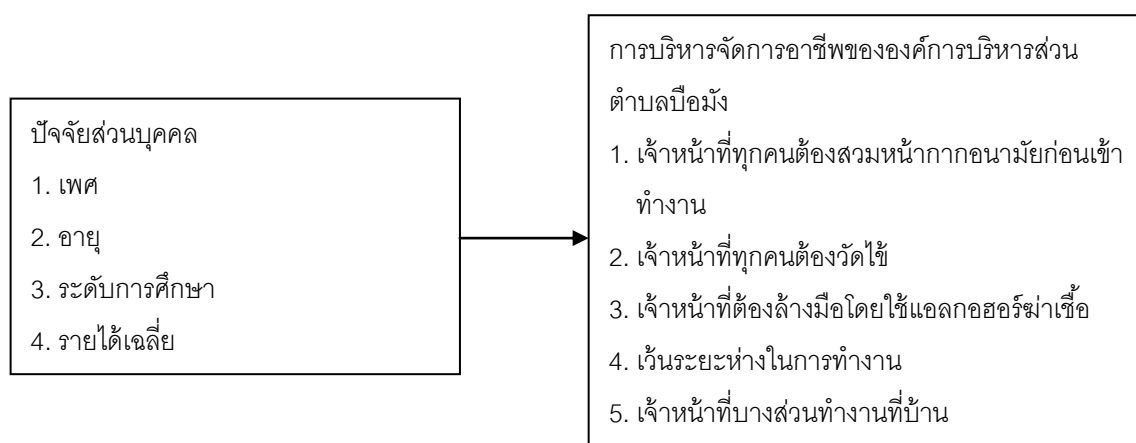
1. การบริหารจัดการอาชีพขององค์การบริหารส่วนตำบลบือนั้นปลอดภัยจากสถานการณ์โควิด 19
2. เสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่บุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบลบือมั่ง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา บัณฑิตด้านกระบวนการบริหารขององค์การบริหารส่วนตำบลบือมั่งปรับปรุงและพัฒนาในการบริหารงานในองค์กร เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้และความเข้าใจในการบริหารงานในองค์กร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “การบริหารงานของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งในช่วงสถานการณ์โควิด-19” ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ไว้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการบริหารจัดการอาชีพขององค์การบริหารส่วนตำบลบือมั่ง ในช่วงสถานการณ์โควิด 19
2. ขอบเขตด้านสถานที่ องค์การบริหารส่วนตำบล บือมั่ง อำเภอ รามัน จังหวัด ยะลา
3. ขอบเขตด้านระยะเวลาเริ่ม 26 ตุลาคม 2563 – 29 มกราคม 2564

เครื่องมือที่ใช้ในกายวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยแบบผสม(Mixed Method) ซึ่งใช้ แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิง คุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในสำนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลบือมั่ง อำเภอรามัน จังหวัด ยะลา จำนวน 60 คน

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ มาจากการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบให้โอกาสไม่เท่ากัน (Non-probability) โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง ของประชากรในองค์การบริหารส่วนตำบลบือมั่ง อำเภอรามัน จังหวัดยะลาจำนวน 60 คน

- 1.1 หน่วยงานอำนวยการ
- 1.2 หน่วยงานจัดสรรงบประมาณ
- 1.3 ผู้ช่วยนายกองค์การบริหารส่วนตำบลบือมั่ง

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคุณภาพ มาจากประชากรในจังหวัดยะลา จำนวน 200 คน โดยเป็นการเลือกแบบการสุ่ม

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยโปรแกรม Statistical Package for the Social Science (SPSS) ได้แก่ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า 1. เพื่อศึกษาการรับรู้และพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของสำนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลบือม้ง พบว่า เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีความรุนแรงมากขึ้นทางสำนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลบือม้ง ได้ออกประกาศ เรื่อง การบริหารอาชีพในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยให้พนักงานของสำนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลบือม้ง สลับสับเปลี่ยนกันมาปฏิบัติงาน ณ สำนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลบือม้ง หรือที่เรียกกันว่า Work From Home (WFH) 2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้โอกาสเสี่ยงจากการปฏิบัติงาน การรับรู้ความรุนแรงของโรค และการรับรู้ของหน่วยงานเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ขององค์การบริหารส่วนตำบลบือม้ง จำแนกตามสถานที่ทำงานและประสบการณ์ทำงาน พบว่า พนักงานของสำนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลบือม้ง มีโอกาสได้รับทราบและรับรู้ถึงความรุนแรงของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จากสื่อต่าง ๆ และมีมาตรการบริหารจัดการอาชีพให้เหมาะสมกับสถานการณ์โควิด-19 เช่น การงดจัดกิจกรรม/โครงการ ที่มีผู้เข้าร่วมเป็นจำนวนมากและป้องกันตนเองตามข้อควรปฏิบัติต่าง ๆ เช่น การใส่หน้ากากอนามัย การใช้เจลแอลกอฮอล์ การล้างมือบ่อย ๆ 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ทำงาน และการรับรู้กับพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัส ของสำนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลบือม้ง พบว่า มีการป้องกันโดยจัดให้บุคลากรสลับเปลี่ยนการทำงานที่บ้านและทำงานที่สำนักงาน ในสำนักงานมีเจลแอลกอฮอล์ และบุคลากรทุกคนใช้หน้ากากอนามัยตลอดเวลา เข้มงวดในการรักษาความสะอาดในสำนักงานเพิ่มขึ้น ทั้งนี้การบริหารจัดการอาชีพในสถานการณ์โควิด-19 แบบนี้จะช่วยให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานกันได้อย่างปกติและปลอดภัย

สรุปการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการอาชีพขององค์การบริหารส่วนตำบลบือม้งในท่วงสถานการณ์โควิด-19 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตตำบลบือม้ง อำเภอราษีไศล จังหวัดนราธิวาส จำนวน 60 คน โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง เมื่อผู้วิจัยได้ สร้างแบบสอบถาม และทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง และเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาประมวลผลจากเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับสถิติที่ใช้ในการ วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ใช้วิเคราะห์ด้าน ข้อมูลส่วนบุคคลใช้ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล และการส่งเสริมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำอาชีพอำเภอราษีไศล จังหวัดยะลา

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการอาชีพองค์การบริหารส่วนตำบลบือมั่ง ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อำเภอราษีไศล จังหวัดยะลา สามารถสรุปผลจากการวิจัยได้ ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 มีอายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.0 อาชีพ ทำสวนยาง คิดเป็นร้อยละ 29.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 7,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.0 สถานภาพการสมรส ระหว่างโสดกับสมรส มีค่าเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 47.0 จำนวนสมาชิกในครอบครัวคือ 2-4 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0

2. การบริหารจัดการอาชีพองค์การบริหารส่วนตำบลบือมั่ง ในช่วงโควิดพบว่า ด้านการว่างงานมีค่าเฉลี่ยและ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = .573) อยู่ในระดับมาก ด้านรายได้ต่อหัวมีค่าเฉลี่ยและ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = .576) อยู่ในระดับมาก ด้านการมีความรู้เกี่ยวกับอาชีพมีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = .559) อยู่ในระดับมาก ด้านเงินทุน มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = .606) อยู่ใน ระดับมาก

3. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจที่จะทำอาชีพ พบว่า ด้านการรับรู้ปัญหา มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = .581) อยู่ในระดับมาก ด้านการค้นคว้าหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = .618) อยู่ในระดับมาก ด้านการประเมินทางเลือก มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = .500) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการตัดสินใจที่จะทำอาชีพมีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = .476) อยู่ในระดับมาก

อภิปรายผล

จากการศึกษา “การบริหารจัดการอาชีพองค์การบริหารส่วนตำบลบือมั่ง ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 อำเภอราษีไศล จังหวัดยะลา” ซึ่งให้เห็นว่าข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล มีระดับความสำคัญที่ระดับน้อย การบริหารจัดการอาชีพองค์การบริหารส่วนตำบลบือมั่งในช่วงสถานการณ์โควิด-19มีระดับความสำคัญที่ระดับมาก และพฤติกรรม การตัดสินใจที่จะทำอาชีพมีระดับความสำคัญที่ระดับมาก เป็นเครื่องมือหรือปัจจัยที่ควบคุมได้ เพื่อตอบสนอง ความต้องการและการสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มที่ต้องการทำอาชีพที่เป็นเป้าหมาย หรือเพื่อกระตุ้นกลุ่มทำอาชีพให้เป้าหมายเกิดความต้องการที่จะทำที่จะสร้างอาชีพ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อที่จะได้ผลการวิจัยที่สามารถ นำมาเปรียบเทียบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่จะทำอาชีพอำเภอราษีไศล จังหวัดยะลา ซึ่งจะช่วยให้ผลการวิจัยที่ได้มีขอบเขตที่กว้างขวางขึ้น และ เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ

2. ควรศึกษาความแตกต่างของกระบวนการตัดสินใจที่จะริเริ่มทำอาชีพเพื่อฝ่ายการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สามารถ นำข้อมูลไปทำการส่งเสริมทางการพัฒนาบุคคลให้เหมาะสม เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการว่างงานให้เกิดประสิทธิผลมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2563). โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (covid-19).

ปรางทิพย์ ภัคศิรีไพรวัลย์. (2558). **คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนบ้านแสนตอหมู่ 11 ตำบลท่าผา อำเภอกะคา จังหวัดลำปาง**. สารนิพนธ์มหาหลักสูตรสังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต.

สุมาลี จุทอง. (2562). **การจัดการภัยพิบัติโรคระบาดโควิด19ในพื้นที่ชุมชนริมคลอง ห้วยหมากน้อยสำนักงานเขตบางกะปิ**. หลักสูตรรัฐประศาสน์. กรุงเทพฯ: มหาลัยรามคำแหง.

สุภาภรณ์ วัชรพฤษชาติ. (2563). **โครงการการเฝ้าระวังโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 เจริญในแหล่งค้าควรงโรค**.

อวาทิพย์ แว. (2563). COVID-19 กับการเรียนรู้สู่การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพในวันนี้. **วารสารสมาคมวิชาชีพสุขภาพ**. 35(1). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

S0099: การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ยาหม่องฟรุ๊ตตี้แบบออนไลน์ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

DEVELOPMENT OF ONLINE DISTRIBUTION CHANNELS FOR FRUITY BALM PRODUCTS IN MUANG DISTRICT, YALA PROVINCE

ชอพยา เจะแมงดี¹ ชารีพะ มะแอ² ยัสมิน แวบาก³ วัชรระ ขาวสังข์⁴

^{1, 2, 3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถ.เทศบาล 3 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถ.เทศบาล 3 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ยาหม่องฟรุ๊ตตี้แบบออนไลน์ในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดยะลา 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาหม่องฟรุ๊ตตี้แบบออนไลน์ในพื้นที่จังหวัดยะลา 3) เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายยาหม่องฟรุ๊ตตี้แบบออนไลน์สำหรับผู้ประกอบการหรือนักลงทุนที่สนใจในธุรกิจนี้ 4) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการกระจายสินค้าของยาหม่องฟรุ๊ตตี้แบบออนไลน์ในพื้นที่จังหวัดยะลา การเสนอขายผ่านออนไลน์ด้านการสื่อสารที่ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผลิตภัณฑ์ยาหม่องฟรุ๊ตตี้ โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อศึกษาปัจจัยในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาหม่องฟรุ๊ตตี้แบบออนไลน์ในพื้นที่ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-39 ปี ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายยาหม่องฟรุ๊ตตี้ แบบออนไลน์ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ใน ระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้าน ส่งเสริมการขาย สำหรับด้านบุคคล ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อช่องทางการจัดจำหน่ายยาหม่องฟรุ๊ตตี้ แบบออนไลน์ที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: หม่องฟรุ๊ตตี้, ปัจจัย, การจัดจำหน่าย

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the factors of developing online distribution channels of fruity balsam products in Yala province, 2) to study the behavior, consumer needs and purchasing decisions of fruity balsam products. Online in Yala Province 3) as a preliminary information for decision making on online distribution channel for fruity balsam. For entrepreneurs or investors interested in this business 4) To study problems and obstacles in the distribution of balsam fruit online in Yala

Province. Communication online offering that influences decision-making trends of fruity balsam products Classified by individual garden information to study factors for the development of online distribution channels for fruity balm products in the area Muang Yala District, Yala Province. Data were collected from a sample of 100 people using a questionnaire as a research tool. The statistics used for data analysis were questionnaires, interviews and data analyzed using a computer software package.

The results of the study showed that Most of them are female, age 31-39 years old and operate a private business. Most of the online distribution channels of fruity balsam are at a high level. Where the product is in Most level Followed by the distribution Distribution channels and sales promotion For human, physical and process aspects Marketing factors affecting different online balm fruity distribution channels

Keywords: balsam, fruity balm, factor, distribution

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตมากขึ้น สามารถเพิ่มความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี คนหันมาบริโภคข้อมูลข่าวสารกันมากขึ้น เทคโนโลยีสารสนเทศยังเป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรที่เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน ทำให้เข้าถึงข้อมูลมีความรวดเร็ว การติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพ และช่วยประหยัดต้นทุนในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของหน่วยงานที่เชื่อมต่อในระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศที่ปัจจุบันสังคมมีความต้องการมาก เพราะสามารถใช้ประโยชน์ได้หลายด้าน เช่น การขาย ของออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ การรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การมีเว็บไซต์สำหรับเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ การเปิดร้านค้าออนไลน์ เป็นการสร้างเว็บไซต์ขึ้นมาเพื่อนำสินค้าของตนเองมาจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งร้านค้าออนไลน์จะเหมือนกับร้านค้าทั่วไปที่นำสินค้ามาวางขายแต่มีความแตกต่างกันตรงที่ทำการซื้อขายทุกขั้นตอนผ่านอินเทอร์เน็ตเท่านั้น สามารถซื้อขายได้ทุกที่ทุกเวลาไม่ว่าจะอยู่ส่วนใดของโลก เพียงเข้าอินเทอร์เน็ตก็สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ง่ายไม่มี ปัญหาเรื่องทำเลที่ตั้งของร้านค้า การซื้อขายออนไลน์ หมายถึงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Commerce เป็นการนำธุรกรรมการซื้อขายสินค้าระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยทั้งสองฝ่ายไม่ต้องพบกัน แต่ใช้การติดต่อขายทางอินเทอร์เน็ตก็สามารถซื้อขายสินค้าได้ทุกรูปแบบ สินค้าทุกประเภท ตลอด 24 ชั่วโมงทั่วโลก ความสะดวกสบาย

เนื่องจากทางผลิตภัณฑ์หม่องฟรุติตี้ ไม่มีเว็บไซต์ในการซื้อขายสินค้าออนไลน์ จึงทำให้ผู้บริโภคต้อง มาดูสินค้าด้วยตนเองที่หน้าร้านจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นการเสียเวลาพอสมควรหาว่าผู้บริโภคต้องการที่จะซื้อสินค้าจากทางร้านแต่อยู่ห่างจากร้านจัดจำหน่ายมากหรือเวลาที่มืออยู่อย่างจำกัดในการเลือกซื้อ สินค้า ทั้งนี้การที่มีเว็บไซต์ในการซื้อขายสินค้า สามารถซื้อขายสินค้าได้ 24 ชั่วโมง จึงขจัดปัญหาข้อจำกัดทางด้านเวลาออกไป สามารถทำให้เรานำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ มาแนะนำผ่าน อินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลาและหลากหลายรูปแบบ เช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ ๆ มาเสนอขายได้ ตลอดเวลา จากที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้จัดทำจึงได้ทำเว็บไซต์พัฒนาระบบซื้อขาย แบบออนไลน์ กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์หม่องฟรุติตี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่สนใจ เยี่ยมชมผ่านทางเว็บไซต์ที่เราจัดทำขึ้น เพื่อเป็นอีกทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคเอง ซึ่งเว็บไซต์นี้จะนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสรรพคุณของผลิตภัณฑ์หม่องฟรุติตี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ยาหม่องฟรุติดีแบบออนไลน์ในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดยะลา
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาหม่องฟรุติดีแบบออนไลน์ในตัวเมืองจังหวัดยะลา
3. เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายยาหม่องฟรุติดีแบบออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการหรือนักลงทุนที่สนใจในธุรกิจนี้
4. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการกระจายสินค้าของยาหม่องฟรุติดีแบบออนไลน์ในตัวเมืองจังหวัดยะลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบปัจจัยการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาหม่องฟรุติดีแบบออนไลน์ในพื้นที่จังหวัดยะลา
2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาหม่องฟรุติดีแบบออนไลน์ในพื้นที่จังหวัดยะลา
3. เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายยาหม่องฟรุติดีแบบออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการหรือนักลงทุนที่สนใจในธุรกิจนี้
4. ได้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการกระจายสินค้าของยาหม่องฟรุติดีแบบออนไลน์ในตัวเมืองยะลา

สมมติฐาน

1. ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ สมรสของผู้บริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ยาหม่องฟรุติดีแบบออนไลน์ในพื้นที่จังหวัดยะลา
2. ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีความต้องการต่อกลยุทธ์การตลาดแตกต่างกัน

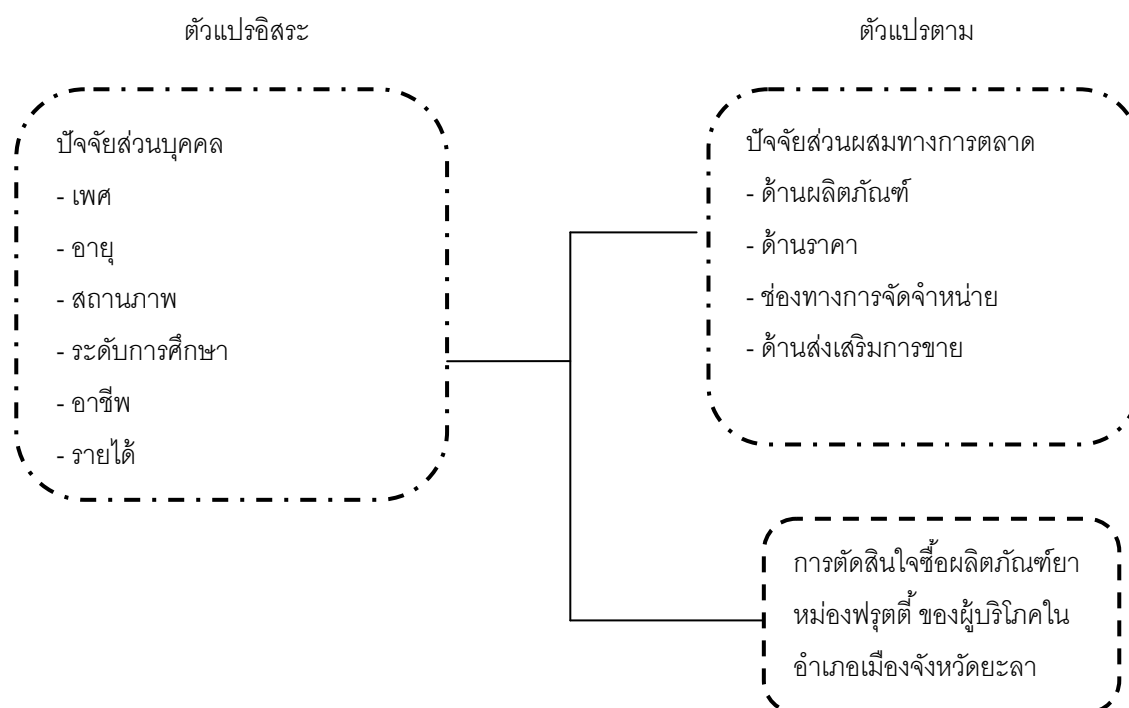
กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรต่าง ๆ ในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งประกอบด้วย ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยมีรายละเอียดแยกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้
2. ตัวแปรตาม มี 2 กลุ่มตัวแปร ได้แก่

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อยาหม่องฟรุติดีแบบออนไลน์ในตัวเมืองยะลา มีองค์ประกอบ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย ด้านคน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการ

พฤติกรรมในการเลือกซื้อยาหม่องฟรุติดี แบบออนไลน์ ในตัวเมืองยะลา



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ทำการศึกษาปัจจัยการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ ในเขตอำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา ที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อหม่องฟรุตตี้แบบออนไลน์
2. ทำการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของประชาชนในการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์หม่องฟรุตตี้กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์หม่องฟรุตตี้
3. ทำการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการเสนอขายผ่านออนไลน์ด้านการสื่อสารที่ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการของผลิตภัณฑ์หม่องฟรุตตี้
4. การใช้ข้อมูลสื่อสารในการตลาดออนไลน์ในการสื่อสารเพื่อสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายได้เพิ่มอีกช่องทางหนึ่งให้กับหม่องฟรุตตี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามแบบเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อ 1-6 เป็นคำถามทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed-end Question) แบบเลือกตอบ (Check List) มีคำตอบหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 2 เป็นลักษณะข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ด้านส่งเสริมการขาย ด้านบุคคล ด้านปัจจัยลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ คำถามแบบปลายเปิดโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบ (Checklist) เป็นลักษณะแบบเลือกตอบ 5 ระดับ โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน

ประมาณค่า (Rating Scale) ตั้งแต่ระดับการยอมรับและพึงพอใจในระดับสูงสุด การยอมรับและพึงพอใจในระดับสูง การยอมรับและพึงพอใจในระดับปานกลาง การยอมรับและพึงพอใจในระดับต่ำ และการยอมรับและพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด หรือไม่ยอมรับโดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

- 5 หมายถึง การยอมรับและพึงพอใจในระดับสูงสุด
- 4 หมายถึง การยอมรับและพึงพอใจในระดับสูง
- 3 หมายถึง การยอมรับและพึงพอใจในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง การยอมรับและพึงพอใจในระดับต่ำ
- 1 หมายถึง การยอมรับและพึงพอใจในระดับต่ำสุด หรือไม่ยอมรับ

ส่วนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ เป็นคำถามที่เป็น แบบปลายเปิด ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยจับเนื้อหาที่มีประเด็นคล้ายคลึงกันอยู่ในกลุ่มเดียวกันเพื่อสรุปผลการวิจัย

การรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ การใช้แบบสอบถามโดยมีขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยวางแผนในการเก็บรวบรวมข้อมูล พิจารณาจากแหล่งข้อมูล ตำรา งานวิจัย เอกสาร เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการทำการศึกษา
2. ผู้วิจัยเตรียมความพร้อมของแบบสอบถาม และเตรียมเอกสารให้ครบ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลไปยังกลุ่มตัวอย่าง
3. ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างและเก็บรวบรวมข้อมูล โดยโพสต์แบบสอบถามการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายหม่องฟรุติดีแบบออนไลน์และขอความอนุเคราะห์ช่วยทำแบบสอบถาม เก็บข้อมูลจนครบ 100 คน
4. ตรวจสอบข้อมูลครบถ้วนและความถูกต้องของแบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ลงรหัสและบันทึกลงในคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน มาดำเนินการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative) ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้สถิติดังนี้

1. สถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ใช้ในการวิเคราะห์และอธิบายข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง
2. สถิติวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายหม่องฟรุติดีแบบออนไลน์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
3. สถิติวิเคราะห์การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย โดยใช้ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ใช้ในการวิเคราะห์การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการขาย ด้านบุคคล ด้านปัจจัยลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ

4. สถิติแบบทดสอบสมมติฐาน พัฒนาการของการจัดจำหน่ายหม่องฟรุติ้แบบออนไลน์ ด้วยการหาค่าสถิติ ได้แก่ สถิติทดสอบที (t-test) วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หาค่าไคสแควร์ และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการวิจัย

เมื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หม่องฟรุติ้แบบออนไลน์ในพื้นที่อำเภอเมือง แบบออนไลน์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 31-39 ปี ร้อยละ 75 และรองลงมามี อายุ 41-50 ร้อยละ 25 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 97.20 และต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 2.80 อาชีพมีงานที่ทำประจำและประกอบธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 43.50 รองลงมาคือ พนักงานบริษัท ร้อยละ 40.70 ตามลำดับ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มากที่สุด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.53) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.53) ด้านส่งเสริมการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.49) ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.47) ด้านปัจจัยลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.39) และด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.37) ตามลำดับ

การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายหม่องฟรุติ้แบบออนไลน์ พบว่า มีความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอเกี่ยวกับการขายผลิตภัณฑ์หม่องฟรุติ้สามารถตอบโจทย์ลูกค้ามากขึ้นเพียงใด ระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจสูงสุดสายการผลิตโดยกระบวนการผลิตที่มีอยู่ (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมาคือ แนวคิดเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.38) การสร้างแนวคิดใหม่ในผลิตภัณฑ์เดิม (ค่าเฉลี่ย 4.36) และผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมแต่ปรับเปลี่ยนรูปแบบใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ตามลำดับ เรื่อง ผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยต่อการบริโภคและสามารถเก็บผลิตภัณฑ์ไว้ได้นาน มีการบรรยายละเอียดที่ชัดเจนบนตราสินค้า

สรุปผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หม่องฟรุติ้แบบออนไลน์เป็นการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หม่องฟรุติ้แบบออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หม่องฟรุติ้แบบออนไลน์ในพื้นที่จังหวัดยะลา 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หม่องฟรุติ้แบบออนไลน์ในพื้นที่จังหวัดยะลา 3) เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายหม่องฟรุติ้แบบออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการหรือนักลงทุนที่สนใจในธุรกิจนี้ 4) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการกระจายสินค้าของหม่องฟรุติ้แบบออนไลน์ในพื้นที่จังหวัดยะลา ผู้วิจัยได้ทำกลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้ วิธีการสุ่มตัวอย่าง สุ่มจากกลุ่มประชากรคือประชาชนทั่วไปที่ซื้อสินค้าหม่องฟรุติ้ ผู้สูงอายุ และนักเรียนนักศึกษา กำหนดโดยการสำรวจโดยจำนวน 100 คน ต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ และดำเนินการแจกแบบสอบถามเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์

อภิปรายผล

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีประเด็นที่จะนำเสนอ อภิปรายตามรายละเอียดการค้นพบ ดังนี้ กลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เลือกใช้ ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวม พบว่า มีผู้เลือกซื้ออยู่ในระดับมาก ซึ่งกลุ่ม

ตัวอย่าง ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดในการดำเนินธุรกิจ มากที่สุดคือ ด้านราคา รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริม การตลาด เมื่อพิจารณารายด้าน มีประเด็นสำคัญที่ควรอภิปรายผล ดังนี้ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการ ดำเนินธุรกิจ มากที่สุดคือ การนำเสนอถึงคุณภาพของสินค้าให้กับลูกค้า ซึ่งสาเหตุน่าจะมาจาก ผู้ประกอบการของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความใกล้ชิดกับลูกค้าค่อนข้างมาก ทำให้ ทราบถึงขนาดและศักยภาพของตลาดเป้าหมาย ทราบถึงคุณภาพของสินค้าที่ลูกค้าต้องการ ตลอดจน ฐานข้อมูลลูกค้าปัจจุบัน ข้อมูลเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็น ผู้ประกอบการใช้เพื่อกำหนดตลาดเป้าหมายอย่างชัดเจน จึงมีการพิจารณาว่าจะเข้าถึงหรือมุ่งเน้นตลาดเป้าหมายเหล่านี้ได้ แล้วเสนอขายสินค้าที่มี คุณภาพและตรงกับความต้องการ ซึ่งกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการใช้เรียกว่า กลยุทธ์เพื่อตลาดเป้าหมาย (Target Market Strategies) ทั้งนี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ชวรศักดิ์ โฉมณี (2551) ได้ศึกษา เกี่ยวกับ การวางแผนกลยุทธ์การตลาดของยาหม่องฟรุ๊ตตี้ พบว่า กลยุทธ์ที่ควรเลือกใช้ คือกลยุทธ์การรักษา ลูกค้าเดิมและการหาตลาดใหม่ในระยะ 1-3 ปี กิจการอาจใช้กลยุทธ์การคงที่เพื่อ รักษาตำแหน่งทางการแข่งขัน โดยกิจการควรมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการ ให้บริการที่ดียิ่งขึ้น รักษาสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้าเดิม และหาช่องทางเพิ่มจำนวนลูกค้า กลุ่มเป้าหมายใหม่ที่มีแนวโน้มใช้บริการมากขึ้นอย่างไรก็ตามในขณะเดียวกัน

2. ด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดด้านราคาในการ ดำเนินธุรกิจ มากที่สุด คือ มีคุณภาพคุ้มกับราคา ซึ่งสาเหตุจะมาจากการตั้งราคานั้น แม้ว่า ผู้ประกอบการจะเป็นผู้กำหนดราคา แต่หากพิจารณาให้ครบทั้งกระบวนการแล้ว จะพบว่าในที่สุด แล้วราคาจะถูกหรือแพง ลูกค้าจะเป็นผู้พิจารณาว่า ต้นทุนที่แท้จริงควรอยู่ที่เท่าไรโดยเปรียบเทียบกับคุณภาพของตัวสินค้า ดังนั้นการตั้งราคาจะ ต้องกำหนดว่า ราคาใดเป็นราคาที่ลูกค้ายอมรับ ทั้งนี้ ไม่มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ (2546; อ้างถึง Kotler. 2003: 16) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์ราคา (Price Strategy) การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์สินค้าถือเป็นกลยุทธ์สำคัญของแผนงานทาง การตลาดที่จะช่วยสร้างความได้เปรียบมากขึ้น โดยการกำหนดราคาจะต้องคำนึงถึงปัจจัยของต้นทุน การผลิตบวกกับผลกำไรที่ต้องการจะได้จากการขายผลิตภัณฑ์ และพิจารณาถึงระดับของคุณภาพ สินค้า แล้วจึงทำการกำหนดราคาขายออกมา โดยต้องคำนึงสภาพการแข่งขันของตลาดสินค้า นอกจากนี้การกำหนดราคายังมีนัยที่บ่งบอกถึงตำแหน่งที่ต้องการจะให้สินค้าไปยืนอยู่ด้วย ซึ่งการตั้ง ราคาอาจจะตั้งให้ใกล้เคียงกับสินค้าประเภทเดียวกันบนท้องตลาดหรือน้อยกว่าถ้าต้องการแข่งขันฐานลูกค้าและมากกว่าถ้าต้องการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้อยู่เหนือกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ใช้กลยุทธ์ส่วนประสม การตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการดำเนินธุรกิจ มากที่สุดคือ สถานที่ซื้อที่มีความเพียงพอต่อ ความต้องการ ซึ่งสาเหตุน่าจะมาจากกลยุทธ์การจัดจำหน่าย (Place Strategy) เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ สำคัญของการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพราะถ้าสามารถหาช่องทางการกระจายสินค้าไปสู่มือ ผู้บริโภคได้มากเท่าไร ผลกำไรก็จะเพิ่มสูงขึ้นมากเท่านั้น โดยช่องทางการจัดจำหน่ายที่นิยมใช้กัน ในปัจจุบัน คือ การขายไปสู่มือของผู้บริโภคโดยตรง เพราะการขายตรงไปสู่มือผู้ใช้สินค้าจะได้กำไร ที่มากกว่า การขายผ่านพ่อค้าคนกลาง แต่จะคำนึงถึงเพียงกำไรอย่างเดียวไม่ได้ เพราะกลยุทธ์นี้จะต้องพิจารณาถึงความครอบคลุมพื้นที่ด้วย ทั้งนี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ นุชนาว (2553) ได้ กล่าวถึง กลยุทธ์กระจายสินค้า และการครอบคลุมตลาด (Distribution of Product/ Coverage Strategies) การตัดสินใจมีความแตกต่างกัน ขึ้นกับประเภทของสินค้าว่าเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค หรือสินค้าองค์กร หรือสินค้าบริการ สินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าอุตสาหกรรม สินค้าองค์กรต้อง พิจารณาว่า จะวางจำหน่ายที่จุดใดจึงจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ด้วยรูปแบบของร้านค้า หรือจุดจำหน่าย สินค้าอย่างไร ธุรกิจค้าปลีกและบริการมักจะตัดสินใจว่า วัตถุประสงค์การตลาดที่ตั้งไว้นั้น

จะบรรลุ โดยใช้ช่องทางการขายที่มีอยู่หรือไม่ จำเป็นต้องเพิ่มร้านค้าใหม่ ๆ หรือช่องทางใหม่ ๆ หรือไม่ ตัวอย่าง เช่น ไม่ขยายช่องทางใหม่ ๆ อีกจนกว่าจะเจาะกลุ่มตลาดเดิมได้ครบถ้วนแล้ว ขยายการกระจายสินค้าให้มากขึ้น โดยเน้นที่ต่างจังหวัด 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดในการดำเนินธุรกิจมากที่สุดคือ พนักงานขายมีความสุภาพ ซึ่งสาเหตุน่าจะ มาจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น ธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชนเป็นเจ้าของ ดำเนินการโดย เจ้าของเอง ไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใด ไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลหรือธุรกิจอื่น มีต้นทุนใน การดำเนินงานต่ำและมีพนักงานจำนวนไม่มาก กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่คือคนในพื้นที่และใกล้เคียง 6 ดังนั้น กลยุทธ์ที่ใช้เน้นด้านบุคลากรที่ให้บริการต้องสุภาพโดยพนักงานขายต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้ามีความคิดริเริ่มและสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กรมีความสามารถในการแก้ปัญหาทั้งนี้มีความ สอดคล้องกับแนวคิดของ โชติกา แสงทวยก (2551) กล่าวถึงแนวทางการเลือกกลยุทธ์ส่วนประสม การตลาดของผู้ประกอบการที่ทำให้ลูกค้ามาซื้อและใช้บริการ มีรายละเอียดดังนี้ การต้อนรับลูกค้า เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการ โดยการกล่าวทักทายจะทำให้ลูกค้าประทับใจและดูเป็นกันเองมากขึ้น การใช้วาจาหรือภาษาที่สุภาพ ผู้ประกอบการควรฝึกให้พนักงานในร้านให้ใช้ภาษาที่สุภาพนุ่มนวลและควรจะใช้ภาษาราชการหรือภาษาบริการเท่านั้น ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมารยาทในการให้บริการพร้อมกับส่งมอบสินค้าด้วย ความทะนุถนอม ไม่กระแทกกระชัง สุดท้ายคือการให้เกียรติแก่ลูกค้า ไม่ควรจ้อง จับผิดลูกค้าว่าจะขโมยสินค้า ควรป้องกันของหายโดยวิธีอื่น เช่น ติดกระจก กล้องวงจรปิดผลการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีประเด็นที่จะนำเสนอ อภิปรายตามรายละเอียดการค้นพบ ดังนี้ กลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เลือกใช้ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวม พบว่ามีเลือกใช้อยู่ในระดับมาก ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดในการดำเนินธุรกิจ มากที่สุดคือ ด้านราคา รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริม การตลาด เมื่อพิจารณารายด้าน มีประเด็นสำคัญที่ควรอภิปรายผล ดังนี้ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการดำเนินธุรกิจมากที่สุด คือ การนำเสนอถึงคุณภาพของสินค้าให้กับลูกค้า ซึ่งสาเหตุน่าจะมาจาก ผู้ประกอบการของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความใกล้ชิดกับลูกค้าค่อนข้างมากทำให้ทราบถึงขนาดและศักยภาพของตลาดเป้าหมาย ทราบถึงคุณภาพของสินค้าที่ลูกค้าต้องการตลอดจนฐานข้อมูลลูกค้าปัจจุบัน ข้อมูลเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นผู้ประกอบการใช้เพื่อกำหนดตลาดเป้าหมายอย่างชัดเจน จึงมีการพิจารณาว่าจะเข้าถึงหรือมุ่งเน้นตลาดเป้าหมายเหล่านี้ได้ แล้วเสนอขายสินค้าที่มี คุณภาพและตรงกับความต้องการ ซึ่งกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการใช้เรียกว่ากลยุทธ์เพื่อตลาดเป้าหมาย (Target Market Strategies) ทั้งนี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ชวรศักดิ์ โนวัฒน์ (2551) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวเชียงใหม่ พบว่ากลยุทธ์ที่ควรเลือกใช้ คือกลยุทธ์การรักษาลูกค้าเดิมและการหาตลาดใหม่ในระยะ 1-3 ปี กิจการอาจใช้กลยุทธ์การคงที่เพื่อ รักษาตำแหน่งทางการแข่งขัน โดยกิจการควรมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการ ให้บริการที่ดียิ่งขึ้น รักษาสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้าเดิม และหาช่องทางเพิ่มจำนวนลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใหม่ที่มีแนวโน้มใช้บริการมากขึ้นอย่างไรก็ตามในขณะเดียวกัน 2. ด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดด้านราคาในการ ดำเนินธุรกิจ มากที่สุดคือ มีคุณภาพคุ้มกับราคา ซึ่งสาเหตุน่าจะมาจากการตั้งราคานี้ แม้ว่าผู้ประกอบการจะเป็นผู้กำหนดราคาแต่หากพิจารณาให้ครบทั้งกระบวนการแล้ว จะพบว่าในที่สุด แล้วราคาจะถูกหรือแพงลูกค้าจะเป็นผู้พิจารณาว่าต้นทุนที่แท้จริงควรอยู่ที่เท่าไรโดยเปรียบเทียบ กับ

คุณภาพของตัวสินค้า ดังนั้นการตั้งราคาจะต้องกำหนดว่า ราคาใดเป็นราคาที่ลูกค้ายอมรับ ทั้งนี้ ไม่มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ (2546; อ้างถึง Kotler. 2003: 16) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์ราคา (Price Strategy) การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์สินค้าถือเป็นกลยุทธ์สำคัญของแผนงานทางการตลาดที่จะช่วยสร้างความได้เปรียบมากขึ้น โดยการกำหนดราคาจะต้องคำนึงถึงปัจจัยของต้นทุนการผลิตบวกกับผลกำไรที่ต้องการจะได้จากการขายผลิตภัณฑ์และพิจารณาถึงระดับของคุณภาพ สินค้า แล้วจึงทำการกำหนดราคาขายออกมา โดยต้องคำนึงสภาพการแข่งขันของตลาดสินค้า นอกจากนี้การกำหนดราคายังมีนัยที่บ่งบอกถึงตำแหน่งที่ต้องการจะให้สินค้าไปยืนอยู่ด้วยซึ่งการตั้ง ราคาอาจจะตั้งให้ใกล้เคียงกับสินค้าประเภทเดียวกันบนท้องตลาดหรือน้อยกว่าถ้าต้องการแย่งชิงฐานลูกค้าและมากกว่าถ้าต้องการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้อยู่เหนือกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการดำเนินธุรกิจมากที่สุดคือสถานที่ซื้อที่มีความเพียงพอต่อความต้องการ ซึ่งสาเหตุน่าจะมาจากกลยุทธ์การจัดจำหน่าย (Place Strategy) เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ สำคัญของการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพราะถ้าสามารถหาช่องทางการกระจายสินค้าไปสู่มือผู้บริโภคได้มากเท่าไร ผลกำไรก็จะเพิ่มสูงขึ้นมากเท่านั้น โดยช่องทางการจัดจำหน่ายที่นิยมใช้กันในปัจจุบัน คือการขายไปสู่มือของผู้บริโภคโดยตรง เพราะการขายตรงไปสู่มือผู้ใช้สินค้าจะได้กำไรที่มากกว่าการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง แต่จะคำนึงถึงเพียงกำไรอย่างเดียวไม่ได้ เพราะกลยุทธ์นี้จะต้อง พิจารณาถึงความครอบคลุมพื้นที่ด้วย ทั้งนี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ นุชนาฏ (2553) ได้ กล่าวถึง กลยุทธ์กระจายสินค้าและการครอบคลุมตลาด (Distribution of Product/ Coverage Strategies) การตัดสินใจมีความแตกต่างกัน ขึ้นกับประเภทของสินค้าว่าเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคหรือสินค้าองค์กรหรือสินค้าบริการ สินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าอุตสาหกรรม สินค้าองค์กรต้องพิจารณาว่าจะวางจำหน่ายที่จุดใดจึงจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ด้วยรูปแบบของร้านค้าหรือจุดจำหน่ายสินค้าอย่างไร ธุรกิจค้าปลีกและบริการมักจะตัดสินใจว่า วัตถุประสงค์การตลาดที่ตั้งไว้นั้นจะบรรลุโดยใช้ช่องทางการขายที่มีอยู่หรือไม่จำเป็นต้องเพิ่มร้านค้าใหม่ ๆ หรือช่องทางใหม่ ๆ หรือไม่ตัวอย่าง เช่น ไม่ขยายช่องทางใหม่ ๆ อีกจนกว่าจะเจาะกลุ่มตลาดเดิมได้ครบถ้วนแล้วขยายการกระจายสินค้าให้มากขึ้น โดยเน้นที่เขตตะวันออกเฉียงเหนือ 4. ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดในการดำเนินธุรกิจมากที่สุด คือ พนักงานขายมีความสุภาพ ซึ่งสาเหตุน่าจะมาจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชนเป็นเจ้าของ ดำเนินการโดยเจ้าของเองไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใดไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลหรือธุรกิจอื่นมีต้นทุนในการดำเนินงานต่ำและมีพนักงานจำนวนไม่มาก กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่คือคนในพื้นที่และใกล้เคียง ดังนั้นกลยุทธ์ที่ใช้เน้นด้านบุคลากรที่ให้บริการต้องสุภาพ โดยพนักงานขายต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้ามีความคิดริเริ่มและสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กรมีความสามารถในการแก้ปัญหาทั้งนี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ไซติกา แสนทากย (2551) กล่าวถึงแนวทางการเลือกกลยุทธ์ส่วนประสม การตลาดของผู้ประกอบการที่ทำให้ลูกค้ามาซื้อและใช้บริการมีรายละเอียดดังนี้ การต้อนรับลูกค้า เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการ โดยการกล่าวทักทายจะทำให้ลูกค้าประทับใจ และดูเป็นกันเองมากขึ้นการใช้วาจาหรือภาษาที่สุภาพ ผู้ประกอบการควรฝึกให้พนักงานในร้านให้ใช้ภาษาที่สุภาพนุ่มนวล และ ควรจะใช้ภาษาราชการหรือภาษาบริการเท่านั้น ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมารยาทในการให้บริการพร้อมกับ ส่งมอบสินค้าด้วยความทะนุถนอม ไม่กระแทกกระแทนสุดท้าย คือ การให้เกียรติแก่ลูกค้า ไม่ควรจ้องจับผิดลูกค้าว่าจะขโมยสินค้าควรป้องกันของหายโดยวิธีอื่น เช่น ติดกระจกกล้องวงจรปิด

เอกสารอ้างอิง

- จิตพนธ์ ชุมเกต. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นชุมชนไทยมุสลิม. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นริศรา ลอยฟ้า; และคณะ. (2563). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น. ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ปวีณนันทน์ มนตะเสรี. (2559). การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายโรงสีข้าวชุมชนมะเกลือใหม่. ได้รับการอุดหนุนการวิจัย จากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- ศิริวรรณ หลิมวิศิษฐ์พงศ์. (2552). แนวทางการพัฒนาการให้บริการของท่าอากาศยานภูเก็ต กรณีศึกษาผู้โดยสารภายในประเทศ.
- อรุณทัย ปัญญา. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน สังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก). การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- อสุณิสสา ตรงจิตร์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace). การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

http://www.graduate.cmru.ac.th/core/km_file/463.pdf.

S0100: การจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี

TOTAL QUALITY MANAGEMENT REFLECTED TO THE SUCCESS OF AIKCHOL 2 HOSPITALS, CHONBURI PROVINCE

มงคล กรัตตะนุตตะ ¹ พิลิฐู โองเจริญ ² พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ ³

^{1, 2, 3} คณะรัฐศาสตร์ สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน ระดับตำแหน่งงาน การให้ความสำคัญกับลูกค้า การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และสมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม จำนวน 227 คน ทำการสุ่มแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ทดสอบดัชนีความสอดคล้องได้ค่าเท่ากับ 0.99 และวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงทั้งฉบับ เท่ากับ 0.935 สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว กรณีที่พบความแตกต่างใช้วิธีการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ้ และการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ด้วยวิธี All Enter ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่า การจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี โดยรวมและความสำเร็จอยู่ในระดับมาก การทดสอบสมมติฐาน ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณการจัดการคุณภาพ พบว่า ปัจจัยด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า ด้านสมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม สามารถอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพโดยรวมและความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี ได้ประมาณ ร้อยละ 34.40 ($\text{Adj. } R^2 = 0.344$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: การจัดการคุณภาพโดยรวม, การประเมินองค์กรแบบสมดุล

Abstract

This study's purpose 1) For the overall quality management that affects the success of Aikchol Hospital 2, Chonburi Province 2) To study the overall quality management factors affecting the success of Aikchol 2 Hospital, Chonburi Province, classified by personal factors with gender, age, highest level of education , work experience in the current position job , level of job position and focus on customers for continuous development, All member participated in a total of 227 people by convenience sampling. The research instrument was a questionnaire that test consistency index result of 0.99 and the analysis of the

coefficient of validity was 0.935, the statistics used in the research were frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation: S.D., t-test, F test, One-way ANOVA (When the differences were found will using the double comparison method by Scheffe test) and Multiple Linear Regression Analysis by All Enter method with statistical software

The research results were found that Total Quality Management affecting overall the success of Aikchon 2 Hospital, Chonburi Province in the high level. Hypothesis testing analysis result found that personal factors resulted in a statically significant difference at .05 and the result of the multiple regression analysis of quality management found that the factors of continuous improvement, customer-oriented and all members involved in the regression analysis were significantly different. Employees involvement was able to explain the variability of factors affecting overall quality management and success of Aikchol 2 Hospital, Chonburi Province. Approximately 34.40% (Adj. $R^2 = 0.344$) with statistically significant at the .01 level.

Keywords: Totally Quality Management, Balanced scorecard

บทนำ

ปัจจุบันสถานพยาบาลในประเทศไทยมีจำนวน 38,512 แห่ง โดยแบ่งเป็นสถานพยาบาลของรัฐประมาณร้อยละ 34.70 (อาทิ สถานีอนามัย สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ โรงพยาบาลชุมชน และโรงพยาบาลทั่วไป) และสถานพยาบาลเอกชน ร้อยละ 65.30 (ได้แก่ โรงพยาบาลเอกชน และคลินิกเอกชน) นอกจากนั้นหากแบ่งตามมิติของขนาดและความสามารถในการให้บริการทางการแพทย์ พบว่าเป็นสถานพยาบาลระดับปฐมภูมิ (รวมสถานีอนามัย และโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพระดับตำบล และคลินิกเอกชน) สูงถึงร้อยละ 98.30 ของสถานพยาบาลทั้งหมดที่เหลือเป็นโรงพยาบาลระดับตติยภูมิและตติยภูมิคิดเป็นจำนวน 641 แห่ง ซึ่งในจำนวนนี้ 294 แห่ง เป็นโรงพยาบาลในสังกัดรัฐ ส่วน 347 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 54.10 เป็นโรงพยาบาลเอกชน (พูลสุข นิลกิจศรานนท์. 2562)

จากการศึกษาสามารถกล่าวได้ว่าธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน นับว่าเป็นธุรกิจมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง จากความพร้อมในการรองรับผู้ป่วย และการให้บริการในสาขาที่มีความเชี่ยวชาญสูง ขณะที่ผู้ใช้บริการมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มรายได้ปานกลาง และสูง รวมถึงเป็นกลุ่มผู้ป่วยที่ต้องการการดูแลเป็นพิเศษ โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่ต้องรักษาโรคเรื้อรัง ซับซ้อน พึ่งพาเทคโนโลยีเฉพาะทาง นอกจากนี้ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยยังมีคุณภาพการให้บริการที่ได้มาตรฐาน และมีราคาค่าบริการต่ำกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่งในต่างประเทศ นับเป็นปัจจัยดึงดูดลูกค้าต่างชาติซึ่งเป็นฐานรายได้หลักของโรงพยาบาลบางแห่ง แต่อย่างไรก็ตามปัญหาที่เกิดขึ้นกับโรงพยาบาลเอกชน ได้แก่ ปัญหาด้านบุคลากรกล่าวคือปัญหาการขาดแคลนแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ เนื่องจากองค์การอนามัยโลก (WHO) กำหนดจำนวนแพทย์ และพยาบาลต่อประชากรไว้ที่ 2.8 : 1,000 ขณะที่ประเทศไทยมีอัตราส่วนอยู่ที่ 0.4 : 1,000 ซึ่งต่ำกว่าประเทศคู่แข่งสำคัญ เช่น สิงคโปร์ 1.92 : 1,000 และมาเลเซีย 1.2 : 1,000 การเพิ่มขึ้นของโรงพยาบาลเอกชนจะทำให้เกิดการแย่งตัวแพทย์ และบุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งจะผลักดันให้ต้นทุนของธุรกิจเพิ่มสูงขึ้น โดยปัญหาดังกล่าวได้ส่งผลไปยังโรงพยาบาลเอกชนโดยทั่วไป รวมถึงโรงพยาบาลเอกชน 2 แห่งในจังหวัดชลบุรี ซึ่งบริหารงานภายใต้ บริษัท โรงพยาบาลเอกชน จำกัด (มหาชน) เช่นกัน การประเมินผลองค์กรแบบสมดุล

(Balanced Scorecard) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการกลยุทธ์ขององค์กร ทำให้ทิศทางการดำเนินงานภายในองค์กรเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ดังนั้น Balanced Scorecard จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการประเมินผลการปฏิบัติงานภายในองค์กรเนื่องจาก Balanced Scorecard เป็นตัววัดที่สามารถวัดผลการปฏิบัติงานได้ครบทุกมุมมอง ทั้งมุมมองที่เป็นตัวเงิน และมุมมองที่ไม่เป็นตัวเงิน เช่น มุมมองด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน รวมไปถึงด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร และจากคุณสมบัติข้างต้นจึงทำให้มีการนำ Balanced Scorecard ไปใช้กันอย่างแพร่หลาย

การรับรองคุณภาพโรงพยาบาล (Hospital Accreditation: HA) คือ TQM ของโรงพยาบาลการพัฒนาคุณภาพโรงพยาบาลตามกระบวนการ HA เป็นการพัฒนาคุณภาพตามปรัชญา TQM ปรัชญา TQM เป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาคุณภาพบริการ ซึ่งยึดผู้ป่วยเป็นศูนย์กลางและมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเป็นเป้าหมายสูงสุดขององค์กร ให้ความสำคัญในความมุ่งมั่น และในการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับ ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการจัดการหรือพัฒนาคุณภาพ (จุฑาสินี สัมมานันท์. 2560) ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนานำมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงพยาบาล เนื่องจากการพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาลเป็นการพัฒนากระบวนการทำงานเพื่อผู้ป่วยมากกว่าเป็นการทำงานเพื่อได้รับการตรวจสอบเพื่อรับรองโดยโรงพยาบาล ที่มีการพัฒนาคุณภาพทั้งองค์การอย่างเป็นระบบ HA เป็นกลไกในการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนากระบวนการภายในโรงพยาบาล โดยมีการพัฒนาอย่างเป็นระบบ และพัฒนาทั้งองค์กรมีการประเมินตนเองและพัฒนาต่อเนื่อง จนกระทั่งได้รับการประเมินและการรับรองโดยองค์กรจากภายนอกว่าเป็นโรงพยาบาลที่มีระบบงานที่ได้มาตรฐาน และมีระบบการตรวจสอบตนเอง เป้าหมายการรับรองคุณภาพโรงพยาบาล คือ การเน้นผู้ป่วยเป็นศูนย์กลาง คุณภาพบริการที่ผู้ป่วยได้รับ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ป่วยได้และการเน้นกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ปฏิบัติงานและการประเมินตนเองเป็นระยะ ๆ การพัฒนาคุณภาพบริการให้ได้มาตรฐานและมีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งหน่วยบริการทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต้องตระหนักและให้ความสำคัญ โรงพยาบาลทุกแห่งต้องมีการพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อให้มีคุณภาพและมาตรฐานตามเกณฑ์ที่กำหนด และบรรลุต่อเป้าหมายดำเนินการให้ประชาชนมีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี (นิรันดร์ วิเศษฐสมิต. 2557) ประกอบกับมีการแข่งขันกันในการให้บริการทางสุขภาพของสถานบริการต่างๆ เพื่อคุณภาพตามความต้องการของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลต้องมีการจัดการที่มีคุณภาพ ดังนั้นโรงพยาบาลทุกแห่งทุกระดับต่างตื่นตัวและให้ความสนใจที่มุ่งมั่นพัฒนาระบบการบริการคุณภาพอย่างต่อเนื่อง (ธนพร มาสมบุญ. 2551) แผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 ในยุทธศาสตร์ที่กล่าวถึงการสร้างเสริมสุขภาพให้มีมาตรฐานในทุกระดับเพื่อตอบสนองต่อปัญหาสุขภาพในทุกกลุ่มเป้าหมาย เห็นได้ว่าประเทศไทยมีนโยบายให้ประชาชนได้รับการบริการด้านสุขภาพที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน สถานบริการด้านสุขภาพ โดยเฉพาะโรงพยาบาล จึงต้องมีการปรับปรุงการทำงานในโรงพยาบาล เพื่อการพัฒนาคุณภาพบริการประชาชนอย่างมีคุณภาพ

ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญกับการพัฒนาแบบแผนการจัดคุณภาพการบริการพยาบาลในโรงพยาบาล เพื่อให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ของการพัฒนาระบบคุณภาพในปัจจุบัน ก้าวทันกับความก้าวหน้าขององค์ความรู้และเทคโนโลยีที่ปรับเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมุ่งเน้นการบริการที่ดีเลิศ จึงได้จัดทำวิจัย การจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน 2 เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาโรงพยาบาลเครือข่ายต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานในการวิจัย

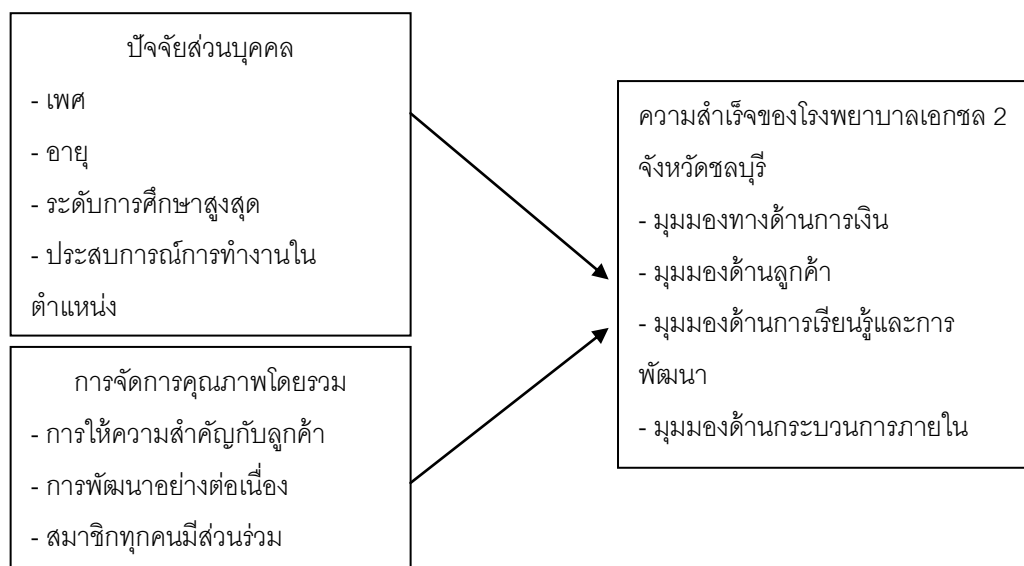
1. ความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรีแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. การจัดการคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management) ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางในการจัดการระบบคุณภาพที่สอดคล้องกับความต้องการของโรงพยาบาลเอกชล 2
2. เป็นแนวทางให้กับฝ่ายบริหารเพื่อใช้ในการกำหนดนโยบายและมาตรฐานในการพัฒนาโรงพยาบาลเอกชล 2

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “การจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี”
ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย**ขอบเขตการศึกษา**

1. ขอบเขตที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ โรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี

2. ขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือน พฤษภาคม 2563 - ตุลาคม พ.ศ. 2563

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย ตัวแปรต้น ปัจจัยส่วนบุคคล คือ 1. เพศ 2. อายุ 3. ระดับการศึกษาสูงสุด 4. ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน 5. ระดับตำแหน่งงาน การจัดการคุณภาพโดยรวม คือ 1. การให้ความสำคัญกับลูกค้า 2. การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง 3. สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม ส่วนตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน 2 จังหวัดชลบุรี คือ 1. มุมมองทางด้านการเงิน 2. มุมมองด้านลูกค้า 3. มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา 4. มุมมองด้านกระบวนการภายใน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Study) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 227 ชุด โดยเครื่องมือในการวิจัยมีการทดสอบดัชนีความสอดคล้อง ด้วยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน และมีการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.935

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้สำหรับในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารและพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ภายในโรงพยาบาลเอกชน 2 จำนวน 524 คน (ข้อมูลบุคลากร จากแผนกทรัพยากรบุคคลโรงพยาบาลเอกชน 2 จังหวัดชลบุรี ณ เดือน สิงหาคม 2563) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการเลือกใช้สูตร ทาโร ยามาเน่ จากการคำนวณประชากร 524 คน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 226.8 คน เพื่อความสมบูรณ์ของการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจึงเลือกขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ครั้งนี้ที่จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 227 คน โดยมีระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ 95 เปอร์เซนต์

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิง ด้วยการวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) t-test F test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) กรณีที่พบความแตกต่างใช้วิธีการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe test) และการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) ด้วยวิธี All Enter ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสถิติ

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล โดยสามารถจำแนกตามตัวแปรได้ ดังนี้

เพศของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 87.22 และเป็นชาย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 12.78

อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 31-40 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 37.89 รองลงมา 21-30 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 33.03 รองลงมา 41-50 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 21.59 และสุดท้าย 51-60 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 7.49 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นปริญญาตรี จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 56.83 รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 22.02 รองลงมาคือ อนุปริญญา/ปวส จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 6.17 และสุดท้าย ปริญญาโท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.98

ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น 1-5 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 43.17 รองลงมาคือ 11-15 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 27.31 รองลงมาคือ 6-10 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 23.79 และสุดท้ายคือ น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.73 ตามลำดับ

ระดับตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น ผู้ช่วย/พนักงานผู้ช่วย จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 59.01 รองลงมาคือ วิชาชีพ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 23.79 และสุดท้ายคือหัวหน้าแผนกขึ้นไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 17.20

ผลการศึกษากิจการการจัดการคุณภาพโดยรวม ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน 2 ด้วยหลัก Total Quality Management (TQM) โดยรวม พบรายละเอียด (ตาราง 1) ดังนี้

ตาราง 1 ทักษะคติในการทำงานภายใต้การจัดการคุณภาพโดยรวม

(n = 227)

การจัดการคุณภาพโดยรวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
การให้ความสำคัญกับลูกค้า (Customer Oriented)	3.73	0.67	มาก	2
การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement)	3.77	0.60	มาก	1
สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม (Employees Involvement)	3.55	0.66	มาก	3
รวม	3.68	0.64	มาก	

ผลการศึกษาพบว่า ทักษะคติในการทำงานภายใต้การจัดการคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมากโดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รองลงมา คือ ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม (ตาราง 1)

ผลการศึกษากิจการการจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน 2 ด้วยหลัก Balanced scorecard (BSC) โดยรวม พบรายละเอียด (ตาราง 2) ดังนี้

ตาราง 2 การจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน 2 ด้วยหลัก Balanced scorecard (BSC)

(n = 227)

ตัวชี้วัด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
ด้านการเงิน (Financial Perspective)	3.57	0.51	มาก	4
ด้านลูกค้า (Customer Perspective)	4.05	0.55	มาก	1
ด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning & Growth Perspective)	3.89	0.48	มาก	3
ด้านกระบวนการดำเนินงานภายใน (Internal Business Process Perspective)	4.01	0.47	มาก	2
รวม	3.88	0.50	มาก	

ผลการศึกษาการจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 ด้วยหลัก Balanced scorecard (BSC) โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านลูกค้า รองลงมาคือ ด้านกระบวนการดำเนินงานภายใน รองลงมาคือ ด้านการเรียนรู้และการเติบโต และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการเงิน (ตาราง 2)

การทดสอบการจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 ด้วยหลัก Balanced scorecard (BSC) จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน และ ตำแหน่งงาน (ตาราง 3) ดังนี้

ตาราง 3 ผลการทดสอบการจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 ด้วยหลัก Balanced scorecard (BSC) จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน และตำแหน่งงาน

(n = 227)

ความสำเร็จของ โรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี	t-test		F test		
	เพศ	อายุ	ระดับ การศึกษา	ประสบการณ์การทำงาน ในตำแหน่งปัจจุบัน	ตำแหน่ง งาน
1. ด้านการเงิน	-0.54	1.745	1.159	3.242*	3.354*
2. ด้านลูกค้า	-1.52	0.180	1.614	0.729	3.972*
3. ด้านการเรียนรู้และการเติบโต	-1.72	0.252	0.989	4.461**	0.145
4. ด้านกระบวนการดำเนินงาน ภายใน	-0.99	0.479	0.791	3.740*	0.113

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

**มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

จากตาราง 3 การทดสอบการจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 ด้วยหลัก Balanced scorecard (BSC) จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน และ ตำแหน่งงาน พบว่าเพศ อายุ ระดับการศึกษา ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 ด้าน ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน มีความแตกต่างกันในด้านการเงินอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ด้านกระบวนการดำเนินงานภายในอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และด้านการเรียนรู้และการเติบโตอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ด้านตำแหน่งงาน มีความแตกต่างกันในด้านการเงินอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และด้านลูกค้าอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (ตาราง 3)

ผลการศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพโดยรวมและความสำเร็จของโรงพยาบาล เอกชล 2 จังหวัดชลบุรี โดยรวม Y พบรายละเอียด (ตาราง 4) ดังนี้

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพโดยรวมและความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี โดยรวม Y

(n = 227)

Model	Standardize	Unstandardized		t	p-value
	Coefficients	Coefficients			
	Beta	Std. Error	B		
(Constant)		0.143	2.436	17.003**	0.000
1. การให้ความสำคัญกับลูกค้า (X ₁)	-0.026	0.049	-0.016	-0.327	0.744
2. การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (X ₂)	0.241	0.068	0.162	2.391*	0.018
3. สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม (X ₃)	0.407	0.052	0.251	4.850**	0.000
R = .594 ^a , R ² = .352, Adj. R ² = .344, F = 40.427, p-value = .000					

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 4 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพโดยรวมและความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี โดยรวม คือ การให้ความสำคัญกับลูกค้า (X₁) การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (X₂) และสมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม (X₃) ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพโดยรวมและความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (F = 40.427 และค่า p = .000)

โดยตัวแปรพยากรณ์การศึกษา สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม (X₃) ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพโดยรวมและความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

โดยตัวแปรพยากรณ์การศึกษา การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (X₂) ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพโดยรวมและความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อนำมาสร้างสมการถดถอยเชิงเส้นในรูปแบบการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ จะสามารถอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพโดยรวมและความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี ได้ประมาณร้อยละ 34.40 (Adj. R² = 0.344) ที่เหลือร้อยละ 65.60 เป็นผลจากตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรพยากรณ์สามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ ดังนี้

$$\hat{Y} = 2.436 + 0.162 \text{การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (X}_2\text{)} + 0.251 \text{สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม (X}_3\text{)}$$

$$\hat{Z} = 2.436 + 0.241 \text{การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (X}_2\text{)} + 0.407 \text{สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม (X}_3\text{)}$$

สรุปผลการศึกษา

การวิจัยวิจัยเรื่อง การจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน 2 จังหวัดชลบุรี ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน 1-5 ปี มีระดับตำแหน่งงานผู้ช่วย/พนักงานผู้ช่วย

ระดับปัจจัยการจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน 2 จังหวัดชลบุรี ผลการวิเคราะห์ทัศนคติในการทำงานภายใต้การจัดการคุณภาพโดยรวมของพนักงานในองค์กร โดยรวมระดับความสำเร็จอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านลูกค้า รองลงมาคือ ด้านกระบวนการดำเนินงานภายใน รองลงมาคือด้านการเรียนรู้และการเติบโต และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือด้านการเงินตามลำดับ

1. เพศที่แตกต่างกันไม่ส่งผลการจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน 2 จังหวัดชลบุรี
2. อายุที่แตกต่างกันไม่ส่งผลการจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน 2 จังหวัดชลบุรี
3. ระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันไม่ส่งผลการจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน 2 จังหวัดชลบุรี
4. ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบันที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน 2 จังหวัดชลบุรี ในด้านการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ด้านกระบวนการดำเนินงานภายในอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 และด้านการเรียนรู้และการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01
5. ระดับตำแหน่งงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน 2 จังหวัดชลบุรี ในด้านการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 และด้านลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

การทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี All Enter พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างตัวแปรความสำเร็จของ โรงพยาบาลเอกชน 2 จังหวัดชลบุรี การให้ความสำคัญกับลูกค้า (X_1) การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (X_2) และ สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม (X_3) ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพโดยรวมและความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน 2 จังหวัดชลบุรี โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 40.427$ และค่า $p = 0.000$)

โดยตัวแปรพยากรณ์การศึกษา สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม (X_3) ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพโดยรวมและความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน 2 จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

โดยตัวแปรพยากรณ์การศึกษา การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (X_2) ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพโดยรวมและความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน 2 จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อนำมาสร้างสมการถดถอยเชิงเส้นในรูปแบบการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ จะสามารถอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพโดยรวมและความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน 2 จังหวัดชลบุรี ได้ประมาณร้อยละ 34.40 ($Adj. R^2 = 0.344$) ที่เหลือร้อยละ 65.60 เป็นผลจากตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา ค่า

สัมประสิทธิ์ของตัวแปรพยากรณ์สามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 2.436 + 0.162 \text{การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (X}_2\text{)} + 0.251 \text{สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม (X}_3\text{)}$$

$$\hat{Z} = 2.436 + 0.241 \text{การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (X}_2\text{)} + 0.407 \text{สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม (X}_3\text{)}$$

อภิปรายผล

การศึกษา การจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน ระดับตำแหน่งงาน มีผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 ในระดับมาก ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ แววดาว อินทบุตร (2558) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลการพัฒนาบุคลากรผลการดำเนินงานโดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ประสบการณ์ทำงานส่งผลต่อผลผลิตของงานของพยาบาลประจำการโรงพยาบาลชุมชน เนื่องจากประสบการณ์ทำงาน มีผลต่อผลผลิตของงานเพราะโรงพยาบาลชุมชนเป็นโรงพยาบาลขนาดเล็กที่ผู้เข้ารับบริการจะมีใกล้ชิดสนิทสนมกัน ประสบการณ์ทำงานจึงมีสำคัญมากที่สุด ส่วนการจัดการคุณภาพโดยรวมนั้น ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านลูกค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.05 อยู่ในระดับความสำเร็จระดับมาก ทั้งนี้เนื่องด้วยลูกค้าเป็นกลุ่มผู้เข้ารับบริการหลักจากโรงพยาบาล เพื่อให้บริษัทมีกำไร และเติบโตอย่างต่อเนื่อง พนักงานทุกคนต้องร่วมมือร่วมใจกันทำงานให้มีคุณภาพมากที่สุดโดยยึดถือหลักการที่สำคัญที่ว่าลูกค้าต้องมาก่อน โดยทุกคนต้องตั้งใจทำงานให้มีคุณภาพ ตรงตามความต้องการของลูกค้า ไม่ทำให้ลูกค้าเกิดปัญหาหยุดเข้ารับบริการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้ลูกค้าพอใจในการบริการ และเมื่อลูกค้าพอใจแล้วลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการซ้ำ และบอกต่อให้กับผู้อื่น รองลงมาคือ ด้านกระบวนการดำเนินงานภายใน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 อยู่ในระดับความสำเร็จระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการเรียนรู้และการเติบโต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 อยู่ในระดับความสำเร็จระดับมาก และด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 อยู่ในระดับความสำเร็จระดับมาก ตามลำดับ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ มยุรัตน์ สุทธิวิเศษศักดิ์ และคณะ (2558: 217) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณการจัดการคุณภาพ (Total Quality Management) การทำนายผลความสำเร็จของ โรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Enter Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า ด้านสมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม สามารถอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพโดยรวมและความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี ได้ประมาณร้อยละ 34.40 (Adj. R² = 0.344) ที่เหลือร้อยละ 65.60 ซึ่งสามารถอธิบายระดับความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 จังหวัดชลบุรี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงการจัดการคุณภาพโดยรวม

การศึกษา การจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชล 2 พบว่า

1. ด้านสมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม เรื่อง การเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการวางแผนองค์กร

1.1 จัดประชุมพูดคุยร่วมกันในทุก ๆ เช้าก่อนเริ่มปฏิบัติงานเพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา และลดความผิดพลาดในการทำงาน

2. ด้านการเงิน เรื่อง การปฏิบัติงานที่เกิดความผิดพลาดจนส่งผลเสียต่อทุนขององค์กร

2.1 จัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงานในเรื่องต้นทุนขององค์กร เพื่อการสร้างความเป็นเจ้าของและความรักในองค์กร

2.2 จัดกิจกรรมภายในองค์กรให้พนักงานมีจิตสำนึกในการควบคุมต้นทุนภายในองค์กร

2.3 ออกมาตรการในการตัดเตือนเพื่อให้พนักงานเกิดความระมัดระวังในความผิดพลาดจากการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ทางโรงพยาบาลควรเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการวางแผนเพื่อความสำเร็จขององค์กร ที่มีเป้าหมายและความร่วมมือไปในทิศทางเดียวกัน

2. จัดประชุมพูดคุยร่วมกันในทุก ๆ เช้าก่อนเริ่มปฏิบัติงานเพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา และลดความผิดพลาดในการทำงาน

3. จัดกิจกรรมละลายพฤติกรรมภายในองค์กรให้พนักงานมีจิตสำนึกในทุกด้านของการทำงานเพื่อคุณภาพในการปฏิบัติงานภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว

4. จัดทำตัวชี้วัด (Objective key result: OKR) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

5. ควรลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน เพื่อความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อแนวทางการปรับปรุงและเพื่อพัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลในการจัดการคุณภาพโดยรวมส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน 2 ดังนี้

1. ควรทำการศึกษาวิจัยการจัดการคุณภาพโดยรวมส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน 2 ในเชิงคุณภาพ

3. ควรทำการศึกษาวิจัยการจัดการคุณภาพโดยรวมส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน 2 โดยใช้สถิติเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เช่น Chi- Square หรือ Correlation

3. ควรศึกษาปัจจัยการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานต่อการจัดการคุณภาพโดยรวมส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน 2 แบบผสมผสาน (Mixed Methods Research)

เอกสารอ้างอิง

จุฑาสินี สัมมานันท์. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล: กรณีศึกษาโรงพยาบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดนนทบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธนพร มาสมบุญ. (2551). **ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล: กรณีศึกษาโรงพยาบาลรามารัตน์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณสุข. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- นิรันดร์ วิชเศรษฐสมบัติ. (2557). ความไม่สงบและสถานการณ์สาธารณสุขปัตตานี ปัญหาเรื้อรังที่ยังไร้ทางออก. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2563, จาก <http://www.hfocus.org/content/>.
- พลสุข นิลกิจศรานนท์. (2562). ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน: แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2562-2564. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา.
- มยุรัตน์ สุทธิวิเศษศักดิ์; และคณะ. (2558). ระดับความก้าวหน้าและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการพัฒนาคุณภาพโรงพยาบาลสวรรค์ประชารักษ์. วารสารวิชาการสาธารณสุข. 217.
- แหวดดาว อินทบุตร. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล การพัฒนาบุคลากร การทำงานเป็นทีม กับผลผลิตของงานของพยาบาลประจำการโรงพยาบาลชุมชน. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป. ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

S0101: การบริหารการจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วน ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอมือง จังหวัดยะลา

MANAGEMENT OF COVID 19 SITUATION OF NA THAM SUBDISTRICT ADMINISTRATIVE ORGANIZATION, MUANG DISTRICT, YALA PROVINCE

ฐรีตา ภูจิ¹ ชานูรี ไต้ะวอ² มูณี นิลพัฒน์³ วชิระ ชาวสังข์⁴

^{1, 2, 3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถ.เทศบาล 3 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถ.เทศบาล 3 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วน ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอมือง จังหวัดยะลา กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ประชาชนในองค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ ซึ่งได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม จำนวน 100 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบประเมินความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ อำเภอมือง จังหวัดยะลา รวมทุกด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับ “มาก” เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นที่มีอันดับสูงสุด คือ “ด้านการประสานงาน ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ในสถานการณ์โควิด” รองลงมาคือ “ด้านการวางแผนในสถานการณ์โควิด 2019” และอันดับต่ำสุด คือ “ด้านการอำนวยความสะดวกในสถานการณ์โควิด”

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the management of the COVID 19 situation of Na Tham Subdistrict Administrative Organization, Muang District, Yala Province. People in Na Tham Subdistrict Administrative Organization The data were collected by questionnaires of 100 people. The statistics used in the research were frequency, percentage, mean, standard deviation.

The results of the research showed that respondents assessed the public satisfaction towards the management of the COVID 19 situation of the Na Tham Subdistrict Administrative Organization, Muang District, Yala Province included in all aspects, overall in the “high” level when considered. On a case-by-case basis, it was found that the average level of satisfaction with the highest rank was “coordination and activities in the COVID situation” followed by “COVID-2019 planning” and the lowest ranking. Is “the administrative aspect of the COVID situation”

บทนำ

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ด้วยสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด 19 ได้แพร่อย่างรวดเร็วและกว้างขวางไปหลายประเทศทั่วโลก ทำให้มีผู้ติดเชื้อและเสียชีวิตเป็นจำนวนมาก จึงเป็นสาเหตุของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 (COVID-19) ส่งผลกระทบต่อประชาชนในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกอย่างไม่เคยมีมาก่อน ทั้งปัญหาด้านการควบคุมโรคและการจัดการทรัพยากร ในระบบบริหารจัดการสุขภาพเพื่อรองรับผู้ป่วยและลดอัตราการเสียชีวิตจากโควิด-19 รวมทั้งปัญหาที่เกิดจากผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากนโยบายการควบคุมโรคที่ทำให้เกิดการชะลอตัวของกิจกรรมด้านเศรษฐกิจ

ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา เนื่องจากเป็นสถานที่ให้บริการแก่ประชาชนและใกล้ชิดกับคนในชุมชน โดยองค์การมีนโยบายและแนวทางในการควบคุมและป้องกัน การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยเห็นถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสุขภาพของประชาชนในพื้นที่ตำบลหน้าถ้ำ จึงได้มีการบูรณาการร่วมกับผู้นำชุมชน หน่วยงานด้านสาธารณสุข ผู้นำด้านสุขภาพชุมชน โรงเรียน และหน่วยงานราชการในพื้นที่ ได้มีการจัดโครงการพลังคนไทยร่วม เพื่อให้ประชาชนได้ผลิตหน้ากากอนามัยเพื่อป้องกันตนเองและสามารถลดรายจ่าย ของประชาชนได้อีกทางหนึ่งด้วย ทำให้สร้างความรักความสามัคคีให้เกิดในชุมชน ทั้งนี้องค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ซึ่งเป็นพื้นที่หนึ่งที่ประสบปัญหาและอุปสรรคในการบริหารงานในสถานการณ์ โควิด 19 เหมือนกับพื้นที่อื่นเป็นปัญหาที่สำคัญ เนื่องจากคนเป็นทรัพยากรในการบริหารที่สำคัญที่สุด เพราะคนหรือบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ เป็นผู้กำหนดและดำเนินการตามนโยบาย รวมทั้งเป็นผู้ใช้ทรัพยากรในการบริหาร คนจึงเป็นพลังในการผลักดันให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ การบริหารบุคคลจึงเป็นส่วนสำคัญในการนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายได้

วัตถุประสงค์

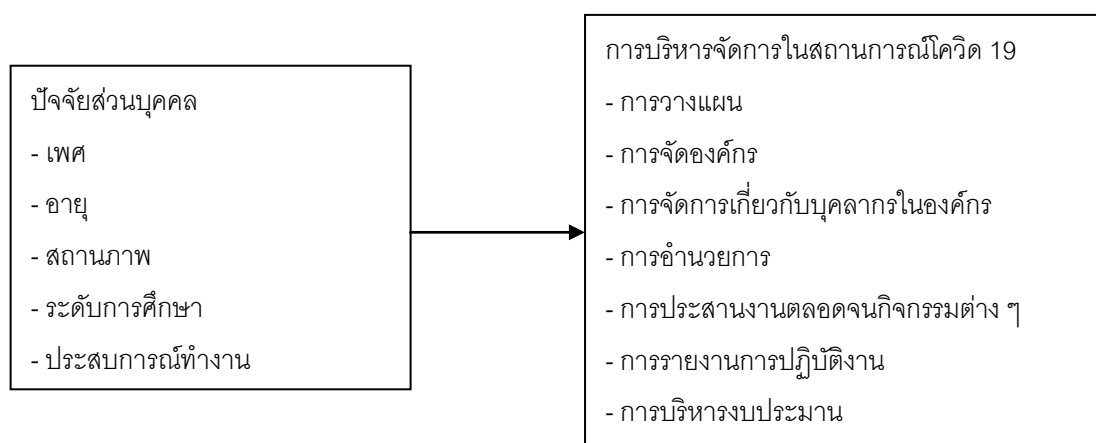
เพื่อศึกษาการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อปรับปรุงการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพขององค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “การบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา” ผู้วิจัย กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยนี้เป็นการศึกษา การบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือใช้เครื่องมือแบบสอบถาม

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนในองค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา จำนวน 100 คน แบ่งเป็นชาย จำนวน 31 คน และหญิง จำนวน 69 คน

วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ใช้ขั้นตอนวิจัยเชิงปริมาณ รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดและคำถามเลือกตอบ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเรื่องการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

1. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน โดยการนำแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์แล้ว ไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองขององค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา
2. เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ตอบเสร็จแล้วมาตรวจสอบความเรียบร้อยสมบูรณ์แล้ว นำไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจผ่านการวิเคราะห์ทางสถิติ ด้วยโปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์

1. ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยการค่า ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการองค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา วิเคราะห์โดย การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
3. ข้อมูลปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะต่อบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิด วิเคราะห์โดยการเขียนความ เรียงประกอบตาราง

ผลการวิจัย

ตาราง 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19

รายการประเมิน	n = 100		ระดับความพึงพอใจ
	$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านการวางแผนในสถานการณ์โควิด 2019	4.00	0.73	มาก
2. ด้านการจัดองค์กรในสถานการณ์โควิด 2019	3.91	0.66	มาก
3. ด้านการจัดการเกี่ยวกับบุคลากรในองค์กร ในสถานการณ์โควิด	3.96	0.58	มาก
4. ด้านการอำนวยความสะดวกในสถานการณ์โควิด	3.90	0.64	มาก
5. ด้านการประสานงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ในสถานการณ์โควิด	4.00	0.53	มาก
6. ด้านการรายงานการปฏิบัติงานในสถานการณ์โควิด	3.96	0.58	มาก
7. ด้านการบริหารงบประมาณในสถานการณ์โควิด	3.93	0.60	มาก
รวม	3.97	0.49	มาก

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ของผู้ตอบประเมินความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 71 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 74 มีสถานะโสด จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 72 มีระดับ

การศึกษา ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 58 มีประสบการณ์ทำงาน ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45

ผลการวิเคราะห์ของผู้ตอบประเมินความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา รวมทุกด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับ “มาก” เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นที่มีอันดับสูงสุด คือ “ด้านการประสานงาน ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ในสถานการณ์โควิด” รองลงมา คือ “ด้านการวางแผนในสถานการณ์โควิด 2019” และอันดับต่ำสุด คือ “ด้านการอำนวยความสะดวกในสถานการณ์โควิด”

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ของผู้ตอบประเมินความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 71 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 74 มีสถานะโสด จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 72 มีระดับการศึกษา ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 58 มีประสบการณ์ทำงาน ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45

ซึ่งสอดคล้อง เฉลิมชัย เพาะบุญ (2563) กล่าวว่า การปกครองท้องถิ่นเป็นการปกครองตามหลักการกระจายอำนาจปกครองโดยรัฐบาลมอบอำนาจให้ประชาชนในท้องถิ่นไปดำเนินการปกครองตนเอง และจัดทำบริการสาธารณะบางอย่าง เพื่อสนองความต้องการ ของประชาชนในท้องถิ่นโดยมีอิสระภายในขอบเขตของกฎหมาย การมอบอำนาจให้ท้องถิ่นนี้ ทำให้เกิดสภาพการปกครองตนเองหรือการปกครองตนเองในท้องถิ่น เพื่อให้ประชาชนได้รู้จักการปกครองตนเอง เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล ปกครองส่วนท้องถิ่นระดับตำบลที่อยู่ใกล้ชิดกับ ประชาชน มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ของผู้ตอบประเมินความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา รวมทุกด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับ “มาก” เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นที่มีอันดับสูงสุด คือ “ด้านการประสานงาน ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ในสถานการณ์โควิด” รองลงมา คือ “ด้านการวางแผนในสถานการณ์โควิด 2019” และอันดับต่ำสุด คือ “ด้านการอำนวยความสะดวกในสถานการณ์โควิด”

ซึ่งสอดคล้อง กิตติพร เนาว์สุวรรณ (2563) ได้กล่าวไว้ว่า มีแนวโน้มในการแพร่ระบาดที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อองค์กรที่ต้องปรับเปลี่ยนแผนการทำงาน ตลอดจนความรู้สึกและวิถีชีวิตของผู้คนมากมาย รวมถึงกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นไปตามเป้าหมายและประสบความสำเร็จนั้น มีหลายสิ่งที่ต้องพัฒนาและป้องกันการแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา 2019 เข้าสู่หมู่บ้านหรือชุมชน หรือองค์กร คือ การป้องกันการแพร่ระบาดในพื้นที่ลดความเสี่ยงของ พนักงานหรือประชาชน ผู้สูงอายุ ในการแพร่หรือรับเชื้อ โควิด-19 จากภายนอกหรือภายในองค์กร ซึ่งส่งผลกระทบต่อหลายคนสิ่งสำคัญของการทำงานในสถานการณ์ (COVID)19 คือการวางแผนการทำงาน การเปลี่ยนแปลงในการทำงาน การมีทัศนคติเชิงบวก การเปิดใจยอมรับการเปลี่ยนแปลง การป้องกันการติดเชื้อ การพัฒนาทัศนคติในการทำงาน และการป้องกันการแพร่ระบาดจากภายนอกหรือภายในองค์กร

ข้อเสนอแนะ**ข้อเสนอแนะทั่วไป**

ควรสนับสนุนงบประมาณจัดซื้อหน้ากากอนามัย ตามแนวโน้มสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษากิจกรรมในชุมชนที่ส่งผลการโอกาสเสี่ยงในการติดเชื้อจากการให้บริการในชุมชน เนื่องจากทันตภิบาลเป็นกลุ่มที่ต้องปฏิบัติงานในชุมชน และใกล้ชิดกับประชาชน

เอกสารอ้างอิง

- กมลนัฏ ม่วงยิ้ม; เดชา วรรณพาลุ; และ วรยุทธ นาคอ้าย. (2563). กระบวนการมีส่วนร่วมในการป้องกันโรคโควิด 19 กรณีศึกษาผู้สูงอายุพหุพิสัยชุมชนหนองตะโก.
- กัญจิรา วิจิตรวัชรารักษ์; สุทธิพนธ์ สุทธิวจโน; และ อรุณ ปญญารุณ. (2563). สังคมเมืองในช่วงสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019.
- กิตติพร เนาว์สุวรรณ; เฉลิมชัย เพาะบุญ; นกชา สิงห์วีระธรรม; วัชรพล วิวรรณเถาว์พันธ์; และ สุทธิศักดิ์ สุวัธิษ. (2562). การรับรู้และพฤติกรรมในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของทันตภิบาล สังกัด.
- จิรกิติ ทองปรีชา. (2562). การบริหารจัดการการเรียนการสอน ภายใต้สถานการณ์ COVID-19 ระดับมัธยมศึกษา พื้นที่โรงเรียนวชิรธรรมสาธิต เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร. ฉบับที่ 1. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ดวงดาว ภูกา. (2560). การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในกลุ่มเครือข่ายการศึกษาผานางคอย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1.
- ธีรวิทย์ ทองนอก. (2563). การบริหารจัดการองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเชิงพุทธบูรณาการ ของเทศบาลเมืองหนองปรือ จังหวัดชลบุรี. ฉบับที่ 1. วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์. 16(1).
- นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์. (2563). การปรับตัวทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤต โควิด 19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) ในประเทศไทย. ฉบับที่ 1. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 8(1).
- นกชา สิงห์วีระธรรม; และ วัชรพล วิวรรณเถาว์พันธ์. (2563). การรับรู้และพฤติกรรมในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของทันตภิบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข. ฉบับที่ 2. วารสารสถาบันบำราศนราดูร. 14(2).
- พฤกษ์ พันธุ์นนท์. (2560). การมีส่วนร่วมของผู้นำท้องถิ่นในการบริหารงาน ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานีและองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี.
- พัชราภรณ์ ดวงชื่น. (2563). การบริหารจัดการศึกษาับความปกติใหม่หลังวิกฤตโควิด-19.
- มยุรี โยธาวุธ. (2561). การบริหารจัดการระบบประปาหมู่บ้านของจังหวัดนครนายก.
- วาสนา ลีระพันธ์. (2563). การรับรู้และพฤติกรรมในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของทันตภิบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข. กรุงเทพฯ: ภาควิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี.

- ศุภกานต์ วงศ์เนตร. (2562). การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของสภาเกษตรกรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์.
- สอยฤทัย เกลี้ยงนิล. (2563). รัฐ-ชุมชนกับการจัดการภัยพิบัติโรคไวรัสโควิด 19 พื้นที่ถนนข้าวสาร เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- สุมาลี จุทอง. (2563). โครงสร้างของแบบจำลอง สถานการณ์ระบบพลวัตของระบบการแก้ไขปัญหาการระบาดของโควิด-19. ฉบับที่ 12. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 8(1).
- อวาทีพย์ แว. (2563). COVID-19 กับการเรียนรู้สู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพในวันนี้. ฉบับที่ 1. วารสารสมาคมวิชาชีพสุขศึกษา. 35.

S0102: การปรับตัวของชาวเกษตรกรยุคโควิด ในวิถีชีวิตแบบ Newnormal(Covid-19)

ADAPTATION OF FARMERS THE COVID ERA TO A NEWNORMAL LIFESTYLE (COVID-19)

กนกนารถ ถาพะยอม¹ จิตรวดี จุลบุตร² วัชรระ ขาวสังข์³^{1,2,3} นักศึกษา คณะการจัดการ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถนน เทศบาล 3 สะเตง อำเภอเมือง จังหวัดยะลา 95000

อาจารย์ที่ปรึกษา คณะการจัดการ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถนน เทศบาล 3 สะเตง อำเภอเมือง จังหวัดยะลา 95000

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีต่อการช่วยเหลือเกษตรกรในช่วงโควิดที่ผ่านมา และได้ทำการศึกษาการปรับตัว วิถีใหม่ในแบบ Newnormal (Covid-19) ของชาวเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดยะลา โดยชาวเกษตรกรได้รับการช่วยเหลือเป็นอย่างดีและได้รับความรู้การปรับตัวในวิถีชีวิตใหม่แบบ Newnormal (Covid-19) โดยเมื่อชาวเกษตรกรได้รับคำแนะนำ ความรู้เท่าทันของการปรับตัวและระวังตัวของโควิด-19 แล้ว ชาวเกษตรกรปฏิบัติตามเป็นอย่างดี เช่น เมื่อออกจากบ้านควรที่จะใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา และไม่มั่วสุมกัน ไม่ควรจับต้องสิ่งของสาธารณะ และไม่ควรใช้ของใช้ร่วมกับผู้อื่น เช่น ช้อน หลอดดูดน้ำ และแก้วน้ำ และเมื่อเกษตรกรได้รับการช่วยเหลือ พบว่า เกษตรกรมีการเป็นอยู่ที่ดี ซึ่งการช่วยเหลือนั้นคือ การแจกเมล็ดพันธุ์พืชต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับผักสวนครัว ที่สามารถปลูกและเลี้ยงชีพของตนเองได้ ซึ่งทั้งหมดนี้เราทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

ผลการศึกษา พบว่า ชาวเกษตรกรส่วนใหญ่ที่ได้เรียนรู้ในการปรับตัวแบบวิถีใหม่ มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และระมัดระวังตัวเองจากการออกไปนอกบ้าน ไปในพื้นที่ ที่แออัดหรือต้องไปพบปะกับเกษตรกรรายอื่น ชาวเกษตรกรก็มักจะจดจำวิธีการปรับตัวใหม่คือการ ใส่หน้ากากอนามัยทุกครั้ง และพกเจลล้างมือ ไม่ควรสัมผัสโดนตัวกัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมและความคิดเห็นที่พึงพอใจในการทำงานของหน่วยงานในการดูแลการรับมือการติดโควิด-19 ส่วนด้านปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของประชากรในการรับการดูแลช่วยเหลือใน สถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ของประชากรทั่วไปอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าอันดับหนึ่งคือส่วนของการดูแลพัฒนาการปกครอง รองลงมาคือด้านความพึงพอใจในงบประมาณการ ทัพอพอร์ดด้านทัศนคติความพึงพอใจในการให้ความช่วยเหลือ ตามลำดับ

คำสำคัญ: พฤติกรรมการปรับตัว, เกษตรกรในพื้นที่จังหวัดยะลา, การปรับตัว วิถีใหม่ในแบบ Newnormal (Covid-19)

Abstract

The objective of this study was to study behavior and factors affecting farmers in the past COVID. And have studied adaptation A new way of style Newnormal (Covid-19) of farmers in Yala province. The farmers were well helped and gained knowledge of adapting to a new way of life.

Newnormal (Covid-19) when farmers are advised Being aware of COVID-19's adaptation and awareness, farmers follow it carefully, for example, when leaving home, they should wear a surgical mask at all times. And do not mix together should not touch public objects And should not be shared with others such as spoons, straws and glasses. Found that agriculture is well-being that help is to distribute the seeds of plants related to the vegetable garden that can grow and support their own livelihood. All of which, we collected data from a sample of 200 people using questionnaires as a research tool. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, Standard Deviation. Data analysis was performed by using a computerized software program.

The results of the study showed that Most of the farmers who have learned to adapt to the new way Have a better living and be careful from going out in crowded areas or meeting other farmers. Farmers often remember the new adaptation method. Always wear a face mask. And carry hand sanitiser should not touch each other. Most of the respondents had satisfactory behaviors and opinions on the work of the COVID-19 response control agency. As for the factors affecting the behavior of the population in receiving assistance care in the situation of the COVID-19 epidemic in the general population is very high. When considering each aspect, it was found that the number one part was the administrative development care. Followed by the satisfaction of the budget. Support attitude, satisfaction in providing assistance, respectively.

Keywords: Adaptive behavior, farmers in the area of Yala Province, adaptation Newnormal (Covid-19)

บทนำ

สืบเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ และในประเทศไทย โดยมีแนวโน้มความรุนแรง และมีการแพร่กระจายของโรคไปยังหลายพื้นที่เพิ่มมากขึ้น และคณะกรรมการโรคติดต่อแห่งชาติประกาศให้โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เป็นโรคติดต่ออันตรายภายใต้พระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 ลำดับที่ 14 และกระทรวงสาธารณสุข ได้แจ้งเตือนให้หลีกเลี่ยงการเดินทางไปยังพื้นที่ที่มีการแพร่ระบาดต่อเนื่องตามที่ระบุไว้ โดยกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข และองค์การอนามัยโลก

การป้องกันและการบริหารจัดการการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในประเทศไทยเริ่มขึ้นตั้งแต่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน โดยมีกรมควบคุมโรคกระทรวงสาธารณสุข เป็นหน่วยงานหลักในระยะเริ่มต้น จนกระทั่งในการประชุมคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2563 นายกรัฐมนตรีได้มีข้อสั่งการให้ส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐเร่งรัดดำเนินการป้องกัน ควบคุม แก้ไขปัญหา และบรรเทาผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และนายกรัฐมนตรีโดยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี ในการประชุมเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2563 ตามคำแนะนำของผู้บริหารและนักวิชาการแพทย์และสาธารณสุขได้อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 5 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักรตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม 2563 และขยายระยะเวลา

การประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินจนถึงปัจจุบัน (พฤศจิกายน 2563) โดยรัฐบาลได้เฝ้าระวังและติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทั้งในประเทศและต่างประเทศมาเป็นลำดับอย่างต่อเนื่อง และมอบหมายให้ฝ่ายสาธารณสุข ฝ่ายเศรษฐกิจ ฝ่ายปกครอง และฝ่ายความมั่นคงร่วมกันประเมินสถานการณ์เพื่อพิจารณา ผ่อนคลายหรือเพิ่มความเข้มงวดการบังคับใช้มาตรการ โดยมุ่งให้การระบาดของโรคสามารถยุติลงได้โดยเร็วและไม่ย้อนกลับมาระบาดอีก ขณะเดียวกันประชาชนต้องสามารถดำรงชีวิตได้อย่างปกติสุขภายใต้มาตรการป้องกันโรค และคำแนะนำ ของทางราชการที่ทีที โกลบอล เคมิคอล (2563) อธิบายว่า เพื่อการปรับเปลี่ยนและวางแผนให้ธุรกิจสามารถกลับเข้าสู่ภาวะปกติโดยเร็ว โดยเฉพาะพฤติกรรมของคนที่จะต้องเปลี่ยนไปซึ่งบางอย่างกลายเป็น New Normal หรือความปกติใหม่ที่เรากำลังเจอ คือ

1. Work From Home เป็นเรื่องปกติ โดยมีการคาดการณ์ว่าหลาย ๆ บริษัทจะเริ่มให้อิสระในการทำงานกับ พนักงานมากขึ้น โดยพนักงานอาจไม่จำเป็นต้องเดินทางเข้ามาที่ออฟฟิศทำให้บริษัทเอง ข้อดี คือ บริษัทสามารถลดพื้นที่และค่าใช้จ่ายในการเช่าสำนักงานได้ด้วย
2. ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อทำงานและใช้ชีวิตมากขึ้นด้วยการเว้นระยะห่างทางสังคม (Physical Distancing) ทำให้ไม่สามารถคุยกับเพื่อน หรือคน รู้จักได้เหมือนเดิม การใช้งาน VDO Conference จะกลายเป็นเรื่องปกติมากขึ้นสำหรับการใช้งานทั่วไป นอกจากนี้สังคมจะก้าวสู่การเป็น Cashless Society อย่างแท้จริง เนื่องจากผู้บริโภคอาจเริ่มปรับเปลี่ยน พฤติกรรมในการชำระเงิน โดยลดการใช้เงินสด และหันมาชำระผ่านโมบายล์หรือระบบอิเล็กทรอนิกส์ มากขึ้น เพื่อลดการสัมผัสเชื้อที่อาจติดมากับธนบัตรหรือเหรียญ
3. เรียนออนไลน์มากขึ้นในช่วงวิกฤติ COVID-19 สถานการณ์ศึกษาหลายแห่ง ยังมีการเรียนการสอนแต่เปลี่ยนรูปแบบมาเรียนผ่านระบบ ออนไลน์มากขึ้น โดยใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ อย่างไรก็ตามเมื่อสถานการณ์กลับสู่ภาวะปกติ มีการ คาดการณ์ว่าการเรียนออนไลน์อาจลดลงบ้าง แต่อาจมีบางสถานศึกษาที่ทั้งผู้เรียนและผู้สอนยังคงต้องการเรียนออนไลน์อยู่ ดังนั้นสถานศึกษาต่าง ๆ อาจพัฒนาหลักสูตรและรูปแบบให้สามารถเรียนผ่าน ระบบออนไลน์ เพื่อสนองความต้องการของผู้เรียนและผู้สอนอย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน
4. เพิ่มความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจจำเป็นต้องวางแผนปรับตัวทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยเฉพาะ ด้านการบริหารความเสี่ยงที่อาจกระทบกับการดำเนินธุรกิจนอกจากนี้ธุรกิจยังต้องเรียนรู้ที่จะรู้จักปรับตัวให้พร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ เช่น สร้างห่วงโซ่อุปทานที่มีความคล่องตัว เพิ่มจำนวนผู้จัดหาวัตถุดิบเพื่อกระจายความเสี่ยง และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งระบบอัตโนมัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และ รองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ปรับเปลี่ยนโมเดลธุรกิจและการให้บริการ ที่สอดคล้องกับ สถานการณ์ใหม่ ๆ เช่น ธุรกิจร้านค้า และร้านอาหาร จากเดิมเคยให้บริการลูกค้าที่หน้าร้านเพียงอย่างเดียว อาจต้องปรับตัวหาลูกค้าจากช่องทางอื่น ๆ เพิ่มเติมด้วย เช่น บริการส่งอาหาร Delivery เป็นต้น

จังหวัดยะลา โดยผู้ว่าราชการจังหวัดยะลา ออกประกาศศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 จังหวัดยะลา เรื่อง มาตรการเฝ้าระวัง ป้องกัน การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในพื้นที่จังหวัดยะลา ไปยังหัวหน้าส่วนราชการ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ นายอำเภอ และผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยมีใจความว่าตามที่ปรากฏข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับผลการตรวจบุคคลซึ่งพบว่า ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในบางพื้นที่นั้น เพื่อเป็นการเฝ้าระวัง ป้องกัน การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โคโรนา 2019 (COVID-19) ศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 จังหวัดยะลา จึงให้ศูนย์ปฏิบัติการควบคุมโรคในพื้นที่ทุกระดับ กำหนด ผู้ใหญ่บ้าน บุคลากรของ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานต่าง ๆ รับผิดชอบความร่วมมือทุกภาคส่วนในพื้นที่ ให้ปฏิบัติตามมาตรการหลักในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคฯ (ทำความสะอาดพื้นผิวที่มีการสัมผัสบ่อย สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้า ล้างมือด้วยสบู่ หรือใช้แอลกอฮอล์เจล น้ำยาฆ่าเชื้อโรค เว้นระยะห่างอย่างน้อย 1 เมตร หลีกเลี่ยงการเข้าไปในพื้นที่ที่มีผู้รวมกิจกรรมจำนวนมาก แออัด) รวมถึงให้ปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโรคของทางราชการอย่างเคร่งครัด (14 ก.ย. 2563 14:41 โดย ผู้จัดการออนไลน์)

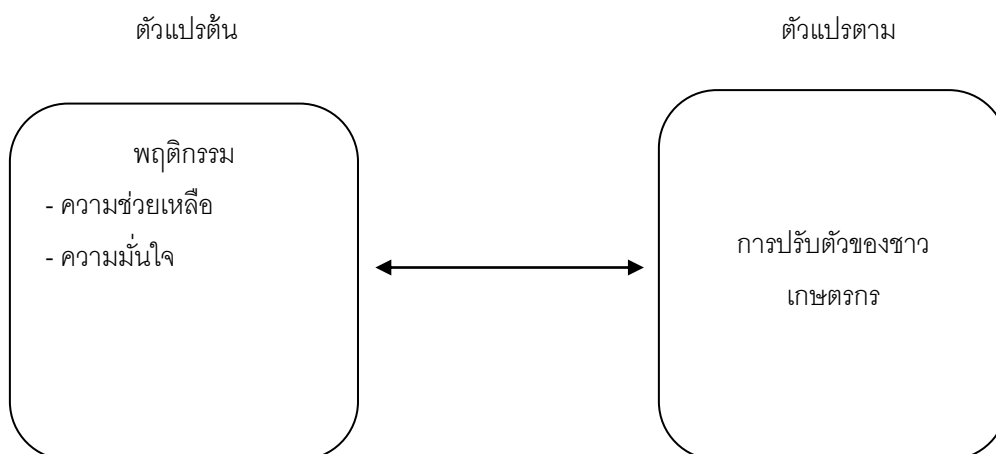
วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการปรับตัวของชาวเกษตรกรยุคโควิด ในวิถีชีวิตแบบ Newnormal (Covid-19)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงการบริหารงานสถานที่สังเกตอาการในสถานการณ์โควิด-19
2. ทราบถึงข้อมูลสภาพแวดล้อมการปฏิบัติตนของผู้เข้าสังเกตอาการการ
3. ทราบถึงปัญหาของการดำเนินงานสถานที่สังเกตอาการในสถานการณ์โควิด-19

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีการดำเนินการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านสถานที่ ที่ทำการปกครองเมืองจังหวัด ยะลา
2. ขอบเขตด้านระยะเวลาเริ่ม 26 ตุลาคม - 30 มกราคม 2564

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือรวบรวมในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสัมภาษณ์โดยแบ่งเป็น 3 ตอน

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา แบบสัมภาษณ์นี้เป็นแบบสัมภาษณ์ให้เลือก โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มาก มากที่สุด น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือแก่คนในหมู่บ้าน การดูแลประชาชนและการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด-19

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างเปิดรับการให้ความรู้คำแนะนำการดูแลเฝ้าระวังการป้องกันตัวเองในเรื่องโรคติดเชื้อไวรัส โควิด-19 ในระดับสูง และส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อโควิดจากหลากหลายช่องทาง เช่น Social Media หน้าที่ทำการปกครองเมืองจังหวัดยะลา 2) ได้รับความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด-19 ของหน่วยงานอำเภอเมืองสามารถนำไปต่อยอดความรู้แก่ชุมชนหรือหมู่บ้านใกล้เคียงเพื่อจะสามารถแก้ไขหรือปรับปรุงการบริหารจัดการในพื้นที่ 3) หลังจากศึกษาแนวทางการแก้ปัญหาและส่งเสริมการรับมือในหน่วยงานเห็นผลได้ชัดว่าหน่วยงานมีการรับมือและได้รับผลสัมฤทธิ์ในระดับที่ดีเยี่ยมจากบุคลากรในหน่วยงานหรือประชาชนพบว่าในพื้นที่ไม่มีผู้ติดเชื้อโควิด-19 หน่วยงานมีการรับมือและได้รับผลสัมฤทธิ์ในระดับที่ดีเยี่ยมจากบุคลากรในหน่วยงานหรือประชาชนพบว่าในพื้นที่ไม่มีผู้ติดเชื้อโควิด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุประมาณ 20-40 ปี มีสถานภาพการศึกษาระดับปริญญาตรี มีพฤติกรรมความต้องการในการช่วยเหลือในการรับมือโรคระบาดโควิด-19 ในเขตหมู่บ้าน เปาะยานิ หมู่ 3 ตำบลสะเตงนอก อำเภอเมือง จังหวัดยะลา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมและความคิดเห็นที่พึงพอใจในการปฏิบัติงานของ หน่วยงานในการดูแลการรับมือการติดเชื้อโควิด-19

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการความมั่นใจของคนในหน่วยงานและประชาชนที่อยู่ในเขตหมู่บ้าน เปาะยานิ ตำบลสะเตงนอก อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของประชากรในการรับการดูแลช่วยเหลือใน สถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 ของประชากรทั่วไปอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่าอันดับหนึ่งคือส่วนของการดูแลพัฒนาการปกครอง รองลงมาคือ ด้านความพึงพอใจในงบประมาณการ ชีพพอร์ดด้านทัศนคติความพึงพอใจใน การให้ความช่วยเหลือตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ประสิทธิภาพการบริหารจัดการรับมือในสถานการณ์ โควิด-19 ของหน่วยงานที่ทำการปกครองเมืองจังหวัดยะลา การทำงานทั่วไปมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับสูงในส่วนของงบประมาณอยู่ในระดับกลาง การดูแลประชากรที่อยู่ในปกครองอยู่ในระดับสูงประชากรได้รับการดูแลและการปฏิบัติงานอย่างดี มีความพึงพอใจในการทำงานขององค์กรที่ทำการปกครองเมืองจังหวัดยะลา ทำให้ความเป็นอยู่ของประชากรในการรับมือสถานการณ์ โควิด-19 มีภูมิคุ้มกันที่ดีในการดำรงชีวิตตามแบบวิถี New normal ที่ได้ให้ความรู้คำแนะนำและการดูแล

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องการปรับตัวและการรับมือในสถานการณ์ โควิด-19 ของบ้านเปาะยานิ หมู่ 3 ตำบลสะเตงนอก ที่มีผลในการปรับตัวและการรับมือ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านพฤติกรรมความช่วยเหลือ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกของกลุ่มเกษตรกร หมู่บ้านเปาะยานิ การให้ความร่วมมือ โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรที่อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้าน

การช่วยเหลือผู้อื่นโดยรวมมีระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอยู่ในระดับมาก ด้านความสุภาพนอบน้อม โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอยู่ในระดับมาก และด้านความสำเร็จในหน้าที่โดยรวมมีระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอยู่ในระดับมาก

ด้านพฤติกรรมความมั่นใจ ความเชื่อมั่นต่อกลุ่มเกษตรกร บ้านเปะยานี เกิดจากความรู้สึกที่ปลอดภัยและประสบความสำเร็จในสิ่งที่บุคคลรู้สึกว่ามีความสำคัญต่อเขาอาจเป็นประสิทธิภาพต่อองค์กร การปรับตัวทางสังคม การเป็นผู้นำกลุ่มหรือการยอมรับนับถือ บุคคลที่มีความเชื่อมั่นต่อองค์กรจะเรียนรู้ในการคาดหวังความก้าวหน้าหากเขามีการวางแผนและมีความพยายามสูงมักประสบความสำเร็จและความสำเร็จนี้จะเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับเขามากขึ้น

การปรับตัวของชาวเกษตรกร จากปัญหาการเกษตรทำให้ชาวบ้าน หมู่บ้าน เปะยานี จังหวัดยะลา เกิดการปรับตัวด้วยการวางแผน เพื่อให้เกิดการปรับตัวและการรับมือในสถานการณ์โควิด-19 โดยวิธีการปรับตัวตามสถานการณ์แบบวิถีใหม่ มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และระมัดระวังตัวเองจากการออกไปนอกบ้าน ไปในพื้นที่ ที่แออัดหรือต้องไปพบปะกับเกษตรกรรายอื่น ชาวเกษตรกรก็มักจะจดจำวิธีการปรับตัวใหม่คือการ ใส่หน้ากากอนามัยทุกครั้ง และพกเจลล้างมือ ตามรูปแบบวิถีการป้องกันโควิด-19

ข้อเสนอแนะ

1. ต้องมีการค้นหาแนวทางการปรับตัวให้เกษตรกรที่ได้รับผลกระทบในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ให้ทั่วถึงทุกครัวเรือน
2. ลดความตระหนักของเกษตรกร เพิ่มความประสิทธิภาพการสื่อสารความเสี่ยงให้ข้อมูลที่ถูกต้องทันเวลาที่สำคัญให้เกษตรกรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่บ้านเปะยานี หมู่ 3 ตำบลสะเตงนอก อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ให้ปรับตัวและมีวิธีการรับมืออย่างไรในสถานการณ์โควิด-19
3. พิจารณาพื้นที่ของเกษตรกรที่ได้รับความเสี่ยงและความเสียหายเพื่อให้การช่วยเหลือและแนะนำวิธีการปรับตัวอย่างถูกต้องให้แก่เกษตรกร

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2563). New normal ชีวิตวิถีใหม่และการปรับตัวในภาวะ Covid-19.
- กรมสุขภาพจิต. (2563). กระตุ้นบุคคลให้มีการปรับตัวและมีแรงต้านทาน.
- กนกวรรณ มากเมฆ. (2563). Thailand Now And Next After Covid-19.
- วิโรจน์ สันติประภพ ผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). New Normal โจทย์ใหม่ของธนาคารกลางในโลกหลัง โควิด-19.
- ดลพร รุจิรวงศ์. (2563). องค์การอนามัยโลก.
- ดลพร รุจิรวงศ์. (2563). การปรับพฤติกรรม new normal.
- ดุขฎิ. บริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป. (2563). การส่งอาหารออนไลน์.
- ณัฏกจิ จันกิเสน. (2563). การเว้นระยะห่างจากสังคม.
- พิฑูรย์. (2563). อุตสาหกรรมแต่ละส่วนต่าง.

บดีรินทร์ ชาดะเวที. (2563). พฤติกรรมกับชีวิตวิถีใหม่ new normal.

บัลลังก์ โลหิตเสถียร. (2563). ชีวิตวิถีใหม่ประเทศไทยหลังโควิดพร้อมรับปรับตัวเปลี่ยนแปลง.

ปัญญาพัฒน์ ประสิทธิ์เดชสกุล. (2563). การแพร่ระบาดของไวรัส โควิด-19 ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2020.

พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2563). การส่งออกบริการโดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยว.

ยง ภูววรรณ. (2563). **ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพหรือวิถีสุขภาพไป ในทิศทางใดเพื่อให้เกิดสุขภาพและ
ความเป็นอยู่ที่ดี.**

มาลี บุญสิริพันธ์. (2563). new normal.

สกันธ์ วรรณวิวัฒนา. (2563). **สถานการณ์การระบาดของโรค โควิด-19.**

สุดใจ ชานชาตรีรัตน์. (2563). **จุดเปลี่ยนครั้งสำคัญของธุรกิจ.**

สุพริศร์ สุวรรณิก. (2563). **ท่องเที่ยวเกิดวิกฤติโควิด-19.**

Bot พระ สยาม Magazine. (2563). new normal ของธุรกิจร้านอาหารในยุค โควิด-19.

Pran suwannata. (2563). new normal หลัง โควิด-19 ที่ไม่มีอะไรเหมือนเดิม.

S0103: อิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ความเข้ากันได้ และอิทธิพลทางสังคมที่มีต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ

THE INFLUENCE OF PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, COMPATIBILITY, AND SOCIAL INFLUENCE TOWARD BEHAVIORAL INTENTION TO USE THAICHANA APPLICATION

วรณัฐ พินิจจันทร์¹ ศรัณย์ธร ศศิอนกรแก้ว² ขจร ฝ้ายเทศ³

¹ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาวิทยาศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

³ อาจารย์ประจำภาควิชาวิทยาศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ความเข้ากันได้ และอิทธิพลทางสังคม ของผู้ใช้งานแพลตฟอร์มไทยชนะในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ความเข้ากันได้ และอิทธิพลทางสังคม ต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม จำนวน 400 คน จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ความน่าจะเป็น (Non probability Sampling) โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติอ้างอิงประเภทการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า

การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และความเข้ากันได้ในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ มีระดับการรับรู้ในระดับมาก สำหรับอิทธิพลทางสังคม และเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพบว่า การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ความเข้ากันได้ และอิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ

ทั้งนี้พบว่า การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ความเข้ากันได้ และอิทธิพลทางสังคม สามารถอธิบายความแปรผันของเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะได้ โดยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมได้มากที่สุดคือ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และอิทธิพลทางสังคม ตามลำดับ

คำสำคัญ: การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ความเข้ากันได้ อิทธิพลทางสังคม แอปพลิเคชันไทยชนะ

Abstract

The aims of this study were 1) to study Perceived usefulness, Perceived Ease of use, Compatibility and Social Influence of Thaichana Application user in Thailand. 2) To study the influence of Perceived usefulness, Perceived ease of use, Compatibility and Social Influence toward Behavioral Intention to use

Thaichana Application the samples are Thaichana users in Thailand. The Accidental Sampling questionnaire of 400 people the statistics used were descriptive and multiple regression statistics.

The research finding

The level of Perceived usefulness, ease of use and compatibility were high, but social influence and behavioral intention were middle. The research found that Perceived usefulness, Perceived Ease of use and Social Influence each of them significantly influence on Behavioral Intention to use Thaichana Application.

The factors influencing the most on Behavioral Intention to use Thaichana Application were Perceived usefulness, Perceived Ease of use and Social Influence.

Keywords: Perceived usefulness, Perceived Ease of use, Compatibility, Social Influence, Thaichana Application

บทนำ

เนื่องด้วยการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่มีการแพร่ระบาดอย่างรวดเร็ว ทำให้จำเป็นต้องกำหนดมาตรการในการติดตาม และสอบสวนโรค เพื่อจำกัดและควบคุมพื้นที่แพร่ระบาด เพื่อให้บุคลากรทางการแพทย์สามารถติดตามตัวผู้ที่เคยสัมผัสผู้ติดเชื้อได้ง่ายขึ้น ตามคำแนะนำขององค์การอนามัยโลกเกี่ยวกับกระบวนการในการติดตามผู้สัมผัสผู้ติดเชื้อ ทั้งการสอบสวนโรค ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่ติดเชื้อว่าเคยพบปะ หรือติดต่อกับบุคคลใด การให้ข้อมูลแก่ผู้สัมผัสผู้ติดเชื้อผ่านการโทรศัพท์เพื่อสัมภาษณ์ และติดตามอาการ การจัดการและติดตามผู้สัมผัสผู้ติดเชื้อในห้วง 14 วัน และการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล (World Health Organization (WHO). 2020) ทั้งนี้ การติดตามผู้สัมผัสโดยใช้การสัมภาษณ์ผู้ที่ติดเชื้อมานั้น อาจไม่สามารถทำให้การรับมือกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 กระทำได้อย่างทัน่วงที่ เพราะกว่าผู้ที่สัมผัสใกล้ชิดผู้ติดเชื้อจะรู้ตัว หรือกว่าที่เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจะทราบตัวตนของผู้ที่ใกล้ชิดผู้สัมผัสได้ อาจทำให้เชื้อไวรัสแพร่กระจายเป็นวงกว้างจนยากต่อการควบคุม อีกทั้ง ในบางครั้งผู้ป่วยบางรายอาจเลือกที่จะปกปิดข้อมูลของตนเอง ทำให้หลายประเทศจำเป็นต้องหาวิธีการที่หลากหลายในการติดตามผู้สัมผัสใกล้ชิดผู้ติดเชื้อ หนึ่งในวิธีการดังกล่าวคือ การพัฒนาแอปพลิเคชันติดตามผู้สัมผัสผู้ติดเชื้อ (Contact tracing App) ซึ่งถือเป็นหนึ่งในวิถีการดำรงชีวิตแบบใหม่ หรือ New Normal

แอปพลิเคชันติดตามผู้สัมผัสผู้ติดเชื้อ เป็นแอปพลิเคชันที่ช่วยในการติดตามการพบปะ ใกล้ชิดกับผู้ป่วยโควิด-19 ทำให้ผู้ใช้งานทราบว่าตนเองเคยอยู่ในบริเวณเดียวกันกับผู้ป่วยโควิด-19 หรือไม่ เมื่อใด และที่ใด โดยมีทั้งระบบที่ให้ผู้ใช้งานบันทึกข้อมูลด้วยตนเอง และระบบที่แอปพลิเคชันจะบันทึกข้อมูลให้อัตโนมัติ หากมีการใช้งานแอปพลิเคชันไปเป็นระยะเวลาหนึ่ง แล้วผู้ใช้งานสงสัยว่าตนเองติดเชื้อ จะสามารถนำข้อมูลที่รวบรวมไว้ในระบบไปให้แพทย์วิเคราะห์อาการต่อ รวมทั้งอาจมีการแจ้งเตือนการติดเชื้อให้กับบุคคลที่เคยใกล้ชิดได้ทราบ สำหรับเทคโนโลยีที่มีการนำมาใช้สำหรับการติดตามผู้สัมผัสนั้น มีหลายรูปแบบ เช่น การใช้งานผ่านการสแกน QR Code การระบุพิกัดจาก GPS และการจับสัญญาณ Bluetooth (เสฏฐวุฒิ แสนนาม. 2563) ซึ่งหลายประเทศได้มีความพยายามในการพัฒนาแอปพลิเคชันในลักษณะดังกล่าว เพื่อให้หน่วยงานด้านสาธารณสุขได้ใช้ข้อมูลสำหรับสอบสวนโรค ติดตาม

ผู้สัมผัสใกล้ชิดผู้ติดเชื้อ และแจ้งเตือนประชาชนที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยงต่อการติดเชื้อ ให้สามารถปฏิบัติตามคำแนะนำเบื้องต้นในการสังเกตอาการ และแจ้งเตือนให้แยกตัวเพื่อลดโอกาสในการแพร่เชื้อสู่บุคคลอื่นได้

ศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ ศบค. ได้พัฒนาระบบลงทะเบียนเพื่อรับและให้บริการของผู้ให้บริการร้านค้า ห้างสรรพสินค้า และขนส่งมวลชน เพื่อรองรับมาตรการผ่อนปรนของสถานประกอบการที่อนุญาตให้เปิดทำการ (ไทยชนะ คืออะไร. 2563) เพื่อประเมินความหนาแน่นของสถานประกอบการ และอำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการจำนวนผู้เข้าใช้บริการ รวมทั้งเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจใช้บริการแก่บุคคลทั่วไป อีกทั้ง ยังใช้เพื่อสอบสวนโรค กรณีที่พบผู้ติดเชื้อ โดยมีให้บริการ 3 รูปแบบได้แก่ การให้บริการประชาชนผู้ใช้บริการลงทะเบียน ชื่อ และหมายเลขโทรศัพท์ โดยเขียนลงบนกระดาษก่อนเข้าใช้บริการ การให้บริการผ่านเว็บไซต์ไทยชนะ และการติดตั้งแอปพลิเคชันไทยชนะ วิธีการใช้งานเว็บไซต์และแอปพลิเคชันไทยชนะ คือ ผู้ใช้งานจะต้องสแกน QR Code ที่ผู้ประกอบการได้ลงทะเบียนไว้กับแพลตฟอร์มไทยชนะเป็นการ Check-in และเมื่อรับบริการแล้วจะต้องสแกน QR Code อีกครั้งหนึ่งเพื่อ Check-out กรณีที่ใช้งานผ่านเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันไทยชนะ ปัจจุบัน (23 ม.ค. 2564) มียอดสะสมผู้ใช้งานไทยชนะตั้งแต่เริ่มโครงการ จำนวน 56,339,467 คน ในจำนวนนี้มีผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะจำนวน 1,732,982 คน (ศูนย์ข้อมูล COVID-19, 2564)

แอปพลิเคชันติดตามผู้สัมผัสผู้ติดเชื้อ กลายเป็นเครื่องมือที่รัฐบาลในหลายประเทศ รวมทั้งไทย พยายามผลักดันให้ประชาชนใช้งาน โดยเชื่อว่าจะช่วยในการสอบสวนโรค และควบคุมการแพร่ระบาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม แอปพลิเคชันดังกล่าวกลับตามมาด้วยคำถามและข้อห่วงกังวลถึงประโยชน์ ประสิทธิภาพ ความง่าย ความเข้ากันได้กับวิถีชีวิตดั้งเดิมของผู้คน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ โดยใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) หรือ TAM (Davis, 1989) มาใช้เพื่อศึกษา การรับรู้ประโยชน์ (Perceived usefulness) และการรับรู้ความง่าย (Perceived Ease of Use) มาใช้เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ที่ทำให้เกิดการยอมรับแอปพลิเคชันไทยชนะ โดยได้ปรับแต่งเพิ่มเติม ด้วยการนำเอาปัจจัยด้านความเข้ากันได้ จาก Diffusion of Innovation (Rogers, 2003) และอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) จาก TAM 2 (Venkatesh; & Davis, 2000) มาใช้เพิ่มเติม

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ศึกษาปัจจัยของการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ ของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะในประเทศไทย ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ความเข้ากันได้ และอิทธิพลทางสังคมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะในประเทศไทย เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำเอาผลการศึกษาไปใช้เพื่อวางแผนงานในการพัฒนาแอปพลิเคชันต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ความเข้ากันได้ อิทธิพลทางสังคม และเจตนาเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ความเข้ากันได้ และอิทธิพลทางสังคมต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ

สมมติฐานในการวิจัย

1. การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ

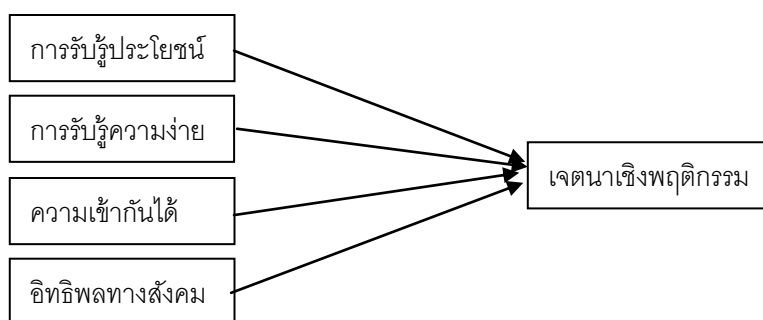
2. การรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ
3. ความเข้ากันได้มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ
4. อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ
5. การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ความเข้ากันได้ และอิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลร่วมกันต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการนำไปปรับใช้เพื่อการพัฒนาแอปพลิเคชันอื่น ๆ ที่สอดคล้องกับปัจจัยในการยอมรับเทคโนโลยีที่ศึกษาในงานวิจัยนี้
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการที่สอดคล้องและตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันอื่น ๆ มากขึ้น
3. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการต่อยอดเพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันโดยคำนึงถึงการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ความเข้ากันได้ และอิทธิพลทางสังคมในการใช้งานแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่พัฒนาขึ้นใหม่ให้สอดคล้องกับลักษณะการใช้งานของผู้ใช้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “อิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ความเข้ากันได้ และอิทธิพลทางสังคมที่มีต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ” ผู้วิจัย กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ไว้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ผู้ที่ใช้งานแพลตฟอร์มไทยชนะที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป โดยใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน
2. ขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2563
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย ศึกษาการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ความเข้ากันได้และอิทธิพลทางสังคม ที่มีความสัมพันธ์ต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Study) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 400 ชุด เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามซึ่งสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และหาความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้ การหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่มีการเรียบเรียงแล้วไปให้นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) และหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตรวจสอบหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามผู้วิจัยจะจัดทำ Pretest จำนวน 30 ชุด เพื่อไปให้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกลุ่มตัวอย่างจริงทดสอบเพื่อหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามโดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์ของ ครอนบาร์ค (Cronbach's alpha) โดยกำหนดค่าความน่าเชื่อถือไม่ต่ำกว่า 0.75 ดังนี้

1. การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะเท่ากับ 0.948
2. การรับรู้ความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะเท่ากับ 0.925
3. ความเข้ากันได้ในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะเท่ากับ 0.794
4. อิทธิพลทางสังคมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะเท่ากับ 0.980
5. เจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะเท่ากับ 0.980

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยนี้ คือ ประชาชนชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ขึ้นไป ที่เคยใช้งานแพลตฟอร์มไทยชนะ และใช้งานอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยใช้สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบประชากร และไม่ทราบสัดส่วนประชากรตามสูตรของ W. G. Cochran (1953) กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 โดยได้เพิ่มจำนวนเพื่อเพิ่มถูกต้องในการคำนวณ

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิง ด้วยการวิเคราะห์ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49 โดยเป็นเพศหญิงจำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.30 การศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.80 ประกอบอาชีพรับราชการหรือเป็นพนักงานของรัฐ จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.70 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-30,000 บาท จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.80 มีปริมาณการใช้งานอินเทอร์เน็ตระหว่าง 1-5 ชม. ต่อวัน จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 และส่วนใหญ่ใช้งานแพลตฟอร์มไทยชนะผ่านการสแกน QR Code เว็บไซต์ไทยชนะ จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.72

ระดับการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่าส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้ประโยชน์โดยรวม ประสิทธิภาพในการติดตามผู้ที่สัมผัสใกล้ชิดผู้ติดเชื้อ ประโยชน์ในด้านการประเมิน

ความหนาแน่นของผู้ที่เข้ารับบริการในสถานที่ที่มีจุดลงทะเบียน และประโยชน์ในด้านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรคโควิด-19 อยู่ในระดับมาก

ระดับการรับรู้ความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่าส่วนใหญ่รับรู้ว่าการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะสามารถเรียนรู้และทำความเข้าใจได้ง่าย ใช้งานได้ง่าย ส่วนติดต่อกับผู้ใช้งาน (User Interface) มีความเป็นมิตรกับผู้ใช้งาน อยู่ในระดับมาก ส่วนการรับรู้คุณสมบัติด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากคุณสมบัติด้านการลงทะเบียนเข้าใช้บริการของแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจในการเรียนรู้ อยู่ในระดับปานกลาง

ระดับการรับรู้ความเข้ากันได้ในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่าส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้ว่าการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะมีความเหมาะสมกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่จำเป็นต้องมีการติดตามและสอบสวนโรค สอดคล้องกับประสบการณ์ในการใช้ชีวิตในรูปแบบเดิม ๆ ก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และเข้ากันได้กับวิถีชีวิต หรือรูปแบบการดำเนินชีวิต อยู่ในระดับมาก ส่วนการรับรู้ว่าการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะสร้างความยากลำบากใช้ชีวิตประจำวัน เนื่องจากต้องสแกนที่จุดลงทะเบียนทุกครั้งก่อนเข้ารับบริการที่ห้างสรรพสินค้า ร้านค้า บริการขนส่งสาธารณะ หรือตามสถานที่ที่มีจุดลงทะเบียนก่อนเข้ารับบริการ อยู่ในระดับปานกลาง

ระดับการรับรู้อิทธิพลทางสังคมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพบว่า ส่วนใหญ่คิดว่าการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะจะทำให้ได้รับการยอมรับจากบุคคลในครอบครัว เพื่อน และบุคคลใกล้ชิด และช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ต่อบุคคลในครอบครัว เพื่อน และบุคคลใกล้ชิด อยู่ในระดับปานกลาง

ระดับเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ และมีความตั้งใจจะใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะต่อเนื่องในอนาคตอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ

ตัวแปรอิสระ	b	Std. Error	β	t	Sig. t
การรับรู้ประโยชน์	0.342	0.062	0.304	5.482	0.000**
การรับรู้ความง่าย	0.182	0.075	0.139	2.437	0.015**
ความเข้ากันได้	0.085	0.079	0.063	1.073	0.284
อิทธิพลทางสังคม	0.314	0.049	0.343	7.014	0.000**
Adjust R ² = 0.568 S.E.E. = 0.688 F = 132.04 Sig. F = 0.000**					

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ความเข้ากันได้ และอิทธิพลทางสังคม มีความสามารถในการอธิบายความแปรผันของเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะของกลุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 56.8 (Adjust R² = 0.568) และเมื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปร

อิสระอื่น ๆ ให้คงที่มีตัวแปรอิสระเพียง 3 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ อิทธิพลทางสังคม ($\beta = 0.343$) การรับรู้ประโยชน์ ($\beta = 0.304$) และการรับรู้ความง่าย ($\beta = 0.139$) ตามลำดับ ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า อิทธิพลทางสังคม การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ ส่วนความเข้ากันได้มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการศึกษา

การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ความเข้ากันได้ และอิทธิพลทางสังคม มีความสามารถในการอธิบายความแปรผันของเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะของกลุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 56.8 และเมื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปรอิสระอื่น ๆ ให้คงที่มีตัวแปรอิสระเพียง 3 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ อิทธิพลทางสังคม การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายตามลำดับ ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า อิทธิพลทางสังคม การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ ส่วนความเข้ากันได้มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่มองว่าการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะจะทำให้ได้รับการยอมรับจากบุคคลในครอบครัว เพื่อน และบุคคลใกล้ชิด ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ ส่งเสริมสถานะ และมองว่าบุคคลในครอบครัว เพื่อน และบุคคลใกล้ชิดที่ใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะมีสถานะทางสังคมที่ดีกว่าผู้ที่ไม่ใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ ซึ่งปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมนั้น เป็นหนึ่งในปัจจัยของ Unified Theory of Acceptance and Use of Technology เสนอโดย Venkatesh; & Davis (2000) ซึ่งกล่าวถึงองค์ประกอบของอิทธิพลทางสังคมว่าประกอบด้วย บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิง และภาพลักษณ์ ทั้งนี้ Moore; & Benbasat (1991) ระบุว่าอิทธิพลทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี สอดคล้องกับ ศรัณย์ธร ศศิณารักษ์ (2561) และ Yang, Lu, Gupta, Cao & Zhang (2012) ที่พบว่าอิทธิพลทางสังคมเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดเจตนาเชิงพฤติกรรม

การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ เนื่องจากตรงกับ ความสนใจของตนเองจนนำไปสู่การตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชันได้ ทั้งนี้ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้ประชาชนมีความสนใจ และมีความตื่นตัวในการติดตามสถานการณ์ จึงส่งผลให้ผู้ใช้งานมองเห็นประโยชน์และความสำคัญของแอปพลิเคชันไทยชนะจนนำไปสู่การตัดสินใจใช้งานได้ เนื่องจากเชื่อว่าแอปพลิเคชันไทยชนะจะสามารถช่วยติดตามผู้ที่สัมผัสใกล้ชิดผู้ติดเชื้อ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ประเมินความหนาแน่นของผู้ที่เข้ารับบริการตามสถานที่ที่มีจุดลงทะเบียนได้ ซึ่งสอดคล้องกับ เบญจวรรณ เจริญปฐมตระกูล (2562) ที่ระบุว่าแม้ว่าผู้ใช้งานจะยังไม่มีประสบการณ์ในการใช้งานแอปพลิเคชันมาก่อน แต่ก็สามารถรับรู้ประโยชน์ได้ เนื่องจากตรงกับ ความสนใจของผู้ใช้งาน

การรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลกับเจตนาเชิงพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ โดยผู้ใช้งานมองว่าแอปพลิเคชันไทยชนะสามารถเรียนรู้และทำความเข้าใจได้ง่าย มีส่วนติดต่อที่เป็นมิตรกับ และมีคุณสมบัติอื่น ๆ ที่

น่าสนใจ สอดคล้องกับ ศรัณย์ธร ศศิณารแก้ว (2561) ที่พบว่านอกจากปัจจัยด้านอื่น ๆ แล้วการรับรู้ความง่ายเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน สอดคล้องกับ Lu, Yao, & Yu (2005) ที่ระบุว่า การรับรู้ความง่ายนั้นเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม

ความเข้ากันได้แม้ว่าจะมีอิทธิพลกับเจตนาเชิงพฤติกรรม แต่กลับพบว่าเป็นตัวแปรที่ไม่มีความสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบอิทธิพลร่วมกันของทั้ง 4 ตัวแปร แต่สามารถใช้อธิบายความแปรผันของเจตนาเชิงพฤติกรรมได้ ซึ่งจากผลการศึกษาค้นคว้าเข้ากันได้ในการใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ พบว่าผู้ใช้งานมองเห็นถึงความเหมาะสมความเข้ากันได้กับวิถีชีวิต และรูปแบบการดำเนินชีวิตในแบบเดิม ไม่ได้มองว่าการใช้งานแอปพลิเคชันจะสร้างความยากลำบากในการดำเนินชีวิตมากนัก สอดคล้องกับ Mairura; Ngugi; & Kanali (2016) ที่พบว่า ความเข้ากันได้มีบทบาทต่อการยอมรับเทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญ โดยระบุว่า หากเทคโนโลยีนั้นแตกต่างไปจากกิจวัตรประจำวันของผู้ที่จะใช้งานเคยปฏิบัติ หรือไม่สอดคล้องกับทัศนคติของผู้ที่จะใช้งาน จะส่งผลให้เกิดการไม่ยอมรับการใช้งาน

ข้อเสนอแนะ

1. ในการพัฒนาแอปพลิเคชันควรประกอบไปด้วยปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ประโยชน์ ประสิทธิภาพ ความง่ายในการใช้งาน และ อิทธิพลทางสังคม ซึ่งผลการวิจัยพบว่าอิทธิพลทางสังคมเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดที่มีผลต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน โดยในงานวิจัยนี้อิทธิพลทางสังคมหมายถึง การใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะจะทำให้ได้รับการยอมรับจากบุคคลในครอบครัว เพื่อน และบุคคลใกล้ชิด ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ ส่งเสริมสถานะ และมองว่าบุคคลในครอบครัว เพื่อน และบุคคลใกล้ชิดที่ใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะมีสถานะทางสังคมที่ดีกว่าผู้ที่ไม่ใช้งานแอปพลิเคชันไทยชนะ ดังนั้น ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันอาจต้องมีการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างทัศนคติเชิงบวกในการใช้งานแอปพลิเคชัน โดยเน้นให้เห็นถึงอิทธิพลทางสังคม ประโยชน์ ความง่าย และความเข้ากันได้กับวิถีชีวิตประจำวันของผู้ใช้งาน ให้เกิดความรู้สึกว่าการใช้แอปพลิเคชันไทยชนะไม่ใช่เรื่องแปลกใหม่ แต่เป็นเรื่องปกติของการดำเนินชีวิตประจำวันที่บุคคลทั่วไปใช้งานจนกลายเป็นกิจวัตร เกิดจากความสมัครใจใช้งาน ไม่ใช่เกิดจากการถูกบังคับให้ใช้งาน

2. นอกจากแอปพลิเคชันไทยชนะ ยังมีแอปพลิเคชันในลักษณะคล้ายกัน เช่น แอปพลิเคชันหมอชนะ แอปพลิเคชัน AOT Airport และ SydeKick for ThaiFightCOVID ซึ่งประสบปัญหาในลักษณะคล้ายกับแอปพลิเคชันไทยชนะ คือ มีผู้ใช้งานน้อยจนทำให้แอปพลิเคชันดังกล่าวไม่สามารถแสดงประสิทธิภาพได้เต็มที่ตามที่ผู้พัฒนาคาดหวัง จึงควรใช้งานวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

การจัดตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19). (2563). **กระทรวง**

สาธารณสุข. สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2563, จาก <http://dmsic.moph.go.th/index/detail/8064>.

ศูนย์ข้อมูล COVID-19. (2564, 23 มกราคม). **รวมสไลด์แถลงสถานการณ์โควิด-19 จาก ศบค.** [Facebook]. จาก <https://www.facebook.com/informationcovid19>.

ศรัณย์ธร ศศิณารแก้ว. (2561). ปัจจัยพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์เขต

กรุงเทพมหานคร. **วารสารราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. 13(2): 177-190.

- ธัญพร สุวัจน์พรพงศ์. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้ปฏิบัติงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล. (2563, 30 มกราคม). ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (novel coronavirus 2019, 2019-nCoV). จาก <https://www.si.mahidol.ac.th/th/healthdetail.asp?aid=1410>.
- ไทยชนะ คืออะไร?. (2563). สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2563, จาก <https://accesstrade.in.th/วิธีลงทะเบียน-ไทยชนะ>.
- เสฏฐวุฒิ แสนนาม. (2563). รูปแบบการทำงานของแอปพลิเคชันติดตามผู้สัมผัส (contact tracing) ในช่วงการระบาดของ COVID-19 และประเด็นที่ควรพิจารณา. จาก <https://www.thaicert.or.th/papers/general/2020pa2020ge001.html>.
- เบญจวรรณ เจริญปฐมตระกูล. (2562). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันนิตยสารดิจิทัล ในกลุ่มเจนเนอเรชันวาย. งานประชุมวิชาการระดับชาติ “RSU National Research Conference 2019”. (น. 1346-1356). มหาวิทยาลัยรังสิต. ไทย. สืบค้นจาก <https://rsucon.rsu.ac.th/proceeding/article/2212>.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques*. John Wiley.
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. 13(3): 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Moore, G. C.; & Benbasat, I. (1991). Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation. *Information Systems Research*. 2(3): 192-222.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. 5th ed., Free Press.
- Yang, S.; Lu, Y.; Gupta, S.; Cao, Y.; & Zhang, R. (2012). Mobile Payment Services Adoption Across Time: An Empirical Study of the Effects of Behavioral Beliefs, Social Influences, and Personal Traits. *Computers in Human Behavior*. 28(1): 129-142.
- Venkatesh, V.; & Davis, F. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46, 186-204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>.
- World Health Organization (WHO). (2020). Coronavirus disease (COVID-19) Questions and Answers (เอกสารภาษาไทย). Retrieved 22 September 2020, from <https://www.who.int/thailand/emergencies/novel-coronavirus-2019/q-a-on-covid-19>.
- World Health Organization (WHO). (2020). Q&A: Contact tracing for COVID-19. Retrieved 26 September 2020, from <https://www.who.int/news-room/q-a-detail/q-a-contact-tracing-for-covid-19>.
- Mairura, K. O.; Ngugi, P. K.; & Kanali, C. (2016). The Role of Compatibility in Technology Adoption among Automobile Mechanics in Micro and Small Enterprises in Kenya. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 6. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v6-i5/2166>.
- Lu, J.; Yao, J. E.; & Yu, C. S. (2005). Personal Innovativeness, Social Influences, and Adoption of Wireless Internet Services via Mobile Technology. *The Journal of Strategic Information Systems*. 14(3): 245-268.

S0104: ภาวะผู้นำและแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์

LEADERSHIP AND WORK MOTIVATION THAT AFFECT THE PERFORMANCE OF INTERVENTION OF GOVERNMENT SAVINGS BANK IN KALASIN ARE

นิรมล ดำรงศิริชัย¹ ผุสดี พลสารัมย์²

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² อาจารย์ประจำกลุ่มวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

บทคัดย่อ

อาจารย์ประจำกลุ่มวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน 2) ศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน และ 3) ศึกษาปัจจัย 7s ที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้จัดการธนาคารออมสินในเขตกาฬสินธุ์ จำนวน 5 คน และใช้แบบสอบถามกับพนักงานธนาคาร จำนวน 103 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับผู้นำแบบทำงานเป็นทีมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21) แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ พบว่า แรงจูงใจด้านความสำเร็จของงานมีมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21) ส่วนผลจากการสัมภาษณ์ผู้จัดการสาขาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการดำเนินงาน 7 ประการ พบว่ากลยุทธ์องค์กร โครงสร้างองค์กร ระบบการปฏิบัติงาน บุคลากร ทักษะ ความรู้ ความสามารถ รูปแบบการบริหารจัดการ และค่านิยมร่วม ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานช่วยให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงานดีขึ้น อีกทั้งเมื่อผู้บริหารมีภาวะผู้นำที่ผู้ใต้บังคับบัญชายอมรับได้และเป็นปัจจัยสนับสนุนการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชาย่อมส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ไปในทิศทางที่ดีขึ้น นอกจากนี้แล้วแรงจูงใจในการทำงานยังเป็นปัจจัยกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในการทำงาน มีความสุขในการทำงาน ส่งผลต่อการพัฒนาการทำงานส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ แรงจูงใจในการทำงาน ผลกระทบ ประสิทธิภาพ ธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์

Abstract

This study aimed to 1) study the leadership to affect the operation, 2) study the motivation of the employees that affect the work efficiency, and 3) study factors affecting the efficiency of implementation by using the Theory of McKinsey 7-S Framework. The data was collected by In-depth interview five government savings bank managers in Kalasin area and using questionnaire survey for 103 bank employees. The data was analyzed using the frequency, percentages and mean. The results of the study indicated that the leadership affecting the efficiency of the GSB's work performance in Kalasin area

branches, the respondents principally agreed with the teamwork (4.21 rental). For work incentives affecting the performance of the branches, it was found that the motivation for job success was the most (4.21 rental). According to the results from the interview of the factors affecting the efficiency of implementation by using the Mckinsey 7-S Framework theory from the branch managers, it revealed that corporate strategy, organization structure, operational system, personal, knowledge, competence, management style and shared values affected the performance of employees and helped them to be more efficient at work. In addition, when the director had a great leadership that acceptable and support the subordinates' work, it certainly improved the efficiency of the performance of the GSB branches in the area. Moreover, the motivation for work was the key helping the workers satisfy and please in their work. Thus, it affected the work development and the work efficiency of the Government Savings Bank branches in Kalasin area.

Keywords: Leadership, Work motivation, Effect, Performance, Government Savings Bank branch in Kalasin area

บทนำ

ธนาคารออมสิน ถือกำเนิดโดยพระราชประสงค์ของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ที่ทรงตระหนักถึงความสำคัญของการเก็บรักษาทรัพย์ให้ปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย โดยทรงตราพระราชบัญญัติจัดตั้งคลังออมสินขึ้น เมื่อวันที่ 1 เมษายน พุทธศักราช 2456 ด้วยพระราชปณิธานที่จะให้คลัง ออมสินเป็นที่เก็บรักษาทรัพย์สินอย่างปลอดภัย และฝึกฝนให้ราษฎรรู้จักเก็บออมทรัพย์อย่างถูกต้อง ซึ่งคลังออมสินได้ยื่นหยัดในการทำหน้าที่นี้ตลอดมา และอีกหนึ่งหน้าประวัติศาสตร์ ที่จารึกไว้ นั่นคือใน ปี พ.ศ. 2489 พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาอานันทมหิดล รัชกาลที่ 9 ได้ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ยกฐานะคลังออมสินขึ้นเป็น “ธนาคารออมสิน” โดยทรงตราพระราชบัญญัติธนาคารออมสินขึ้น เพื่อรองรับกับความก้าวหน้าของกิจการคลังออมสิน และเปิดดำเนินการในรูปแบบธนาคารตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2490 และในปี พ.ศ. 2509 ยังทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ เสด็จพระราชดำเนินมาทรงเปิดพระบรมราชานุสาวรีย์ พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 และเปิดอาคารสำนักงานใหญ่ธนาคารออมสิน ถนนพหลโยธิน ซึ่งนับเป็นพระมหากรุณาธิคุณอย่างหาที่สุดมิได้ ยิ่งความปลาบปลื้มเป็นล้นพ้นเปรียบเสมือนพลังและแรงใจในการทำงานของชาวธนาคารออมสินในการทำหน้าที่สถาบันการเงินที่ยืนหยัดเพื่อคนไทยและนำพาประเทศพัฒนาในทุกทางสืบไป (ธนาคารออมสิน. 2562)

ธนาคารของคนไทย เพื่อความสุขที่ยั่งยืน ทุกย่างก้าวของธนาคารออมสิน นอกจากการทำหน้าที่สถาบันการเงินเพื่อการออมของประเทศแล้ว ยังคงมุ่งมั่นในการทำหน้าที่สืบสานสร้างสรรค์พัฒนาสังคมในทุกด้านเพื่อสร้างความสุขที่ยั่งยืนให้ประชาชนคนไทย

ธนาคารของคนไทย กับรางวัลแห่งความสำเร็จ ด้วยความร่วมมือร่วมใจกันผลักดันเป้าหมาย แผนงาน โครงการและกิจกรรมต่าง ๆ พร้อมกับการปรับปรุงกระบวนการที่สำคัญ ทั้งกระบวนการทางธุรกิจ การบริหารจัดการ การตรวจสอบและควบคุมภายใน การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการบริหารความเสี่ยง เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่

มาตรฐานสากล ภายใต้การกำกับและตรวจสอบโดยธนาคารแห่งประเทศไทยในปี 2560 โดยมีผลสำเร็จเป็นที่ประจักษ์ต่อหน่วยงานภายนอก

ปัญหาและลักษณะปัญหาที่พบ คือ ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของธนาคารออมสิน จำนวน 12 สาขา ในเขตกาฬสินธุ์ ยังไม่เป็นไปตามตัวชี้วัดตามบันทึกข้อตกลงที่ให้ไว้กับธนาคารออมสินภาค 11 (ธนาคารออมสิน. 2563) เมื่อผลการดำเนินงานจากการบริหารงานและการดำเนินธุรกิจธนาคารของธนาคารออมสินสาขาไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดวางไว้ย่อมส่งผลกระทบต่อองค์กร บุคลากร และส่งผลกระทบต่อลูกค้า ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาหาสาเหตุในมุมมองของภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการดำเนินงาน เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นลำดับต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน
3. เพื่อศึกษาปัจจัย 7s ที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน
4. เพื่อเสนอแนะทางเลือกในการพัฒนาบุคลากร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

สมมติฐานการวิจัย

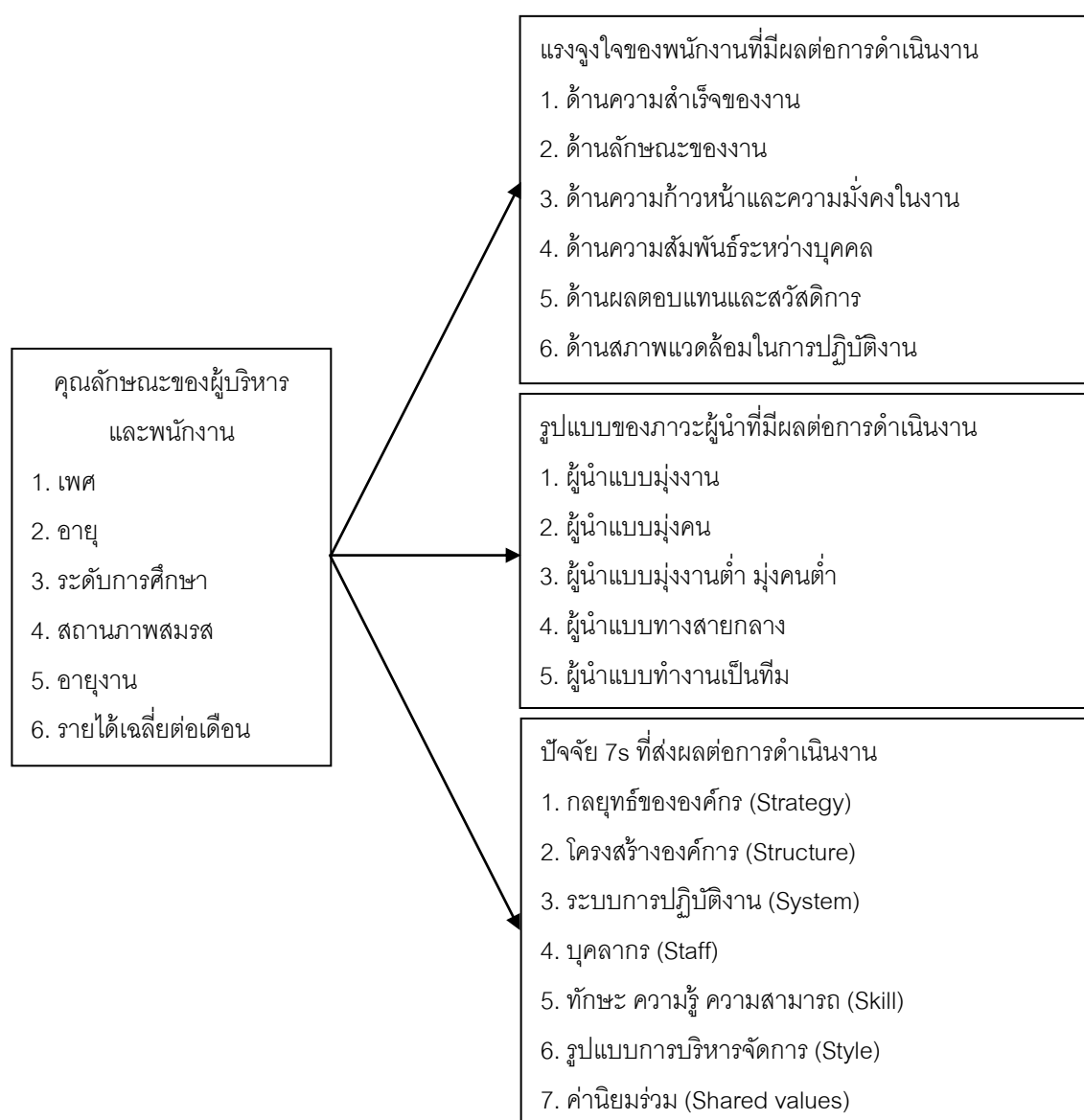
1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล แตกต่างกัน
2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล แตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบสภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน
2. ทราบแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงาน
3. ทราบปัจจัยที่ส่งต่อประสิทธิภาพของการดำเนินงานโดยใช้ทฤษฎี Mckinsey 7-S Framework
4. ได้ข้อเสนอแนะทางเลือกในการพัฒนาบุคลากร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน
5. ผู้บริหารสาขาในสาขาอื่น ๆ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาบุคลากร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง ภาวะผู้นำและแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภาวะผู้นำ

ภาวะผู้นำ (Leadership) หมายถึง สัมพันธภาพในเรื่องของการใช้อิทธิพล ที่มีต่อกันและกัน ระหว่างผู้นำกับผู้ตามที่มีมุ่งหมายให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยสะท้อนถึงวัตถุประสงค์ที่มีร่วมกันภาวะผู้นำ เกี่ยวข้องกับ การใช้ อิทธิพล (Influence) เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มบุคคล โดยกลุ่มบุคคลเหล่านั้นมีความตั้งใจที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะสะท้อนให้เห็นวัตถุประสงค์ที่มีร่วมกันระหว่างผู้นำกับผู้ตาม โดย Daft (1999) กล่าวว่า อิทธิพล (Influence) หมายถึง สัมพันธภาพระหว่างบุคคลที่ไม่ใช่การยอมจำนนและการบังคับ ซึ่งต้องมีลักษณะเป็น การยอมรับซึ่งกันและกัน (Reciprocal) ระหว่างผู้นำกับผู้ตามบุคคลในระบบความสัมพันธ์ดังกล่าว มีความต้องการ การเปลี่ยนแปลง ดังนั้น ภาวะผู้นำจึงเกี่ยวข้องกับการสร้างและการพัฒนาให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ไม่ใช่การรักษา

สถานภาพเดิม (Status quo) ยิ่งไปกว่านั้นการเปลี่ยนแปลงที่ต้องการผู้นำไม่ได้เป็นผู้กำหนดแต่เป็นที่วัตถุประสงค์กำหนดร่วมกันระหว่างผู้นำและผู้ตาม อันจะก่อให้เกิดแรงจูงใจที่จะโน้มน้าวบุคคลให้มุ่งไปสู่ผลสำเร็จที่ต้องการอย่างแท้จริง

องค์ประกอบของภาวะผู้นำ

ภาวะผู้นำนั้นมีปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบหลัก 4 ปัจจัย อันได้แก่

1. ผู้นำ (Leader): หมายถึง ตัวบุคคลที่นำกลุ่ม มีบุคลิกอุปนิสัยในการเป็นผู้นำเพื่อให้ผู้ตามเกิดความไว้วางใจ และสามารถกระตุ้นผู้ตามให้กระทำการต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จ
2. ผู้ตาม (Followers): หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับอิทธิพลจากผู้นำ ที่ต้องการรูปแบบภาวะผู้นำที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับ พื้นฐานความเข้าใจในธรรมชาติของมนุษย์
3. การสื่อความหมาย: หมายถึง การสื่อความหมายสองทางไม่เพียงแต่การใช้คำพูด ยังรวมถึงการทำให้ดูเป็นตัวอย่าง
4. สถานการณ์ (Situation): หมายถึง เหตุการณ์และสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน จึงต้องใช้วิจารณญาณที่เหมาะสมกับแต่ละสถานการณ์

บทบาทและภาวะผู้นำ

ภาวะผู้นำที่ดีขององค์การ ควรมีลักษณะดังนี้

1. เป็นตัวแทนในทุกสถานการณ์
2. เป็นนักพูดที่ดี
3. เป็นนักเจรจาต่อรอง
4. การสอนงานที่ดี
5. เป็นผู้สามารถสร้างทีมงานได้
6. แสดงบทบาทการทำงานเป็นทีม
7. สามารถแก้ปัญหาด้านเทคนิคได้
8. การประกอบการ

คุณลักษณะของผู้นำ

การศึกษาภาวะผู้นำจากคุณลักษณะของผู้นำ (Leader Traits) เป็นวิธีการศึกษาวิธีแรกสุด แต่เนื่องจากการศึกษาไม่สามารถยืนยันได้ว่าคุณลักษณะ (Trait) ของผู้นำแบบใดที่จะส่งผลต่อประสิทธิภาพของภาวะผู้นำได้มากที่สุด จึงได้มีผู้ศึกษาถึงลักษณะผู้นำไปในหลายแนวทาง ทั้งในด้านคุณลักษณะ บทบาท หน้าที่ ฯลฯ แต่ในความเป็นจริงนั้นเราสามารถที่จะแบ่งผู้นำออกเป็น 2 ลักษณะคือ

1. ผู้นำแบบเป็นทางการ (Formal Leaders) หมายถึง ผู้บังคับบัญชาในหน่วยงาน เพราะว่าผู้บังคับบัญชานั้นคือผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการให้ดำรงตำแหน่งหัวหน้าหรือให้มีอำนาจ หน้าที่ในการดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใดตามกฎหมายระเบียบขององค์การ
2. ผู้นำแบบไม่เป็นทางการ (Informal Leaders) คือผู้นำที่ไม่ใช่ผู้บังคับบัญชา เพราะไม่มีตำแหน่งเป็นหัวหน้าในองค์การ แต่สมาชิกในหน่วยให้การยอมรับ และยกย่องให้เป็นผู้นำ เพราะเขามีคุณสมบัติบางประการที่หน่วยงานหรือสมาชิกในองค์การต้องการให้การยอมรับ หรือให้ความไว้วางใจ เช่น ประสิทธิภาพ ความสำเร็จ ความสามารถ มนุษย์สัมพันธ์ เป็นต้น

ลักษณะสำคัญประการหนึ่งของผู้นำไม่ว่าจะเป็นแบบทางการ หรือ ไม่เป็นทางการ ก็คือ จะต้องมีความรู้ มีเงื่อนไขในการปกครองต่าง ๆ เช่น กฎระเบียบ ข้อบังคับ การให้ทุน ให้โทษ ฯลฯ นอกจากนี้ผู้นำยังมีเรื่องของ วิสัยทัศน์ ความซื่อสัตย์ การจัดความสำคัญก่อนหลัง ความสามารถในการสร้างสรรค์การเปลี่ยนแปลงทางบวก ความสามารถในการแก้ปัญหา ความสามารถในการสื่อสารที่ดี และมีวินัย

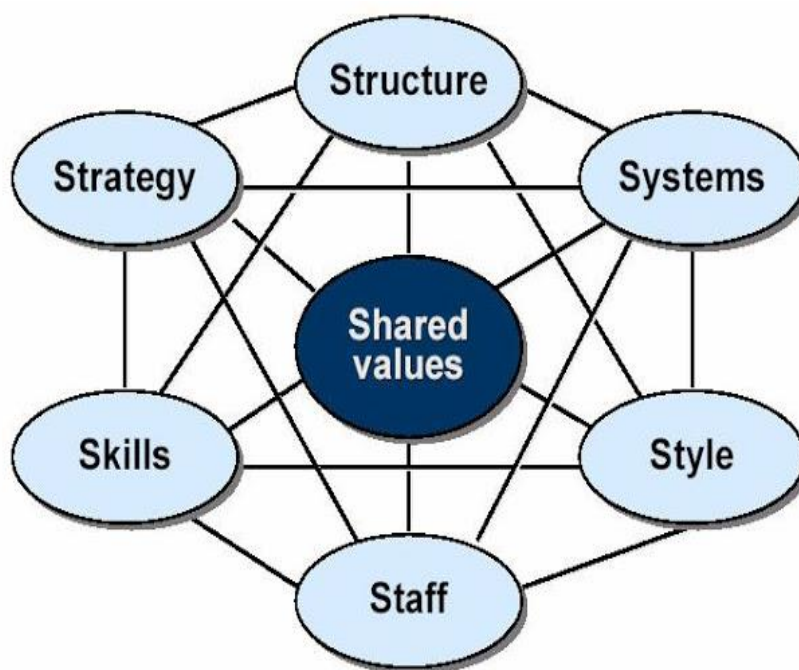
คุณลักษณะด้านบุคลิกภาพของผู้นำที่มีประสิทธิผล มีลักษณะดังนี้

1. เป็นบุคคลที่ทำให้องค์การประสบความสำเร็จ และบรรลุผลสำเร็จ
2. เป็นผู้ที่มีบทบาทที่สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เป็นผู้ใต้บังคับบัญชา
3. การจูงใจผู้อื่นให้ปฏิบัติตามการติดต่อสื่อสาร และมีอิทธิพลเหนือผู้ใต้บังคับบัญชาตามอำนาจหน้าที่ของการบริหารที่ดำรงตำแหน่งอยู่
4. ผู้นำมีส่วนทำให้เกิดวิสัยทัศน์ขององค์การและของพนักงาน ซึ่งรวมถึงผู้นำที่สามารถใช้อำนาจอิทธิพลต่าง ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อนำกลุ่มประกอบกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งด้วย
5. ผู้นำยังเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อกลุ่ม และสามารถนำกลุ่มให้ปฏิบัติงานต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ

แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำ แรงจูงใจในการทำงาน และทฤษฎีมุ่งผลสำเร็จของงาน มีเกิดขึ้นมากมาย และเริ่มเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย จึงมีการศึกษาและรวบรวมทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ทฤษฎี Mckinsey 7-S Framework

แนวคิดนี้ได้รับการเผยแพร่เป็นครั้งแรกในปี ค.ศ.1980 โดย Robert Waterman, Tom Peter and Julien Phillips แนวคิดนี้ต้องการนำเสนอว่าประสิทธิภาพขององค์กรธุรกิจเกิดจากความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ 7 ประการของธุรกิจว่ามีลักษณะและมีสภาพอย่างไร



ภาพประกอบ 1 The Mckinsey 7-S Model

ที่มา: Rasiel; & Friga (2002)

องค์ประกอบทั้ง 7 ของ ทฤษฎี 7 S Model

1. กลยุทธ์ขององค์กร (Strategy) กลยุทธ์ขององค์กร หมายถึง แผนที่กำหนดขึ้นมาเพื่อสร้างหรือคงไว้ซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขัน การวางแผนเชิงกลยุทธ์ช่วยให้องค์กรทราบสถานะปัจจุบันของธุรกิจ เพื่อช่วยกำหนดแผนที่จะช่วยให้บรรลุถึงพันธกิจและเป้าหมายขององค์กรโดยไม่เดินหลงทาง

2. โครงสร้างองค์กร (Structure) โครงสร้างขององค์กร คือ รูปแบบหรือแนวทางที่องค์กรจัดสร้างขึ้น เพื่อบอกหน้าที่และลำดับชั้นของแต่ละส่วน โครงสร้างขององค์กรที่ดีจะต้องมีความคล่องตัวในการบริหารงานและไม่ทำให้เกิดการทำงานที่ซ้ำซ้อน และมีสายบังคับบัญชาที่ชัดเจน อีกทั้งยังต้องส่งเสริมให้มีการทำงานประสานงานระหว่างหน่วยงานได้อย่างราบรื่น

3. ระบบการปฏิบัติงาน (System) ระบบการปฏิบัติงาน คือ กิจกรรมหรือขั้นตอนการปฏิบัติงานประจำวันที่บุคลากรจะต้องทำให้ลุล่วงในการปฏิบัติงานตามกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ตามที่กำหนดไว้ นอกจากการจัดโครงสร้างที่เหมาะสมและมีกลยุทธ์ที่ดีแล้ว การจัดระบบการทำงาน ก็มีความสำคัญ องค์กรจะต้องมีการแบ่งหน้าที่ของระบบงานที่ชัดเจน อาทิ ระบบบัญชี/การเงิน (Accounting/Financial System) ระบบการผลิต ระบบการขาย ระบบการกระจายสินค้า เป็นต้น

4. บุคลากร (Staff) ทรัพยากรมนุษย์นับเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กร องค์กรจะประสบความสำเร็จหรือไม่ส่วนหนึ่งจะขึ้นอยู่กับจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ เป็นกระบวนการวิเคราะห์ความต้องการทรัพยากรมนุษย์ในอนาคต องค์กรที่ดีจะต้องมีบุคลากรที่เพียงพอต่อปริมาณงาน และมีการคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้และความสามารถตรงกับงานที่ทำ

5. ทักษะ ความรู้ ความสามารถ (Skill) ทักษะความรู้ความสามารถของบุคลากรในองค์กรเป็นสิ่งที่สำคัญมาก องค์กรที่ดีจะต้องมีการจ่ายงานให้บุคลากรตามความรู้และความสามารถ อีกทั้งองค์กรจะต้องเป็นตัวเร่งผลักดันและคอยสนับสนุนให้บุคลากรพัฒนาความรู้ความสามารถให้ดียิ่งขึ้นไป

6. รูปแบบการบริหารจัดการ (Style) แบบแผนพฤติกรรมในการปฏิบัติงานของผู้บริหารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของสภาพแวดล้อมภายในองค์กร พบว่า ความเป็นผู้นำขององค์กรจะมีบทบาทที่สำคัญต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวขององค์กร ผู้นำที่ประสบความสำเร็จจะต้องวางโครงสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้วยการเชื่อมโยงระหว่างความเป็นเลิศและพฤติกรรมทางจรรยาบรรณให้เกิดขึ้น

7. ค่านิยมร่วม (Shared values) ค่านิยมและบรรทัดฐานที่ยึดถือร่วมกันโดยสมาชิกขององค์กรที่ได้กลายเป็นรากฐานของระบบการบริหาร และวิธีการปฏิบัติของบุคลากรและผู้บริหารภายในองค์กร หรืออาจเรียกว่า วัฒนธรรมองค์กร รากฐานของวัฒนธรรมองค์กรก็คือ ความเชื่อ ค่านิยมที่สร้างรากฐานทางปรัชญาเพื่อทิศทางขององค์กร โดยทั่วไปแล้วความเชื่อจะสะท้อนให้เห็นถึงบุคลิกภาพและเป้าหมายของผู้ก่อตั้งหรือผู้บริหารระดับสูง ต่อมาความเชื่อเหล่านั้นจะกำหนดบรรทัดฐาน เป็นพฤติกรรมประจำวันขึ้นมาภายในองค์กร เมื่อค่านิยมและความเชื่อได้ถูกยอมรับทั่วทั้งองค์กรและบุคลากรกระทำตามค่านิยมเหล่านั้นแล้วองค์กรก็จะมีวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง

วิธีการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย เนื้อหาเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้บริหารและแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการดำเนินงาน ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการดำเนินงานโดยใช้ทฤษฎี McKinsey 7-S Framework

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ ธนาคารออมสิน ทั้ง 12 สาขา ในเขตกาฬสินธุ์ ได้แก่ สาขากาฬสินธุ์ สาขาสมเด็จ สาขาภมลาไสย สาขาถีนานนท์ สาขาขามเฒ่า สาขาเทสโก้โลตัส สาขากาฬสินธุ์ สาขาคำม่วง สาขาท่าคันโท สาขาหนองสูง สาขาห้วยผึ้ง สาขาภูพานิชย์ และสาขาเขาวง

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนกันยายน-เดือนพฤศจิกายน 2563

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นพนักงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ จำนวน 143 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

2.1 กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการสัมภาษณ์ เป็นผู้บริหารธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ จำนวน 5 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการแจกแบบสอบถาม เป็นพนักงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Krejcie; Morgan (1970) ได้จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่าง 103 คน เป็นการสุ่มอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากพนักงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ และมีการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.952

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (จำนวน 7 ข้อ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำ คุณลักษณะของผู้นำองค์กรที่ดี และส่งที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน (จำนวน 20 ข้อ)

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการดำเนินงานของสาขา และวิธีปฏิบัติที่จะมุ่งสู่ผลสำเร็จ (จำนวน 24 ข้อ)

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังพนักงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การสัมภาษณ์ใช้การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลที่ได้นำมาบรรยายแบบพรรณนา 2) ส่วนแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการศึกษา

การศึกษาก้าวหน้าและแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน 2) ศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการดำเนินงาน และ 3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการดำเนินงานโดยใช้ทฤษฎี Mckinsey 7-S Framework เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกสัมภาษณ์ผู้จัดการธนาคารออมสินในเขตกาฬสินธุ์ จำนวน 5 คน และใช้แบบสอบถามกับพนักงานธนาคาร จำนวน 103 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.3 มีอายุ 30-39 ปี ร้อยละ 76.7 สถานภาพโสด ร้อยละ 50.5 การศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 50.5 และมีรายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 75.7

จากการศึกษาก้าวหน้าที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับผู้นำแบบทำงานเป็นทีม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.21 อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับที่ 2 ผู้นำแบบทางสายกลาง มีค่าเฉลี่ย 4.18 อยู่ในระดับเห็นด้วย อันดับ 3 ผู้นำแบบมุ่งคน มีค่าเฉลี่ย 4.05 อยู่ในระดับเห็นด้วย อันดับ 4 ผู้นำแบบมุ่งงาน มีค่าเฉลี่ย 3.09 อยู่ในระดับไม่แน่ใจ และอันดับ 5 ผู้นำแบบมุ่งงานต่ำ มุ่งคนต่ำ มีค่าเฉลี่ย 2.73 อยู่ในระดับไม่แน่ใจ ตามลำดับ

ผลการศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าแรงจูงใจด้านความสำเร็จของงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.21 อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับที่ 2 ด้านลักษณะของงาน มีค่าเฉลี่ย 4.16 อยู่ในระดับมาก อันดับ 3 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.15 อยู่ในระดับมาก อันดับ 4 ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน มีค่าเฉลี่ย 4.04 อยู่ในระดับมาก อันดับ 5 ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน มีค่าเฉลี่ย 4.04 อยู่ในระดับมาก และอันดับ 6 ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน มีค่าเฉลี่ย 4.04 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า จำแนกตามเพศ โดยรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกัน จำแนกตามอายุ โดยรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผู้นำแบบมุ่งคน ด้านผู้นำแบบมุ่งงาน ด้านผู้นำแบบมุ่งงานต่ำ มุ่งคนต่ำ และด้านผู้นำแบบทางสายกลาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำแนกตามสถานภาพ โดยรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผู้นำแบบมุ่งงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผู้นำแบบมุ่งคน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผู้นำแบบมุ่งคน ด้านผู้นำแบบมุ่งงานต่ำ มุ่งคนต่ำ และด้านผู้นำแบบทางสายกลาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า จำแนกตามเพศ โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านลักษณะของงาน และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำแนกตามอายุ โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความสำเร็จของงาน ด้านลักษณะของงาน ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ และด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำแนกตามสถานภาพ โดยรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านลักษณะของงาน และด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความสำเร็จของงาน ด้านลักษณะของงาน ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน และด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความสำเร็จของงาน ด้านลักษณะของงาน ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ และด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ โดยใช้ทฤษฎี 7s รายละเอียด ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ (Strategy) ขององค์กร ธนาคารออมสินมียุทธศาสตร์ในการทำงาน 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้
 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความมั่นคงทางการเงินและขีดความสามารถในการแข่งขัน
 ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสู่ความยั่งยืน
 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาและยกระดับสู่การเป็น Digital Banking
 ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเพิ่มศักยภาพโครงสร้างพื้นฐาน
- โครงสร้างองค์กร (Structure) ธนาคารออมสิน มีการกำหนดโครงสร้างของแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจน มีการกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจน โครงสร้างองค์กรของธนาคารออมสินอยู่ในรูปของคณะกรรมการ โดยคณะกรรมการธนาคารออมสิน มีบทบาทในการกำหนดวิสัยทัศน์ ทิศทาง และกลยุทธ์ของธนาคาร รวมถึงมีการพิจารณาถึงประเด็นความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้บริหารสามารถนำวิสัยทัศน์ ทิศทาง และกลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นไปปฏิบัติให้เกิดผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- การจัดระบบการปฏิบัติงาน (System) ธนาคารออมสิน มีความเหมาะสมของระบบงาน มีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ช่วยให้เกิดการประสานงานทั้งภายในและภายนอกอย่างมีประสิทธิภาพ มีระบบการตรวจสอบ ทบทวนการปฏิบัติงาน รวมถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่สนับสนุนการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างโอกาสทางการแข่งขัน
- ทักษะ ความรู้ ความสามารถ (Skill) ของพนักงาน ธนาคารมีการจัดพนักงานเข้าทำงานตามความสามารถและทักษะส่วนบุคคลให้เหมาะสมกับแต่ละตำแหน่ง นอกจากนี้ ธนาคารมีการประเมินขีดความสามารถของพนักงาน มีแผนพัฒนารายบุคคล และมีการประเมินผลการปฏิบัติงานตามความสามารถ
- บุคลากร (Staff) ธนาคารออมสินเขตกาฬสินธุ์ มีทั้งหมด 12 สาขา มีบุคลากรทั้งสิ้น 143 คน มีการจัดบุคลากรเข้าปฏิบัติงานตามความถนัดของแต่ละตำแหน่ง มีระบบการสร้างการเรียนรู้ของบุคลากรอย่างเพียงพอ

และมีการกำหนดนโยบายการบริหารทรัพยากรบุคคลไว้อย่างชัดเจน มีการวางแผนด้านทรัพยากรบุคคลที่สอดคล้องกับนโยบาย ยุทธศาสตร์ของธนาคาร และมีระบบการจัดอัตรากำลังที่เหมาะสมกับความสามารถของบุคลากร

6. รูปแบบ (Style) การบริหารจัดการ ธนาคารออมสินบริหารจัดการโดยยึดหลักการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล โดยคำนึงถึง สิ่งแวดล้อม สังคม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ด้วยแนวคิด “เติบโต ยั่งยืน ตอบแทนคืนสู่สังคม” เพื่อขับเคลื่อนธนาคารมุ่งสู่การเป็น “ธนาคารเพื่อความยั่งยืน” เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนไทยในทุกด้าน

7. ค่านิยมร่วม (Share Value) ธนาคารออมสิน มีค่านิยมองค์กร ที่เป็น วิถีออมสิน (GSB Way) เชื่อมโยง วิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ของธนาคารไปสู่การนำไปปฏิบัติจนเป็นวัฒนธรรมองค์กร ดังนี้

G: GIVING FOR THE GREATER GOOD เติมเต็มคุณค่าสังคมไทย

S: SEEKING FOR THE POSSIBILITIES คิดใหม่ก้าวไกลฝ่าสร้างสรรค์

B: BRAVE BEYOND BOUNDARIES มุ่งมั่นสานต่อเหนือขีดจำกัด

จากการวิเคราะห์ปัจจัย 7s ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กรที่มีความสัมพันธ์ สรุปได้ว่า ปัจจัยทั้ง 7 ประการ มีความสอดคล้องกันและส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารออมสินในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ช่วยให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงานดีขึ้น

สรุปผลการศึกษา

ภาวะผู้นำที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับผู้นำแบบทำงานเป็นทีมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21) แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ พบว่า แรงจูงใจด้านความสำเร็จของงานมีมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21) ส่วนผลจากการสัมภาษณ์ผู้จัดการสาขา พบว่า เมื่อผู้บริหารมีภาวะผู้นำที่ผู้ใต้บังคับบัญชายอมรับได้และเป็นปัจจัยสนับสนุนการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชาย่อมส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ไปในทิศทางที่ดีขึ้น นอกจากนี้แล้ว แรงจูงใจในการทำงานยังเป็นปัจจัยกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในการทำงาน มีความสุขในการทำงาน ส่งผลต่อการพัฒนาการทำงานส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์

ส่วนผลจากการสัมภาษณ์ผู้จัดการสาขา พบว่า ปัจจัยส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ โดยใช้ทฤษฎี McKinsey 7-S Framework เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กรที่มีความสัมพันธ์ สรุปได้ว่า ปัจจัยทั้ง 7 ประการ มีความสอดคล้องกันและส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารออมสินในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ช่วยให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงานดีขึ้น เมื่อผู้บริหารมีภาวะผู้นำที่ผู้ใต้บังคับบัญชายอมรับได้และเป็นปัจจัยสนับสนุนการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชาย่อมส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ไปในทิศทางที่ดีขึ้น นอกจากนี้แล้ว แรงจูงใจในการทำงานยังเป็นปัจจัยกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในการทำงาน มีความสุขในการทำงาน ส่งผลต่อการพัฒนาการทำงานส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาภาวะผู้นำและแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.3 มีอายุ 30-39 ปี ร้อยละ 76.7 สถานภาพโสด ร้อยละ 50.5 การศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 50.5 และมีรายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 75.7 ผลการศึกษาระดับผู้นำที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับผู้นำแบบทำงานเป็นทีมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา ผู้นำแบบทางสายกลาง (ค่าเฉลี่ย 4.18) ผู้นำแบบมุ่งคน (ค่าเฉลี่ย 4.05) ผู้นำแบบมุ่งงาน (ค่าเฉลี่ย 3.09) และผู้นำแบบมุ่งงานต่ำ มุ่งคนต่ำ (ค่าเฉลี่ย 2.73) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจิรพันธ์ ขววิวัฒน์ชัย; และ ภูษิต วงศ์หล่อสายชล (2560) ได้ศึกษาภาวะผู้นำที่มีผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เวลต์ไวด์ สตีล บอลล์ จำกัด พบว่า ภาวะผู้นำแบบชี้แนะ ภาวะผู้นำแบบสนับสนุน ภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วม มีความสัมพันธ์ต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ สอดคล้องกับการศึกษาของ กฤษฎา น่วมจิตร (2558) ที่ศึกษาภาวะผู้นำที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน กรณีศึกษา คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่า ภาวะผู้นำแบบบงการ ภาวะผู้นำแบบสนับสนุน ภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วม และภาวะผู้นำแบบเน้นความสำเร็จ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรใน 6 ด้าน คือ ด้านความรู้สึกลึก ด้านความมั่นคงในงาน ด้านเพื่อนร่วมงาน ด้านอัตราผลตอบแทนด้านสภาพแวดล้อม และด้านความสมดุลในชีวิตส่วนตัว อย่างมีระดับนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษาแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตกาฬสินธุ์ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าแรงจูงใจด้านความสำเร็จของงานมีผลมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา ด้านลักษณะของงาน (ค่าเฉลี่ย 4.16) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.15) ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.04) ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.04) และด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.04) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเกศนรินทร์ งามเลิศ (2559) ที่ศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน และลูกจ้าง องค์การคลังสินค้า พบว่า แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน และลูกจ้าง องค์การคลังสินค้า ได้แก่ ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน นโยบายและการบริหารจัดการองค์กร และความมั่นคงในการทำงาน

ข้อเสนอแนะ

1. ธนาคารควรสร้างแรงจูงใจที่มีผลต่อการดำเนินงานของพนักงาน ควรมีนโยบายสนับสนุนให้พนักงานเกิดแรงจูงใจ เกิดความผูกพันต่อธนาคาร ในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ มีการมอบผลประโยชน์ตอบแทน หรือสวัสดิการพิเศษ สำหรับพนักงานที่ทำงานครบ 10 ปี 15 ปี และ 20 ปี ขึ้นไป รวมถึงการเพิ่มค่าตอบแทน และการเลื่อนตำแหน่ง รวมถึงการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดี การส่งเสริมให้พนักงานมีความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน การสร้างความสามัคคีภายในธนาคาร ซึ่งจะส่งผลให้พนักงานมีความพึงพอใจและมีความผูกพันในงานเพิ่มขึ้น ซึ่งจะช่วยให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการทำงานได้เป็นอย่างดี

2. ธนาคารควรเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน โดยทำการสำรวจความต้องการในด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของพนักงานอยู่เสมอ เพื่อให้ทราบความต้องการของพนักงาน เพื่อกำหนดแนวทางในการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน เพื่อส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ อันจะส่งผลต่อความทุ่มเทในการทำงาน ซึ่งสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นแนวทางในการวางแผนเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานต่อไปได้

3. ควรนำผลการศึกษาภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของพนักงานที่พนักงานเห็นว่าสามารถทำงานร่วมกันได้เป็นอย่างดีและส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยดีและมีประสิทธิภาพและอยากร่วมงานด้วยและสนับสนุนให้ผู้บริหารนำไปใช้ในการทำงานเพิ่มขึ้น คือ ผู้นำแบบทำงานเป็นทีม

4. ธนาคารควรนำผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำงาน 7s มาใช้ในการกำหนดแผนการปฏิบัติงานตามนโยบายของธนาคาร เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุดและพนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาระดับภาวะผู้นำและแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตอื่น ๆ เพื่อวัดระดับภาวะผู้นำและแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานในเขตพื้นที่ต่าง ๆ

2. ควรทำการศึกษาระดับภาวะผู้นำและแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาในเขตอื่น ๆ เพื่อวัดระดับและเปรียบเทียบความคิดเห็นและแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสำนักงานเขตพื้นที่ต่าง ๆ

3. ควรทำการศึกษาระดับความพึงพอใจในการทำงานและแรงจูงใจในการทำงาน ในทุกเขต เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาใช้ในการกำหนดแนวทางในการสร้างแรงจูงใจในการทำงานเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานและก่อให้เกิดความผูกพันในงานช่วยลดอัตราการลาออกของพนักงานได้

เอกสารอ้างอิง

กฤษฎา น่วมจิตร. (2558). ภาวะผู้นำที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน กรณีศึกษา คณะวิศวกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป. ปทุมธานี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

เกศนรินทร์ งามเลิศ. (2559). แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน และลูกจ้างองค์การคลังสินค้า. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

จิรนนท์ ขววิวัฒน์ชัย; และ ภูษิต วงศ์หล่อสายชล. (2560). ภาวะผู้นำที่มีผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เวิลด์ไวด์ สติล บอลล์ จำกัด. จาก [http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/\(Edit\)Id702-11-08-2017_10:35:58.pdf](http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/(Edit)Id702-11-08-2017_10:35:58.pdf).

ธนาคารออมสิน. (2562). ประวัติธนาคาร. จาก <https://www.gsb.or.th/about/ประวัติธนาคาร/>.

_____. (2563). สรุปผลการประเมินผลการดำเนินงานธนาคารออมสินเขตกาฬสินธุ์. กาฬสินธุ์: ธนาคารฯ.

Daft, R. L. (1999). Leadership: Theory and Practice. Forth Worth, TX: Dryen Press.

Krejcie, R. V.; & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*. 30(3): 607-610.

Rasiel, E. M.; & Friga, P. N. (2002). *The Mckinsey Mind*. New York: McGraw-Hill.

Waterman, R.; Peter, T.; & Phillips, J. (1980). Structure is Not Organization. *Business Horizons*. 23(3): 14-26.

S0105: ผลของโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาที่มีต่อเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชน

EFFECTS OF PSYCHOLOGICAL TRAINING PROGRAM ON WORK ACHIEVEMENT GOALS OF PRIVATE VOCATIONAL TEACHERS

บดีรินทร์ นาวง¹ เบญจวรรณ บุญยะประพันธ์²

¹ นักศึกษานักศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชนในกรุงเทพมหานคร และศึกษาผลของโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาที่มีต่อเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ 1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชนเป็นครูในสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชนเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้น จำนวน 387 คน และ 2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาผลของโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาที่มีต่อเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชนเป็นครูผู้สอนในวิทยาลัยเทคโนโลยีการจัดการเพชรเกษม กรุงเทพมหานคร จำนวน 21 คน ที่มีระดับเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานตั้งแต่เปอร์เซ็นต์ที่ 50 ลงมา และสมัครใจเข้าร่วมโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 1) แบบสอบถามเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงาน และ 2) โปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อเสริมสร้างเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าทีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน

ผลการวิจัย พบว่า 1) ครูอาชีวศึกษาเอกชนมีเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับสูง และ 2) ครูอาชีวศึกษาเอกชนมีเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานระยะหลังการทดลองสูงกว่าระยะก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: เป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์, ครูอาชีวศึกษาเอกชน, การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

Abstract

The purpose of this research was to study work achievement goals of private vocational teachers in Bangkok and to study the effects of the psychological training program on work achievement goals of private vocational teachers. The samples in this study included: 1) the sample group that used to study the achievement goals of private vocational teachers as teachers in private vocational schools in Bangkok. The sample consisted of 387 people in stratified random sampling, and 2) The sample group that used to study the effect of the psychological training program on the achievement goals of private vocational teachers as teachers in Phetkasem Management Technological College. 21 people with

achievement goals from the 50th percentile down and voluntarily participate in psychological training programs. The research instruments used in the study were: 1) Questionnaire for achievement goals. and 2) Psychological training programs to strengthen work achievement goals. The statistical analyses included a mean, standard deviation, and t-test for dependent samples.

The results of the study were as follows: 1) the work achievement goals of private vocational teachers were at a high level, and 2) The work achievement goals of private vocational teachers after the experiment were higher than before the experiment at a significantly level of .01.

Keywords: Work achievement goals, Private vocational teachers, Psychological training

บทนำ

ครู คือ ตัวแปรสำคัญที่สุด จากการวิจัยของ OECD ร่วมกับ Pearson's Education ชี้แนะว่าในระบบการศึกษา ไม่มีอะไรที่ทดแทนครูได้ ครูดีไม่เพียงแต่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการเรียนรู้ของนักเรียนเท่านั้น แต่ยังทำให้นักเรียนมีภาระงานที่ดี รายได้สูงในอนาคต และมีนัยทางสังคมที่นักเรียนจะไม่ก่อปัญหาทางสังคม ไม่ตั้งครมภิในวัยรุ่น ระบบการศึกษาที่ประสบความสำเร็จมีองค์ประกอบที่เหมือนกันคือ สร้างวิถีทางวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดคนดีคนเก่งมาเป็นครู จัดให้มีการอบรมต่อเนื่อง ให้สถานะเท่าเทียมกับวิชาชีพอื่นที่ได้รับการยกย่องสูงในสังคม (Briggs. 2013) ทั้งนี้ ระบบฯ ควรจริงจังกับการส่งเสริมความเข้มแข็งทางวิชาชีพให้ครูไทย แทนการแสดงออกถึงความไม่เชื่อมั่นว่าครูมีความรู้พอที่จะสอนนักเรียน ซึ่งเป็นการบั่นทอนขวัญและกำลังใจของครู (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. 2560)

เนื่องจากห้องเรียน ไม่ได้ประกอบด้วยความสำเร็จของนักเรียนเพียงเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความสำเร็จของครูด้วย ขณะสอนในห้องเรียนครูจึงพยายามสอนให้บรรลุเป้าหมายแห่งความสำเร็จในการสอน (Butler. 2007) เช่นเดียวกับเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการเรียนของนักเรียน ก็มีเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการสอนของครูประกอบด้วย ทั้งเป้าหมายมุ่งรอบรู้ (เพื่อพัฒนาความสามารถในการสอน) เป้าหมายมุ่งความสามารถ (เพื่อแสดงความสามารถในการสอนของเขาที่เหนือกว่าผู้อื่น) หรือเป้าหมายการหลีกเลี่ยงข้อผิดพลาด (เพื่อปกปิดความสามารถในการสอนที่ด้อยกว่า) สิ่งเหล่านี้ทำให้เป้าหมายในการสอนของครูประสบความสำเร็จ ซึ่งการสอนของครูที่มุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมผลการเรียนรู้ที่ต่างกันในแต่ละห้องเรียน หากครูมีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษจะกำหนดกรอบความคิดในการสอนที่มีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมพัฒนาการและความสามารถของนักเรียน (Patrick; et al. 2001; Turner; et al. 2003) การส่งเสริมและพัฒนาครูให้มีเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานสอนจะส่งผลให้คุณภาพผู้เรียนเป็นไปตามที่คาดหวัง ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ในเนื้อหาสาระที่ดีขึ้น เพราะครูพัฒนาความสามารถในสอนของตนเองให้ดียิ่งขึ้น เพื่อทัดเทียมกับครูคนอื่น ๆ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่จะส่งผลให้การสอนของตนเองเกิดข้อผิดพลาด ซึ่งผลลัพธ์ในการพัฒนาครูให้มีเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานก็คือผู้เรียนที่มีคุณภาพ และครูที่มีประสิทธิภาพสูงมีโอกาสน้อยที่จะรู้สึกเหนื่อยหน่ายและมีแนวโน้มสูงที่จะมีความพึงพอใจในการเป็นครูที่สูงขึ้น นอกจากนี้การเชื่อมโยงเชิงบวกระหว่างความรู้สึกในประสิทธิภาพของครูและความพึงพอใจในงาน สังเกตได้จากบริบทที่หลากหลายทางวัฒนธรรม (Klassen; et al. 2009)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะพัฒนาครูให้มีเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานด้วยรูปแบบการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ซึ่งเป็นกระบวนการจัดการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างหรือเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ ความสามารถและทัศนคติ เป็นกรรมวิธีในการที่จะเพิ่มสมรรถภาพในการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน ทั้งในด้านความคิด การกระทำ ความสามารถ ความรู้ ความชำนาญ และการแสดงออก เป็นกระบวนการที่จะให้ผู้เข้ารับการอบรมเกิดความรู้ ความเข้าใจ ความชำนาญ และทัศนคติที่ดี เพื่อเพิ่มพูนทักษะ ความชำนาญ ความสามารถและในทางที่ถูกที่ควร เพื่อช่วยให้การปฏิบัติงาน และภาระหน้าที่ต่าง ๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Goldstein, 1993) โดยการพัฒนาครูให้มีเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานใช้โปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาที่ผู้วิจัยออกแบบขึ้น หากรูปแบบการพัฒนาครูโดยการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาสามารถเสริมสร้างการมีเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูได้จะสามารถนำผลที่ได้ไปใช้ในการกำหนดแนวทางในการสร้างและพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรม เพื่อพัฒนาครูให้มีคุณภาพต่อไปในอนาคตได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชนในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาผลของโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาที่มีต่อเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชน

สมมติฐานในการวิจัย

ครูอาชีวศึกษาเอกชนที่เข้าร่วมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานหลังการฝึกอบรมสูงกว่าระยะก่อนการฝึกอบรม

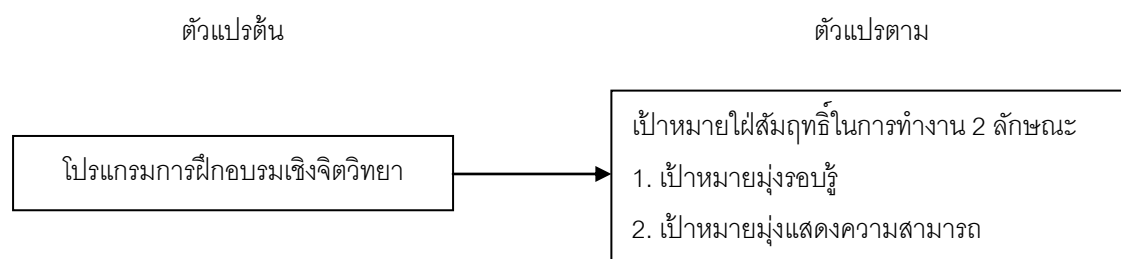
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ด้านปริมาณและการกำหนดนโยบายขององค์กร ทำให้ทราบถึงระดับเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชน ซึ่งผลที่ได้รับจากการสำรวจข้อมูลและวิเคราะห์ผล จะเป็นประโยชน์สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การพัฒนาคณาการทางการศึกษา เพื่อเพิ่มองค์ความรู้และพัฒนาศักยภาพการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชน
2. ด้านการพัฒนาและกำหนดแนวทางการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาสายอาชีวศึกษา ผลที่ได้สามารถนำไปใช้ในการกำหนดแนวทางในการสร้างและพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงาน โดยการประยุกต์ใช้เทคนิคทางจิตวิทยาในการฝึกอบรม เพื่อให้เกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์เสริมสร้างให้เกิดพฤติกรรมที่ดีในการทำงาน ส่งผลให้ครูอาชีวศึกษาเอกชนมีสมรรถนะในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรเพิ่มขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง (quasi experimental research) ดำเนินการทดลองตามแบบแผนการวิจัยศึกษากลุ่มเดียว วัดผลก่อนและหลังการทดลอง (One Group Pretest Posttest Design) ประกอบด้วยตัวแปรต้น คือ โปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา และตัวแปรตามคือเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงาน ผู้วิจัยนำทฤษฎีและเทคนิคการให้คำปรึกษากลุ่มต่าง ๆ มาผสมผสานเพื่อใช้ในการเสริมสร้างการมีเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครู

อาชีวศึกษาเอกชน ดังนี้ 1) ทฤษฎีและเทคนิคการให้คำปรึกษากลุ่มแบบยึดบุคคลเป็นศูนย์กลาง 2) ทฤษฎีและเทคนิคการให้คำปรึกษากลุ่มแบบอัตถิภาวนิยม 3) ทฤษฎีและเทคนิคการให้คำปรึกษากลุ่มแบบเกสตัลท์ 4) ทฤษฎีและเทคนิคการให้คำปรึกษากลุ่มแบบพิจารณาเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม 5) ทฤษฎีและเทคนิคการให้คำปรึกษากลุ่มแบบแอดเลอร์ และ 6) ทฤษฎีและเทคนิคการให้คำปรึกษากลุ่มแบบเผชิญความจริง ซึ่งเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงาน เป็นการกำหนดเป้าหมายแห่งความสำเร็จของแต่ละบุคคล เพื่อให้เกิดพฤติกรรมแสวงหาความสำเร็จของบุคคล เกิดคุณลักษณะที่มุ่งมั่นทำให้เป้าหมายนั้นสำเร็จได้ หรือพยายามหลีกเลี่ยงความล้มเหลว และบุคคลจะสร้างกรอบของความคิด พฤติกรรม ที่มุ่งไปสู่เป้าหมายที่สำเร็จ มีการเปรียบเทียบเพื่อนำไปพัฒนาให้ตนเองมีศักยภาพมากขึ้น โดยแบ่งเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ เป้าหมายมุ่งรอบรู้ และเป้าหมายมุ่งแสดงความสามารถ ผู้วิจัยจึงนำมาสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยของโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาที่มีต่อเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชน ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ เป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงาน ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ 1) เป้าหมายมุ่งรอบรู้ 2) เป้าหมายมุ่งแสดงความสามารถ และโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อเสริมสร้างเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชน เนื้อหา ประกอบด้วย 1) การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อเสริมสร้างเป้าหมายมุ่งรอบรู้ และ 2) การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อเสริมสร้างเป้าหมายมุ่งแสดงความสามารถ

2. ขอบเขตด้านประชากร คือ ครูผู้สอนในสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นสถานศึกษาในกำกับสำนักบริหารการอาชีวศึกษาเอกชน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา และตั้งอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงทำการคัดเลือกประชากร โดยทำการคัดเลือกสถานศึกษาขนาดใหญ่ มีสาขาวิชาที่สอนและลักษณะการทำงานที่คล้ายคลึงกัน จำนวน 7 แห่ง มีจำนวนประชากรทั้งหมด 599 คน

3. ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้เป็นตัวแทนของประชากรโดยใช้สูตรตามวิธีของ Yamane's (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จากการคำนวณได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการทั้งหมด 240 คน เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างมากขึ้น และป้องกันการสูญหายของข้อมูลหรือข้อมูลไม่ถูกต้อง ผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมดทุกคน ซึ่งรวบรวมแบบสอบถามเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานกลับคืนมาและทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามได้ จำนวน 387 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 64.61 จากการส่งแบบสอบถามเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานให้กับประชากรทั้งหมด จำนวน 599 ฉบับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาผลของโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อเสริมสร้างเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงาน คือ ครูผู้สอนในสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) เป็นครูผู้สอนในวิทยาลัยเทคโนโลยีการจัดการเพชรเกษม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยคัดเลือกครูผู้สอนที่มีระดับเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานตั้งแต่เปอร์เซ็นต์ที่ 50 ลงมา และคัดเลือกผู้ที่สมัครใจเข้าร่วมโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้จำนวน 21 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบสอบถามเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นที่มีค่าความสอดคล้องของเนื้อหาแบบสอบถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งมีค่าระหว่าง 0.60-1 มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.882 และมีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.246-0.625 และ 2) โปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อเสริมสร้างเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงาน ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นและมีค่าความสอดคล้องของเนื้อหาของโปรแกรมฯ (Index of Item Objective Congruence: IOC) เท่ากับ 1

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ครูผู้สอนในสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชนขนาดใหญ่ ในเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จำนวน 7 แห่ง มีจำนวนประชากรทั้งหมด 599 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ศึกษาเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงาน จำนวน 387 คน จากการสุ่มแบบแบ่งชั้นตามสัดส่วนของจำนวนประชากร และกลุ่มที่เป็นกลุ่มทดลอง คือ กลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) เป็นครูผู้สอนในวิทยาลัยเทคโนโลยีการจัดการเพชรเกษม กรุงเทพมหานคร ที่มีระดับเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานตั้งแต่เปอร์เซ็นต์ที่ 50 ลงมา และคัดเลือกผู้ที่สมัครใจเข้าร่วมโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา จำนวน 21 คน

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การแจกแจงความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อศึกษาระดับเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชน กรุงเทพมหานคร และศึกษาผลของโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อเสริมสร้างเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชน ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงวิเคราะห์ (Analytical Statistics) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชน ก่อนและหลังการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา โดยการทดสอบค่าที่ไม่เป็นอิสระต่อกันด้วยสถิติ t-test for Dependent Samples โดยวิเคราะห์แบบ Paired Sample t-test

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชนในกรุงเทพมหานคร (n = 387)

เป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
เป้าหมายมุ่งรอบรู้	4.12	0.42	สูง
เป้าหมายมุ่งแสดงความสามารถ	3.85	0.42	สูง
เป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานโดยรวม	3.98	0.39	สูง

ผลการศึกษาพบว่า ครูอาชีวศึกษาเอกชนมีค่าเฉลี่ยเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์โดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เมื่อพิจารณาแต่ละองค์ประกอบ ครูอาชีวศึกษาเอกชนมีค่าเฉลี่ยเป้าหมายมุ่งรอบรู้ อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และเป้าหมายมุ่งแสดงความสามารถอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

ผลการศึกษาระดับเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานที่เข้าร่วมโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ในระยะก่อนการทดลองและระยะหลังการทดลอง

เป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงาน	ระยะก่อนการทดลอง			ระยะหลังการทดลอง		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
เป้าหมายมุ่งรอบรู้	3.89	0.52	สูง	4.33	0.27	สูง
เป้าหมายมุ่งแสดงความสามารถ	3.71	0.59	สูง	3.95	0.40	สูง
เป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์โดยรวม	3.80	0.51	สูง	4.13	0.29	สูง

ผลการศึกษาพบว่า ครูอาชีวศึกษาเอกชนที่เข้าร่วมโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีระดับเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานโดยรวมก่อนการทดลองอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และหลังการทดลองมีระดับเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

ระดับเป้าหมายมุ่งรอบรู้ก่อนการทดลองอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และหลังการทดลองมีระดับเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33

ระดับเป้าหมายมุ่งแสดงความสามารถก่อนการทดลองอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และหลังการทดลองมีระดับเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

ผลการเปรียบเทียบระดับเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานที่เข้าร่วมโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ในระยะก่อนการทดลองและระยะหลังการทดลอง

เป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์	ระยะก่อนการทดลอง		ระยะหลังการทดลอง		t	sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
เป้าหมายมุ่งรอบรู้	3.89	0.52	4.33	0.27	5.041*	.000
เป้าหมายมุ่งแสดงความสามารถ	3.71	0.59	3.95	0.40	3.848*	.001
เป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานโดยรวม	3.80	0.51	4.13	0.29	5.073*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการเปรียบเทียบพบว่า เป้าหมายมุ่งรอบรู้ ในระยะก่อนการทดลองและระยะหลังการทดลองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยระดับเป้าหมายมุ่งรอบรู้ระยะหลังการทดลอง (ค่าเฉลี่ย = 4.33) มากกว่าระดับเป้าหมายมุ่งรอบรู้ระยะก่อนการทดลอง (ค่าเฉลี่ย = 3.89)

เป้าหมายมุ่งแสดงความสามารถ ในระยะก่อนการทดลองและระยะหลังการทดลองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยระดับเป้าหมายมุ่งแสดงความสามารถระยะหลังการทดลอง (ค่าเฉลี่ย = 3.95) มากกว่าระดับเป้าหมายมุ่งแสดงความสามารถระยะก่อนการทดลอง (ค่าเฉลี่ย = 3.71)

เป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานโดยรวมของครูอาชีวศึกษาเอกชน ในระยะก่อนการทดลองและระยะหลังการทดลองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยระดับเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานโดยรวมระยะหลังการทดลอง (ค่าเฉลี่ย = 4.13) มากกว่าระดับเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานโดยรวมระยะก่อนการทดลอง (ค่าเฉลี่ย = 3.80)

สรุปผลการศึกษา

1. ครูอาชีวศึกษาเอกชนมีเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เมื่อพิจารณาในแต่ละลักษณะ ครูอาชีวศึกษาเอกชนมีค่าเฉลี่ยเป้าหมายมุ่งรอบรู้ อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และเป้าหมายมุ่งแสดงความสามารถอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

2. ครูอาชีวศึกษาเอกชนมีเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานระยะหลังการทดลองสูงกว่าระยะก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยระดับเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานโดยรวมหลังการทดลอง (ค่าเฉลี่ย = 4.13) สูงกว่าระดับเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานโดยรวมก่อนการทดลอง (ค่าเฉลี่ย = 3.80) เมื่อพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบ ครูอาชีวศึกษาเอกชนในระยะหลังการทดลองมีเป้าหมายมุ่งรอบรู้และเป้าหมายมุ่งแสดงความสามารถสูงกว่าระยะก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

ผลการศึกษาเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงาน และผลของโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาที่มีต่อเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชน กรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ผลการศึกษาเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชน กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาในแต่ละลักษณะ ครูอาชีวศึกษาเอกชนมีเป้าหมายมุ่งรอบรู้อยู่ในระดับสูง และเป้าหมายมุ่งแสดงความสามารถอยู่ในระดับสูง อาจเนื่องมาจากสถานศึกษาเอกชนมีการบริหารการศึกษาด้านทรัพยากรมนุษย์ให้ครูผู้สอนได้รับการพัฒนา สนับสนุนและส่งเสริมเพื่อประสิทธิภาพในการสอนและการปฏิบัติงานที่สูงขึ้น ให้สอดคล้องกับการประเมินสถานศึกษา การประเมินสมรรถนะครูผู้สอน และการประเมินมาตรฐานการศึกษาต่าง ๆ จากทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษาที่มีหลักเกณฑ์การประเมินที่เข้มข้น อีกทั้งสถานศึกษาเอกชนต้องธำรงรักษาครูผู้สอนที่มีประสิทธิภาพเอาไว้ให้ได้ เพราะครูผู้สอนที่มีประสิทธิภาพสามารถเลือกเส้นทางอาชีพได้หลากหลาย เช่น สอบบรรจุรับราชการครูเพื่อสอนในสถานศึกษารัฐบาล หรือทำงานตามสายงานที่จบการศึกษามาในบริษัทเอกชนซึ่งรับรายได้ที่มากกว่า เป็นต้น และผู้ประกอบการวิชาชีพครูควรต้องพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ต้องใฝ่เรียนรู้ เพิ่มพูนความรู้ความสามารถทางวิชาการและวิชาชีพอยู่เสมอ เพื่อถ่ายทอดความรู้และพัฒนาทักษะให้แก่ผู้เรียน รวมถึงเพื่อพัฒนาความก้าวหน้าในวิชาชีพครูอีกด้วย ซึ่งบทบาทของผู้บริหารโรงเรียนในการส่งเสริมสนับสนุนในการธำรงรักษาบุคลากรครู เพื่อลดการลาออกของบุคลากรครูในโรงเรียนเอกชน ทักตนัย เพชรเกีรี (2558) ได้อธิบายไว้ในการศึกษารูปแบบการธำรงรักษาเพื่อลดการลาออกของบุคลากรครูในโรงเรียนเอกชน จังหวัดกำแพงเพชร ไว้ว่า ควรส่งเสริมสนับสนุนให้ครูมีความสุข มีความผูกพัน มีความพึงพอใจ และมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในโรงเรียนอย่างมีประสิทธิภาพโดยการ

จัดสวัสดิการ การให้ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม การให้การยอมรับนับถือ การสร้างความมั่นคงก้าวหน้าในวิชาชีพ การส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม การเปิดโอกาสให้ครูได้มีส่วนร่วมในการทำงาน การส่งเสริมให้มีการช่วยเหลือครูในการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ โดยจัดให้มีการนิเทศโดยคณะกรรมการ สร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน กำหนดนโยบายการบริหาร กำหนดลักษณะงานที่ปฏิบัติที่มีความชัดเจน จัดสภาพแวดล้อมที่ดีภายในโรงเรียน โดยปัจจัยในการเสริมสร้างเป้าหมายมุ่งรอบรู้ของครูประการหนึ่ง คือ การเรียนการสอนในวิชาชีพครูและการบริหารการศึกษาที่มุ่งเน้นส่งเสริมบรรยากาศในโรงเรียนที่เอื้อต่อการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ (Athanasios; & Triantafyllos. 2007)

2. ผลของโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาที่มีต่อเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชน มีระดับเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานโดยรวมหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลอง เมื่อพิจารณาในแต่ละลักษณะ ครูอาชีวศึกษาเอกชนในระยะหลังการทดลองมีเป้าหมายมุ่งรอบรู้และเป้าหมายมุ่งแสดงความสามารถสูงกว่าระยะก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาสามารถส่งเสริมให้ครูอาชีวศึกษาเอกชนมีเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานได้ ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเป็นวิธีการที่ทำให้ครูอาชีวศึกษาเอกชนได้ทบทวนและกำหนดเป้าหมายแห่งความสำเร็จของแต่ละบุคคล เพื่อให้เกิดการแสวงหาวิธีการสู่ความสำเร็จ มีคุณลักษณะที่มุ่งมั่นจะทำให้เป้าหมายนั้นสำเร็จได้ หรือพยายามหลีกเลี่ยงความล้มเหลว และสร้างกรอบความคิด และสร้างพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมายแห่งความสำเร็จ ได้เรียนรู้การเปรียบเทียบเพื่อนำไปพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพมากขึ้น ซึ่งการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาที่มีต่อเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชน ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ ขั้นนำเข้าสู่โปรแกรม ขั้นเสริมสร้างเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงาน และขั้นสรุป อันเป็นวิธีการที่ช่วยให้ครูอาชีวศึกษาเอกชนมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมด้วยกัน ส่งผลให้ครูอาชีวศึกษาเอกชนมีเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ กิตติศักดิ์ ปลาทอง (2554) ที่ใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาการเจรจาต่อรองในภาวะวิกฤตของเจ้าหน้าที่ตำรวจ พบว่า การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาสามารถพัฒนาการเจรจาต่อรองในภาวะวิกฤตของเจ้าหน้าที่ตำรวจ ให้ดีขึ้นได้ การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาไม่เพียงแต่พัฒนาบุคคลในด้านทักษะ ความสามารถเท่านั้น แต่ยังมีการศึกษาการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อการพัฒนาความคิด ความรู้สึกอีกด้วย ซึ่ง สารร ใจตรง (2560) ได้ทำการพัฒนาคุณลักษณะเชิงคุณธรรมจริยธรรมของนักศึกษาคณะครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร โดยการฝึกอบรมกลุ่มเชิงจิตวิทยา ผลการศึกษาพบว่า การฝึกอบรมกลุ่มเชิงจิตวิทยาช่วยพัฒนาให้นักศึกษาคณะครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์ชั้นปีที่ 4 ที่เข้าร่วมการฝึกอบรมกลุ่มเชิงจิตวิทยามีระดับคุณลักษณะเชิงคุณธรรมจริยธรรมเพิ่มขึ้น นอกจากนี้การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำกระบวนการให้คำปรึกษากลุ่มโดยการเลือกทฤษฎีและเทคนิคในการให้คำปรึกษากลุ่มที่มีความเหมาะสมต่อการเสริมสร้างเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชน โดยรายละเอียด มีดังต่อไปนี้

2.1 การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาช่วยเสริมสร้างให้ครูอาชีวศึกษาเอกชนมีระดับของเป้าหมายมุ่งรอบรู้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงให้เห็นว่าการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาช่วยให้ครูอาชีวศึกษาเอกชนรับรู้และเข้าใจในเป้าหมายของตนเองได้ เกิดความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะต่าง ๆ ให้มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน มีการพิจารณาความสามารถของตนเอง มีการแสดงออกที่พยายามหลีกเลี่ยงข้อผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นกับตนเอง เกิดความมุ่งมั่นที่จะมีความเชี่ยวชาญในการทำงาน มีกิจกรรมที่ได้เรียนรู้และเข้าใจในเนื้อหา

ของงานที่ทำ และกระตุ้นให้เกิดตั้งใจเรียนรู้วิธีการต่าง ๆ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และเชื่อว่าตนเองสามารถพัฒนาและเรียนรู้ในสิ่งแปลกใหม่ได้ ซึ่งผู้วิจัยเลือกใช้ทฤษฎีการให้คำปรึกษากลุ่มแบบเกสตัลท์ (Gestalt Group Counseling Theory) ช่วยให้ผู้คนได้ค้นพบตัวเอง ตระหนักรู้ในตน (self-awareness) ในประสบการณ์ เกิดความรู้สึกต้องการที่จะเปลี่ยนจากการพึ่งพาผู้อื่นโดยหันมาพึ่งตนเอง กล้ารับผิดชอบต่อการกระทำของตนเอง พัฒนาตนเองให้รับรู้ (awareness) เกี่ยวกับตนเอง ช่วยให้ผู้สามารถค้นพบตนเองว่า มีหลายสิ่งหลายอย่างที่เขาส่งเสริมทำได้ด้วยตนเอง โดยที่ไม่เคยคาดคิดมาก่อน เพื่อดำรงชีวิตอย่างเต็มศักยภาพกว่าที่เขาเคยเป็น เพราะจากแนวคิดของทฤษฎีที่ว่า มนุษย์มีความสามารถที่จะปรับตัวกับสิ่งแวดล้อม และดำเนินชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแก้ไขปัญหาและตัดสินใจด้วยตัวเอง รับผิดชอบต่อการกระทำของตน และพยายามพัฒนาตนเองในปัจจุบันให้มีศักยภาพ (พงษ์พันธ์-วิลโลว์, 2557; และ วชิร ทรัพย์มี, 2556) สอดคล้องกับ ต้องรัก จิตบรรเทา (2561) ที่นำทฤษฎีการให้คำปรึกษากลุ่มแบบเกสตัลท์มาพัฒนาสุขภาพของผู้ให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนว โดยกลุ่มฝึกอบรมผลการศึกษาพบว่า มีค่าเฉลี่ยสุขภาพของผู้ให้คำปรึกษาสำหรับครูแนะแนว โดยรวมและทุกด้านสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และผู้วิจัยเลือกใช้ทฤษฎีการให้คำปรึกษากลุ่มแบบอัตถิภาวนิยม (Existentialism Group Counseling Theory) ช่วยให้ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมได้ทำความรู้จักตนเอง เข้าใจถึงศักยภาพของตนเอง สามารถใช้ศักยภาพของตนเองในการเลือกหาความหมายของชีวิตให้เหมาะสมกับตนเองอย่างมีอิสระเสรีภาพ (freedom) แต่ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมจะต้องรับผิดชอบ (responsibility) ต่อการตัดสินใจเลือกเป้าหมายในการดำเนินชีวิตของตนด้วย พร้อมเปิดโอกาสให้กับตนเองได้พัฒนาศักยภาพให้เพิ่มขึ้นอย่างเต็มที่ (ลักขณา สรวิวัฒน์, 2560) ซึ่งสอดคล้องกับการให้คำปรึกษาแบบกลุ่มตามทฤษฎีอัตถิภาวนิยมที่มีต่อความหมายในชีวิตของวัยรุ่น ของ ธัญญา เป๋ไรสง (2557) ผลการศึกษาพบว่า วัยรุ่นที่เข้าร่วมการให้คำปรึกษาแบบกลุ่มตามทฤษฎีอัตถิภาวนิยมมีความหมายในชีวิตเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผู้วิจัยยังเลือกทฤษฎีการให้คำปรึกษากลุ่มแบบยึดบุคคลเป็นศูนย์กลาง (Person Centered Counseling Theory) เพื่อเสริมสร้างให้ครูอาชีวศึกษาได้ค้นพบตนเอง เข้าใจถึงอุปสรรคของความเจริญงอกงามแห่งตนคืออะไรและยอมรับถึงการรับรู้ตนเองที่บิดเบือนไปจากความเป็นจริง และเน้นให้ครูได้เปิดเผยตนเองมากที่สุด เพื่อช่วยให้ค้นพบตัวตนได้ในที่สุด (พงษ์พันธ์-วิลโลว์, 2557) สอดคล้องกับ ภัทธดา เอี่ยมบุญฤทธิ์ (2560) ที่นำทฤษฎีการให้คำปรึกษากลุ่มแบบยึดบุคคลเป็นศูนย์กลางมาใช้ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อเสริมสร้างทักษะชีวิตในการใช้สื่อออนไลน์ของวัยรุ่น พบว่า ทักษะชีวิตในการใช้สื่อออนไลน์โดยรวมของวัยรุ่นหลังเข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และผู้วิจัยเลือกทฤษฎีการให้คำปรึกษากลุ่มแบบพิจารณาเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม (Rational Emotive Behavior Group Counseling Theory) ในการเสริมสร้างให้ครูอาชีวศึกษาเอกชนปรับตัวได้ดีขึ้น เกิดการยอมรับตนเองและผู้อื่น (Self-Other Acceptance) ทั้งข้อดีและข้อบกพร่อง และจะช่วยให้บุคคลปรับความรู้สึกที่เป็นอุปสรรคในการทำงานให้ประสบความสำเร็จอย่างการดูถูกตนเองและผู้อื่น (Self-Other Downing) ช่วยให้ผู้คนมีความคิดที่ยืดหยุ่นโดยยอมรับความคิดที่แตกต่างระหว่างบุคคล ไม่แสดงออกในทางลบเมื่อผู้อื่นแสดงความคิดเห็นที่ต่างจากตัวเรา (วชิร ทรัพย์มี, 2556) สอดคล้องกับการให้คำปรึกษากลุ่มที่มีต่อการจัดการชีวิตด้านการเรียนของนักเรียนวัยรุ่น ของ เจริญ เดชแสง (2559) ที่นำเอาทฤษฎีการให้คำปรึกษากลุ่มแบบพิจารณาเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรมมาประยุกต์ใช้ในการให้คำปรึกษา พบว่า นักเรียนวัยรุ่นมีการจัดการชีวิตด้านการเรียนสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

2.2 การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาช่วยเสริมสร้างให้ครูอาชีวศึกษาเอกชนมีระดับของเป้าหมายมุ่งแสดงความสามารถเพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงให้เห็นว่าการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาช่วยให้ครู

อาชีวศึกษาเอกชนได้พัฒนาพฤติกรรมที่นำไปสู่ความสำเร็จในการทำงาน มีความมุ่งมั่นที่จะแสดงความสามารถของตนเองให้มีประสิทธิภาพมากกว่าบุคคลอื่น รู้จักการหลีกเลี่ยงการแสดงพฤติกรรมที่จะก่อให้เกิดข้อผิดพลาด มีความกระตือรือร้นที่จะพิสูจน์ตนเองให้บุคคลอื่นเห็นว่าตนเองมีความสามารถ และมุ่งมั่นทำงานที่ท้าทายให้ประสบความสำเร็จ เพื่อพร้อมรับมือกับการทำงานที่ยากขึ้น โดยผู้วิจัยประยุกต์ใช้ทฤษฎีการให้คำปรึกษากลุ่มแบบพิจารณาเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม (Rational Emotive Behavior Group Counseling Theory) และทฤษฎีการให้คำปรึกษากลุ่มแบบอัตถิภาวนิยม (Existentialism Group Counseling Theory) เช่นเดียวกับการเสริมสร้างเป้าหมาย มุ่งรบบรู้ อีกทั้งผู้วิจัยยังเลือกทฤษฎีการให้คำปรึกษากลุ่มแบบแอดเลอร์ (Adlerian Group Counseling Theory) เพื่อเสริมสร้างให้ครูอาชีวศึกษาเอกชนได้ท้าทายกับความเชื่อของตนเอง ได้พิจารณาทางเลือกของความเชื่อ พยายามเปลี่ยนแปลงชีวิต เข้าใจถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น จัดการอย่างมีประสิทธิภาพในหน้าที่ของตนเอง และให้กำลังใจที่จะเสี่ยงและกล้าเปลี่ยนแปลงตนเอง ซึ่งจะช่วยให้ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมตระหนักถึงศักยภาพของตนเอง และพลังที่เปลี่ยนแปลงตนเอง (พัชราภรณ์ ศรีสวัสดิ์, 2561) สอดคล้องกับการศึกษาการให้คำปรึกษากลุ่มที่มีต่อความทะเยอทะยานทางบวกของนักเรียนวัยรุ่นของ รุ่งอนิทยา บุญประเสริฐ (2559) ที่ประยุกต์ใช้ทฤษฎีการให้คำปรึกษากลุ่มแบบแอดเลอร์ พบว่า หลังการทดลองนักเรียนวัยรุ่นมีความทะเยอทะยานทางบวกสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 อีกทั้งผู้วิจัยยังเลือกทฤษฎีการให้คำปรึกษากลุ่มแบบเผชิญความจริง (Reality Group Counseling Theory) เพื่อเสริมสร้างให้ครูอาชีวศึกษาเอกชนเป็นตัวของตัวเอง มีความรับผิดชอบในตนเอง และสามารถพัฒนาความรับผิดชอบให้สอดคล้องกับสภาพที่เป็นจริงเพื่อให้เกิดความสำเร็จในชีวิต ช่วยจำกัดเป้าหมายให้กระชับเข้ามาเพื่อให้เห็นเป้าหมายนั้นเด่นชัดยิ่งขึ้น นอกจากนี้ทฤษฎีการให้คำปรึกษากลุ่มแบบเผชิญความจริงยังช่วยพัฒนาความรับผิดชอบในการตอบสนองความต้องการของตนเอง มีการตั้งเป้าหมายที่เป็นไปได้ในชีวิต พยายามควบคุมตนเองให้ปฏิบัติตามขั้นตอนหรือฝึฝืนอุปสรรค และแก้ไขปัญหาเพื่อทำให้เป้าหมายนั้นเป็นจริง (พัชราภรณ์ ศรีสวัสดิ์, 2561; ลักษณะ สิริวัฒน์, 2560; และ พงษ์พันธ์-วิไลลักษณ์ พงษ์โสภา, 2557) ซึ่งสอดคล้องกับ สัตกร วงศ์สงคราม (2561) ได้ทำการศึกษาและการเสริมสร้างคุณลักษณะที่ประสบความสำเร็จในการเรียนในศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษาปริญญาตรีโดยการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา มีการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการให้คำปรึกษากลุ่มแบบเผชิญความจริงในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาด้วย พบว่า นักศึกษาปริญญาตรีที่เข้าร่วมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีคุณลักษณะที่ประสบความสำเร็จในการเรียนในศตวรรษที่ 21 สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาสามารถนำไปใช้ในการเสริมสร้างเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชนได้ โดยการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาส่งผลให้เป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูอาชีวศึกษาเอกชนสูงขึ้น เนื่องจากการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาช่วยให้ครูอาชีวศึกษาเอกชนได้ทบทวนความสามารถของตนเอง ได้แลกเปลี่ยนทัศนคติและความรู้สึกกับเพื่อนผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาดด้วยกัน มีโอกาสในการได้แสดงออกถึงความสามารถของตนเองต่อผู้อื่น เพื่อเปรียบเทียบตนเองสู่การพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพที่สูงขึ้น และในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยายังเป็นพื้นที่ในการแสดงความคิดเห็นทางบวกเพื่อการพัฒนาตนเองของครูได้ด้วย หากเกิดปัญหาหรือกำลังหาวิธีการแก้ปัญหาเพื่อนร่วมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาจะร่วมกันรับฟังและช่วยกันหาทางออกของปัญหา ทำให้ครูอาชีวศึกษาเอกชนเกิดความยอมรับในตนเองและผู้อื่น รับรู้ความสามารถของตนเองและเกิดความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองให้ดีขึ้นทั้งความรู้ความสามารถ ทัศนคติในกาทำงาน รวมถึงการสร้างการเรียนรู้ที่ดีต่อผู้เรียนของตนเองได้อีกด้วย ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญในการเป็นครูอีกด้วย ซึ่งวิธีการฝึกอบรมเชิง

จิตวิทยานี้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการฝึกอบรมหรือการพัฒนาครูควรนำการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาไปเป็นแนวทางในการเสริมสร้างเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า ในระหว่างการเข้าร่วมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ครูอาชีวศึกษาเอกชนมีอายุการทำงานที่แตกต่างกันทำให้ มีความคิดเห็นที่หลากหลาย ต่างมุมมอง ต่างประสบการณ์ แต่ครูอาชีวศึกษาเอกชนที่มีอายุน้อยและประสบการณ์ด้านการสอนน้อย จะไม่กล้าแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานหรือไม่กล้าแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อพัฒนาการทำงาน เนื่องจากเกรงใจครูผู้ใหญ่มากกว่า จึงควรใช้การเขียนลงกระดาษหรือสมุดบันทึกรายบุคคล เพื่อจะได้ความคิดเห็นที่อิสระและละเอียดลึกซึ้งมากขึ้น

1.2 จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า การประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางจิตวิทยาและเทคนิคการให้คำปรึกษากลุ่มในกิจกรรมการฝึกอบรม จะช่วยให้ครูอาชีวศึกษาเอกชนสามารถทำกิจกรรมได้อย่างกระตือรือร้น ช่วยเสริมสร้างกระบวนการคิด ฝึกการจัดการกับความรู้สึก และเรียนรู้การแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมในการปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่น เชื่อมโยงประสบการณ์ของตนเองเพื่อประยุกต์ให้เข้ากับรูปแบบการทำงานในชีวิตประจำวัน อีกทั้งการใช้กระบวนการให้คำปรึกษากลุ่มจะช่วยให้ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมรู้สึกปลอดภัยและมีอิสระในความคิดเห็นขณะร่วมการฝึกอบรม

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาและเสริมสร้างเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของครูในโรงเรียนสังกัดอื่น ๆ เพื่อเป็นการเสริมสร้างให้ผู้ประกอบวิชาชีพครูมีเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงาน

2.2 หลังจากการฝึกอบรมแล้ว ควรมีการติดตามผลการมีเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงาน แล้วนำข้อมูลเชิงคุณภาพมาช่วยยืนยันผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อช่วยให้เห็นผลของการเสริมสร้างเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.3 ผู้วิจัยที่จะนำโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาที่มีต่อเป้าหมายใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานไปใช้ ควรมีความรู้และความเข้าใจในกระบวนการให้คำปรึกษากลุ่ม ด้วยโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยานี้นำทฤษฎีและเทคนิคในการให้คำปรึกษากลุ่มมาใช้ในกระบวนการฝึกอบรม ซึ่งผู้วิจัยควรปฏิบัติตามหลักการของทฤษฎีและเลือกใช้เทคนิคที่เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กิตติศักดิ์ ปลายทอง. (2554). **การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาการเจรจาต่อรองในภาวะวิกฤตของเจ้าหน้าที่ตำรวจ**. ปรินิพนธ์ปริญาการศึกษาดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการให้คำปรึกษา. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เจรจา เดชสัง. (2559). **การให้คำปรึกษากลุ่มที่มีต่อการจัดการชีวิตด้านการเรียนของนักเรียนวัยรุ่น**. ปรินิพนธ์ปริญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาศักยภาพมนุษย์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ต้องรัก จิตรบรรเทา. (2561). **การศึกษาและการพัฒนาสุขภาพของผู้นำคำปรึกษาสำหรับครูแนะแนว โดยกลุ่มฝึกอบรม**. ปรินซ์นิพนธ์ปริญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาศักยภาพมนุษย์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ทักดนัย เพชรเกี. (2558). การพัฒนารูปแบบการดำรงรักษาเพื่อลดการลาออกของบุคลากรครูในโรงเรียนเอกชน จังหวัดกำแพงเพชร. **วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ**. 8(1): (2015). สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ธัญญา เป๋ไรสง. (2557). **ผลของการให้คำปรึกษาแบบกลุ่มตามทฤษฎีอัตถิภาวนิยมที่มีต่อความหมายในชีวิตของวัยรุ่น**. ปรินซ์นิพนธ์ปริญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาศักยภาพมนุษย์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พงษ์พันธ์-วิไลลักษณ์ พงษ์โสภา. (2557). **ทฤษฎีและเทคนิคการให้บริการปรึกษา**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชรภรณ์ ศรีสวัสดิ์. (2561). **การให้คำปรึกษากลุ่ม (Group Counseling)**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภัทรดา เขียมบุญญฤทธิ์. (2560). **การเสริมสร้างทักษะชีวิตในการใช้สื่อออนไลน์ของวัยรุ่น โดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา**. ปรินซ์นิพนธ์ปริญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาศักยภาพมนุษย์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รุ่งอโณทัย บุญประเสริฐ. (2559). **การให้คำปรึกษากลุ่มที่มีต่อความทะเยอทะยานทางบวกของนักเรียนวัยรุ่น**. ปรินซ์นิพนธ์ปริญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาศักยภาพมนุษย์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ลักขณา สรวิวัฒน์. (2560). **ทฤษฎีและเทคนิคการให้การปรึกษา**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วัชร ทรัพย์มี. (2556). **ทฤษฎีให้บริการปรึกษา**. กรุงเทพฯ: มหาจุฬาลงกรณ์วิทยาลัย.
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.). (2560, กรกฎาคม). **จุดอ่อนในระบบการศึกษาไทย. FOCUS ประเด็นจาก PISA. ฉบับที่ 19.**
- สัตกร วงศ์สงคราม. (2561). **การศึกษาและการเสริมสร้างคุณลักษณะที่ประสบความสำเร็จในการเรียนในศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษาปริญญาตรีโดยการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา**. ปรินซ์นิพนธ์ปริญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาศักยภาพมนุษย์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สาธิต ใจตรง. (2560). **การศึกษาและพัฒนาคุณลักษณะเชิงคุณธรรมจริยธรรมของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร โดยการฝึกอบรมกลุ่มเชิงจิตวิทยา**. ปรินซ์นิพนธ์ปริญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาศักยภาพมนุษย์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Athanasios, P.; & Triantafyllos, C. (2007, June) A Measure of Teachers' Achievement Goals. **Educational Psychology**. 27(3): 349-361.
- Briggs, S., (2013, June 15), **Pearson Education Releases Global Education Index**. Available: <https://www.opencolleges.edu.au/informed/other/pearson-education-releases-global-education-index-4336/>, Retrieved May 22, 2016.

- Butler, R. (2007). Teachers' Achievement Goal Orientations and Associations with Teachers' Help-seeking: Examination of a Novel Approach to Teacher Motivation. *Journal of Educational Psychology*. 99: 241-252. doi:10.1037/0022-0663.99.2.241.
- Goldstein, I. L. (1993). *Training in Organizations: Need Assessment Development and Evaluation*. 3rd ed., Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.
- Klassen, R. M.; et al. (2009). Exploring the Validity of a Teachers' Self-efficacy Scale in Five Countries. *Contemporary Educational Psychology*. 34(1): 67e76.
- Patrick, H.; et al. (2001). Teachers' Communication of Goal Orientations in Four Fifth-grade Classrooms. *The Elementary School Journal*. 102: 35-58.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: an Introductory Analysis*. 3rd ed., New York: Harper & Row.
- Turner, J. C.; et al. (2003). Teacher Discourse and Students' Affect and Achievement Related Behaviors in Two High Mastery/high Performance Classrooms. *Elementary School Journal*. 103: 357-382.

S0106: กระบวนการบริหารจัดการองค์การบริหารส่วนตำบลปากู อำเภอทุ่งยางแดง จังหวัดปัตตานี ในสถานการณ์โควิด-19

Management Process of the Paku Subdistrict Administrative Organization Thung Yang Daeng District Pattani Province In the situation of COVID-19

ชาบีนา มีนา¹ สุวาชี ลือแบงา² ไมซูเราะห์ อูมา³ วุฑฒะ ชาวสังข์⁴

^{1, 2, 3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถ.เทศบาล 3 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถ.เทศบาล 3 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา กระบวนการบริหารจัดการองค์การบริหารส่วนตำบลปากู อำเภอทุ่งยางแดง จังหวัดปัตตานี ในสถานการณ์โควิด-19 โดยมีวิธีการสัมภาษณ์หรือสังเกตการณ์การพัฒนาการบริหารจัดการในการป้องกันในหน่วยงานให้ปลอดภัยและยังคงมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยใช้บุคลากรในการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์การพัฒนาการบริหาร ผลการวิจัยพบว่า ในกระบวนการบริหารจัดการองค์การบริหารส่วนตำบลปากู อำเภอทุ่งยางแดง จังหวัดปัตตานี ในสถานการณ์โควิด-19 เห็นผลได้ชัดว่า มีการพัฒนาการบริหารในการทำงานที่ดีเยี่ยม ไม่พบการติดเชื้อของบุคลากรในหน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ 100 เปอร์เซ็นต์เต็ม มีการป้องกันการติดเชื้อในระดับสูงและได้รับประสิทธิผลที่เป็นเลิศในการบริหารการทำงาน ยกตัวอย่างเช่น การตรวจเช็คอุณหภูมิร่างกายก่อนเข้าทำงาน การใช้เจลล้างมือ การสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาการทำงานร่วมกัน การเว้นระยะห่าง และการรักษาความสะอาดในหน่วยงานหรือในกรณีเหตุการณ์ที่จำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ร่วมกันในการทำงานร่วมกัน จึงทำให้องค์กรส่วนตำบลเป็นต้นแบบการนำการพัฒนาการป้องกันการติดเชื้อโควิด-19 ใช้ในองค์กรต่าง ๆ ในจังหวัดปัตตานี

คำสำคัญ: การพัฒนา, กระบวนการบริหารจัดการองค์การบริหารส่วนตำบลปากูในการป้องกันการติดเชื้อโรคโควิด-19

Abstract

The purpose of this research is to study Management Process of the Paku Subdistrict Administrative Organization Thung Yang Daeng District Pattani Province In the situation of COVID-19 There are methods for interviewing or observing the development of protection management in the organization to be safe and still effective and efficient. By using personnel to interview and observe management development. The results of the research were as follows: In the administrative process of the Paku Subdistrict Administrative Organization Thung Yang Daeng District Pattani Province In the situation of COVID-19 It is clear that Has developed excellent work management. No infection of personnel was found in the work. Accounted for 100 percent full It has a high level of infection prevention and has been shown to be effective in managing work For example Checking body temperature before

going to work Using hand sanitizer Wearing a surgical mask at all times Spacing and cleaning in an organization or in the event of a need for devices to work together. Thus making the sub-district organization a role model for the development of COVID-19 infection prevention. Used in various organizations in Pattani.

Keywords: development, organizational management processes in the prevention of COVID-19infection

บทนำ

การระบาดของโรคโควิด 19 เป็นการระบาดทั่วโลก โดยมีสาเหตุมาจากไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ โดยพบครั้งแรกในนครอู่ฮั่น เมืองหลวงของมณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีน เมื่อวันที่ 8 มกราคม 2563 ประเทศจีนได้รายงานว่าการตรวจพบเชื้อในผู้ป่วยโรคปอดอักเสบจากเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (ข้อมูล ณ วันที่ 10 มกราคม 2563 ฉบับที่ 7 เวลา 17:00 น.) ในวันที่ 30 มกราคม 2563 องค์การอนามัยโลก ประกาศว่าการระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่เป็นภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขระหว่างประเทศ หลังจากเชื้อไวรัสดังกล่าวมีการแพร่ระบาดไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยพบการแพร่ระบาดของโควิด 19 ตั้งแต่วันที่ 1 เดือนมกราคม (กระทรวงสาธารณสุข. 2563) โดยพบผู้ติดเชื้อคนแรก คือ นักท่องเที่ยวหญิงชาวจีนจากเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ สาธารณรัฐประชาชนจีน ทั้งนี้ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข ชี้แจงว่า กรมควบคุมโรคได้จัดตั้งทีมคัดกรองผู้ที่เข้าสู่ประเทศไทย ในจุดสำคัญ เช่น สนามบิน ท่าเรือ และเสริมสร้างความเข้มแข็งของระบบการเฝ้าระวัง ค้นหาผู้ป่วยโรคปอดอักเสบจากเชื้อไวรัสที่มาจากต่างประเทศ ต่อมาสถานการณ์การแพร่ระบาดได้ขยายเป็นวงกว้างเกินการควบคุม รัฐบาลจึงประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักร เนื่องจากเป็นสถานการณ์อันกระทบต่อความสงบเรียบร้อยและความปลอดภัยของประชาชน ซึ่งต้องใช้มาตรการที่เข้มงวด และเร่งด่วนเพื่อให้การประสานงานในการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉินเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ (สอยฤทัย เกลี้ยงนิล. 2563)

สถานการณ์โรคระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา ในพื้นที่ 14 จังหวัด ภาคใต้ โดยสรุป ดังนี้ การระบาดของโรคโควิด 19 เป็นการระบาดทั่วโลก โดยมีสาเหตุมาจากไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ โดยพบครั้งแรกในนครอู่ฮั่น เมืองหลวงของมณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีน เมื่อวันที่ 8 มกราคม 2563 ประเทศจีนได้รายงานว่าการตรวจพบเชื้อในผู้ป่วยโรคปอดอักเสบจากเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (ข้อมูล ณ วันที่ 10 มกราคม 2563 ฉบับที่ 7 เวลา 17:00 น.) ในวันที่ 30 มกราคม 2563 องค์การอนามัยโลก ประกาศว่าการระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่เป็นภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขระหว่างประเทศ หลังจากเชื้อไวรัสดังกล่าวมีการแพร่ระบาดไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยพบการแพร่ระบาดของโควิด 19 ตั้งแต่วันที่ 1 เดือนมกราคม (กระทรวงสาธารณสุข. 2563) โดยพบผู้ติดเชื้อคนแรก คือ นักท่องเที่ยวหญิงชาวจีนจากเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ สาธารณรัฐประชาชนจีน ทั้งนี้ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข ชี้แจงว่า กรมควบคุมโรคได้จัดตั้งทีมคัดกรองผู้ที่เข้าสู่ประเทศไทย ในจุดสำคัญ เช่น สนามบิน ท่าเรือ และเสริมสร้างความเข้มแข็งของระบบการเฝ้าระวัง ค้นหาผู้ป่วยโรคปอดอักเสบจากเชื้อไวรัสที่มาจากต่างประเทศ ต่อมาสถานการณ์การแพร่ระบาดได้ขยายเป็นวงกว้างเกินการควบคุม รัฐบาลจึงประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักร เนื่องจากเป็นสถานการณ์อันกระทบต่อความสงบเรียบร้อยและความปลอดภัยของประชาชน ซึ่งต้องใช้มาตรการที่เข้มงวด และเร่งด่วนเพื่อให้การประสานงานในการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉินเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ (สอยฤทัย เกลี้ยงนิล. 2563)

สถานการณ์โรคระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา ในพื้นที่ 14 จังหวัดภาคใต้ โดยสรุปดังนี้

ตาราง 1 สถิติผู้ป่วยติดเชื้อไวรัสโควิด

จังหวัด	ผู้ป่วยสะสม	ผู้ป่วยเข้าเกณฑ์เฝ้าระวัง	รอพึงผล
ภูเก็ต	13	593	23
ปัตตานี	11	-	-
นราธิวาส	6	103	-
สุราษฎร์ธานี	5	-	-
สงขลา	5	181	4
นครศรีธรรมราช	4	-	-
ยะลา	3	13	-
กระบี่	2	-	-
พัทลุง	1	-	-
ตรัง	1	24	-

จากรายงานสถานการณ์โควิด 19 ว่าภาคใต้มีผู้ป่วยโควิดสูงเป็นอันดับ 2 รอง จากกรุงเทพ และยังพบว่า จังหวัดในชายแดนภาคใต้ เป็นพื้นที่เสี่ยงที่ต้องควบคุมการระบาดของโควิด 19 นอกจากนี้ยังพบว่ามีกลุ่มคนจำนวนหนึ่งที่เดินทางกลับจาก ประเทศเพื่อนบ้านเดินทางเข้าจังหวัดเพื่อทำกิจกรรมทางศาสนา ซึ่งจัดเป็นกลุ่มเสี่ยงที่ต้องเฝ้าระวัง

จังหวัดปัตตานี พบผู้ติดเชื้อ จำนวน 7 ราย เป็นคนที่เดินทางมาจากการทำพิธีกรรมทางศาสนาที่ประเทศเพื่อนบ้าน ทางจังหวัดปัตตานีได้มีการดำเนินการตามมาตรการที่มีมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2563 คือ 1. มาตรการในการป้องกันและสกัดกั้นผู้ที่เดินทางเข้ามา 2. มาตรการในการยับยั้งการแพร่ระบาดในประเทศ ต่อมา จังหวัดปัตตานี พบว่า มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในหลายอำเภอและพบว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ป่วยอย่างรวดเร็ว ประกอบกับคำสั่งจังหวัดปัตตานีที่ (พิเศษ) 1/2563 เรื่องกำหนดให้จังหวัดปัตตานี เป็นพื้นที่เสี่ยงต่อการติดต่อเชื้อโรคโควิด 2019 ทั้งพื้นที่ลงวันที่ 27 มีนาคม 2563 ดังนั้นเพื่อเป็นการยับยั้งการแพร่ระบาดของโรคไปสู่ประชาชนในวงกว้างการควบคุมพื้นที่ที่มีปัจจัยเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของโรคจังหวัดปัตตานี จึงจำเป็นต้องใช้มาตรการเฝ้าระวังควบคุมป้องกันการแพร่ระบาดของโรคอย่างเข้มข้นเพื่อลดโอกาสการแพร่ระบาดของโรคในสถานที่ต่าง ๆ ที่มีความเสี่ยงสูง

องค์การบริหารส่วนตำบลปากู รับผิดชอบดูแลเกี่ยวกับภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขจึงต้องมีการบริหารจัดการสถานการณ์โรคไวรัสโคโรนา 19 ให้ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อลดผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน ตลอดจนป้องกันไม่ให้เกิดการแพร่ระบาดของโรคในวงกว้าง ระวังป้องกันและควบคุมโรคไวรัสโคโรนา

จากความสำคัญที่กล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความ สนใจศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการของตำบลปาก ในช่วงสถานการณ์โควิด19 ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการองค์การบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลปาก อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดปัตตานี ในสถานการณ์โควิด

วัตถุประสงค์

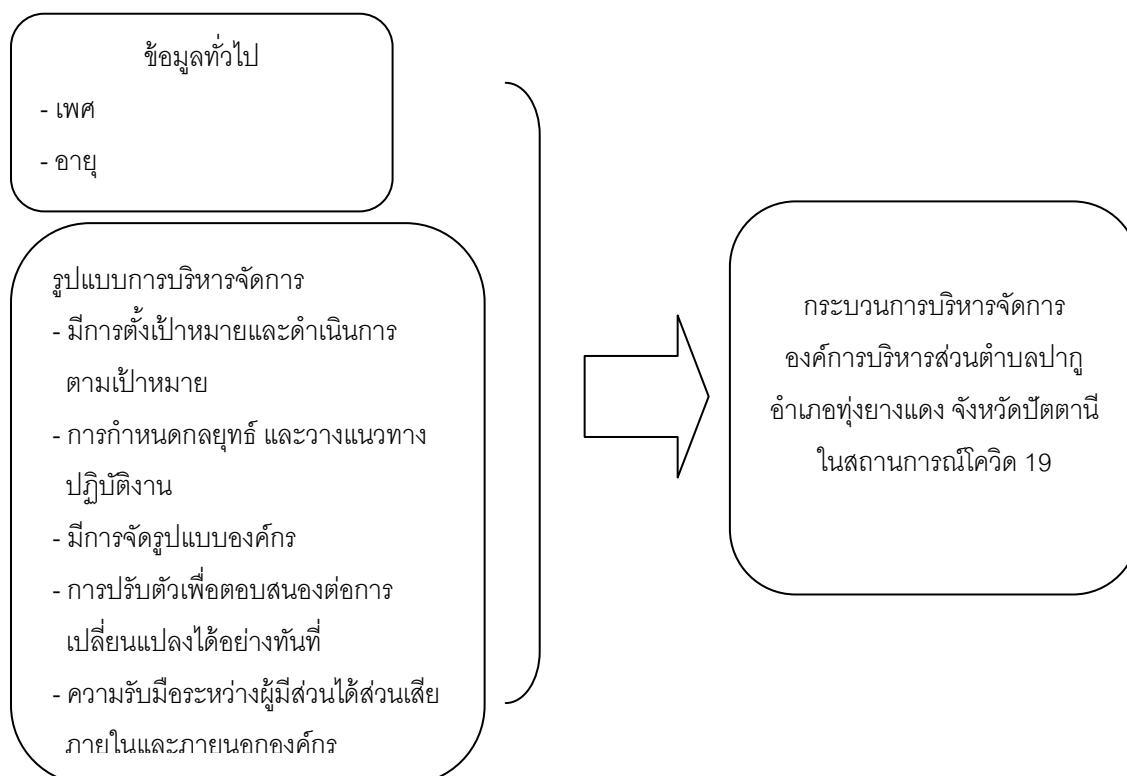
เพื่อศึกษาการบริหารจัดการองค์การบริหารส่วนตำบลปาก อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดปัตตานี ในสถานการณ์โควิด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบสังคมบริหารจัดการงานเฝ้าระวังป้องกันโรคโควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลปาก อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดปัตตานี ในสถานการณ์โควิด
2. บุคลากรในองค์การสามารถนำความรู้ในการรับมือกับสถานการณ์โควิด 19 ได้อย่างถูกต้องและส่งผลต่อความรู้แก่ประชาชน
3. ทราบถึงสภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของกิจการของกลุ่มในสถานการณ์โควิด

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง กระบวนการบริหารจัดการองค์การบริหารส่วนตำบลปาก อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดปัตตานี ในสถานการณ์โควิด 19 ผู้วิจัย กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย ข้อมูลเอกสาร การเก็บข้อมูลพื้นที่ด้วยการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ครบถ้วนจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงและมีความรู้ความเข้าใจในเรื่อง และประเด็นต่าง ๆ เป็นอย่างดี ประกอบด้วย บุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลปาก จำนวน 20 คน ได้แก่ นายก 1 คน หัวหน้าสำนักงานปลัด 1 คน ผู้อำนวยการกองคลัง 1 คน นักพัฒนาชุมชน 1 คน และพนักงานในองค์การบริหารส่วนตำบลปาก 16 คน

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างและประชากรที่อยู่ในพื้นที่การปกครองเปิดรับการจัดให้มีคำแนะนำการดูแลเฝ้าระวัง ป้องกันตัวเองในเรื่องโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ให้มีการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อโควิด-19 เพื่อที่จะสามารถดูแลตัวเองเบื้องต้นในการรับมือในสถานการณ์เพื่อลดความเสี่ยงต่อตนเองและคนในพื้นที่ใกล้เคียง ทั้งนี้เพื่อต้องการให้องค์กรและประชากรในพื้นที่การปกครองได้มีความรู้ในการบริหารองค์กรและตนเองได้มีการตระหนักถึงความสำคัญของการสนับสนุนกำลังหรือกำลังสำคัญในการช่วยกันทุกคนให้มีจิตสำนึกในการปกครองร่วมกัน

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้แก่ประชาชนสามารถรับมือกับโรคระบาดโควิด 19 ได้อย่างถูกต้อง และป้องกันตัวเองในเรื่องของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19 ในระดับสูง และได้ความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการในการแก้สถานการณ์โควิด 19 ขององค์การบริหารส่วนตำบลปาก อำเภอทุ่งยางแดง จังหวัดปัตตานี และมีการบวนการแต่ละขั้นตอนในการดำเนินงานเพื่อเป็นแนวทางเสริมสร้างศักยภาพ การบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ทั้งนี้เพื่อเป็นการเรียนรู้วิธีการบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลปาก ที่ต้องปรับตัวในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19

อภิปรายผล

การศึกษากิจการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19 ของหน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบลปาก อำเภอทุ่งยางแดง จังหวัดปัตตานี ซึ่งสอดคล้องกับ ธงชัย สันติวงษ์ (2540: 1) กล่าวว่า การบริหารจัดการ คือ งานของหัวหน้าหรือผู้นำที่จะ ต้องทำให้กลุ่มต่าง ๆ ที่มีคนหมู่มากมาอยู่รวมกัน และร่วมกันทำงานเพื่อวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจไว้จนสำเร็จผลโดยได้ประสิทธิภาพ มีปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการศึกษากิจการการบริหารจัดการดังนี้ การที่ได้ให้ความรู้หรือการเรียนรู้ถึงความรุนแรงของโรคติดเชื้อโควิด 19 ทำให้องค์กรและประชาชนมีการระมัดระวังการป้องกัน และการดูแลตนเองในระดับสูง เพื่อลดการติดเชื้อและสร้างภูมิคุ้มกัน องค์กรมีการพัฒนาการบริหารจัดการที่เคร่งครัด เพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ และให้ความรู้คำแนะนำที่ปกคลุมให้แก่ประชาชนในการช่วยกันดูแลป้องกัน ได้แก่ การสวมหน้ากากอนามัย หรือแผ่นกั้นระหว่างกันแบบใส แว่นตาที่มีเกราะใสป้องกัน สเปรย์แอลกอฮอล์ การเข้าสถานที่ตั้งเครื่องวัดอุณหภูมิร่างกาย การทดสอบสมมติฐานปัจจัยการพัฒนาการบริหารจัดการในสถานการณ์โควิด 19

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาขององค์การบริหารส่วนตำบลปากเกร็ด ในการเฝ้าระวัง ป้องกันโรค และควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในชุมชน ดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1. ควรมีการเคร่งครัดในองค์กรให้กับบุคลากรในการป้องกันตนเองเนื่องจากหน่วยงานเป็นกลุ่มที่ต้องปฏิบัติงานในชุมชนและใกล้ชิดประชาชน
2. ให้องค์กรที่เกี่ยวข้องสนับสนุนการช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เพื่อป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด19)

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงสาธารณสุข. (2563). การระบาดของสถานการณ์เชื้อไวรัสโคโรนา. กรุงเทพฯ: กระทรวงฯ.
- กระทรวงสาธารณสุข. (2563). การระบาดของสถานการณ์เชื้อไวรัสโคโรนา. ข้อมูลจากวันที่. 31 มกราคม 2563.
- วรรณสิทธิ์ สะและน้อย. (2560). การบริหารจัดการน้ำเพื่อความยั่งยืนในการทำเกษตรกรรมบริเวณเขื่อนลำพระเพลิง อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา.
- ขวัญสุดา วงษ์แฮม. (2560). การบริหารจัดการการศึกษาของสถานศึกษาที่ตั้งอยู่ในชุมชนพหุวัฒนธรรมของเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา.
- จิรจิตต์ ทองปรีชา. (2563). การบริหารจัดการการเรียนการสอนภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ระดับมัธยมศึกษาพื้นที่โรงเรียนวชิรธรรมสาธิต เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร.
- นภชา สิงห์วีธรรม. (2563). การรับรู้และพฤติกรรมในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของทันตภิบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข.
- สุมาลี จุทอง. (2563). การจัดการภัยพิบัติโรคระบาดโควิด 19 ในพื้นที่ชุมชนริมคลองหัวหมากน้อย สำนักงานเขตบางกะปิ.
- สอยฤทัย เกลี้ยงนิล. (2563). รัฐ-ชุมชนกับการจัดการภัย พิบัติโรคไวรัสโควิด 19 พื้นที่ถนนข้าวสารเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร.

S0107: แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการร้าน SLOW LIFE Café จังหวัดปัตตานี

GUIDELINES FOR DEVELOPING MARKETING STRATEGIES FOR SLOW LIFE CAFÉ OPERATORS PATTANI PROVINCE

มารีเยาะ แป๊ะแนะ¹ ชัตติยา นวลสังข์² กชกร หัสไชย³ วัชรระ ขาวสังข์⁴

^{1, 2, 3} นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถ.เทศบาล 3 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถ.เทศบาล 3 ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา 95000

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการร้าน SLOW LIFE Café จังหวัดปัตตานี ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้ ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมศาสตร์ของร้าน SLOW LIFE Café จังหวัดปัตตานี 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน SLOW LIFE Café จังหวัดปัตตานี ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการร้าน SLOW LIFE Café ในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และเพศหญิง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50 สถานภาพโสดมากที่สุด จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49 มีอายุตั้งแต่ 26-35 ปี มากที่สุด จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43 มีระดับการศึกษามากที่สุดระดับปริญญาตรี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48 มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มากที่สุด จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มากที่สุด จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46 มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้าน SLOW LIFE CAFÉ ในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านการตลาด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ด้านการผลิต อยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ อยู่ในระดับมาก ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ด้านการดำเนินธุรกิจ อยู่ในระดับมาก ด้านการเงิน อยู่ในระดับมาก และด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

Abstract

Subject research Marketing Strategy Development Guidelines for SLOW LIFE Café Operators, Pattani Province the research objectives were set as follows. 1. To study the behavioral science factors of SLOW LIFE Café, Pattani Province 2. To study the factors affecting the decision to use SLOW LIFE Café at Pattani Province. The population used in this research is the SLOW LIFE Café in Khok Pho District.

Pattani Province the respondents were 50 men, 50% of the respondents, and 50% of women, 50%. The most single was 49, accounting for 49% of the age from 26 to 35 years. 43 percent Has the highest education level at the bachelor's degree number 48, accounting for 48 percent, with the highest number of jobs in government service/state enterprise employees, 31 percent of which accounted for 31 percent and the average monthly income 20,001-30,000 baht, the most number 46 Accounted for the most 46 percent.

Analysis of factors affecting the decision of choosing SLOWLIFE CAFÉ shop in Khok Pho district Pattani Province Opinions were at a high level with an average of 4.03. When considering each aspect, it was found that the marketing factors. There is a high level of opinion. Followed by Distribution channels Is at a high level, the production is at a high level Service process Very level Human resource management Very level Physical characteristics Very level Marketing promotion Very level Product aspect Is at a high level, the price is at a high level Business operation Is at a high level, financial is at a high level And personnel Are at a high level, respectively.

Keywords: Marketing strategy. Factors affecting decision-making

บทนำ

ในปัจจุบันตลาดของคนดื่มกาแฟมีการขยายตัวมากขึ้น ซึ่งสามารถสังเกตได้จากผลิตภัณฑ์กาแฟในท้องตลาดไม่ว่าจะเป็นธุรกิจการเปิดร้านกาแฟที่มากขึ้น ในส่วนของร้านกาแฟในจังหวัดปัตตานีในระยะเวลาที่ผ่านมาตลาดกาแฟยังคงเป็นธุรกิจที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปีที่ผ่านมา ธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดปัตตานีพุ่งสูงกว่า 100 กว่าร้าน เติบโตและขยายร้านกาแฟเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นได้อีกมาก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างได้ง่าย ส่งผลให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญคุณภาพกาแฟและการเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟ จากปัจจัยสำคัญ คือ วัฒนธรรมการดื่มกาแฟที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันก็เพราะว่าในปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ด้านรสชาติของกาแฟ บรรยากาศของร้าน และค่านิยมการใช้ชีวิต ถ่ายรูปอาหาร เครื่องดื่มสวย ๆ แล้วโพสต์ลงยัง Social ในส่วนของผู้ประกอบการก็ได้มีการตอบสนองอุปสงค์ที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทำให้ในปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดปัตตานีมีเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วง 1-2 ปีมานี้ ส่งผลให้ธุรกิจร้านกาแฟเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นที่น่าสนใจให้ผู้ประกอบการหันมาให้ความสำคัญกับธุรกิจร้านกาแฟมาก แต่การลงทุนในธุรกิจนี้ก็ยังมีความท้าทายทางการเงินและด้านธุรกิจอยู่มาก ทำให้ผู้ประกอบการที่จะเปิดธุรกิจในกลุ่มนี้ต้องวิเคราะห์ในด้านการจัดการกลยุทธ์เป็นอย่างดีเพื่อสร้างความแตกต่างที่เป็นที่จดจำของผู้บริโภค จากข้อมูลข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจ เลือกใช้บริการ ร้าน Slow Life café จังหวัดปัตตานี เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้าน Slow Life café จังหวัดปัตตานี โดยผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางวางแผนทางการตลาด ปรับปรุง และ พัฒนาธุรกิจ ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และเพื่อเป็นแนวทางดำเนินกิจการที่เป็น ประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจธุรกิจประเภทร้านกาแฟต่อไป

วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์จากผลการวิจัยมี 2 ข้อ ดังนี้

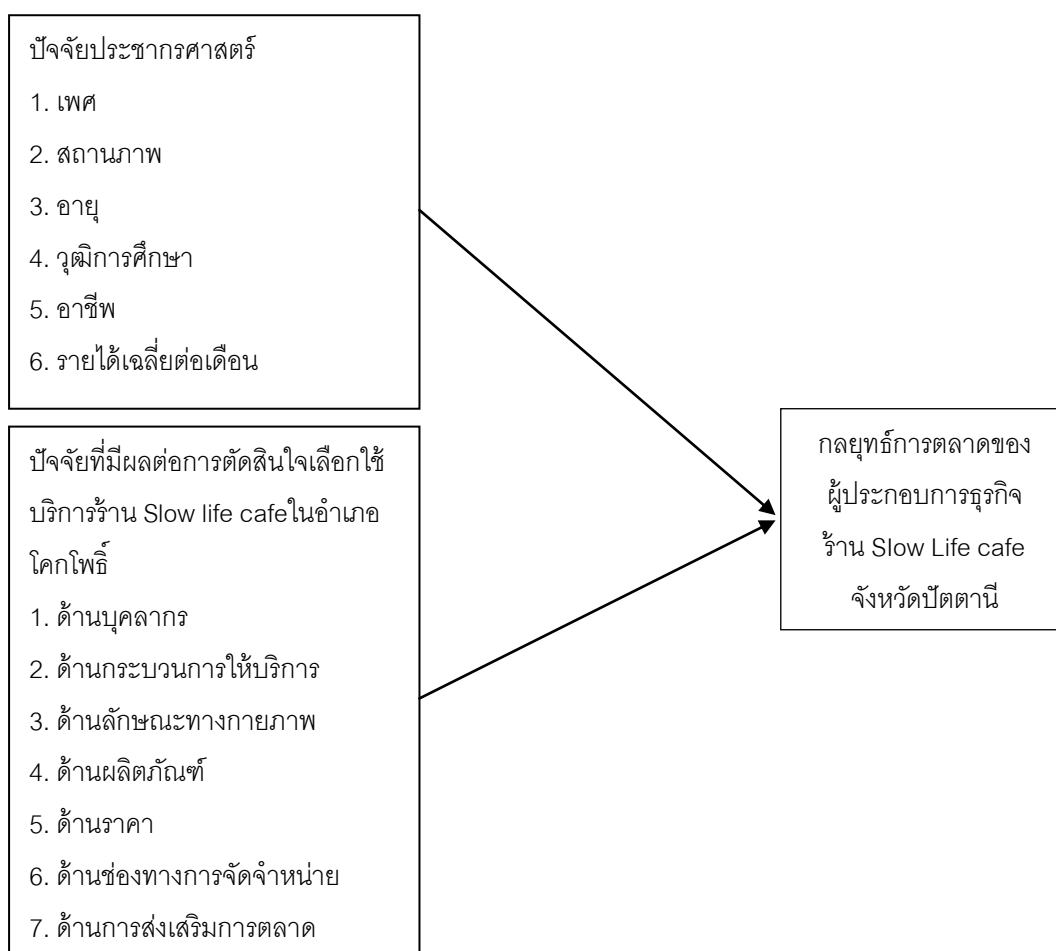
1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมศาสตร์ของร้าน Slow Life cafe จังหวัดปัตตานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน Slow Life cafe จังหวัดปัตตานี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้ประกอบการธุรกิจกาแฟนำผลการวิจัยไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษา เรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการร้าน Slow Life cafe จังหวัดปัตตานี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเอกสาร ตำรา และข้อมูลอื่น ๆ ที่นำมา ซึ่งประโยชน์และกรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากร้าน Slow life café ในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี
2. ขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือน ธันวาคม 2563 - มีนาคม 2564
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ ด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย และกลยุทธ์ทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ เนื้อหาด้านบุคลากร กระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Study) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากกรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลระดับของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้าน Slow Life cafe ในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การเลือกตอบและให้คะแนน ดังนี้

- ระดับคะแนน 5 หมายความว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
- ระดับคะแนน 4 หมายความว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
- ระดับคะแนน 3 หมายความว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
- ระดับคะแนน 2 หมายความว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
- ระดับคะแนน 1 หมายความว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการตอบแบบสอบถามจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 ชุด โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ โดยแจกแบบสอบถาม จำนวน 100 ชุด แก่ผู้ใช้บริการร้าน Slow Life cafe จังหวัดปัตตานี และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่น่ามาใช้ในการประกอบการศึกษา ซึ่งทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาค้นคว้าจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการทำการศึกษาครั้งนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการร้าน Slow Life cafe จังหวัดปัตตานี โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นเพศชาย 50 ราย และเพศหญิง 50 ราย วิธีการเลือกตัวอย่างใช้วิธีการเก็บตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยเป็นสถานที่ที่มีกลุ่มประชากรอยู่มาก สามารถเก็บแบบสอบถามได้อย่างสะดวก และสถานที่ใกล้เคียงกับสถานที่ตั้งร้าน Slow Life cafe จังหวัดปัตตานี

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิง ด้วยการวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้บริโภคร (ประชากรศาสตร์)

ลักษณะประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	50	50
1.2 หญิง	50	50
2. สถานภาพ		
2.1 โสด	49	49
2.2 สมรส/อยู่ด้วยกัน	32	32
2.3 หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	19	19
3. อายุ		
3.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	21	21
3.2 26-35 ปี	43	43
3.3 36-45 ปี	26	26
3.4 46-55 ปี	8	8
3.5 56-65 ปี	2	2
3.6 มากกว่า 66 ปี ขึ้นไป	0	0
4. ระดับการศึกษา		
4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	41	41
4.2 ปริญญาตรี	48	48
4.3 สูงกว่าปริญญาตรี	11	11
5. อาชีพ		
5.1 พนักงานบริษัทเอกชน	16	16
5.2 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	31	31
5.3 แม่บ้าน/พ่อบ้าน	6	6
5.4 ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	18	18
5.5 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	29	29
5.6 อื่น ๆ โปรดระบุ.....	0	0
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
6.1 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	22	22
6.2 10,001-20,000 บาท	32	32

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6.3 20,001-30,000 บาท	46	46
6.4 30,001-40,000 บาท	0	0
6.5 40,001 บาท ขึ้นไป	0	0

จากตาราง 1 พบว่า ข้อมูลผู้บริโภคร (ด้านประชากรศาสตร์) ของผู้ตอบแบบสอบถามผลจากการศึกษาพบว่า

ด้านเพศ พบว่า เพศชาย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และเพศหญิง จำนวน 50 คนคิดเป็นร้อยละ 50

ด้านสถานภาพ พบว่า สถานภาพโสดมากที่สุด จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมา สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32 และสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่น้อยที่สุด จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19

ด้านอายุ พบว่า อายุระหว่าง 26-35 ปี มากที่สุด จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมาอายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี จำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 21 อายุระหว่าง 46-55 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และอายุระหว่าง 56-65 ปี น้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2

ด้านวุฒิการศึกษา พบว่า ระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมา ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี น้อยที่สุด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11

ด้านอาชีพ พบว่า อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31 รองลงมานักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 18 คนคิดเป็นร้อยละ 18 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้านน้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มากที่สุด จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท น้อยที่สุด จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้าน Slow Life cafe ในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้าน SLOWLIFE CAFÉ ในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี โดยภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้าน SLOWLIFE CAFÉ ในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ด้านบุคลากร	3.8	0.78	มาก	7
2. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.12	0.62	มาก	2
3. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.06	0.62	มาก	3
4. ด้านผลิตภัณฑ์	4.05	0.58	มาก	5
5. ด้านราคา	4.04	0.62	มาก	6
6. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.15	0.64	มาก	1
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.06	0.64	มาก	4
รวม	4.03	0.64	มาก	

จากตาราง 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้าน SLOWLIFE CAFÉ ในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี โดยรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.03$, S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.15$, S.D. = 0.64) รองลงมา ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.12$, S.D. = 0.62) ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.06$, S.D. = 0.62) ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.06$, S.D. = 0.64) ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.05$, S.D. = 0.58) ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.04$, S.D. = 0.62) และด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.8$, S.D. = 0.78) ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการร้าน SLOW LIFE Café จังหวัดปัตตานี ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้ ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมศาสตร์ของร้าน SLOW LIFE Café จังหวัดปัตตานี 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน SLOW LIFE Café จังหวัดปัตตานี ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการร้าน SLOW LIFE Café ในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี จำนวน 100 คน โดยวิธีการเครื่องมือ คือ แบบสอบถาม โดยจัดแบบสอบถามขึ้น มีการศึกษาค้นคว้า ตาราง ข้อมูลจากสมาคม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและนำมาประยุกต์ใช้เป็นลักษณะข้อคำถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และเพศหญิง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50 สถานภาพโสดมากที่สุด จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49 มีอายุตั้งแต่ 26-35 ปี มากที่สุด จำนวน 43 คน

คิดเป็นร้อยละ 43 มีระดับการศึกษามากที่สุดระดับปริญญาตรี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48 มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มากที่สุด จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มากที่สุด จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46 มากที่สุด ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้าน SLOWLIFE CAFÉ ในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าปัจจัยด้านการตลาด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.2$, S.D. = 0.59) รองลงมา ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.64) ด้านการผลิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.62) ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.62) ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.55) ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.62) ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.64) ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.58) ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.62) ด้านการดำเนินธุรกิจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.67) ด้านการเงิน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.6) และด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.8$, S.D. = 0.78) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพื่อบริการด้านกระบวนการให้บริการส่งผลต่อพฤติกรรมหลังการซื้อ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้าน SLOW LIFE Café จังหวัดปัตตานี ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับ สุกัลยา ละมุล (2559: 64-65) ซึ่งกล่าว ว่า กระบวนการ (Process) เป็นการออกแบบกระบวนการผลิตและส่งเสริมการบริการที่สะดวกและง่ายต่อการปฏิบัติของพนักงานและการเข้ารับบริการของลูกค้า ซึ่งต้องมีการปรับปรุงขั้นตอนการผลิต งานบริการให้มีความสะดวกและรวดเร็วโดยการทบทวนและประเมินผลกระบวนการผลิตบริการ เพื่อให้ได้แนวทางในการปรับปรุงขั้นตอนการผลิตบริการที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจ โดยทางร้านกาแฟสด คาเฟ่เมซอน ได้ให้ความสำคัญและใส่ใจในเรื่องของการบริการเป็นสำคัญด้วยการเน้นความถูกต้อง รวดเร็ว ในการสั่งซื้อและรับสินค้า ความถูกต้อง รวดเร็ว ในการชำระเงิน จัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ พนักงานบริการให้มีความเป็นมืออาชีพ

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้สามารถนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นข้อเสนอแนะและเป็นแนวทาง ดังนี้

1. ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะเจาะจงในแต่ละปัจจัยทางกลยุทธ์การตลาด ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของกาแฟสด กลยุทธ์ด้าน ราคาของกาแฟสด กลยุทธ์ทำเลที่ตั้งของร้านกาแฟสด หรือส่งเสริมการขายในเชิงธุรกิจ เพื่อทราบถึงพฤติกรรมและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการบริโภคซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาด
2. การศึกษาเชิงเปรียบเทียบกับเครื่องดื่มประเภทอื่น ๆ ในธุรกิจประเภทเดียวกันเพื่อประโยชน์ในการวางกลยุทธ์การตลาด
3. ศึกษาเพิ่มเติมและเจาะลึกถึงปัจจัยของประชากรอื่น ๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมบริโภคของผู้บริโภค เช่น ขนาดของครอบครัวหรือทัศนคติที่มีผลต่อการบริโภคอื่น ๆ

4. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างนอกเหนือจากจังหวัดระนอง เพื่อทราบถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดซึ่งทำให้เห็นภาพชัดเจนมากยิ่งขึ้น เนื่องจากพื้นที่ต่างกันมีความแตกต่างด้านอิทธิพลในการเลือกซื้อกาแฟสด ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์และคลอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ดารารัตน์ รักเถาว์. (2561). พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดในเขตอำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช.

ฉบับที่ 3 สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

ภานุพงศ์ กังหันทิพย์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟโบราณในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ครั้งที่ 1.

ศศิธร พรมมาลา. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อกาแฟสด ของผู้บริโภคในอำเภอสันทรายจังหวัดเชียงใหม่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

สุกัญญา ละมูล. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านกาแฟสด คาเฟ่ อเมซอน. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปีการศึกษา 2559.

สราวุธ พุฒนวล. (2562). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ในจังหวัดระนอง. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

สุธี เสริมชีพ. (2559). กลยุทธ์การบริหารร้าน Pet café ให้ประสบผลสำเร็จ. ชลบุรี: วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

S0108: แนวทางการเพิ่มยอดผู้สมัครบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝาก ประเภทสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู

THE GUIDELINES TO INCREASING CREDIT CARD APPLICANT NUMBERS OF THE GOVERNMENT SAVINGS BANK LOTTERY IN BANG PU INDUSTRIAL ESTATE BRANCH

เบญจมาศ ศรีสว่าง¹ ศิวฤทธิ์ สุนทรเสถียร²

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

บทคัดย่อ

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดผู้สมัครบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝาก ประเภทสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู เพื่อนำผลของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคมาใช้ในการส่งเสริมการตลาดกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตของธนาคารออมสิน สาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู ในการศึกษาเพื่อแก้ไขปัญหาในครั้งนี้โดยการวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม 200 คน และนำผลการวิจัยที่ได้วิเคราะห์ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเป็นข้อมูลในค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อีกทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง 20 คน โดยใช้เทคนิคในการเลือกสุ่มแบบเจาะจง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้าของธนาคารออมสินที่ใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้จะต้องถือครองสลากออมสินพิเศษตั้งแต่ 30,000 บาท ขึ้นไป โดยการวิเคราะห์เชิงคุณภาพที่นำมาวิเคราะห์สรุปเป็นเนื้อหา ใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือในการศึกษานั้น โดยพิจารณาจากการวิเคราะห์ข้อมูลแยกประเด็นสำคัญ ตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาและตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของข้อมูลพบว่ามีค่าความเชื่อมั่นโดยรวม เท่ากับ 0.877

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย อายุระหว่าง 36-45 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว/รายได้อิสระ รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,001-35,000 บาท ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบัตรเครดิตกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเมื่อเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านส่งเสริมทางการตลาด ตามลำดับ และผลการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการส่วนมากมีความเห็นว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ สาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู คือ การส่งเสริมทางการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์ และโฆษณา ให้ทราบถึงรายละเอียดของบัตรให้ชัดเจน ซึ่งผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกันทั้งสองแบบ คือ การส่งเสริมการตลาดไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม ที่ผู้ใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารออมสินให้ความสนใจและต้องการให้ธนาคารพัฒนาในด้านนี้

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า อาชีพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสินสาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู อย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ .05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า การส่งเสริมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตร

เครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสินสาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากการศึกษาหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาในครั้งนี้ จะเห็นได้ว่าธนาคารออมสินยังขาดการส่งเสริมทางการตลาดเป็นอย่างมาก โดยลูกค้าบางกลุ่มยังไม่ได้ยินว่าสามารถทำบัตรเครดิตโดยใช้สลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน หรือแม้กระทั่งรูปแบบหรือรูปลักษณะภายนอกก็ยังไม่เป็นที่คุ้นตาหรือผ่านตาของกลุ่มลูกค้า ทำให้ผู้ศึกษานำการส่งเสริมทางการตลาดมาเป็นแนวทางเลือกในการแก้ไขปัญหาในครั้งนี้ และอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการจัดทำส่งเสริมทางการตลาด เป็นการจัดทำขึ้นเองได้โดยง่าย ซึ่งไม่ต้องมีข้อจำกัดหรือข้อปฏิบัติจากทางองค์กรหรือผู้บริหารระดับสูง ซึ่งจากการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำมาปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาด โดยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้บัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากขึ้น การออกบูธประชาสัมพันธ์ในแต่ละพื้นที่ จะช่วยเพิ่มยอดขายของธนาคารเพิ่มขึ้นอีกด้วย

คำสำคัญ: บัตรเครดิต, สลากออมสินพิเศษ

Abstract

This research study aimed to study the guidelines for increasing the credit card applicants' balance of deposit customers. Special GSB lottery, Government Savings Bank, Bang Pu Industrial Estate Branch to apply the results of the study of consumer behavior in promoting the marketing of Government Savings Bank's credit card products. Bang Pu Industrial Estate Branch in this study to solve this problem, by this research, 200 people were randomized in responding to questionnaires, and the research results obtained were analyzed through a statistical package as data in percentage values. Mean and standard deviation in addition, an in-depth interview from a sample of 20 people using a specific random selection technique. The sample group used in this study was GSB customers who used the special savings lottery service at Government Savings Bank, Bang Pu Industrial Estate branch. This group of customers will have to hold a special GSB lottery of 30,000 baht or more through a qualitative analysis that is analyzed in summary. Questionnaires and in-depth interviews were used as tools for that study. By considering the analysis of information and separating the key points the content validity was checked and the Reliability of the data was found to have an overall confidence value of 0.877.

The results of the research revealed that most of the respondents were male, aged between 36-45 years old, unmarried status, bachelor's degree. Personal business career/independent income Monthly income is between 25,001-35,000 baht. The analysis of the factors of marketing mix of credit cards, special savings lottery customers. The respondents were satisfied with the descending market mix factor Including price factor. Product factor Distribution channel factors and marketing promotion factors, respectively, and the results of interviews, most of the users commented that the influence on the credit card decision of the special GSB lottery customers. Bangor Industrial Estate Branch Is to promote marketing through public relations and advertising be aware of the card details clearly. The study results

were consistent in both ways. Is to promote marketing either directly or indirectly which users of Government Savings Bank's credit card are interested in and want the Bank to develop in this field. The results of the personal factor hypothesis test revealed that occupation influences the credit card service decision of the special GSB lottery customers. Government Savings Bank, Bangor Industrial Estate Branch The statistics at 0.05 and the marketing mix factor showed that the marketing promotion Influence on decision to use credit card service of special savings lottery customers Government Savings Bank, Bang Pu Industrial Estate Branch Statistically significant at .05.

From the study to find solutions to solve this problem The Government Savings Bank still lacks a lot of marketing promotion. Some customers have never heard of being able to make a credit card using the Government Savings Bank's special lottery. Or even the form or appearance is still not familiar or through the eyes of the customer group. Causing students to take marketing promotion as an alternative solution to this problem and another important factor in the organization of marketing promotion It is easy to prepare by yourself. Which does not require any restrictions or guidelines from the organization or senior management Which from this research can be used to modify the marketing strategy with advertisements for credit cards of special savings lottery customers Is more widely known Public relations booths in each area It will increase the bank's sales even more.

Keywords: Credit card, Government Savings Bank lottery

บทนำ

ธุรกิจบัตรเครดิตเป็นธุรกิจที่ให้สินเชื่อเพื่อการบริโภคแก่ลูกค้าผ่านวงเงินที่ได้อนุมัติไว้ล่วงหน้า โดยผู้ถือบัตรจะใช้บัตรเครดิตแทนเงินสดเพื่อซื้อสินค้าเบิกถอนเงินสดล่วงหน้า แต่ที่ผ่านมาในการถือครอง บัตรเครดิตในประเทศยังอยู่ในระดับต่ำเพราะนโยบายของธนาคารแห่งประเทศไทยที่เข้ามาควบคุมและกำหนดเกณฑ์การสมัครเพิ่มขึ้น การแข่งขันค่อนข้างสูงจากสถาบันการเงินที่มีใช้สถาบันการเงิน (Nonbanks) ที่เข้ามามีส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจบัตรเครดิต โดยเฉพาะปี 2561 ธุรกิจของ Non-banks มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่าธนาคารพาณิชย์ประมาณ 52.1% ที่มีการปล่อยสินเชื่อให้กับผู้มีรายได้น้อย และมีขั้นตอนและความเข้มงวดที่น้อยกว่าธนาคารพาณิชย์ทำให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้สะดวกรวดเร็ว และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา. 2562)

ธนาคารออมสินได้กำหนด กลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษขึ้น ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้จะต้องถือครองสลากออมสินพิเศษตั้งแต่ 30,000 บาท ขึ้นไป โดย ธนาคารออมสินถือว่าลูกค้ากลุ่มนี้เป็นลูกค้าที่มีแนวโน้มที่จะเป็น กลุ่มลูกค้าคุณภาพ จึงมอบสิทธิพิเศษให้สามารถสมัครบัตรเครดิต ธนาคารออมสินได้ โดย ตั้งแต่ปี 2558 ธนาคารออมสินได้เริ่มทำการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ เกี่ยวกับการเชิญชวนให้ลูกค้าในกลุ่มนี้สมัครบัตรเครดิต ของธนาคารออมสิน แต่อย่างไรก็ตามจากเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด โดยพบว่าผลการดำเนินงานของธนาคารออมสิน สาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู มีจำนวนบัตรเครดิตที่สมัคร ปี 2558 คิดเป็นร้อยละ 34.04 ปี 2559 คิดเป็นร้อยละ 36.41 ปี 2560 คิดเป็นร้อยละ 35.28 ปี 2561 คิดเป็นร้อยละ 26.98 ปี 2562 คิดเป็นร้อยละ 33.70 (หน่วยแผนและพัฒนางานสาขา ธนาคารออมสินภาค 15. 2562) จากปัญหาดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจด้านบัตร

เครดิตของธนาคารออมสินเป็นอย่างมาก จึงได้มีการจัดทำการค้นคว้าอิสระนี้เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและแก้ไขปัญหา ให้ผลการดำเนินการบรรลุตามเป้าหมายได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดผู้สมัครบัตรเครดิตที่ต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้
2. เพื่อศึกษาแนวทางการวางแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารออมสินสาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ รายได้ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสินสาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสินสาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์ อย่างเช่น เพศ รายได้ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มเป้าหมาย
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P's ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ และนำมาปรับใช้ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมมีผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย
3. ผลการศึกษาวิจัยสามารถนำมาเป็นข้อมูลในการปรับใช้กลยุทธ์ เพื่อให้ผลการดำเนินงานบัตรเครดิตบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดแสดงถึงปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลกับการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิต ภายใต้แนวความคิดเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาด ของ คอทเลอร์ (Kotler. 2016). Marketing Management

การศึกษา เรื่อง “แนวทางการเพิ่มยอดผู้สมัครบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝาก ประเภทสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู” ผู้วิจัย กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ดังนี้

26 มีนาคม 2564

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝาก ประเภทสลากออมสินพิเศษ ของธนาคารออมสินสาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินคำตอบ (Likert Scale) ทั้งหมด โดยมีเกณฑ์ในการทำแบบสอบถามแบบวัดระดับ 5 ระดับ 5 หมายถึง มากที่สุด ระดับ 4 หมายถึง มาก ระดับ 3 หมายถึง ปานกลาง ระดับ 2 หมายถึง น้อย ระดับ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าของธนาคารออมสินที่มีเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ ณ ธนาคารออมสิน สาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้จะต้องถือครองสลากออมสินพิเศษตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไปโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative) ทำแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด และเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative) ทำสัมภาษณ์เชิงลึกอีกจำนวน 20 คน โดยใช้เทคนิคในการเลือกกลุ่มแบบเจาะจง โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจที่ทราบจำนวนประชากร (Black, Ken, 1994)

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}}$$

n = จำนวนตัวอย่าง

n_o = จำนวนตัวอย่างที่กำหนด

N = จำนวนลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสินสาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู ซึ่งถือครองสลากออมสินพิเศษตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป ปี 2563

$$\begin{aligned} \text{คำนวณ } N &= \frac{280}{1 + (280 * 0.05^2)} \\ &= 164.70 \end{aligned}$$

จากการคำนวณข้างต้น จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคือ 164.70 คน หรือ 165 คน ผู้วิจัย จะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประมาณ 200 ชุด เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่กลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลได้ไม่ครบสมบูรณ์

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ โดยมีการเก็บแบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการทำสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสินสาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู

การตรวจสอบเครื่องมือ

1. ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาให้ให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อ นำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้ในการสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจริง

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาและปรับปรุงแก้ไขแล้วไป ทำการทดสอบ จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบคำถามว่า

สามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายเพียงใด จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยวิธีครอนบาค (Cronbach's Alpha) โดยใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.700 ซึ่งค่าที่ได้นั้นคือ 0.877 (สรายุทธ กันหลง. 2555)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาประมวลผลเพื่อคำนวณค่าทางสถิติต่างๆ ที่ใช้ในการวิจัยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติจากนั้นจึงทำการวิเคราะห์จากค่าที่ประมวลผลได้ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ทำแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

2. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P's สำหรับบัตรเครดิต และส่วนที่ 3 พฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษธนาคารออมสินสาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้เป็นการทดสอบสมมติฐานมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.5 โดยวิเคราะห์ สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ รายได้ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษธนาคารออมสินสาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู ใช้การวิเคราะห์ Independent Sampling t-test และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสินสาขานิคมอุตสาหกรรมบางปูใช้การ วิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษา

ตาราง 1 ข้อมูลส่วนบุคคลประกอบด้วยเพศอายุสถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	109	54.50
1.2 หญิง	91	45.50
รวม	200	100
2. อายุ		
2.1 15-25 ปี	22	11.00
2.2 26-35 ปี	28	14.00

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2.3 36-45 ปี	59	29.50
2.4 46-55 ปี	56	28.00
2.5 56-65 ปี	29	14.50
2.6 66-75 ปี	6	3.00
รวม	200	100
3. สถานภาพ		
3.1 โสด	102	51.00
3.2 สมรส	90	45.00
3.3 หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	8	4.00
รวม	200	100
4. ระดับการศึกษาสูงสุด		
4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	62	31.00
4.2 ปริญญาตรี	110	55.00
4.3 สูงกว่าปริญญาตรี	28	14.00
รวม	200	100
5. อาชีพ		
5.1 นักเรียน/นักศึกษา	24	12.00
5.2 พ่อบ้าน/แม่บ้าน	24	12.00
5.3 พนักงานบริษัทเอกชน	26	13.00
5.4 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	43	21.50
5.5 ธุรกิจส่วนตัว/อิสระ	66	33.00
5.6 อื่น ๆ โปรดระบุ	17	8.50
รวม	200	100
6. รายได้		
6.1 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	24	12.00
6.2 15,001-25,000 บาท	46	23.00
6.3 25,001-35,000 บาท	63	31.50
6.4 35,001-45,000 บาท	44	22.00
6.5 มากกว่า 45,000 บาท ขึ้นไป	23	11.50
รวม	200	100

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 54.50) มีอายุระหว่าง 36-45 ปี (ร้อยละ 29.50) มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 51.00) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 55.00) ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อิสระ (ร้อยละ 33.00) ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 25,001-35,000 บาท (ร้อยละ 31.50)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P's โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (Percentage) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของความพึงพอใจที่มีต่อ พฤติกรรมของผู้สมัครบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสินสาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด (4P's) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตาราง 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P's สำหรับแนวทางการตลาดเพื่อเพิ่มผู้ใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ สาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	รวม (n = 200)		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ	3.95	0.70	มาก
ปัจจัยด้านราคา	4.23	0.67	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.49	0.84	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.42	0.81	ปานกลาง
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ			
ความมั่นคงและความมีชื่อเสียงของธนาคารหรือบริษัทผู้ออกบัตรเครดิต	4.27	0.64	มาก
รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตมีความเหมาะสม สวยงามและทันสมัย	3.53	0.84	มาก
ผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตมีความสะดวกในการใช้จ่ายใช้สอยมากกว่าเงินสด	3.68	0.69	มาก
ความหลากหลายของประเภทบัตรเครดิตที่สามารถตอบสนองได้ทุกความต้องการของผู้ถือบัตร	4.14	0.67	มาก
วงเงินสินเชื่อที่มากเพียงพอ	4.15	0.68	มาก
รวม	3.95	0.70	มาก
ด้านราคา			
อัตราดอกเบี้ยเงินค้ำชำระต่ำกว่าเพดานกฎหมายกำหนด (28%)	4.41	0.63	มาก
อัตราค่าธรรมเนียมรายปีมีความเหมาะสม	3.84	0.69	มาก
อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้ามีความเหมาะสม	4.36	0.63	มาก
สามารถผ่อนชำระคืนได้ในอัตรา 10 % ของยอดการใช้จ่าย	4.42	0.63	มาก
ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการเบิกถอนเงินสดล่วงหน้ามีความ เหมาะสม	4.11	0.78	มาก
รวม	4.23	0.67	มาก

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	รวม (n = 200)		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
จำนวนสาขาที่สมัครบัตรเครดิตเพียงพอ สามารถรองรับผู้ใช้บริการได้อย่างทั่วถึง	3.50	0.99	มาก
มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น การชำระที่สาขาธนาคาร การชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส การชำระผ่านโมบายแอปพลิเคชันของธนาคาร	3.56	0.75	มาก
สถานที่ให้บริการสามารถเดินทางไปได้สะดวกอยู่ในแหล่งชุมชน	3.79	0.93	มาก
มีการออกบูทให้บริการสมัครบัตรเครดิตนอกสถานที่	3.30	0.78	ปานกลาง
สามารถสมัครบัตรเครดิตผ่าน Call Center	3.29	0.75	ปานกลาง
รวม	3.49	0.84	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด			
ลูกค้าสามารถติดต่อ สอบถาม การใช้งานบัตรเครดิต ช้อป ส่งสลิป หรือขอความช่วยเหลือด้านบัตรเครดิต ได้ทันทีผ่าน ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Care Center) เป็นต้น	3.93	0.76	มาก
มีการโฆษณาที่หลากหลายผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา นิตยสาร อินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้	3.78	0.83	มาก
ทำส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า	3.25	0.84	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมการตลาดที่ลูกค้ามีส่วนร่วม เช่น ส่วนลดร่วมกับร้านค้าอื่น ๆ อย่างสม่ำเสมอ	3.18	0.74	ปานกลาง
การมอบของที่ระลึกเมื่อสมัครบัตรเครดิต	2.97	0.89	ปานกลาง
รวม	3.42	0.81	ปานกลาง

ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นค่าเฉลี่ยโดยรวม ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในเกณฑ์ระดับมากทุกปัจจัย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจใน ปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก โดยมีความเห็นในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ มีความเห็นในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความเห็นในระดับเห็นด้วยปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความเห็นในระดับเห็นด้วยปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ตามลำดับ

1. ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ผลการวิจัยพบว่า ด้านของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P's ในแนวทางการตลาดเพื่อเพิ่มผู้ใช้บริการบัตรเครดิตด้านผลิตภัณฑ์บริการอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 เมื่อ

พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตมีความมั่นคงและ ความมีชื่อเสียงของธนาคารหรือบริษัทผู้ออกบัตรเครดิตของธนาคารออมสินเชื่อถือได้ โดยมีความเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมาคือ วงเงินอนุมัติสินเชื่อที่มากเพียงพอของบัตรเครดิต โดยมีความเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15, ผลิตภัณฑ์บริการบัตรเครดิตมีความหลากหลายของประเภทบัตรเครดิตที่สามารถตอบสนองได้ ทุกความต้องการของผู้ถือบัตรโดยมีความเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14, ผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตมีความ สะดวกในการใช้จ่ายใช้สอยมากกว่าเงินสด โดยมีความเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 รูปแบบของ ผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตมีความเหมาะสม สวยงามและทันสมัย โดยมีความเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ตามลำดับ

2. ด้านราคา ผลการวิจัยพบว่า ด้านของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P's ในแนวทางการตลาด เพื่อเพิ่มผู้ใช้บริการบัตรเครดิต ด้านราคาอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สามารถผ่อนชำระคืนได้ในอัตรา 10% ของยอดการใช้จ่าย โดยมีความเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ถัดมา คือ อัตราดอกเบี้ยเงินค้างชำระต่ำกว่าเพดานกฎหมาย กำหนด (28%) โดยมีความเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41, อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้ามีความเหมาะสม โดยมีความเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36, ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการเบิกถอนเงินสดล่วงหน้ามีความ เหมาะสม โดยมีความเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และ อัตราค่าธรรมเนียมรายปีมีความเหมาะสม โดยมีความเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ตามลำดับ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการวิจัยพบว่า ด้านของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P's ใน แนวทางการตลาดเพื่อเพิ่มผู้ใช้บริการบัตรเครดิต ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.49 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สถานที่ให้บริการ สามารถเดินทางไปได้สะดวกอยู่ในแหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ถัดมา คือ มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น การชำระที่สาขาธนาคาร การชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส การชำระผ่านโมบายแอปพลิเคชันของธนาคาร โดยมีความเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 จำนวนสาขาที่สมัครบัตรเครดิตเพียงพอ สามารถรองรับผู้ใช้บริการได้ อย่างทั่วถึง โดยมีความเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50, มีการอนุญาตให้บริการสมัครบัตรเครดิตนอกสถานที่ โดยมีความเห็นในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 และ สามารถสมัครบัตรเครดิตผ่าน Call Center โดยมีความเห็นในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 ตามลำดับ

4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผลการวิจัยพบว่า ด้านของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P's ใน แนวทางการตลาดเพื่อเพิ่มผู้ใช้บริการบัตรเครดิต ด้านการส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ลูกค้าน่าสามารถ ติดต่อ สอบถาม การใช้งานบัตรเครดิต ข้อเสนอแนะ หรือขอความช่วยเหลือด้าน บัตรเครดิต ได้ทันทีผ่าน ศูนย์บริการ ลูกค้าสัมพันธ์ (Care Center) เป็นต้น โดยมีความเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ถัดมาคือ มีการโฆษณาที่ หลากหลายผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา นิตยสาร อินเทอร์เน็ต สื่อ ออนไลน์ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ โดยมีความเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78, ทำส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรก เข้า โดยมีความเห็นในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25, การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมการตลาดที่ลูกค้า มีส่วนร่วม เช่น ส่วนลดร่วมกับร้านค้าอื่น ๆ อย่างสม่ำเสมอ โดยมีความเห็นในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และ การมอบของที่ระลึกเมื่อสมัครบัตรเครดิต โดยมีความเห็นในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝาก

ตาราง 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P's ในแนวทางการตลาดเพื่อเพิ่มผู้ใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ

ระดับความสำคัญ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
พนักงานผู้ให้บริการ	3.10	1.14	ปานกลาง
สื่อโฆษณาต่าง ๆ	3.70	1.35	มาก
เพื่อนร่วมงาน	2.32	1.36	น้อย
ครอบครัว และญาติพี่น้อง	3.20	3.32	ปานกลาง
Presenter ของผลิตภัณฑ์บริการ	2.81	1.46	ปานกลาง

ผลการวิจัยพบว่า ด้านของพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝาก ประเภทสลากออมสินพิเศษ ของธนาคารออมสินสาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารออมสิน คือ สื่อโฆษณาต่าง ๆ โดยมีความเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ถัดมาคือ ครอบครัว และญาติพี่น้อง โดยมีความเห็นในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20, พนักงานผู้ให้บริการ โดยมีความเห็นในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10, Presenter ของผลิตภัณฑ์บริการโดยมีความเห็นในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 และเพื่อนร่วมงานโดยมีความเห็นในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.32 ตามลำดับ

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย อายุระหว่าง 36-45 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อิสระ รายได้อยู่ระหว่าง 25,001-35,000 บาท ข้อมูลความพึงพอใจด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ บัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสิน ทั้ง 4 ด้าน โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเมื่อเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านส่งเสริมทางการตลาด ตามลำดับ และผลการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการส่วนมากมีความเห็นว่าสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ สาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู คือการส่งเสริมทางการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์และโฆษณา ให้ทราบถึงรายละเอียดของบัตรให้ชัดเจน มีการโฆษณาที่หลากหลายผ่านสื่อต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมการตลาดที่ลูกค้ามีส่วนร่วม ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสื่อโฆษณามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ รองลงมาคือ ครอบครัวและญาติพี่น้อง พนักงานผู้ให้บริการ Presenter ของ

ผลิตภัณฑ์ และเพื่อนร่วมงานตลาดตามลำดับ ซึ่งผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกันทั้งสองแบบ คือ การส่งเสริมการตลาดไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม ที่ผู้ใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารออมสินให้ความสนใจและต้องการให้ธนาคารพัฒนาในด้านนี้

การทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ รายได้ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสินสาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู พบว่า อาชีพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสินสาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู อย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ .05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า การส่งเสริมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสินสาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

อภิปรายผล

จากการศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดขายผู้สมัครบัตรเครดิตที่ต่ำกว่าเป้าหมาย โดยเลือกแนวทางการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นด้านที่ควรให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น จากการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มลูกค้าเงินฝากประเภทสลากออมสินพิเศษ ของธนาคารออมสินสาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาดในด้านต่าง ๆ ของธนาคารออมสินอยู่ในระดับที่น้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าทางธนาคารยังขาดการส่งเสริมการตลาดที่ครอบคลุมถึงบริการหลังการขาย ซึ่งเป็นแนวทางที่ควรแก้ไข โดยนอกจากเราจะสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคแล้วทำการตลาดโดยให้ตอบสนองของผู้บริโภคได้อย่างมากที่สุด การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ก็เป็นเรื่องสำคัญอีกเรื่องหนึ่งเพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีเป็นระยะเวลานาน และเพื่อนำไปสู่แนวทางในการเพิ่มยอดขายในผลิตภัณฑ์บริการเดิมที่มีอยู่ โดยมุ่งเน้นกลยุทธ์การเจาะตลาดในตลาดเดิมโดยปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากกว่าเดิม เพิ่มแนวทางการตลาดให้กับสินค้าและบริการมากยิ่งขึ้น เช่น มีการโฆษณาที่หลากหลายผ่านสื่อต่าง ๆ รวมทั้งพนักงานมีการแนะนำการใช้บริการบัตรเครดิตให้ทราบอย่างละเอียด และรูปแบบอื่น ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากขึ้น มีการทำส่งเสริมการขายที่น่าสนใจการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมการตลาดที่ลูกค้ามีส่วนมีการส่งข่าวสารต่าง ๆ โดยตรงกับลูกค้าเกี่ยวกับข้อมูลบัตรเครดิตมีการแจกของสมคุณในเทศกาลต่าง ๆ ให้ทันสมัยตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ให้กับกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์บริการได้อย่างทั่วถึง ผลการศึกษารังนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษา เรื่องแนวทางการเพิ่มยอดขายผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารออมสินภาค 1 การวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (P's) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทาง ด้านทางกายภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจถือบัตรเครดิตธนาคารออมสินภาค 1 จากการศึกษาสามารถกำหนดสาเหตุพร้อมเสนอแนวทางการเพิ่มยอดขายผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารออมสินภาค 1 ออกเป็นกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) เป็น 3 แนวทาง คือ 1. กลยุทธ์ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation Strategy) ออกแบบบัตรเครดิตใหม่ในรูปแบบ No Card 2. กลยุทธ์ความแตกต่างด้านช่องทาง (Place Differentiation Strategy) สามารถยื่นเอกสารสมัครบัตรเครดิตธนาคารออมสินผ่าน Application on Mobile 3. กลยุทธ์ความแตกต่างด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence Differentiation Strategy) สร้างความแตกต่างด้านสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก GSB Credit Card Club ขึ้นร่วมกับการสื่อสารทางการตลาด เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ ดึงลูกค้า กระตุ้น

ความต้องการที่จะใช้งานบัตรเครดิตธนาคารออมสินให้เป็นไปตามเป้าหมายบัตรเครดิตธนาคารออมสินภาค 1 (ดวงกมล ทองสุคติ, 2562) และ เรื่อง แนวทางการเพิ่มยอดบัตรเครดิตธนาคารออมสินสาขาบึงกาฬเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย KPIs พบว่าธนาคารมีแนวทางการเพิ่มยอดบัตรเครดิตเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย KPIs โดยการยกระดับ กระบวนการให้บริการ หลังการขายให้ดีขึ้น มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ออกบูธประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์บัตร เครดิตนอกสถานที่ เพื่อเป็นการเพิ่มการรับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์และเพิ่มช่องทางในการขาย จากเดิมลูกค้าต้องไป ติดต่อที่ธนาคารออมสินสาขา บึงกาฬ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายภายใต้โครงการ “เพื่อนชวนเพื่อน” เป็น ฐานฐานลูกค้ารายเก่าและขยาย ฐานลูกค้ารายใหม่ให้เพิ่มมากขึ้น (วิรุณา ภูยีนว, 2562) เรื่อง แนวทางการเพิ่มจำนวนบัตรเครดิตเปิดใหม่ให้ได้ผล งานตามเป้าหมายของธนาคารออมสินสาขาเอเนอริย์ คอมเพล็กซ์ จากผลการวิจัยพบว่า 1) สาเหตุที่ส่งต่อจำนวน ยอดสมัครบัตรเครดิตไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ มาจากด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ และสภาพแวดล้อมการแข่งขัน 2) ได้แนวทางเลือกแก้ไขปัญหาด้วยกลยุทธ์เชิงรับ และเชิงป้องกันด้านส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์เชิงรุกด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์เชิงรุกด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ และเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดที่เป็นไปได้คือ แนวทางแก้ไขปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด เพื่อที่ธนาคารสาขา สามารถดำเนินการเพื่อจัดทำโปรโชว์แสดงร้านค้าในเครือข่ายที่ร่วมรายการ ออกประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ และ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วและตอบสนองความต้องการได้ทุกพื้นที่ ต่อไป (ธราทิพย์ อุทุมภา, 2563)

การศึกษาแนวทางการวางแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารออมสินสาขานิคม อุตสาหกรรมบางปูนั้น องค์การจะต้องเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการกำหนดราคาสินค้าและบริการ ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย (Place) เน้นช่องทางการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมและทั่วถึง สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้า เป้าหมายทุก ส่วนได้เป็นอย่างดีเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่เน้นทั้งการ โฆษณา ออกบูธประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายและการตลาดโดยตรง ซึ่งสามารถเรียกว่า 4P's ซึ่งนำไปสู่การได้ ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นตาม นอกจากนี้ผลการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับการศึกษา เรื่อง แนว ทางการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต ของธนาคารออมสิน เขตขอนแก่น 2 จาก ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีบัตรเครดิตแล้วต้องการ บัตรเครดิตเพื่อผ่อนสินค้า มีโอกาสในการเลือกใช้หรือ สมัครใช้บัตรเครดิต เมื่อมีการส่งเสริมการขาย ส่วนกลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่มีบัตรเครดิต ให้ความสำคัญกับสิทธิประโยชน์ ในเรื่องฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้า และ/หรือรายปี การมีรูปแบบ และประเภทของบัตรเครดิตหลากหลาย และต้องการสิทธิ ประโยชน์ในการคุ้มครอง อุบัติเหตุจากการเดินทาง (พันธทิพย์ สดาร์ตน์; ชื่นจิตร อังวรวงค์; เอกพงษ์ ทองธีรภาพ, 2559) และกรณีศึกษา ประชาชนในเขตจังหวัดสมุทรปราการ สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตร เครดิตของ ธนาคารพาณิชย์ กรณีศึกษา ประชาชนในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา 48 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด และการศึกษาของ พัชรทิศา กะการดี (2554) ศึกษาปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิต ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อ พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน ราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งแต่ละงานวิจัยที่ใกล้เคียงมีความสอดคล้อง ในผลการวิจัยที่ต้องใช้ปัจจัยในการส่งเสริมการตลาดเข้ามาทั้งสิ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ธนาคารควรมีการเพิ่มเติมสิทธิประโยชน์ จัดกิจกรรมทางการตลาดมากขึ้น หรือจัดกิจกรรมทางการตลาดเฉพาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากขึ้น ซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีความแตกต่างกันในแต่ละประเภทบัตรเพื่อให้ชัดเจนยิ่งขึ้น รวมถึงการจัดกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจที่จัดทำ บัตร Co-Brand ร่วมกัน โดยดึงดูดเด่นในตลาดของพันธมิตรมาช่วยให้บัตรธนาคารออมสินเพิ่ม ความต้องการมากยิ่งขึ้น
2. พัฒนาระบบงานให้พนักงานธนาคารออมสินที่สาขา หรือช่องทางต่าง ๆ ได้ข้อมูลชุดเดียวกันกับพนักงาน Call Center เพื่อเพิ่มช่องทางให้การให้ข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตธนาคาร ออมสินให้กับลูกค้า เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่นในการให้บริการบัตรเครดิต
3. ในระยะที่ต้องการกระตุ้นยอดใช้บริการเพื่อการบอกต่อผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตในยุคปัจจุบัน ควรหาหน่วยงานมืออาชีพในการทำการตลาดบัตรเครดิต ที่มีความเชี่ยวชาญ โดยเฉพาะ เพื่อให้การจัดทำส่งเสริมการตลาด โปรโมชันเป็นไปได้ตามความต้องการของลูกค้า จนทำให้ติดตลาดลูกค้าทุกกลุ่ม

เอกสารอ้างอิง

- คอตเลอร์, ฟิลลิป. (2542). **ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)**. จาก http://passakorn2326.blogspot.com/2017/02/marketing-mix_20.html?m=1.
- ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ. (2546). **การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กิจกรรมการตลาดที่กระทำต่อลูกค้า**. จาก <https://www.sundae.co.th/article/index.php?cmd=article&cat=&gid=60&id=168>.
- ดวงกมล ทองสุชาติ. (2562). **แนวทางการเพิ่มยอดผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารออมสินภาค 1**. จาก <https://rsu.journals.rsu.ac.th/index.php/rgrc/article/view/1499/1143>.
- ทิพย์มณี. (2555). **CRM คือ อะไร** article. จาก <http://www.callcentermaster.com/What-is-CallCenter/What-is-CRM.html>.
- ธนาคารออมสินสาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู. (2562). **รายงานผลการดำเนินงานของธนาคารออมสินสาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู ปี 2558-2562**. สมุทรปราการ: ธนาคารออมสินสาขานิคมอุตสาหกรรมบางปู.
- ธราทิพย์ อุทุมภา. (2563). **แนวทางการเพิ่มจำนวนบัตรเครดิตเปิดใหม่ให้ได้ผลงานตามเป้าหมายของธนาคารออมสินสาขาเอนเนอร์ยี คอมเพล็กซ์**. จาก [http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/\(Edit\)Id1271-27-04-2020_23:17:22.pdf](http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/(Edit)Id1271-27-04-2020_23:17:22.pdf).
- บุษกร คำคง. (2542). **ทฤษฎีการตัดสินใจ**. จาก <https://krusmart.wordpress.com/category/กระบวนการตัดสินใจ/ทฤษฎีการตัดสินใจ/>.
- พันธ์ทิพย์ สดาร์ตน์, ชื่นจิตร อังวรวงค์, และ เอกพงษ์ ทองธีรภาพ. (2559). **แนวทางการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต ของธนาคารออมสิน เขตขอนแก่น 2**. จาก <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/vrurdihsjournal/article/view/73527/59183>.
- ราช ศิริวัฒน์. (2560). **การบริหารลูกค้าสัมพันธ์**. จาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ/#more-445>.

- ราช ศิริวัฒน์. (2560). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค. จาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/บทที่-2-แนวคิด-ทฤษฎี>.
- วิรุณา ภูยี่หาว. (2562). แนวทางการเพิ่มยอดขายบัตรเครดิตธนาคารออมสินสาขาบึงกาฬเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย KPIs. จาก http://www.utccmbaonline.com/ijbr/doc/Id1152-08-11-2019_20:00:17.pdf.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2552). ส่วนประสมการตลาด. จาก http://passakorn2326.blogspot.com/2017/02/marketing-mix_20.html?m=1.
- ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (2562). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2562-64 ธุรกิจบัตรเครดิต. จาก <https://www.krungsri.com/bank/th/Other/research>.
- สรายุทธ กันหลง. (2555). การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม Cronbach's alpha. จาก <http://www.ipernity.com>.
- สินธุ์ฟ้า แสงจันทร์. (2547). กลยุทธ์การตลาดที่ใช้ปฏิบัติต่อลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย. จาก <https://www.sundae.co.th/article/index.php?cmd=article&cat=&gid=60&id=168>.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix). จาก http://passakorn2326.blogspot.com/2017/02/marketing-mix_20.html?m=1.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). ส่วนประสมทางการตลาด. จาก http://passakorn2326.blogspot.com/2017/02/marketing-mix_20.html?m=1.

S0110: ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจด้านเงินฝากธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล อำเภอเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด

SATISFACTION IN SERVICE SELECTION AND QUALITY OF SERVICE INFLUENCED THE DEVELOPMENT OF THE DEPOSIT BUSINESS OF THE GOVERNMENT SAVINGS BANK IN TAWAPIBAN BRANCH MUEANG ROI ET DISTRICT ROI ET PROVINCE

ณิรค์มิชา สมสวัสดิ์¹ ผุสดี พลสารมย์²

^{1,2}คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจด้านเงินฝาก และ 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางเลือกในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นด้านผู้มาใช้บริการ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ 1) ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางให้กับธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล จังหวัดร้อยเอ็ด ในการกำหนดกลยุทธ์การให้บริการของธนาคาร เพื่อให้สอดคล้องกับปัจจัยที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า 2) ผลการวิจัยจะเป็นธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล จังหวัดร้อยเอ็ด ได้ทราบถึงความพอใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการเงินฝากของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล อำเภอเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด และ 3) ผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลให้กับธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล จังหวัดร้อยเอ็ด ทราบถึงคุณภาพการให้บริการเงินฝาก เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปปรับปรุงพัฒนางาน บริการด้านเงินฝากให้เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ การศึกษาค้นคว้านี้เก็บแบบสอบถามและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินฝากธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล จำนวน 400 คน

ผลการวิจัย พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อปีของทำนอยู่ 10,001-20,000 บาท ภาพรวมของระดับความพึงพอใจและคุณภาพการให้บริการมีค่ามากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.30$) ด้านสถานที่ให้บริการ รองลงมาตามลำดับ คือ ด้านชื่อเสียง ($\bar{X} = 4.28$) ด้านผลตอบแทน ส่วนระดับความพึงพอใจและคุณภาพที่น้อยที่สุด คือ ด้านความรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.12$) ผู้ศึกษาพบปัญหาที่ด้านความรวดเร็ว ด้านผลตอบแทน และด้านพนักงานผู้ให้บริการ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้นำเสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหาด้วยการตลาดเชิงรุก 2 ทางเลือก คือ 1) จัดให้มีพนักงานดูแลลูกค้า เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง พร้อมรับฟังปัญหาและเหตุผลของลูกค้าของธนาคารเกี่ยวกับการใช้บริการ รวมถึงสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เพื่อจะนำมาปรับปรุงแก้ไขการบริการในอนาคต 2) การสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เหตุผลที่ต้องสร้างการรับรู้และการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องก็เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการบริการของธนาคาร เนื่องจากจะมีลูกค้าบางกลุ่มที่ยังไม่รับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ของธนาคาร และการเข้าถึงการบริการ

คำสำคัญ: การเลือกใช้บริการ; คุณภาพการให้บริการ; มีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจด้านเงินฝาก

Abstract

This study aimed to study the service process of Government Savings Bank Deva Governance Branch. Roi Et Proce such as study the level of customer satisfaction in choosing services and service quality find suggest alternatives way that solve the problems arise when customers wait for transactions for long time The research method is questionnaire. This study found that most of the sample were female, 20-29 years old, single status, undergraduate education, and career civil servant of state enterprise. There are average annual income as 10,001-20,000 baht.

The overall level of satisfaction and service quality was the highest ($\bar{X} = 4.22$) with the highest average ($\bar{X} = 4.30$). Followed by reputation ($\bar{X} = 4.28$), returns, while the lowest level of satisfaction and quality was respond speed ($\bar{X} = 4.12$). The study found main problems as speed, compensation and personnel service. Therefore, solution to solve the problem are two proactive marketing options: 1) Frist provide staff to taken care on customers and educate the product thoroughly ready listen on the problems and reasons of the Bank's customers Including able quick problems solving in order to improve service in the future. 2) Second to create awareness and public relations continuously. The reason why of continuous is build up awareness and publicity of Bank's service. because there are some customers not yet aware on the Bank's products and lack of channel to access to services.

Keywords: Opt-in service; service quality; Influence on the development of the deposit business

บทนำ

ปัจจัยความท้าทายความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจไทยในปี 2563 การจูงใจให้ประชาชนหันมาฝากเงินกับสถาบันการเงิน ต้องอาศัยปัจจัยหลายประการมาประกอบกัน เพื่อจูงใจลูกค้าให้ตัดสินใจมาใช้บริการ ฝากเงินกับธนาคาร ปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ ความมั่นคงของธนาคาร ความมีชื่อเสียงภาพพจน์ของ ธนาคารและผู้บริหาร การพัฒนาทางเทคโนโลยีเร่งให้เกิดการบริการทางการเงินดิจิทัล ซึ่งส่งผลให้การบริการทางการเงินทำได้สะดวก รวดเร็ว มีต้นทุนที่ลดลงมาก ทำให้สถาบันการเงินต้องพัฒนาตนเองให้เกิดภาพความเชื่อมั่น ความประทับใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ความมั่นคงของสถาบันการเงิน จึงเป็นสาเหตุหนึ่งของ การแข่งขันด้านการฝากเงินเพิ่มความรุนแรงในการแข่งขันหาเงินฝากของระบบสาขามากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อการระดมเงินฝากของธนาคารหลายประการ เช่น ชื่อเสียง ท่าเลที่ตั้งของสาขานาคาร จำนวนสาขาของธนาคารที่มีในพื้นที่ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ฝากเงิน ลักษณะการให้บริการของธนาคาร เหล่านี้ เป็นต้น ธนาคารออมสินเป็นอีกธนาคารหนึ่งที่ทำ การแข่งขันในภาคธุรกิจนี้ โดยมีวิสัยทัศน์และพันธกิจการออม คือ เป็นสถาบันที่มุ่งคงเพื่อการออม ทำให้ธนาคารออมสินได้ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงระบบการดำเนินงานและบริการในทุก ๆ ด้าน จึงมีการปรับให้เข้ากับสถานการณ์ที่เน้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและกลยุทธ์การขายควบคู่กันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ถึงแม้ว่าภาพในภาพรวมแล้วธนาคารมีผลประกอบการที่ดี แต่ในส่วนของธนาคารออมสินสาขานั้น ได้รับนโยบายและเป้าหมายของสาขาที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับประชากรและขนาดของพื้นที่ในตัวอำเภอนั้น ๆ ทำให้แต่ละสาขาต้องเผชิญกับการแข่งขันเพื่อให้ได้มาซึ่งลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ จากนโยบายของธนาคารออมสินดังกล่าว

ทำให้อาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล จังหวัดร้อยเอ็ด ต้องมียอดเงินฝาก ณ สิ้นปี 2563 เพิ่มขึ้น 2.14% จากยอดเงินฝากคงเหลือ ณ 31 ธันวาคม 2562 แต่ ณ สิ้นเดือน มิถุนายน 2563 สาขาเทวาภิบาลมีผลการดำเนินงานเงินฝากต่ำกว่าเป้าหมาย คิดเป็น -156.62% ทำให้สาขายังไม่สาขาทำผลงานได้ตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด ส่งผลทำให้สาขาเทวาภิบาลต้องศึกษาปัญหาความพึงพอใจในการให้บริการด้านเงินฝากเพื่อข้อมูลความต้องการของลูกค้าไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาระบบการดำเนินงานและการให้บริการในทุก ๆ ด้าน ของธนาคารในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและจะรักษาลูกค้าไว้ได้นั้น เราต้องมีการปรับปรุงการให้บริการรูปแบบการให้บริการต่าง ๆ ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนารูปร่างการเงินธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล อำเภอเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพและการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการ และความพึงพอใจของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

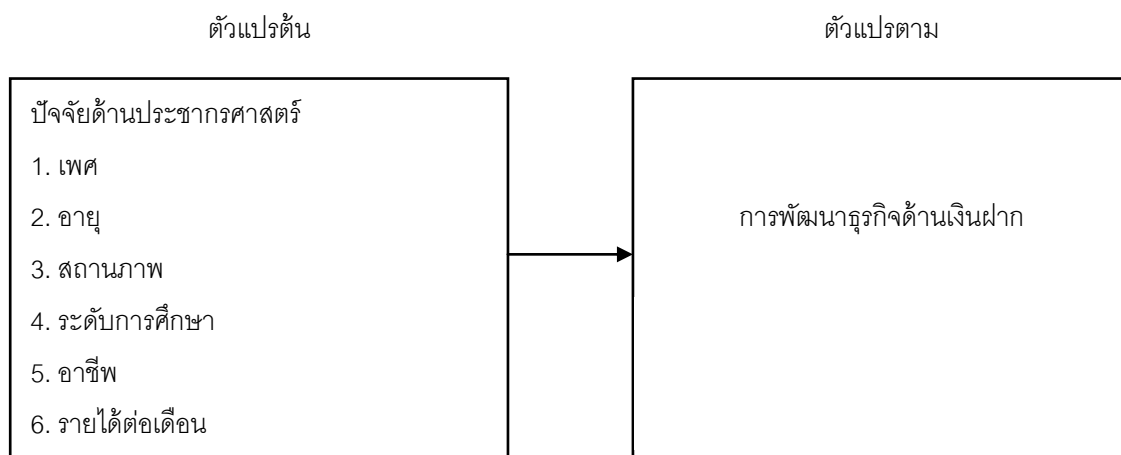
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนารูปร่างด้านเงินฝากของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล
3. เพื่อศึกษาหาปัญหาและสาเหตุของลูกค้าในการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการ
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางเลือกในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นด้านผู้มาใช้บริการด้านฝากเงิน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางให้กับธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล จังหวัดร้อยเอ็ด ในการกำหนดกลยุทธ์การให้บริการของธนาคาร เพื่อให้สอดคล้องกับปัจจัยที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า
2. ผลการวิจัยจะเป็นธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล จังหวัดร้อยเอ็ด ได้ทราบถึง ความพอใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการเงินฝากของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล อำเภอเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด
3. ผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลให้กับธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล จังหวัดร้อยเอ็ด ทราบถึงคุณภาพการให้บริการเงินฝาก เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปปรับปรุงพัฒนางาน บริการด้านเงินฝากให้เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล จังหวัดร้อยเอ็ด
2. ขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือน กรกฎาคม 2563
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย เนื้อหาความต้องการของบุคคลมี 5 ขั้นตอน คือ ความต้องการทางร่างกาย ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ความรักและการเป็นเจ้าของ ความเคารพนับถือ และความสมบูรณ์ของชีวิต

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้มีเครื่องมือ คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งประเด็นการสัมภาษณ์ที่พัฒนาขึ้นจากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาของผู้วิจัยเองที่ได้ทำการศึกษางานวิจัยของบุคคลอื่น ๆ ที่ได้เคยวิจัยไว้นำมาปรับแบบสอบถาม เพื่อให้สอดคล้อง ครอบคลุม ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาเทวาภิบาล อำเภอเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด ข้อมูลธนาคารออมสิน สาขาเทวาภิบาล อำเภอเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด มีบัญชีเงินฝากประมาณ 16,285 บัญชี โดยการสุ่มตัวอย่างครอบคลุมจำนวนประชากรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เป็นจำนวน 390 คน แต่เพื่อให้สะดวกต่อการศึกษาจัดทำแบบสอบถามจึงขอจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้จำนวน 400 คน ในการวิจัยตามหลักสถิติด้วยการคำนวณตามความเชื่อมั่น 0.95 ของตาราง YAMANE และเพิ่มเติมจำนวนให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. วิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามด้วยความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์ระดับของความคาดหวังในการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการ ของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล อำเภอเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด ด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3. วิเคราะห์เปรียบเทียบค่าระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามโดยใช้ Independent Samples t-test (วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย) ใช้กับตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร และ One-way ANOVA (วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว) ใช้กับตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร ขึ้นไป กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 หรือที่ความเชื่อมั่น 95%

การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการอธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูล เช่น ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) โดยใช้ค่าโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติ

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนารูทการการเงินฝากธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล อำเภอเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด” ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลถึงสาเหตุและปัจจัยในการแก้ปัญหา ซึ่งจากการเก็บกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ได้ผลดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ด้านความพึงพอใจและคุณภาพการให้บริการ

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และด้านความพึงพอใจและคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนารูทการการเงินฝากธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล อำเภอเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นรายด้านและโดยรวม

(n = 400)

ด้านความพึงพอใจและคุณภาพการให้บริการ	$\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ด้านความปลอดภัย	4.24	0.19	มากที่สุด
ด้านผลตอบแทน	4.27	0.19	มากที่สุด
ด้านความเชื่อมั่น	4.15	0.29	มาก
ด้านชื่อเสียง	4.28	0.23	มากที่สุด
ด้านความรวดเร็ว	4.12	0.18	มาก
ด้านสถานที่การให้บริการ	4.30	0.18	มากที่สุด
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	4.17	0.22	มาก
ด้านข้อมูลบริการการเงินฝาก	4.19	0.25	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	4.22	0.18	มากที่สุด

ตาราง 1 แสดงภาพรวมของระดับความพึงพอใจและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจการเงินฝากธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล อำเภอเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด ว่ามีระดับความพึงพอใจและคุณภาพการให้บริการในภาพรวมมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.30$) ด้านสถานที่การให้บริการ รองลงมาตามลำดับ คือ ด้านชื่อเสียง ($\bar{X} = 4.28$) และรองลงมาตามลำดับ คือ ด้านผลตอบแทน ส่วนระดับความพึงพอใจและคุณภาพที่น้อยที่สุด คือ ด้านความเร็ว ($\bar{X} = 4.12$) เมื่อแยกวิเคราะห์ระดับด้านความพึงพอใจและคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจการเงินฝากธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล อำเภอเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นรายด้าน โดยด้านแรก คือ ด้านความปลอดภัย

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจเงินฝาก

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการพัฒนาธุรกิจเงินฝากความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจการเงินฝากธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล อำเภอเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวม

(n = 400)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจเงินฝาก	$\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. เงินฝากของท่านเพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน	4.10	0.30	มาก
2. เงินฝากของท่านเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนในอนาคต	4.67	0.55	มากที่สุด
3. เงินฝากของท่านเพื่อลดหย่อนภาษี	3.76	0.58	มาก
4. เงินฝากของท่านเพื่อเป็นมรดกให้ครอบครัว	4.41	0.49	มากที่สุด
5. เงินฝากของท่านเพื่อเป็นทุนการศึกษา	4.18	0.49	มาก
6. เงินฝากของท่านเพื่อซื้อสินทรัพย์	4.10	0.30	มาก
7. เงินฝากของท่านเพื่อผลตอบแทน	4.41	0.57	มากที่สุด
8. เงินฝากของท่านเพื่อผลตอบแทนอื่น ๆ	4.00	0.79	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	4.22	0.18	มากที่สุด

ตาราง 2 แสดงภาพรวมของระดับความพึงพอใจและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจการเงินฝากธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล อำเภอเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด ว่ามีระดับการพัฒนาธุรกิจเงินฝากให้บริการในภาพรวมมากที่สุด ($\bar{X} = 4.20$) โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.67$) เงินฝากของท่านเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนในอนาคต รองลงมาตามลำดับเท่ากัน คือ เงินฝากของท่านเพื่อเป็นมรดกให้ครอบครัว และเงินฝากของท่านเพื่อผลตอบแทน ($\bar{X} = 4.41$) ส่วนระดับการพัฒนาธุรกิจเงินฝากที่น้อยที่สุด คือ เงินฝากของท่านเพื่อลดหย่อนภาษี ($\bar{X} = 4.18$)

แนวทางเลือกการแก้ไขปัญหา (Alternative Solutions)

จากการวิเคราะห์ปัญหาในรูปแบบแผนภูมิแก๊งปลา ตามภาพประกอบ และการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาโดยใช้แบบสอบถามถึงสัมภาษณ์มาเป็นข้อมูลประกอบการแก้ไขปัญหา ได้แนวทางการเลือกการแก้ไขปัญหาตามแผนภูมิแก๊งปลา ดังต่อไปนี้

1. ด้านความรวดเร็ว

ด้านความรวดเร็ว ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างคือ ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานมากที่สุด รองลงมา คือ ให้บริการด้วยความครบถ้วนและถูกต้อง และการทำรายการต่างๆ ทำได้อย่างรวดเร็วตามลำดับ

ปัญหาด้านความรวดเร็ว ลูกค้าบางกลุ่มรู้สึกว่าความรวดเร็วในการให้บริการนั้นมีความล่าช้า ทำให้ลูกค้าคอยรับบริการที่นาน

แนวทางการแก้ไขปัญหา จากการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านความรวดเร็ว กลุ่มตัวอย่างยังมีความต้องการที่ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานมากที่สุด แนวทางการแก้ไขปัญหา คือ พนักงานต้องมีความพร้อมในการให้บริการ หรือมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการรอรับบริการ เช่น มีมุมหนังสือให้อ่าน มี WIFI ฟรีให้บริการ หรือมีน้ำบริการ เป็นต้น

2. ด้านผลตอบแทน ด้านราคา ความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง คือ การแจกของกำนัล และของที่ระลึกจากธนาคาร มีอัตราดอกเบี้ยที่สูงน่าพอใจ และฟรีค่าธรรมเนียม

ปัญหาด้านผลตอบแทน ลูกค้ามีความต้องการการบริการอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียม

แนวทางการแก้ไขปัญหา แจ้งให้ลูกค้าทราบรายละเอียดของการบริการอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียม รายละเอียดที่ชัดเจน และทำความเข้าใจให้กับลูกค้าเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียม

3. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานมีการให้คำ แนะนำ และเอาใจใส่ และพนักงานมีการอธิบายขั้นตอนในการใช้บริการ ปัญหาด้านพนักงานผู้ให้บริการ พนักงานให้บริการไม่ทั่วถึง ลูกค้าไม่สามารถสอบถามรายละเอียดได้ชัดเจน แนวทางการแก้ไขปัญหา จากปัญหาและความต้องการของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

พนักงานมีการประชาสัมพันธ์การบริการ และสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น โดยการสร้างอินเมชันเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ปัญหา สาเหตุของปัญหา และนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา ผู้ศึกษาได้นำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาพร้อมทั้งวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียไว้ดังนี้

1. ด้านความรวดเร็ว

ข้อดี

1.1 ลูกค้ามีความสะดวกในการรับบริการ

1.2 ข้อมูลมีความถูกต้องแม่นยำ

1.3 ลูกค้ามาใช้บริการในสาขามากยิ่งขึ้น

ข้อเสีย

1.1 ความรวดเร็วนั้นมีประโยชน์ก็จริง แต่การบริการนั้นจะต้องอยู่กับความถูกต้องและแม่นยำในการทำธุรกรรมของลูกค้า

2. ด้านผลตอบแทน

ข้อดี

2.1 ลูกค้าเข้ามาใช้บริการเงินฝากมากขึ้น

ข้อเสีย

2.1 อัตราดอกเบี้ยขึ้นอยู่กับประกาศของธนาคาร ซึ่งในช่วงที่อัตราผลตอบแทนลดลง จะทำให้ลูกค้าหันไปใช้บริการฝากเงินกับสถาบันการเงินอื่นแทน

3. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ข้อดี

3.1 ลูกค้ามีความพึงพอใจในการรับบริการ

3.2 ลูกค้าอยากเข้ามาใช้บริการที่ธนาคารมากยิ่งขึ้น

3.3 สามารถรับฟังปัญหาได้โดยตรงจากลูกค้าและนำข้อมูลมาแก้ไขและพัฒนาต่อไป

3.4 เพื่อเป็นการให้บริการแก่ลูกค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น

ข้อเสีย

3.1 พนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ

3.2 ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในการบริการ

สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจการเงินฝากธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล อำเภอเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อปีของท่านอยู่ที่ 10,001-20,000 บาท

ภาพรวมของระดับความพึงพอใจและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจการเงินฝากธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล อำเภอเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด ว่ามีระดับความพึงพอใจและคุณภาพการให้บริการในภาพรวมมากที่สุด ด้านสถานที่การให้บริการ รองลงมาตามลำดับ คือ ด้านชื่อเสียง และรองลงมาตามลำดับ คือ ด้านผลตอบแทน ส่วนระดับความพึงพอใจและคุณภาพที่น้อยที่สุด คือ ด้านความเร็ว

อภิปรายผล

ภาพรวมของระดับความพึงพอใจและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจการเงินฝากธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล อำเภอเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด ว่ามีระดับการพัฒนาธุรกิจการเงินฝากให้บริการในภาพรวมมากที่สุด เงินฝากของท่านเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนในอนาคต รองลงมาตามลำดับเท่ากัน คือ เงินฝากของท่านเพื่อเป็นมรดกให้ครอบครัว และเงินฝากของท่านเพื่อผลตอบแทน ส่วนระดับการพัฒนาธุรกิจการเงินฝากที่น้อยที่สุด คือ

เงินฝากของท่านเพื่อลดหย่อนภาษี พนักงานสุขภาพ ยิ้มแย้มให้บริการหรือคำแนะนำที่ดี การทำธุรกรรมมีความรวดเร็ว พนักงานให้คำปรึกษาครบถ้วน มีความสุภาพ รวดเร็วทันใจ สิ่งที่ต้องปรับปรุงคือ สถานที่อยากให้คนที่ติดต่อมีพื้นที่ในการนั่งรอ พนักงานให้คำแนะนำที่ดี สุภาพ และมีความเข้าใจในด้านธุรกรรมได้ มีความสะดวกสบาย รวดเร็วในการทำธุรกรรม เดินทางสะดวกมีที่จอดรถที่กว้างขวาง ความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้คำปรึกษาที่ดี มีการบริการที่ดี

การวิจัยนี้ ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพชญาณ์ อัครพงศ์โสภณ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมีรายได้ต่อเดือนที่ 10,001-20,000 บาท และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าและปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน ปัจจัยด้านการรับรู้และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านความปลอดภัย ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาระบบป้องกันความปลอดภัยให้ทันสมัยและปลอดภัยอยู่เสมอ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ
2. ด้านผลตอบแทน ควรมีการแจก แกรม สินค้าอื่น ๆ และของสมนาคุณ เพื่อส่งเสริมยอดการใช้บริการต่อไป ควรมีการเพิ่มส่งเสริมยอดการใช้บริการต่อไป ควรมีการเพิ่มให้สอดคล้องกับชีวิตประจำวันของกลุ่มลูกค้ามากยิ่งขึ้น
3. ด้านความเชื่อมั่น ควรให้บริการลูกค้า เพื่อให้ผู้รับบริการบรรลุวัตถุประสงค์ด้วยความสุภาพ นุ่มนวล ศึกษามารยาทงาม บอกกล่าว สื่อสารอย่างชัดเจน และตอกย้ำให้ผู้รับบริการมั่นใจว่าจะได้รับบริการที่ดีที่สุด
4. ด้านชื่อเสียง ควรสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรที่ชัดเจน เช่น คัดเลือกบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป มาทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์บริการต่าง ๆ ของธนาคาร เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและไว้วางใจในการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง
5. ด้านความรวดเร็ว ควรลดขั้นตอนการให้บริการที่จำเป็นลง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกครั้ง และมีการบอกต่อไปยังผู้อื่นด้วย
6. ด้านสถานที่การให้บริการ ควรจัดตกแต่งสถานที่ให้ดูมีความน่าเชื่อถือ สะอาด เรียบร้อยมีความทันสมัย และเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อเพิ่มการให้บริการอย่างประทับใจ
7. ด้านข้อมูลบริการเงินฝาก ควรพัฒนาระบบฐานข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตให้ลูกค้าเข้าถึงและสามารถสืบค้นข้อมูลบริการเงินฝากต่าง ๆ ของธนาคารออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าเข้าใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัย ได้พบประเด็นที่น่าสนใจซึ่งสมควรจะนำไปศึกษาวิจัยครั้งต่อไป คือ

1. ควรใช้เครื่องมือ ในการศึกษาวิจัย ให้มีความหลากหลายและกว้างขวางมากขึ้น นอกเหนือจากการใช้แบบสอบถาม เช่น การสัมภาษณ์ในเชิงลึกกับกลุ่มประชากรโดยใช้วิธีเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกนำมาประกอบกับข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ซึ่งจะส่งผลให้การศึกษาวิจัยเกิดความสมบูรณ์มากขึ้น
2. ควรนำตัวแปรอิสระอื่น ๆ ที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจการเงินฝากมาใช้ในการศึกษาเพิ่มเติม เช่น การเข้าถึงผู้ใช้บริการ เป็นต้น
3. ควรศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจการเงินฝากเฉพาะด้าน ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลและแนวทางแก้ไขปัญหาลึกซึ้งและชัดเจนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชัชฎาภรณ์ เดชาเสถียร. (2557). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Netbank ในเขตกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชุตินถน ใจเจริญ. (2559). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชิกมันด์ ฟรอยด์ S. M. Freud. (2530, 24 มิถุนายน). **ทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์**. จาก [https://www.gotoknow.org/posts/492000%20\(12](https://www.gotoknow.org/posts/492000%20(12)
- ณัฐดนัย ใจชน. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ณัฐธิดา สรรพธรรม. (2556). **ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ความภักดีต่อตราสินค้าและความไว้วางใจในตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทราเวล เอเจนซี ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ทิพพญานันท์ อัครพงศ์โสภณ. (2558). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เน่งน้อย พงษ์สามารถ. (2554). **จิตวิทยาอุตสาหกรรม**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เบญจมาศ ศรีอมรรตกุล. (2559). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยแบบจำลอง ACSI**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- พิทักษ์ ตรุษทิพย์. (2554). **ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกรุงเทพมหานคร**. ศึกษานิพนธ์สำนักงานเขตยานนาวา. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนศาสตร์.
- มะลิวัลย์ แสงสวัสดิ์. (2556). **ปัจจัยความเชื่อมั่น และความภักดี ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้างสรรพสินค้า กรณีศึกษาห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ในกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. (2556). **การสำรวจและวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีและหลักฐานข้อค้นพบจากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับชื่อเสียง โดยมุ่งเจาะจงเฉพาะขอบเขตชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation)**. มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.
- ลัทพล วีระยุทธปัญญา. (2556). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้บริโภคกาแฟสด**.

S0111: แนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล จังหวัดร้อยเอ็ด GUIDELINES TO INCREASE OF DEPOSIT ACCOUNT OF GOVERNMENT SAVINGS BANK, TAEWAPHIBAN BRANCH, ROI ET PROVINCE

พุทธิกาญจน์ ลุวิชาเวช¹ ผุสดี พลสารัมย์²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณเงินฝากของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล และแนวทางแก้ไข เนื่องจากเงินรับฝากรวมของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล มีปริมาณต่ำเมื่อเทียบกับเป้าหมายที่สาขาได้รับในแต่ละปี โดยการศึกษาในเชิงปฐมภูมิ เป็นการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจำนวน 390 คน และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 10 คน ผลจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า สาเหตุสำคัญ คือ ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์และโปรโมชั่นใหม่ ๆ ด้านเงินฝากของธนาคาร แนวทางแก้ไข คือการสร้างการรับรู้และการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาการให้บริการให้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น โดยเน้นการออกประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามแผนงานที่สาขากำหนด ซึ่งแผนงานจะต้องศึกษาลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย การสำรวจพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์ การกำหนดเวลาในการประชาสัมพันธ์ และการออกเชิงรุกทำกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งตัวชี้วัดที่ทำให้เกิดผลสำเร็จ ได้แก่ ลูกค้ารายเดิมเข้ามาทำธุรกรรมด้านเงินฝากอย่างสม่ำเสมอ และมีลูกค้ารายใหม่มาฝากเงินเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม หากไม่สามารถออกเชิงรุกเพื่อประชาสัมพันธ์ได้ อาจปรับเปลี่ยนวิธีการโดยใช้การโทรศัพท์หรือ Social Media แจ้งผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของธนาคารให้กับลูกค้าทราบต่อไป

คำสำคัญ: แนวทางการเพิ่มปริมาณเงินรับฝาก, ธนาคารออมสิน, การประชาสัมพันธ์

Abstract

This research aimed to investigate the factors that influence on total deposits of Government Savings Bank, Tewapiban Branch, Roi-Et Province, and seek a solution since the total deposits of Government Savings Bank, Tewapiban Branch, has reported the lower deposits than the assigned goal each year. Based on primary research, data was collected by using questionnaires completed by 390 people and in-depth interview with 10 samples. This study has disclosed that the preponderant issue is that the majority of customers didn't access of the Bank's latest financial products as well as promotions. The solutions has, proposed the solution by continuously increasing awareness and publicizing in order to better clients' services accessibility, focusing on public relations activities toward target clients according to the Branch's plan. The plan is to study the target clients, survey the area for publication and specify the length of time in relation to the Branch's public relations activities. In case that publication can't be executed, another possible approach is to telephone for informing clients of the Bank's new products instead. The achievement indices are that clients execute deposit transactions continually; and that there is an increase of the client base.

Keywords: deposit-increasing solution; government savings Bank; public relations

บทนำ

สถาบันการเงินนับว่ามีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากทำหน้าที่เป็นสื่อกลางทางการเงินให้บริการรับฝากเงินและบริการทางการเงินด้านต่าง ๆ ธนาคารซึ่งถือเป็นสถาบันการเงินที่ดำเนินธุรกิจให้บริการทางการเงินอย่างหนึ่งที่มีการแข่งขันอยู่ในระดับสูง ปัจจุบันธนาคารแต่ละแห่งมีการแข่งขันในด้านการให้บริการ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่หลากหลาย ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกในการตัดสินใจใช้บริการมากขึ้น ดังนั้น ธนาคารทุกแห่งจึงต้องมีการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อรักษาสถานลูกค้าเดิมที่มีอยู่แล้ว และการขยายฐานลูกค้าใหม่ รวมถึงการสร้างเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและแข่งขันของอุตสาหกรรมธนาคาร สำหรับธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล เป็นหนึ่งสาขาในตัวอำเภอเมืองร้อยเอ็ด จากทั้งหมด 4 สาขา มีการให้บริการด้านเงินฝาก ด้านสินเชื่อ และธุรกรรมอื่นทุกประเภท ที่ธนาคารออมสินกำหนด เนื่องจากธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล ตั้งอยู่บนถนนเทวาภิบาล ซึ่งเป็นถนนสายหลักของอำเภอเมืองร้อยเอ็ด เป็นพื้นที่ที่มีการแข่งขันที่สูง โดยมีธนาคารพาณิชย์ หรือสถาบันการเงินเฉพาะกิจอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้การแข่งขันในด้านต่างๆ ของธนาคารแต่ละแห่ง มีการแข่งขันที่สูงมาก ซึ่งผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝากที่มีอัตราดอกเบี้ยที่สูง รวมถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านต่าง ๆ ย่อมส่งผลต่อการเลือกใช้บริการของธนาคารในการทำธุรกรรมของลูกค้า ธนาคารต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับการแข่งขันดังกล่าว จำเป็นที่ต้องพัฒนาการให้บริการในด้านต่าง ๆ ทั้งในส่วนของระยะเวลาการฝาก รูปแบบของอัตราดอกเบี้ย และกิจกรรมโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด รวมถึงเป็นทางเลือกในการฝากเงินที่มีผลตอบแทนสูงสุดของการออมเงินของลูกค้า ซึ่งจากรายงานบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงาน ประจำปี 2563 (KPIs) ระหว่างธนาคารออมสินกับธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล มีผลการดำเนินงานในช่วงเดือนมกราคมถึงมิถุนายน 2563 ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารออมสินกำหนด โดยในปี 2563 ธนาคารได้กำหนดเป้าหมายให้สาขาเทวาภิบาลต้องมีเงินฝากเพิ่มขึ้น 2.14% จากยอดเงินฝากคงเหลือ ณ 31 ธันวาคม 2562 แต่ ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2563 สาขาเทวาภิบาลมีผลการดำเนินงานเงินฝากต่ำกว่าเป้าหมาย คิดเป็น -156.62% สำหรับผลการดำเนินงานด้านเงินฝากของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาลที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายตัวชี้วัดที่ธนาคารออมสินมอบหมายให้ มีสาเหตุจากหลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบโดยมีนัยสำคัญ ซึ่งหากไม่มีการศึกษาถึงสาเหตุและแนวทางต่าง ๆ เหล่านั้น ย่อมส่งผลกระทบต่อธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาลในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1. ด้านการปรับขนาดของสาขา โดยปกติธนาคารออมสินกำหนดขนาดของสาขา คือ Size S M L XL โดยมีงบประมาณ ครุภัณฑ์ จำนวนบุคลากร จำนวนรถยนต์ และอื่น ๆ ตามขนาดของสาขา ปัจจุบันธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล จัดอยู่ใน Size L หากผลการดำเนินงานด้านเงินฝากไม่เป็นไปตามเป้าหมายตัวชี้วัด ประจำปี 2563 อาจมีการปรับลดขนาดของธนาคารออมสินเทวาภิบาลลงเป็น Size M จึงส่งผลโดยตรงต่องบประมาณ ครุภัณฑ์ จำนวนบุคลากร จำนวนรถยนต์ และอื่น ๆ อาจถูกปรับลดลงในปีต่อไป 2. ด้านการพิจารณาความดีความชอบ การพิจารณาความดีความชอบให้แก่บุคลากรของสาขา ไม่ว่าจะเป็น การขึ้นเงินเดือนปกติประจำปี การขึ้นเงินเดือนกรณีพิเศษ และการให้โบนัสประจำปี ล้วนมีสาเหตุมาจากการดำเนินงานโดยรวมของธนาคารออมสินสาขา ณ สิ้นปีปฏิทิน ซึ่งผลการดำเนินงานด้านเงินฝากเป็นตัวชี้วัดหนึ่งในหลายตัวชี้วัดของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล หากมีผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมายตัวชี้วัดแล้ว ย่อมส่งผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานโดยรวม และส่งผลกระทบถึงการพิจารณาความดีความชอบของบุคลากรของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาลอีกด้วย ท่ามกลางสภาพการณ์การแข่งขันอันรุนแรง

ดังกล่าว ธนาคารออมสินสาขาจึงต้องพัฒนาการให้บริการอยู่เสมอ เพื่อดำเนินการให้มีผลการดำเนินงานด้านเงินฝากให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด จากเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษามีความสนใจในการศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากของธนาคารออมสินสาขาเทวภิบาล ที่มีปริมาณน้อยเมื่อเทียบกับเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด และเพื่อหาแนวทางการเพิ่มยอดผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคารออมสินสาขาเทวภิบาล

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณเงินฝากของธนาคารออมสินสาขาเทวภิบาล
2. เพื่อหาแนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากของธนาคารออมสินสาขาเทวภิบาล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ธนาคารออมสินสาขาเทวภิบาลมีปริมาณเงินฝากคงเหลือเพิ่มมากขึ้น และเป็นไปตามเป้าหมายหรือมากกว่าเป้าหมายที่ธนาคารออมสินกำหนด
2. ธนาคารออมสินสาขาเทวภิบาลมีจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝากเพิ่มมากขึ้น
3. ธนาคารออมสินสาขาเทวภิบาลจะสามารถรักษฐานลูกค้าเงินฝากเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มมากขึ้น

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุวัฒน์ ศิริวันรัตน์; และ ภาวนา สอนพลู (2552: 241) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ความต้องการ ความคิด การกระทำ การประเมินผล การตัดสินใจซื้อ และการใช้สินค้าหรือ บริการของบุคคล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลนั้น ๆ

กัลยกร วรกุลฐานันท์; และ พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2553: 90) ได้อธิบายถึง พฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกที่ผู้บริโภคมี 3 รูปแบบ

พฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) เนื่องจากความเปลี่ยนแปลง ของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ทำให้มีผลกระทบต่อปัจจัยด้านความคิด ความรู้สึกของผู้บริโภคด้วย และ พฤติกรรมผู้บริโภค ได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายใน และภายนอก จึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา

พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความคิดความรู้สึกและการกระทำ กับ สิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนั้น ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจึงต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการอะไร อย่างไร และทำไม

พฤติกรรมบริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges) หมายความว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างกับบางคน ในกรณีนี้คือการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ(ผู้บริโภค) กับผู้ขาย (เจ้าของสินค้า) เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; ปริญ ลักษิตานนท์; และ ศุภร เสรีรัตน์ (2552: 157) ได้อธิบายคำว่า ส่วนประสมทางการตลาด คือ ตัวแปรทางการตลาดที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้ และนำมาประยุกต์ใช้เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย จึงสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด คือ เครื่องมือทางการตลาดสู่ความสำเร็จที่ธุรกิจ

สามารถควบคุมได้ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าที่อยู่ในตลาดเป้าหมายจะประกอบด้วย ส่วนผสมการตลาด 7 ด้าน (Marketing Mix หรือ 7Ps) ซึ่งประกอบด้วย 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ด้านราคา (Price) 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotions) 5. ด้านบุคคล (People) 6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) 7. ด้านกระบวนการ (Process)

นคร ศิริอนันต์เจริญ (2557) ได้กล่าวว่า การออกแบบปัจจัยที่จะทำให้เป้าหมายซึ่งบุคคลกำหนดไว้ในอนาคตบรรลุจุดประสงค์ เช่น กำหนดเป้าหมายไว้ว่า จะต้องมียาน เป็นของตนเองในอนาคตให้ได้ เงินออมจะเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดเป้าหมายที่วางไว้เป็นจริงขึ้นมาได้ นอกจากนี้ เงินออยังใช้สำหรับแก้ไขปัญหา ความเดือดร้อนทางการเงิน ที่อาจเกิดขึ้นอย่างคาดไม่ถึงของบุคคลได้ด้วย ดังนั้นบุคคลจึงควรมีการออมอย่างสม่ำเสมอในชีวิต

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลัดดา ทับทิมอ่อน (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี โดยการวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ใช้สูตรทาโร ยามาเน่ จำนวน 394 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีสอดคล้องทั้งฉบับคือ 0.79 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ลำดับแรก คือ ด้านหลักฐานทางกายภาพ รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และลำดับสุดท้าย คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ

รัฐศาสตร์ กิติประภูธ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสิน จังหวัดกาญจนบุรี โดยผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน จังหวัดกาญจนบุรี โดยการกระจายแบบสอบถามทั้งหมด 11 สาขาผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการต่อการบริการของธนาคารออมสิน จังหวัดกาญจนบุรีมีการประเมินต่อคุณภาพการให้บริการธนาคารในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยในแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านบุคลากร รองลงมาได้แก่ ด้านสถานประกอบการ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ผู้ใช้บริการต่อการบริการของธนาคารออมสิน จังหวัดกาญจนบุรี ที่มีรายได้ต่างกัน มีการประเมินต่อคุณภาพการให้บริการธนาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผู้ใช้บริการต่อการบริการของธนาคารออมสิน จังหวัดกาญจนบุรี ที่มีเพศ อายุ อาชีพ และการศึกษา ต่างกันมีการประเมินต่อคุณภาพการให้บริการธนาคารแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

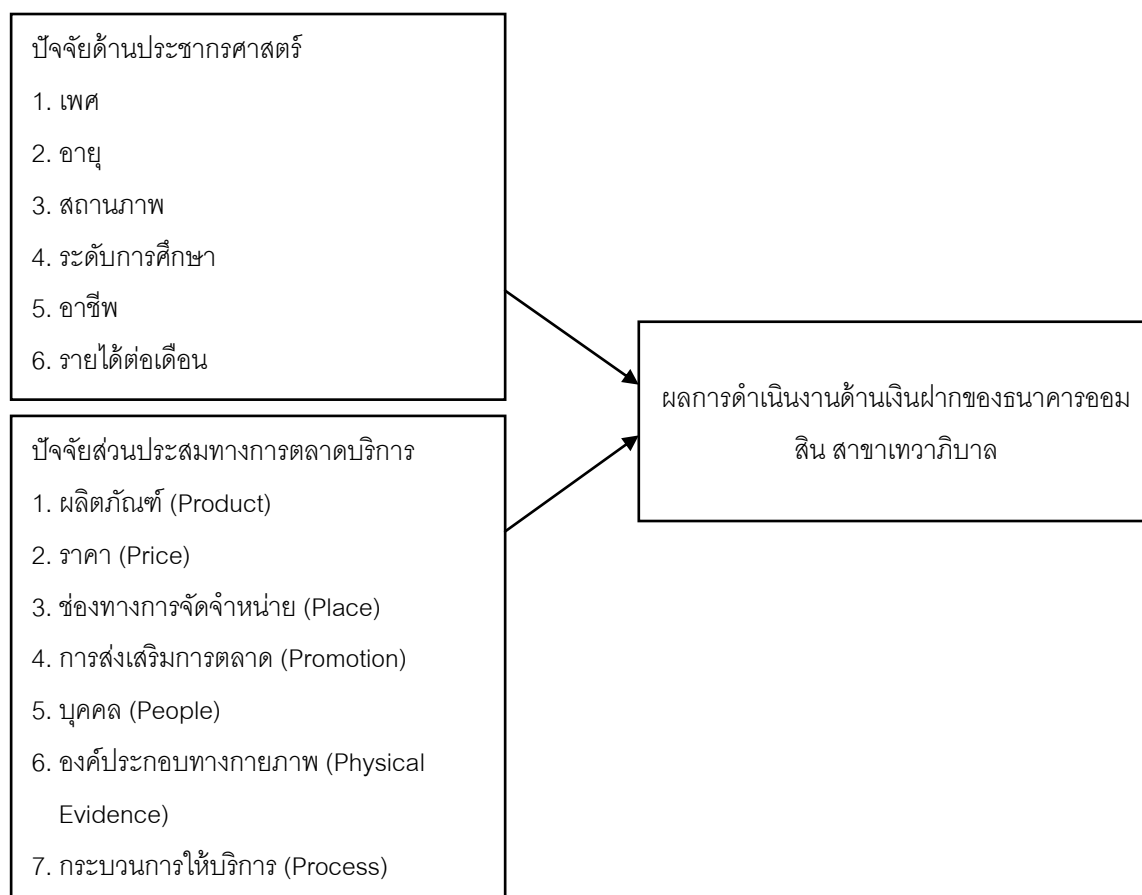
ภาวณิ ฉันทวัชร (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณเงินฝากของธนาคารออมสิน จากการศึกษาพบว่า ปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจ มีผลกระทบต่อปริมาณเงินฝากของธนาคารออมสินและมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันส่วนอัตราเงินเฟ้อมีผลกระทบต่อปริมาณเงินฝากของธนาคารออมสินและมีความ

สัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม ในขณะที่ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และปริมาณสินเชื่อของธนาคาร ไม่มีผลกระทบต่อปริมาณเงินฝากของธนาคารออมสิน

สุลักษณ์ วิชาชัย (2558) การศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากธนาคารกวยู จำกัด (มหาชน) สาขาหนองกุ้งศรี จังหวัดกาฬสินธุ์มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่สำคัญของประชากรที่เลือกใช้เงินฝากของธนาคารกวยูสาขาหนองกุ้งศรี 2. เพื่อเสนอแนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากประจำของธนาคารกวยู สาขาหนองกุ้งศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากและปัจจัยที่สำคัญของประชากรที่เลือกใช้เงินฝากของธนาคารกวยู ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝาก ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีบริการเงินฝากหลายประเภท ด้านราคา ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการใช้บริการต่าง ๆ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ธนาคารตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชนเดินทางสะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีของที่ระลึกมอบให้ในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ ด้านกระบวนการ ได้แก่ บริการรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน ความถูกต้องแม่นยำการบันทึกข้อมูล และการให้บริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ มีสถานที่นั่งรอเมื่อมาติดต่อกับธนาคาร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “แนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล จังหวัดร้อยเอ็ด” ผู้ศึกษากำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ไว้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล ที่เข้ามาใช้บริการที่สาขาเทวาภิบาล มีบัญชีเงินฝากกับสาขาเทวาภิบาล ซึ่งใช้เป็นฐานข้อมูลในการคำนวณกลุ่ม สามารถคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane (อ้างถึงใน: ศิริพงศ์ พฤทธิพันธ์. 2553: 203) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 0.95 และความคลาดเคลื่อนร้อยละ 0.05 เป็นจำนวน 390 คน โดยใช้วิธีการสุ่มจากกลุ่มประชากรที่มีบัญชีเงินฝากประเภทต่าง ๆ ของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ศึกษาได้ประเมินแบบสอบถาม 390 ฉบับ แล้วผู้ศึกษาต้องการทราบข้อมูลและข้อคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม ความรู้ แรงจูงใจ และปัญหาเกี่ยวกับเงินฝาก โดยได้คัดเลือกตัวแทนจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อสัมภาษณ์เพิ่มเติม จำนวน 10 ตัวอย่าง ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดวันเวลา และสถานที่สัมภาษณ์ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการฝากเงิน-ถอนเงิน ทุกวันในช่วงเวลา 8.30-15.30 น. ซึ่งเป็นเวลาทำการของธนาคาร ระหว่างวันที่ 24 สิงหาคม - 4 กันยายน 2563 โดยการเก็บข้อมูลที่สาขาทั้งหมด แล้วจัดบันทึกข้อมูลเพื่อให้เป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลเชิงปฐมภูมิจากการตอบแบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกรรมด้านเงินฝาก ของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล โดยแบบสอบถามจะเป็นลักษณะปลายปิด มีตัวเลือกหลายคำตอบ การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบสัมภาษณ์ปลายเปิด ให้ตอบบรรยายตามความคิดเห็น การแปลความหมายใช้เป็นแบบร้อยละ ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากโดยแบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการตอบแบบสอบถามของลูกค้าที่ใช้บริการฝากเงินกับธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล โดยการตอบแบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยนำเสนอในรูปแบบค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ จากนั้นนำมาหาระดับคะแนนเฉลี่ย โดยกำหนดความสำคัญของคะแนนดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็น มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็น มาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็น ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็น น้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 390 ตัวอย่าง มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยแบ่งเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.13 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 34.87 ส่วนใหญ่อายุของกลุ่มตัวอย่าง คือช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.03 รองลงมาคือ

ช่วงอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.74 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 57.44 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 34.87 รองลงมาคือ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 31.79 มีอาชีพส่วนใหญ่ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็น ร้อยละ 34.62 และมีรายได้ เฉลี่ย 15,000-30,000 คิดเป็นร้อยละ 68.97

ส่วนที่ 2 ด้านของพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีบัญชีเงินฝากกับธนาคารออมสิน คิดเป็นร้อยละ 100 และรองลงมาคือ ธนาคารของรัฐอื่น คิดเป็นร้อยละ 22.05 ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารออมสินสาขาเทวภิบาลประเภทเพื่อเรียกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.28 รองลงมาคือ สลากออมสินพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 8.21 เหตุผลที่เลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารออมสินสาขา เทวภิบาล เพราะเป็นสถาบันการเงินของรัฐ มีความมั่นคง ปลอดภัย น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 76.41 รองลงมาคือ มีสถานที่ให้บริการที่สะดวก สบาย กว้างขวาง คิดเป็นร้อยละ 32.31 และส่วนใหญ่ใช้บริการเงินฝากของธนาคารทุก เดือน คิดเป็นร้อยละ 46.15 รองลงมาคือ ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 31.54 โดยรู้จักบริการเงินฝากธนาคารออมสิน สาขาเทวภิบาลจากเพื่อน/ญาติ/คนรู้จักแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 45.13 รองลงมาคือ พนักงานธนาคารแนะนำ คิดเป็น ร้อยละ 31.54

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านเงินฝาก โดยรวม

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.23	0.61	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.13	0.60	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.15	0.45	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.03	0.40	มาก
5. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	4.46	0.58	มากที่สุด
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.34	0.55	มากที่สุด
7. ด้านกระบวนการ	4.15	0.50	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.21	0.53	มากที่สุด

จากการวิเคราะห์ตาราง พบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ด้านเงินฝากของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาเทวภิบาล จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$ และ $S.D. = 0.53$) และเมื่อวิเคราะห์รายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า ตัวอย่างซึ่งเป็นลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขาเทวภิบาล จังหวัดร้อยเอ็ด ให้ความสำคัญในด้านพนักงานผู้ให้บริการมากที่สุด ($\bar{X} = 4.46$ และ $S.D. = 0.48$) ให้ความสำคัญในด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในอันดับรองลงมา ($\bar{X} = 4.34$ และ $S.D. = 0.55$) และให้ความสำคัญในการส่งเสริมการตลาดน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.03$ และ $S.D. = 0.40$) ตามลำดับ

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านเงินฝาก ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ผลิตภัณฑ์ทางการเงินมีความหลากหลาย	4.11	0.59	มาก
2. ผลิตภัณฑ์และบริการมีความน่าเชื่อถือ	4.35	0.63	มากที่สุด
3. มีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า	4.23	0.60	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.23	0.61	มากที่สุด

ผลการศึกษา พบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านเงินฝาก ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และเมื่อวิเคราะห์รายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญในเรื่องผลิตภัณฑ์และบริการมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด ให้ความสำคัญในเรื่องมีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า อยู่ในอันดับรองลงมา และให้ความสำคัญในเรื่องผลิตภัณฑ์ทางการเงินมีความหลากหลาย น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านเงินฝาก ด้านราคา

ด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
4. มีอัตราดอกเบี้ยฝากเงินที่พอใจ	4.16	0.52	มาก
5. ค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมทางการเงินมีความเหมาะสม	4.14	0.54	มาก
6. อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าในแต่ละธุรกรรมต่ำ	4.08	0.73	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.13	0.60	มาก

ผลการศึกษาพบว่า พบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านเงินฝาก ด้านราคา โดยรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์รายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญในเรื่องมีอัตราดอกเบี้ยฝากเงินที่พอใจ มากที่สุด ให้ความสำคัญในเรื่องค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมทางการเงินมีความเหมาะสม อยู่ในอันดับรองลงมา และให้ความสำคัญในเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าในแต่ละธุรกรรมต่ำ น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านเงินฝาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
7. มีช่องทางบริการเครื่อง ATM และเครื่องรับฝากเงิน			
อัตโนมัติ เครื่องปรับสมุด ได้ตลอด 24 ชม.	4.15	0.42	มาก
8. แคนเตอร์ให้บริการภายในสาขามีความเหมาะสม	4.03	0.36	มาก
9. สาขาตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเข้าถึง	4.27	0.58	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.15	0.45	มาก

ผลการศึกษา พบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านเงินฝาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์รายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญในเรื่องสาขาตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเข้าถึง มากที่สุด ให้ความสำคัญในเรื่องมีช่องทางบริการเครื่อง ATM และเครื่องรับฝากเงินอัตโนมัติ เครื่องปรับสมุด ได้ตลอด 24 ชม. อยู่ในอันดับรองลงมา และให้ความสำคัญในเรื่องแคนเตอร์ให้บริการภายในสาขามีความเหมาะสม น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านเงินฝาก ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
10. มีโปรโมชั่นด้านเงินฝากที่ดึงดูดใจ	4.13	0.48	มาก
11. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของการให้บริการเงินฝากอย่างต่อเนื่อง	3.98	0.37	มาก
12. มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัลหรือรางวัลพิเศษต่าง ๆ	3.99	0.34	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.03	0.40	มาก

ผลการศึกษา พบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านเงินฝาก ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์รายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญในเรื่องมีโปรโมชั่นด้านเงินฝากที่ดึงดูดใจ มากที่สุด ให้ความสำคัญในเรื่องมีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล หรือรางวัลพิเศษต่าง ๆ อยู่ในอันดับรองลงมา และให้ความสำคัญในเรื่องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของการให้บริการเงินฝากอย่างต่อเนื่อง น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านเงินฝาก ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
13. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์อย่างดี	4.49	0.57	มากที่สุด
14. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สุภาพ และเต็มใจให้ข้อมูลเงินฝาก	4.57	0.63	มากที่สุด
15. เมื่อเกิดข้อสงสัยด้านต่าง ๆ พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ปัญหา และสามารถแก้ปัญหาได้ทันที	4.31	0.55	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.46	0.58	มากที่สุด

ผลการศึกษา พบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านเงินฝาก ด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อวิเคราะห์รายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สุภาพ และเต็มใจให้ข้อมูลเงินฝาก มากที่สุด ให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์อย่างดี อยู่ในอันดับรองลงมา และให้ความสำคัญในเรื่องเมื่อเกิดข้อสงสัยด้านต่าง ๆ พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ปัญหา และสามารถแก้ปัญหาได้ทันทีน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านเงินฝาก ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
16. สาขาที่เลือกใช้บริการมีความทันสมัย	4.26	0.53	มากที่สุด
17. มีสิ่งอำนวยความสะดวกช่วงรอคอยการให้บริการ	4.21	0.56	มากที่สุด
18. เป็นสถาบันการเงินที่มีความน่าเชื่อถือ	4.55	0.57	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.34	0.55	มากที่สุด

ผลการศึกษา พบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านเงินฝาก ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อวิเคราะห์รายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญในเรื่องเป็นสถาบันการเงินที่มีความน่าเชื่อถือ มากที่สุด ให้ความสำคัญในเรื่องสาขาที่เลือกใช้บริการมีความทันสมัย อยู่ในอันดับรองลงมา และให้ความสำคัญในเรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวกช่วงรอคอยการให้บริการน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านเงินฝาก ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
19. ขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวก และรวดเร็ว	4.22	0.60	มากที่สุด
20. ใช้เวลาในการรอคอยทำธุรกรรมไม่นาน	4.20	0.55	มาก
21. เวลาเปิด-ปิด มีความเหมาะสม	4.03	0.35	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.15	0.50	มาก

ผลการศึกษา พบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านเงินฝาก ด้านกระบวนการ โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อวิเคราะห์รายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญในเรื่องขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวก และรวดเร็วมากที่สุด ให้ความสำคัญในเรื่องใช้เวลาในการรอคอยทำธุรกรรมไม่นาน อยู่ในอันดับรองลงมา และให้ความสำคัญในเรื่องเวลาเปิด-ปิด มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานด้านเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขาเทวาภิบาล กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ โดยวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency; n) และค่าร้อยละ (Percentage; %)

พบว่าข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 10 ตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาเป็นเพศชาย มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ตามลำดับ อายุ คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 30 อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือ อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 20 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ 45,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมา คือ 30,001-45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ไม่เกิน 15,000 บาท มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ความรู้ แรงจูงใจ และปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการเงินฝาก

ในการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล มาถอดบทสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ (Word by Word) แล้วอ่านบทสัมภาษณ์ดังกล่าวซ้ำหลาย ๆ ครั้ง เพื่อพิจารณาข้อมูลที่ได้รับ และใช้วิธีการจำแนกประเภทข้อมูล (Typological Analysis) คือ การจัดกลุ่มประเภทข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่เพื่อให้มองภาพรวมของข้อมูลได้ชัดเจนมากขึ้น ปรากฏผลดังนี้

1. การใช้บริการเงินฝาก

ลูกค้าส่วนใหญ่ 7 ใน 10 คน ใช้บริการฝากเงินบัญชีเงินฝากเผื่อเรียก สลากออมสินพิเศษ อีกส่วนน้อย 3 คน มีบัญชีเงินฝากเผื่อเรียกพิเศษ รวมถึงบัญชีเงินฝากประจำรายเดือน

2. ความรู้เกี่ยวกับการใช้บริการบัญชีเงินฝาก

ลูกค้า 6 คน มีความรู้ ความเข้าใจผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคาร เช่น บัญชีเงินฝากเผื่อเรียก (ออมทรัพย์) สลากออมสินพิเศษ อีกส่วนน้อย 4 คน เข้าใจในบัญชีเงินฝากประจำ และบัญชีเงินฝากเผื่อเรียกพิเศษ รวมถึงเข้าใจอัตราดอกเบี้ยเงินฝากในแต่ละประเภท

3. แรงจูงใจในการฝากเงิน

ลูกค้า 10 คน มีแรงจูงใจจากผลตอบแทนในการฝากเงิน โดยมีทั้งการออมระยะสั้น การออมเงินฝากในระยะยาว โดยระยะสั้น ได้แก่ เงินฝากเผื่อเรียกพิเศษ เงินฝากประจำรายเดือน และระยะยาว ได้แก่ สลากออมสินพิเศษ

4. ปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการเงินฝาก

ลูกค้าส่วนใหญ่ 7 คน ให้คำตอบในด้านพนักงาน มีจำนวนน้อย ไม่เพียงพอต่อปริมาณลูกค้า ทำให้ต้องรอนานเมื่อต้องการเปิดบัญชี หรือสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ด้านต่าง ๆ ลูกค้า 3 คน สามารถรอคิวได้ และเข้าใจที่ต้องใช้ระยะเวลาในการรอคิว

5. แนวโน้มการให้บริการเงินฝากในอนาคต

ลูกค้าส่วนใหญ่ 8 ใน 10 คน ให้คำตอบในอนาคตการฝากจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันที่มีความไม่แน่นอน ทำให้ผู้ฝากตระหนักถึงความเสี่ยงจากการลงทุน จึงหันมาออมเงินเพื่อความแน่นอน และมั่นคง

6. การปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์และบริการ อัตราดอกเบี้ย สถานที่ตั้ง โปรโมชันต่าง ๆ บุคลากรที่ให้บริการ สภาพแวดล้อมของสาขา และกระบวนการให้บริการ

6.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 7 ใน 10 คน ให้คำตอบว่าควรให้ความสำคัญกับการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน และมีระบบการตรวจสอบและสอบทาน ทำให้ความผิดพลาดจากการให้บริการสามารถตรวจสอบย้อนหลังเพื่อความโปร่งใส และทำให้บริการของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ การรักษาสภาพคล่องและผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของธนาคารให้มีความมั่นคง เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการฝากเงิน หรือการให้บริการอื่น ๆ ของธนาคารออมสิน

6.2 ปัจจัยด้านราคา 8 ใน 10 คน ให้คำตอบว่า สำหรับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากบางประเภทยังต่ำเมื่อเทียบกับธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ ธนาคารควรกำหนดอัตราดอกเบี้ยในผลิตภัณฑ์เงินฝากบางประเภทให้สูงกว่านี้ เพื่อที่สามารถจูงใจผู้ใช้บริการ และสามารถสร้างผลการดำเนินงานให้กับธนาคารได้

6.3 ปัจจัยด้านบริการ 7 ใน 10 คน ให้คำตอบว่าควรมีการพัฒนาบริการทางการเงินใหม่ ๆ เพื่อออกมาตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าให้หลากหลายกลุ่ม ซึ่งพนักงานสาขาของธนาคารจะได้รับความเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารจากผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญที่จะนำมาพัฒนาบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

6.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 9 ใน 10 คน ให้คำตอบว่า ธนาคารมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบอยู่เสมอ แต่ลูกค้ายังขาดการรับรู้อย่างทั่วถึง ซึ่งธนาคารควรปรับปรุงการเข้าถึงข้อมูลเงินฝาก เพื่อเป็นการกระตุ้นการรับทราบผลิตภัณฑ์ของธนาคารให้มากกว่านี้ อาทิ SMS, Line Official

6.5 ปัจจัยด้านบุคลากร 8 ใน 10 คน ให้คำตอบว่า การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ ควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมพนักงาน ให้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคาร และสามารถ

แก้ไขปัญหาของลูกค้าได้ให้อำนาจพนักงานในการแก้ไขปัญหาของลูกค้า ทำให้มีความรวดเร็วและลูกค้าพึงพอใจ อีกทั้งควรมีการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีความเป็นระบบ โดยการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ

สรุปผลการศึกษา

จากผลการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างและรวบรวมข้อมูลทุกมิติ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานด้านเงินฝาก พบว่า

1. สาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานด้านเงินฝากของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล คือ ด้านการให้บริการ สาขาขาดการเข้าถึงลูกค้าด้วยการให้คำแนะนำหลักเกณฑ์ในผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ แก่ลูกค้าได้ไม่ตรงตามสิ่งที่ลูกค้าต้องการ
2. แนวทางการเพิ่มยอดผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล คือ เพิ่มคุณภาพการให้บริการ เพิ่มความสัมพันธ์กับลูกค้า และสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

อภิปรายผล

ผลการศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล จังหวัดร้อยเอ็ด สามารถอภิปรายได้ ดังนี้

1. สาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานด้านเงินฝากของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล คือ ด้านการให้บริการ สาขาขาดการเข้าถึงลูกค้าด้วยการให้คำแนะนำหลักเกณฑ์ในผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ แก่ลูกค้าได้ไม่ตรงตามสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ผลการวิจัยยังพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในอันดับรองลงมา ผลการศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล จังหวัดร้อยเอ็ด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รัฐศาสตร์ กิติประกุล (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสิน จังหวัดกาญจนบุรี ที่ได้รับรู้ให้เห็น ผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการของธนาคารออมสิน จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า มีการประเมินต่อคุณภาพด้านการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการวิจัยยังพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในอันดับรองลงมา สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ลัดดา ทับทิมอ่อน (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมและรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ลำดับแรกคือ ด้านหลักฐานทางกายภาพ

2. แนวทางการเพิ่มยอดผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล คือ เพิ่มคุณภาพการให้บริการ เพิ่มความสัมพันธ์กับลูกค้า และสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ที่เป็นเช่นนี้เนื่องมาจากส่วนประสมทางการตลาด คือ เครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญในการนำมากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างคุณค่า และความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และในปัจจุบันที่ธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เกิดธุรกิจแนวใหม่อย่างหลากหลาย ทำให้นักการตลาดต้องทบทวนส่วนประสมทางการตลาดใหม่เพื่อให้เกิดความสอดคล้อง และสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างสรรค์ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุลักษณ์า วิชาชัย (2558) ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากธนาคารกสิกร จำกัด (มหาชน)

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาแนวทางที่จะแก้ปัญหาในการเพิ่มยอดเงินฝากของธนาคารออมสินสาขาเทวาภิบาล มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาเรื่องความคาดหวังของลูกค้า ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด ว่าลูกค้ามีความคาดหวังต่อธนาคารในการให้บริการ และเรื่องผลิตภัณฑ์อย่างไรบ้าง เพื่อนำมาพัฒนาการให้บริการ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากขึ้น
2. ควรมีการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของธนาคารออมสิน และเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ
3. ควรมีการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการ ให้ดีขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลปียกร วรกุลลัญญานี; และ พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2553). **การโฆษณาเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลัดดา ทับทิมอ่อน. (2561). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี**. การค้นคว้าอิสระ. ราชบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- นคร ศิริอนันต์เจริญ. (2557). **อภินิหารเงินออม: วิธีเก็บเงินไปท่องเที่ยว**. จาก http://pajareep.blogspot.com/2014/01/blog-post_25.html.
- รัฐศาสตร์ กิติ์ประกุล. (ม.ป.ป.). **คุณภาพส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสิน จังหวัดกาญจนบุรี**. การค้นคว้าอิสระ. กาญจนบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.
- ภาวณี ชันทวัชร. (2560). **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณเงินฝากของธนาคารออมสิน**. การค้นคว้าอิสระ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปรียา ลักษณะานนท์; และ ศุภร เสรีรัตน์. (2552). **การบริหารตลาดยุคใหม่ฉบับปรับปรุงใหม่ ปี 2552**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สุวัฒน์ ศิริจันทร์; และ ภาวณา สอนพล. (2552). **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: วี พรินท์ (1991).
- สุลักษณ์ วิชาชัย. (2558). **แนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากธนาคารกสิวิทย์ จำกัด (มหาชน) สาขาหนองสูงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์**. การค้นคว้าอิสระ. ขอนแก่น: วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

S0112: ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการบัตรวีซ่าเดบิต (VISA DEBIT) ของธนาคารออมสินในเขตสมุทรปราการ 1

MARKETING MIX AFFECTING THE DECISION TO USE THE VISA DEBIT CARD OF THE GOVERNMENT SAVINGS BANK IN THE AREA OF 1st DISTRICT FIELD IN SAMUT PRAKARN PROVINCE

ชฎานิส เลื่องลือ¹ ศิวฤทธิ์ สุนทรเสถียร²

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรวีซ่าเดบิต (VISA DEBIT) ของธนาคารออมสิน มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรวีซ่าเดบิตของธนาคารออมสิน และเพื่อศึกษาแนวทางส่วนประสมทางการตลาดเพื่อเพิ่มการใช้บริการบัตรวีซ่าเดบิตของธนาคารออมสิน โดยใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ การวิเคราะห์โดยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครใช้บริการบัตรวีซ่าเดบิต

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพเป็นปัญหาและสาเหตุเกิดจากสาขาที่ให้บริการยังมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ภายในสาขาบริการ และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ยังขาดความทันสมัย ไม่ทันต่อเทคโนโลยีและนวัตกรรมของสถาบันการเงินอื่น อันเนื่องมาจากลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยทำงาน มีวิถีชีวิตที่เร่งรีบ ต้องการความสะดวกรวดเร็ว ตลอดจนปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานยังขาดความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ และทักษะการโน้มน้าวให้ลูกค้าเปลี่ยนทัศนคติมาถือครองบัตรเดบิตของธนาคารออมสิน แนวทางการแก้ไขปัญหา แนวทางแรก คือ การแก้ปัญหาในระดับองค์กร โดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อขยายฐานลูกค้าผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้นแทนการเพิ่มปริมาณสาขาบริการ แนวทางที่สอง คือ การนำเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมมาเพื่อป้องกันความเสี่ยงและเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า โดยการในการสมัครบัตรเดบิตผ่านตู้บริการอัตโนมัติ รวมถึงการปรับปรุงทัศนคติและบรรยากาศโดยรวมต้องมีความน่าเชื่อถือ เพิ่มการตกแต่งที่ทันสมัย เช่นการติดตั้งจอภาพดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์ทำให้ลูกค้าสนใจมากยิ่งขึ้น และแนวทางสุดท้าย คือ การพัฒนาการดำเนินงานในระดับบุคคล ควรมีการฝึกอบรมพนักงานบริการของสาขา เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับลูกค้าสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ สามารถแนะนำโน้มน้าวให้ลูกค้ารู้และเข้าใจสิทธิประโยชน์ของบัตรเดบิตให้ได้มากขึ้น

คำสำคัญ: บัตร VISA DEBIT, บัตร VISA DEBIT ของธนาคารออมสิน

Abstract

The purpose of this study were to the Amendmente of GSB's VISA DEBIT CARD service in the area of 1st district field in Samut prakran province. It aims to study the general information of Bank

customers decision in applying for VISA DEBIT Card and to study the relationship between GSB's Marketing mix that influence the decision regarding to GSB's VISA DEBIT CARD services, DEBIT CARD users' behavior and guidelines for marketing strategic planning in order to increase the number of GSB's VISA DEBIT CARD users and the usages in the future. This study use questionnaire from 400 samples and analyzed by using statistical techniques such as frequency, percentage, mean or average, standard deviation and the relationship between variable and correlation. The analyzing result can show the marketing factors that can bring more customer to GSB's VISA DEBIT CARD service.

From the learning, the problem was highlighted by insufficient GSB bank branch and old technology (when comparing with other banks) that cannot reply the need of focus target immediately. Target user in this learning is the working age people who prefer in rush lifestyle, but reliable bank service. Another interesting factor is the GSB officers who lacks of the skill in negotiation or service. They cannot suggest or announce the benefit of GSB's VISA DEBIT CARD. These factors can influence GSB to find the way to convince main target group to open the mind for applying and using GSB's VISA DEBIT CARD. The solution to the problem the first approach is to solve problems at the organizational level. By using social media to expand the customer base through social media channels In order to more easily reach customers instead of increasing the number of service branches. The second approach is to use technology. Or innovation to indicate professionalism to add convenience to customers by making debit cards through automated service kiosks including adjusting the landscape and the overall atmosphere must be reliable Add modern decor Such as installing a digital monitor in public relations, making customers more productive. And the final approach is the development of individual operations there should be training for service personnel of the branch. In order to have knowledge about customer relations Public relations Able to convince customers to know and understand the benefits of debit cards more.

Suggestions for choosing to solve problems To increase the number of debit card users, using online media channels to publicize the bank's news To forward it to the consumer Have a small budget Which using online media makes it easy to access Is convenient, fast Help create more information for various decisions as online media can recognize various stories. Whether news, analysis, reliability, facts and other information. The success factor is the use of online media channels to publicize the information of the bank. To forward it to the consumer Have a small budget And using online media makes it easy to access Is convenient, fast Helping to create more information for various decisions as online media can be aware of various stories, whether news, analysis, reliability, facts and other information. In the case of an emergency plan If the reply From the amount of debit card application Did not meet the target Need to speed up public relations via online media and re-evaluate the results if it doesn't meet the goals. Must consider other solutions to problems such as the application of VISA DEBIT cards, less than 80% in September. Or sending the message to the target group Social media is also limited to certain groups of customers.

Keywords: VISA DEBIT CARD, GSB's VISA DEBIT CARD

บทนำ

ธนาคารออมสินมีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงการคลัง เป็นธนาคารเพื่อลูกค้ารายย่อยเน้นการให้สินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบท และพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย โดยมีรูปแบบของสินเชื่อและชนิดการฝากเงินรายย่อยมากมาย ให้บริการรูปแบบเงินฝากที่หลากหลายเหมาะสมกับแต่ละช่วงวัย สิ่งที่ธนาคารออมสินได้เตรียมตัวคือ การทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และทิศทางการดำเนินงาน โดยน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลทางด้านพฤติกรรมลูกค้า เทคโนโลยี นวัตกรรม และกฎระเบียบของหน่วยงานกำกับ เพื่อยกระดับการบริหารจัดการระดับมาตรฐานสากลภายใต้วิสัยทัศน์ “เป็นผู้นำในการส่งเสริมการออม เพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนเสริมสร้างความสุข และอนาคตที่มั่นคงของประชาชน” มุ่งสู่การเป็น GSB New Century : Digi-Thai Banking “Digital for all Thais” นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน ตลอดจนช่องทางการให้บริการ เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินให้ลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้ารายย่อยและฐานรากได้ใช้อย่างสะดวกสบาย เข้าถึง ง่ายและปลอดภัย พร้อมสร้างความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และบริการ ส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงินแก่เยาวชน และสนับสนุนโครงการตามนโยบายรัฐอย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันสถาบันการเงินหรือธนาคารมีการปรับตัวท่ามกลางการแข่งขันจากสถาบันการเงินทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีการควบรวมกิจการของธนาคารเพื่อเป็นธนาคารที่แข็งแกร่ง เมื่อมีการแข่งขันสูงขึ้น สถาบันการเงินต่าง ๆ จึงต้องปรับตัวมากขึ้น การนำเทคโนโลยี นวัตกรรมมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินให้แก่ลูกค้าเพื่อขยายโอกาสในการได้ลูกค้ารายใหม่ และรักษาลูกค้าเก่า ซึ่งธนาคารออมสินเองไม่สามารถหลีกเลี่ยงการแข่งขันนี้ได้ ทั้งการแข่งขันระหว่างสถาบันการเงินด้วยกันเอง รวมทั้งการแข่งขันระหว่างภายในสาขาของธนาคารออมสิน การให้บริการทางการเงินทั้งส่วนบริการฝาก - ถอน การออมเงินในรูปแบบต่าง ๆ การโอนเงิน การชำระค่าบริการ และบริการด้านสินเชื่อ เพื่อให้การเงินเกิดสภาพคล่องในการใช้บริการ ส่วนของการเบิกถอนเงินนั้นก็ได้มีการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า โดยการเบิกถอนเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือบัตรเดบิต (VISA DEBIT) นั่นเอง จากการดำเนินงานของธนาคารออมสิน พบปัญหาการสมัครให้บริการบัตรเดบิตไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ดังนั้น การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการสมัครใช้บริการบัตรวีซ่าเดบิต (VISA DEBIT) ของธนาคารออมสิน เพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้บริหารนำไปปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาระบบการให้บริการของธนาคารออมสินให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

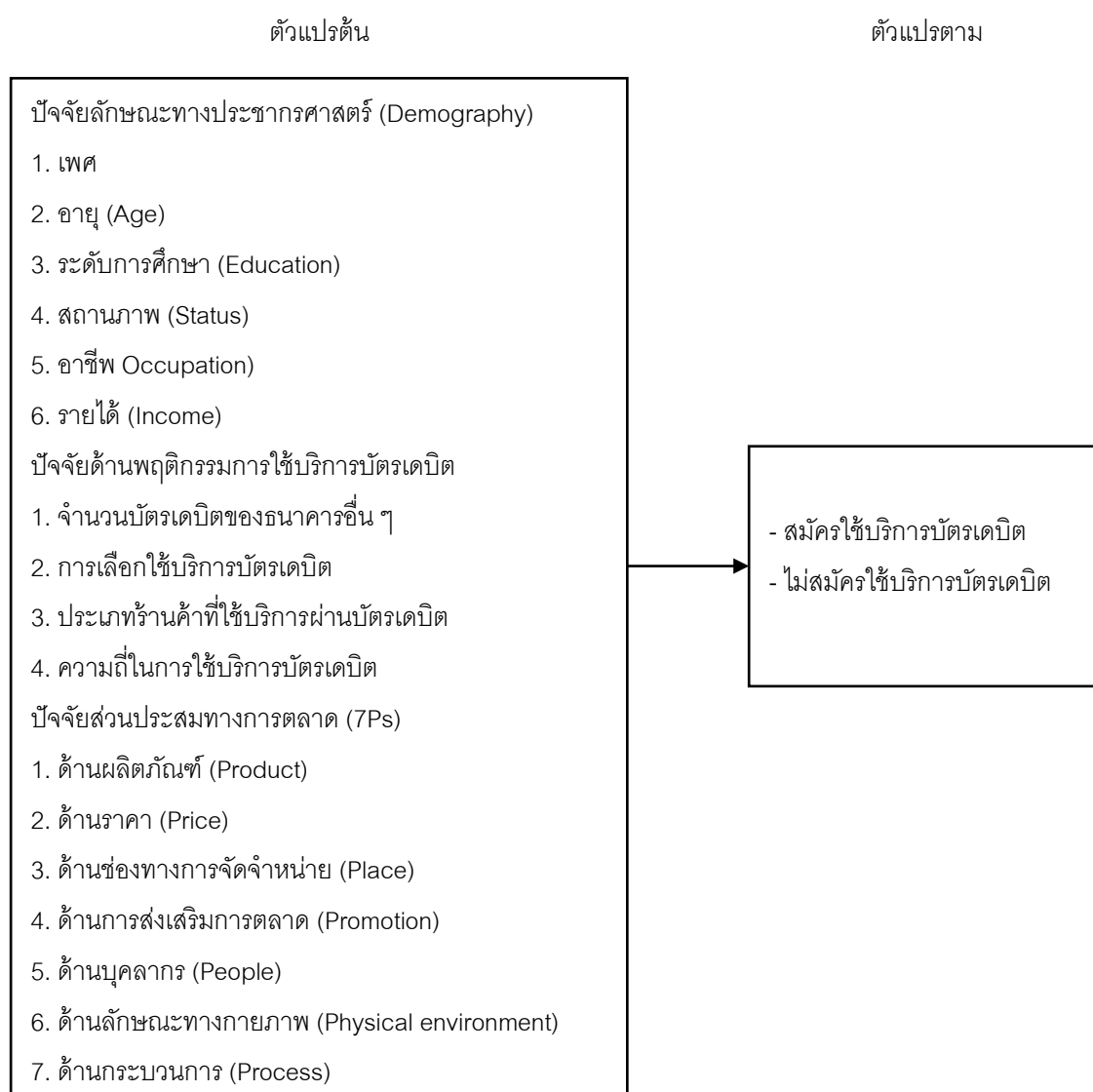
1. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรวีซ่าเดบิตของธนาคารออมสินในเขตสมุทรปราการ 1
2. เพื่อศึกษาแนวทางส่วนประสมทางการตลาดเพื่อเพิ่มการใช้บริการบัตรวีซ่าเดบิตของธนาคารออมสินในเขตสมุทรปราการ 1

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้นำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนการตลาด เพื่อขยายฐานลูกค้าและกระตุ้นยอดการเปิดใช้บริการบัตร VISA DEBIT ให้เป็นไปตามเป้าหมาย
2. ได้ปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์การให้บริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครใช้บริการบัตรเดบิตของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตสมุทรปราการ 1 ได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้ลูกค้าที่ใช้บริการทางด้านธุรกรรมการเปิดบัญชี โดยเฉลี่ยต่อเดือนกับสาขาธนาคารออมสินเขตสมุทรปราการ 1 จำนวน 17,200 คน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ ยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่าง 390.90 เพื่อให้ข้อมูลสมบูรณ์จึงใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย การวิเคราะห์โดยใช้ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนผสมการตลาด วิเคราะห์โดยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) และการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครใช้บัตรเครดิต (VISA DEBIT) วิเคราะห์ โดยใช้ค่าการถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครใช้บัตรเครดิต (VISA DEBIT)

(n = 400)

ปัจจัยที่ส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครใช้บัตรเครดิต	ระดับความคิดเห็น		
	($\bar{X}$)	S.D.	แปลผล
ด้านการบริการ/ผลิตภัณฑ์	4.27	.821	มาก
1. บัตรเดบิตวีซ่า มีรูปแบบสวยงาม	4.33	.665	มาก
2. บัตรเดบิตวีซ่ามีสิทธิประโยชน์หลากหลาย	4.57	.664	มากที่สุด
3. วงเงินการถอนเงินสดจากบัตรเดบิตวีซ่า	4.08	.793	มาก
4. บัตรเดบิตวีซ่ามีความปลอดภัยต่อการถูกโจรกรรมข้อมูล	4.09	1.165	มาก
ด้านราคา	4.51	.675	มากที่สุด
1. ค่าธรรมเนียมบัตรเดบิตวีซ่ารายปี	4.61	.678	มากที่สุด
2. ค่าธรรมเนียมการถอนเงินสดจากตู้ เอทีเอ็ม	4.51	.645	มากที่สุด
3. ค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรม	4.48	.664	มาก
4. ค่าธรรมเนียมในการชำระสินค้าบริการ	4.47	.711	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.36	.838	มาก
1. ตู้เอทีเอ็มครอบคลุมพื้นที่	4.61	.691	มากที่สุด
2. ความครอบคลุมพื้นที่สาขาที่ให้บริการ	4.15	.893	มาก
3. สถานที่ตั้งสาขาเดินทางไปมาสะดวก มีที่จอดรถ	4.38	.937	มาก
4. สาขาที่อยู่บนห้างสรรพสินค้า	4.28	.830	มาก

ปัจจัยที่ส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครใช้บัตรวีซ่าเดบิต	ระดับความคิดเห็น		
	($\bar{X}$)	S.D.	แปลผล
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.48	.850	มาก
1. มีส่วนลดพิเศษร่วมกับร้านค้าอย่างสม่ำเสมอ	4.45	.866	มาก
2. โปรแกรมสะสมคะแนนรีวอร์ด	4.43	.878	มาก
3. โปรแกรมส่งเสริมการขาย เช่น ผ่อนชำระ 0% ตามระยะเวลา	4.41	.894	มาก
4. ได้รับของสมนาคุณเมื่อสมัครบัตรวีซ่าเดบิต	4.63	.775	มากที่สุด
ด้านบุคลากร	3.81	.529	มาก
1. มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.86	.813	มาก
2. ถูกต้องแม่นยำ	3.80	.866	มาก
3. มีความรวดเร็วในการให้บริการ	3.79	.765	มาก
4. มีคอลเซ็นเตอร์ให้บริการ และช่วยเหลือ 24 ชม	3.81	.901	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.79	.500	มาก
1. มีชื่อเสียง เชื่อถือได้	3.78	.819	มาก
2. มีการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรม	3.76	.819	มาก
3. ระบบของธนาคารมีความปลอดภัย	3.82	.830	มาก
4. ตัวบัตรเดบิตวีซ่ามีความปลอดภัย	3.79	.809	มาก
ด้านกระบวนการ	3.80	.546	มาก
1. ขั้นตอนการสมัครบัตรเดบิต ง่าย ไม่ยุ่งยาก	3.81	.817	มาก
2. ถูกต้อง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน	3.80	.879	มาก
3. ความถูกต้องของข้อมูล	3.81	.864	มาก
4. มีช่องทางให้บริการหลายช่องทาง	3.79	.804	มาก

การศึกษาเรื่อง ปัญหาของบัตรเครดิตวีซ่าเดบิต (VISA DEBIT) ของธนาคารออมสินที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย แล้ววิเคราะห์ข้อมูล โดยรายละเอียดของการวิเคราะห์จะนำเสนอด้วยตารางแสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการตีความหมายของข้อมูลที่ได้จากตารางเฉพาะบางประเด็นที่สำคัญ และเกี่ยวข้องกับเนื้อหาของการศึกษา การนำเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมต่าง ๆ มาใช้ไม่มาเท่าที่ควร ภาพรวมบรรยากาศภายในสาขา ยังมีการจัดตำแหน่งของแผ่นพับ สื่อประชาสัมพันธ์ เคาน์เตอร์ให้บริการต่าง ๆ ยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกันทุกสาขา ตลอดจนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ สื่อดิจิทัลยังขาดความทันสมัย และนวัตกรรมในการให้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการเงินอื่น พนักงานยังขาดความรวดเร็วในการให้บริการ ความรู้ในผลิตภัณฑ์และทักษะการโน้มน้าวให้ลูกค้าเปลี่ยนทัศนคติมาถือครองบัตรเดบิตของธนาคารออมสิน เพื่อสร้างแรงจูงใจ และเป็นแนวทางการแก้ปัญหาผลการเพิ่มยอดใช้ยอดบัตร VISA DEBIT ให้บรรลุเป้าหมายของธนาคาร

ผู้วิจัยได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรวีซ่าเดบิต (VISA DEBIT) ของธนาคารออมสิน วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บัตรวีซ่าเดบิตมีสิทธิประโยชน์หลากหลาย ($\bar{X} = 4.57$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ บัตรวีซ่าเดบิตมีรูปแบบสวยงาม ($\bar{X} = 4.33$) อยู่ในระดับมาก

ด้านราคา ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ค่าธรรมเนียมบัตรวีซ่าเดบิตรายปี ($\bar{X} = 4.61$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าธรรมเนียมการถอนเงินสดจากตู้ เอทีเอ็ม ($\bar{X} = 4.51$) อยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ตู้เอทีเอ็มครอบคลุมพื้นที่ ($\bar{X} = 4.61$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ สถานที่ตั้งสาขาเดินทางไปมาสะดวก มีที่จอดรถ ($\bar{X} = 4.38$) อยู่ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ได้รับของสมนาคุณเมื่อสมัครบัตรวีซ่าเดบิต ($\bar{X} = 4.63$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีส่วนลดพิเศษร่วมกับร้านค้าอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.45$) อยู่ในระดับน้อย

ด้านบุคลากร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ($\bar{X} = 3.86$) รองลงมาคือ มีคอลเซ็นเตอร์ให้บริการ และช่วยเหลือ 24 ชม ($\bar{X} = 3.81$)

ด้านลักษณะทางกายภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ระบบของธนาคารมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.82$) รองลงมาคือ ตัวบัตรเดบิตวีซ่ามีความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.79$)

ด้านกระบวนการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ขั้นตอนการสมัครบัตรเดบิต ง่าย ไม่ยุ่งยาก และความถูกต้องของข้อมูล ($\bar{X} = 3.82$) รองลงมา คือ ถูกต้อง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน ($\bar{X} = 3.80$)

การอภิปรายผล

ผู้วิจัยได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรวีซ่าเดบิต (VISA DEBIT) ของธนาคารออมสิน ผลการวิเคราะห์ปัญหาที่มีผลต่อการสมัครใช้บริการบัตรเดบิตของธนาคารออมสิน พบว่า เกิดจากปัจจัยดังนี้ จากการวิเคราะห์ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า

แนวทางปัญหาที่ 1 สาขาของธนาคารยังมีปริมาณไม่ครอบคลุมในแต่ละพื้นที่ ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าในวัยทำงาน เนื่องจากในเขตพื้นที่ เป็นเขตพื้นที่บริษัทอุตสาหกรรมจำนวนมาก ลูกค้าจึงต้องการความสะดวกสบาย และความเร็วในการให้บริการ อาจต้องเพิ่มช่องทางในการบริการให้มากขึ้น

แนวทางปัญหาที่ 2 การนำเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมต่าง ๆ มาใช้ไม่มากเท่าที่ควร ภาพรวมบรรยากาศภายในสาขา ยังมีการจัดตำแหน่งของแผ่นพับ สื่อประชาสัมพันธ์ เคา์เตอร์ให้บริการต่าง ๆ ยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกันทุกสาขา ตลอดจนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ สื่อดิจิทัลยังขาดความทันสมัย และนวัตกรรมในการให้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการเงินอื่น

แนวทางปัญหาที่ 3 พนักงานยังขาดความรวดเร็วในการให้บริการ ความรู้ในผลิตภัณฑ์และทักษะการโน้มน้าวให้ลูกค้าเปลี่ยนทัศนคติมาถือครองบัตรเดบิตของธนาคารออมสิน เพื่อสร้างแรงจูงใจ และเป็นแนวทางการแก้ปัญหาผลการเพิ่มยอดใช้จ่ายบัตร VISA DEBIT ให้บรรลุเป้าหมายของธนาคาร

แนวทางการเลือกแก้ไขปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรวีซ่าเดบิต (VISA DEBIT) ของธนาคารออมสิน

ทางเลือกที่ 1 เป็นแนวทางการแก้ปัญหาในระดับองค์กร โดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อขยายฐานลูกค้าผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์กำลังได้รับความนิยมจากคนไทยเป็นอย่างมาก เราจึงควรใช้ประโยชน์ด้านนี้ช่วยในการแสวงหาลูกค้า ๆ ของธนาคาร เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้นแทนการเพิ่มปริมาณสาขาบริการ

ทางเลือกที่ 2 การนำเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมมาเพื่อป้องกันถึงความเป็นมืออาชีพ การนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมต่าง ๆ เข้ามาใช้ เช่น การเพิ่มความสะดวกรวดเร็วโดยการในการสมัครบัตรเดบิตผ่านตู้บริการอัตโนมัติชำระค่าบริการ และสามารถออกบัตรเดบิตให้กับลูกค้าได้ทันทีอาจเป็นการออกบัตรให้ใช้ได้ครั้งต่อครั้ง หรือในระยะเวลาสั้น ๆ ช่วงระยะเวลาหนึ่ง นอกจากนั้นสิ่งที่ไม่ควรมองข้ามคือการปรับภูมิทัศน์และบรรยากาศโดยรวมต้องมีความน่าเชื่อถือ เพิ่มการตกแต่งที่ทันสมัย จอดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์ทำให้ลูกค้าสนใจได้มากยิ่งขึ้น

ทางเลือกที่ 3 แนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานในระดับบุคคล ควรมีการฝึกอบรมพนักงานของสาขาเพื่อเพิ่มศักยภาพในการเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ การนำเสนอการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินทุกรูปแบบ เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับลูกค้าสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ สามารถแนะนำโน้มน้าวให้ลูกค้ารู้และเข้าใจสิทธิประโยชน์ของบัตรเดบิตให้ได้มากขึ้น

ผู้วิจัยเสนอแนวทางการใช้กลยุทธ์การเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์เพื่อเป็นการช่วยเพิ่มช่องทางให้ครอบคลุมและเข้าถึงการให้บริการ ผ่านการทำธุรกรรมหน้าเคา์เตอร์ภายในสาขานาคร เนื่องจากเป็นการลงทุนที่ต่ำและใช้ได้ผลดีในยุคปัจจุบันที่เร่งรีบและต้องการความสะดวกสบายทางการตลาดเพื่อกระตุ้นการใช้บัตรให้เพิ่มขึ้น และเพิ่มประสิทธิภาพการบริการธนาคารและรายได้ของธนาคาร

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

1. ควรมีการศึกษาลูกค้าธนาคารออมสินในสาขา และเขตอื่น ๆ ในต่างจังหวัด หรืออำเภอที่มีฐานลูกค้าแตกต่างไปจากลูกค้าธนาคารออมสินในเขตสมุทรปราการ 1 เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลที่แท้จริง และความแตกต่างกันของแต่ละพื้นที่ที่มีผลการใช้บัตรวีซ่าเดบิต (VISA DEBIT)

2. ควรเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลอื่นเพิ่มเติม เช่น แบบสอบถามออนไลน์ และแบบสัมภาษณ์ เป็นต้น เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง และกระจายตัว เพื่อที่จะได้รับความคิดเห็นและผลการสำรวจที่หลากหลายเพิ่มเติม ซึ่งอาจจะทำให้ได้ผลการวิจัยที่แตกต่างจากผลที่ได้ในครั้งนี้ออกไป

3. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกควรใช้วิธีการวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการเก็บข้อมูลเพิ่มเติม เช่น การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participant Participation)

และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นต้น เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- จุรีพร หางนา. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิต แบบมีความคุ้มครองอุบัติเหตุ (K-Max Debit Card) ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา.
- เจษฎา นกน้อย. (2552). พฤติกรรมและการรับรู้คุณภาพจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเดบิตของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา.
- ชนานันท์ พันธสมจิตร. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). รายงานนโยบายการเงิน. จาก https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/MonetPolicyCommittee/MPR/DocLib/MPR_March2561_HI587.pdf.
- ธนาคารออมสิน. (2560). รายงานประจำปี 2560. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2562, จาก <https://www.gsb.or.th/about-us/corporate-governance/report/annualreport.aspx>.
- นิรุทธ์ กอบชัยกรรม. (2555). ทศนคติพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พจน์ จั้วดำรงกุล. (2550). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิต KRUNGSRI VISA ELECTRON ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ต.
- พิทยุทธิ์ สงค์มาลัย. (2557). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บัตรสมาร์ตเพิร์สของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริกุล คุณยศยิ่ง. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต บัตรเดบิต และเงินสด ในการชำระค่าสินค้าและบริการของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.
- ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2559). บัตรเดบิต. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2562, จาก <https://www.1213.or.th/th/serviceunderbot/payment/Pages/debit.aspx>.
- ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). ตัวอย่างกลโกง. จาก <https://www.1213.or.th/th/finfrauds/FraudSample/Pages/FraudSample.aspx>.
- สุกัญญา ปาละมะ. (2555). ปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกถือครองบัตรเดบิต KTB Shop Smart ธนาคารกรุงไทย สาขาพะเยา.
- สุพรรณิกา สาธุภาค. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิต GSB VISAELECTRON ของธนาคารออมสินในจังหวัดอุบลราชธานี. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

- Brandbuffet. (2561). สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก “ประเทศไทย” เสพติดเน็ตมากที่สุดในโลก. สืบค้นเมื่อ 7 เมษายน 2562, จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2018/02/global-and-thailand-digital-report-2018/>.
- Ching, A.; & F. Hayashi. (2010). Payment Card Rewards Programs and Consumer Payment Choice. *Journal of Banking & Finance*. 34(8): 1773-1787.
- Schuh, S.; & J. Stavins. (2013).How Consumers Pay: Adoption and Use of Payments. *Accounting and Finance Research*. 2: 2: 1-21.
- Source ETDA. (2561). ปี 2561 คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันกันอย่างหนักหน่วง. สืบค้นเมื่อ 7 เมษายน 2562, จาก <https://www.twfdigital.com/blog/2018/07/q3-2018-digital-usage-stats-thailand/>.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd ed., New York Harper and Row.

S0113: อิทธิพลของพนักงานขายที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาศูนย์สมรภูมิ

INFLUENCE OF SALESPERSON ON BUYING WHOLE LIFE INSURANCE OF CUSTOMERS AT GOVERNMENT SAVINGS BANK, VICTORY MONUMENT BRANCH

ชเมรินทร์ ธัญวีร์เมธา¹ กิตตินันท์ พันธมสุต²

¹ บัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทักษะและบุคลิกภาพของพนักงานขายที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาศูนย์สมรภูมิ และ 2) ศึกษาแนวทางทางแก้ไขปัญหา ปรับปรุง และวางแผน เพื่อให้มียอดขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพเพิ่มมากขึ้น

การวิจัยนี้ใช้การวิจัยแบบผสมวิธี ในการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสินสาขาศูนย์สมรภูมิ จำนวน 200 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับพนักงานขาย จำนวน 10 คน ซึ่งถือว่าเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยตรง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์คำหลัก และนำผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณและคุณภาพมาวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis และหาแนวทางเลือกในการแก้ไขปัญหาด้วย TOWS Matrix

ผลการวิจัย พบว่า 1) ทักษะของพนักงานขายที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาศูนย์สมรภูมิ พบว่า ทักษะที่มีอิทธิพลในระดับมาก คือ ทักษะด้านความรู้ ความเชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ ทักษะด้านศิลปะการโน้มน้าวใจ ทักษะด้านเข้าใจความต้องการของลูกค้า และทักษะด้านเทคนิคการขาย มีอิทธิพลต่อลูกค้าในระดับมาก ในส่วนของทักษะด้านการสื่อสาร และทักษะด้านการเจรจาต่อรอง มีอิทธิพลต่อลูกค้าในระดับปานกลาง สำหรับบุคลิกภาพของพนักงานขายมีอิทธิพลต่อลูกค้าอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน กล่าวคือ ด้านส่วนบุคคล ด้านการสื่อสาร และด้านการแสดงอารมณ์ และ 2) แนวทางแก้ไขปัญหาวางแผนการเพิ่มยอดขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพ คือ การสร้างทีมขาย เพื่อเป็นการฝึกปฏิบัติงานไปพร้อมการทำงานจริง (On Job Training) โดยใช้ประสบการณ์ของหัวหน้าทีมเป็นเครื่องมือสำคัญในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะการทำงาน ปรับบุคลิกภาพให้โดดเด่น ตลอดจนฝึกทักษะการสื่อสารที่จะช่วยปิดการขายได้ง่ายขึ้น โดยแบ่งหน้าที่พนักงานคนที่ 1 เปิดการขายแล้วส่งต่อให้พนักงานคนที่ 2 นำเสนอและปิดการขาย ส่งต่อพนักงานคนที่ 3 จัดทำเอกสารในการสมัครทำประกันชีวิต ซึ่งการแบ่งหน้าที่ชัดเจนไม่ซ้ำซ้อนจะสามารถแก้ไขปัญหาเรื่องเวลาที่จำกัดของพนักงาน และสามารถผลักดันการขายประกันชีวิตให้ประสบความสำเร็จ

คำสำคัญ: ประกันชีวิต, พนักงานขาย, ทักษะ

Abstract

The objectives of this research were 1) to study skills and personality of salesperson influencing of customers at Government Savings Bank, Victory Monument Branch, and 2) to study solutions, improvements, and plans for more whole life insurance sales.

The study was a mixed-method research. Quantitative data were collected by a questionnaire tool with a population of 200 people. The sample group used in this research is customers at Government Saving Bank, Victory Monument branch. Using the Convenience Sampling method. Data were analyzed by statistics, frequency distribution, percentage, mean and standard deviation. Relationships of independent and variable variables were analyzed by multiple regression analysis. Qualitative data were collected from in-depth interviews with 10 salespeople. The obtained data were analyzed with a domain analysis. Also, analyze the cause using SWOT analysis and find alternatives using the TOWS Matrix.

The results of the study showed that. 1) Salesperson skills, knowledge skills, persuasive skills, understandable skills for customer needs, and sales techniques to influence customers at a high level. Communication skills and negotiation skills influenced customers at a moderate level. The personality of the salesman influenced the customer at a high level in all aspects which included personal, communicative, and emotional aspects, and 2) To solve problems and plan to increase sales of life insurance for life. Therefore, the researcher proposes a strategy to build a sales team for on-job training by using the experience of the team leader as an important tool in learning and developing work skills to enhance the personality further as well as practicing communication skills that will increase close sales skills. The strategy is to divide the duty of the 1st employee to open the sale and forward it to the 2nd employee to offer promotions and close the sale and forward it to the 3rd employee to prepare documents applying for whole life insurance. A clear division of duty will solve the problem of limited time and drive the sale of life insurance successfully.

Keywords: Life insurance, Salesperson, skills

บทนำ

ธนาคารออมสินมุ่งเป็นผู้นำในการส่งเสริมการออม เพื่อสร้างอนาคตและความสุขของประชาชนอย่างยั่งยืน จึงได้มีการขยายผลิตภัณฑ์การออมเงินในรูปแบบหลากหลายประเภทเพื่อให้เหมาะสมต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภทที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะการออมเงินในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตแบบตลอดชีพ เพื่อมุ่งสู่สังคมผู้สูงอายุในอนาคตที่มีคุณภาพและสามารถดำรงชีพได้อย่างมีความสุข โดยประกันชีวิตแบบตลอดชีพ (Whole Life Insurance) คือ ประกันชีวิตที่ให้ความคุ้มครองตลอดอายุผู้เอาประกัน โดยบริษัทประกันจะจ่ายเงินทุนประกันให้กับผู้รับผลประโยชน์ 2 กรณี คือ ผู้เอาประกันเสียชีวิตในขณะที่กรมธรรม์มีผลบังคับใช้ และกรณีที่ผู้เอาประกันมีชีวิตอยู่จนครบอายุสัญญา โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการเพิ่มความคุ้มครองและช่วยแบ่งเบาความเสี่ยงด้านชีวิตและ

รายได้ จึงเป็นแนวทางป้องกันความเสี่ยงที่ช่วยสร้างหลักประกันความมั่นคงให้กับชีวิตและทรัพย์สินของผู้เอาประกันในระยะยาวและยังได้รับสิทธิลดหย่อนภาษี รวมถึงสามารถส่งต่อเป็นมรดกให้ทายาท

ธนาคารออมสินเป็นนายหน้าประกันชีวิตประเภทนิติบุคคล เลขที่ใบอนุญาต ช.00008/2549 เป็นผู้นำเสนอผลิตภัณฑ์ และอำนวยความสะดวกในการซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ซึ่งชองแนะนำให้กับบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยมีรายได้ค่าธรรมเนียมและบริการสุทธิในปี 2562 จำนวน 4,691 ล้านบาท และปี 2561 จำนวน 5,973 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 21.5 เนื่องจากการลดลงของรายได้จากค่านายหน้าและรับชำระค่าเบี้ยประกันภัย และมีรายได้ค่าธรรมเนียมจากนายหน้าปี 2562 จำนวน 1,272.81 ล้านบาท ซึ่งเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.13 จากรายได้ค่าธรรมเนียมและบริการสุทธิ (ธนาคารออมสิน, 2563: 228) เพื่อเป็นการรองรับการเติบโตในธุรกิจประกันชีวิตที่มีผลต่อรายได้ค่าธรรมเนียมและบริการเพิ่มขึ้น ธนาคารออมสินจึงมุ่งเน้นในการให้บริการขายผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านช่องทางธนาคารเพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับธนาคารได้มาก โดยมีต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำแต่ให้ผลตอบแทนสูง

จากรายงานผลการดำเนินงานของสาขาชัยสมรภูมิ ณ สิ้นปี 2562 พบว่า ยอดขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพมีแนวโน้มลดลง ซึ่งไม่สอดคล้องกับเป้าหมายที่ธนาคารกำหนดไว้ที่มุ่งสร้างความหลากหลายในการให้คำแนะนำในเรื่องผลิตภัณฑ์ทางการเงินครบวงจร และเพิ่มรายได้ค่าธรรมเนียมและบริการมากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นด้วยวิธีการเก็บข้อมูลย้อนหลังในการขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพในปี 2562 ของพนักงานธนาคารออมสินสาขาชัยสมรภูมิ จำนวน 14 คน เพื่อเป็นการศึกษาหาสาเหตุเบื้องต้นของยอดขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพมีแนวโน้มลดลง พบว่า มีพนักงานเพียง 3 คน ที่มียอดขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพ จึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยตั้งคำถามการวิจัยในการศึกษาครั้งนี้ว่า เหตุใดพนักงานในสาขาจึงมีเพียง 3 คนเท่านั้นที่มียอดขายประกันชีวิต ในขณะที่พนักงานอีก 11 คน จึงไม่มียอดขายประกันชีวิตเลย ผู้วิจัยจึงศึกษาทั้ง 2 มุมมอง กล่าวคือ ในมุมมองของผู้ขายว่าเหตุใดพนักงานแต่ละบุคคลถึงมียอดขายที่แตกต่างกัน และในมุมมองของผู้ซื้อว่าในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตนั้น ลูกค้าให้ความสำคัญกับทักษะและบุคลิกภาพของพนักงานขายด้านใด

วัตถุประสงค์

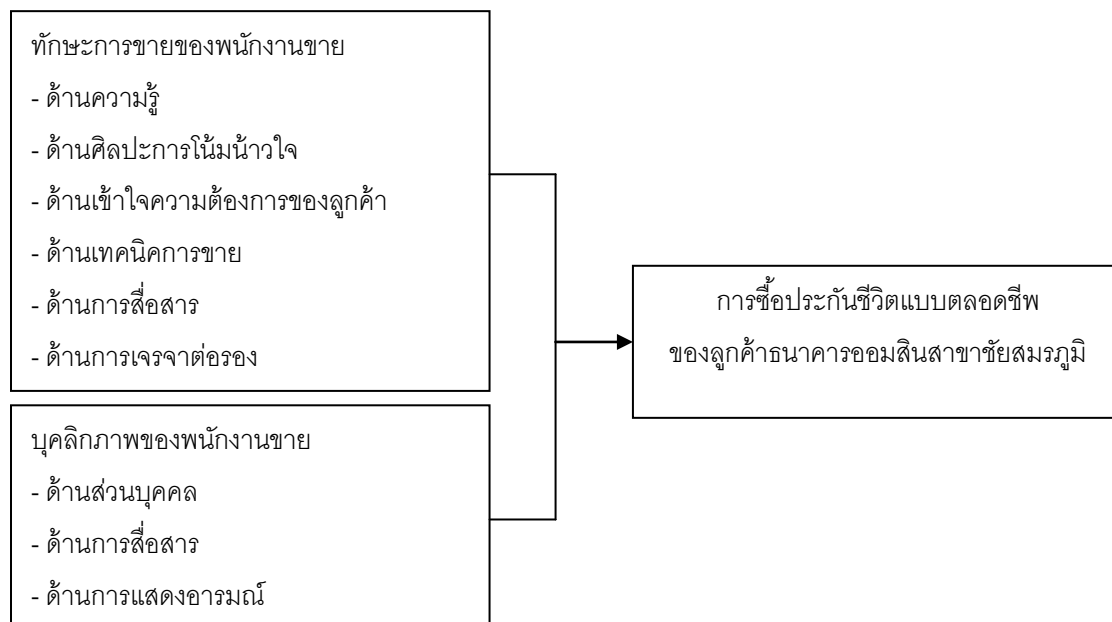
1. เพื่อศึกษาทักษะและบุคลิกภาพของพนักงานขายที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาชัยสมรภูมิ
2. เพื่อศึกษาแนวทางแก้ไขปัญหามา ปรับปรุง และวางแผน เพื่อให้มียอดขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพเพิ่มมากขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบทักษะและบุคลิกภาพของพนักงานขายที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาชัยสมรภูมิ
2. สามารถเสนอแนวทางแก้ไขปัญหามา ปรับปรุง และวางแผนเพิ่มยอดขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพ ให้เป็นไปตามยอดขายหรือมากกว่ายอดขายที่ธนาคารกำหนด ส่งผลให้ธนาคารออมสินในภาพรวมมีผลประกอบการที่เพิ่มมากขึ้น มีรายได้ค่าธรรมเนียมที่มีใช้ดอกเบี้ยเพิ่มมากขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “อิทธิพลของพนักงานขายที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาชัยสมรภูมิ” ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการเก็บข้อมูล

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล, 2558: 75) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 324 คน ผู้วิจัยจึงเลือกเก็บกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 กลุ่มตัวอย่าง แต่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของขนาดกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งอยู่ในระดับที่ยอมรับตามทฤษฎีของ Aaker; Kumar; & Day (2001) โดยสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ พนักงานธนาคารออมสินสาขาชัยสมรภูมิและสาขาวิชรพล จำนวน 10 คน ได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มคือกลุ่มที่ไม่ผลักดันการขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพ จำนวน 5 คน และกลุ่มที่ผลักดันการขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพ จำนวน 5 คน เพื่อต้องการทราบรายละเอียดของข้อมูลในเชิงลึกเกี่ยวกับสาเหตุของปัญหา ข้อปรับปรุง และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของการขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพ

3. นำข้อมูลมาสรุปผลรวมกัน (Merge) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี โดยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Study) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 200 ชุด โดยพัฒนาแบบสอบถามจากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ทักษะการขาย และความตั้งใจซื้อ โดยแบบสอบถามมี 4 ส่วน โดยส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2

สอบถามปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิต ส่วนที่ 3 สอบถามปัจจัยทักษะของพนักงานขายที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิต และส่วนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านการซื้อประกันชีวิต โดยส่วนที่ 2-4 ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล ซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย และคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด และในการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคลจากพนักงานธนาคารออมสินสาขาชัยสมรภูมิและสาขาวัชรพล จึงได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มคือกลุ่มที่ไม่ฝักใฝ่การขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพ จำนวน 5 คน และกลุ่มที่ฝักใฝ่การขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพสูง จำนวน 5 คน เพื่อต้องการทราบรายละเอียดของข้อมูลในเชิงลึกเกี่ยวกับสาเหตุของปัญหา ข้อเสนอแนะ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของการขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพ

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิง ด้วยการวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยผู้วิจัยประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ด้วยจากจำแนกชนิดข้อมูล (Typical Analysis) ด้วยการวิเคราะห์คำหลัก (Domain Analysis) สำหรับจัดกลุ่มคำที่ได้จากการสัมภาษณ์เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ในภาพรวมระหว่างกลุ่มคำหลักและกลุ่มคำย่อย

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเชิงปริมาณ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มลูกค้าธนาคารออมสินสาขาชัยสมรภูมิ จำนวน 200 คน ในระยะเวลา 1 เดือน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาชัยสมรภูมิเป็นเพศชาย ร้อยละ 51.50 อยู่ในช่วงอายุ 41-55 ปี ร้อยละ 50.50 สถานภาพสมรสมีบุตร ร้อยละ 36.50 อาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 31.00 และมีระดับรายได้ 20,001-40,000 บาท ร้อยละ 52.50
2. ผลการศึกษามิติบุคลิกภาพของพนักงานขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต

n = 200

บุคลิกภาพของพนักงาน ด้านส่วนบุคคล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. พนักงานมีบุคลิกภาพที่โดดเด่นเฉพาะตัว	3.745	0.664	มาก
2. พนักงานมีการแต่งกายเหมาะสม เรียบร้อย	3.850	0.537	มาก
3. พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยน	4.060	0.761	มาก
4. พนักงานมีความมั่นใจในตัวเอง	3.970	0.656	มาก
5. พนักงานมีความจริงใจในการให้ข้อมูล	3.985	0.661	มาก
6. พนักงานมีหน้าตาและรูปร่างที่ดี	4.060	0.830	มาก
7. พนักงานมีใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.200	0.679	มาก
รวม	4.115	0.678	มาก

ผลการศึกษานุคลิกภาพของพนักงานขายด้านส่วนบุคคล ทราบได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมบุคลิกภาพส่วนบุคคลของพนักงานขายอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า พนักงานมีใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส มีระดับความสำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ พนักงานรูปร่างหน้าตาดีและมีความสุภาพอ่อนน้อม

n = 200

บุคลิกภาพของพนักงาน ด้านการสื่อสาร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. พนักงานใช้ภาษาพูดที่ถูกต้อง	4.215	0.625	มากที่สุด
2. พนักงานใช้น้ำเสียงไพเราะ สำเนียงน่าฟัง	4.120	0.614	มาก
3. พนักงานใช้ภาษากายช่วยในการสื่อสาร	4.155	0.658	มาก
4. พนักงานเว้นจังหวะการพูดที่เหมาะสม	4.055	0.666	มาก
5. พนักงานสบตากับลูกค้าในระหว่างสนทนา	4.140	0.673	มาก
รวม	4.137	0.649	มาก

ผลการศึกษานุคลิกภาพของพนักงานขายด้านการสื่อสาร ทราบได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมบุคลิกภาพด้านการสื่อสารของพนักงานขายอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า พนักงานใช้ภาษาพูดที่ถูกต้อง มีระดับความสำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ พนักงานใช้ภาษากายช่วยในการสื่อสาร

n = 200

บุคลิกภาพของพนักงาน ด้านการแสดงอารมณ์	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. พนักงานไม่พูดจาเหน็บแนม ก้าวร้าว	4.205	0.667	มาก
2. พนักงานมีความอดทนสูง	4.005	0.638	มาก
3. พนักงานสามารถรับแรงกดดันได้ดี	4.085	0.678	มาก
4. พนักงานไม่ทำสีหน้าโกรธไม่พอใจ	4.005	0.689	มาก
5. พนักงานสามารถควบคุมอารมณ์ได้ดี	4.225	0.698	มากที่สุด
รวม	4.115	0.678	มาก

ผลการศึกษานุคลิกภาพของพนักงานขายด้านการแสดงอารมณ์ ทราบได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมบุคลิกภาพด้านการแสดงอารมณ์ของพนักงานขายอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า พนักงานสามารถควบคุมอารมณ์ได้ดี มีระดับความสำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ไม่พูดจาเหน็บแนม ก้าวร้าว

3. ผลการศึกษาปัจจัยทักษะของพนักงานขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต

n = 200

ทักษะด้านความรู้ ความเชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. พนักงานควรมีความรู้และความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต	4.205	0.740	มาก
2. พนักงานต้องสามารถให้คำแนะนำอย่างชัดเจนครบถ้วนในการตัดสินใจ	3.815	0.602	มาก
3. พนักงานต้องสามารถให้ข้อมูลผลตอบแทนที่ถูกต้องไม่รับประกันผลตอบแทนที่สูงเกินจริง	3.945	0.822	มาก
4. พนักงานควรมีประสบการณ์ในการวางแผนประกันชีวิตให้กับลูกค้าที่หลากหลาย	3.900	0.673	มาก
รวม	3.921	0.716	มาก

ผลการศึกษาทักษะของพนักงานขายด้านความรู้ความเชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ ทราบได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า พนักงานควรมีความรู้และความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต รองลงมาคือ ต้องให้ข้อมูลผลตอบแทนที่ถูกต้อง

n = 200

ทักษะด้านศิลปะการโน้มน้าวใจ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. พนักงานต้องสามารถปิดการขายได้อย่างรวดเร็วตรงจุดประสงค์	4.005	0.733	มาก
2. พนักงานต้องสามารถชักชวนให้เห็นถึงประโยชน์ในการทำประกันชีวิต	3.745	0.730	มาก
3. พนักงานมีความจำเป็นต้องกระตุ้นให้เกิดอารมณ์ร่วมและคล้อยตามในการนำเสนอขาย	3.875	0.832	มาก
รวม	3.875	0.773	มาก

ผลการศึกษาทักษะของพนักงานขายด้านศิลปะการโน้มน้าวใจ ทราบได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า พนักงานต้องสามารถปิดการขายได้อย่างรวดเร็วตรงจุดประสงค์ รองลงมาคือ พนักงานต้องสร้างอารมณ์ร่วมและคล้อยตามในการนำเสนอขายให้กับลูกค้า

n = 200

ทักษะด้านเข้าใจความต้องการของลูกค้า	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. พนักงานต้องสามารถวางแผนและนำเสนอแบบประกันได้อย่างเหมาะสมกับความสามารถในการชำระเบี้ยประกันภัยของลูกค้า	3.945	0.765	มาก
2. พนักงานควรตระหนักถึงผลประโยชน์ของลูกค้าที่ได้รับมีความคุ้มค่า	3.775	0.876	มาก
3. พนักงานต้องมีการสอบถามความต้องการของลูกค้าในการทำประกันชีวิตทุกครั้ง	3.880	0.830	มาก
รวม	3.867	0.827	มาก

ผลการศึกษาทักษะของพนักงานขายด้านเข้าใจความต้องการของลูกค้า ทราบได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า พนักงานต้องนำเสนอแผนประกันได้อย่างเหมาะสมตรงกับความสามารถในการชำระเบี้ยประกันของลูกค้า รองลงมาคือ ต้องสอบถามความต้องการของลูกค้าทุกครั้ง

n = 200

ทักษะด้านเทคนิคการขาย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. พนักงานมีการเปรียบเทียบจุดเด่นของกรมธรรม์แต่ละประเภท	4.025	0.746	มาก
2. พนักงานควรนำเสนอขายที่เข้าใจง่าย	3.810	0.766	มาก
3. พนักงานต้องยกตัวอย่างลูกค้าที่ได้รับการชดเชยจากกรมธรรม์	3.885	0.796	มาก
4. พนักงานต้องนำเสนอด้วยเครื่องมือที่หลากหลายและทันสมัย เช่น สื่อดิจิทัล เป็นต้น	3.915	0.895	มาก
รวม	3.908	0.805	มาก

ผลการศึกษาทักษะของพนักงานขายด้านเทคนิคการขาย ทราบได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า พนักงานมีการเปรียบเทียบจุดเด่นของกรมธรรม์แต่ละประเภท รองลงมาคือ พนักงานต้องมีสื่อแนะนำเสนอที่หลากหลายและทันสมัย เช่น สื่อดิจิทัล เป็นต้น

n = 200

ทักษะด้านการสื่อสาร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. พนักงานต้องพูดให้ชัดเจน น่าติดตาม	3.400	0.796	มาก
2. พนักงานต้องมีไหวพริบในการตอบคำถาม	3.350	0.901	ปานกลาง
3. พนักงานต้องสามารถสรุปเนื้อหาแบบประกันชีวิตได้กระชับเข้าใจง่าย ชัดเจน	3.440	0.949	มาก
รวม	3.397	0.884	ปานกลาง

ผลการศึกษาทักษะของพนักงานขายด้านการสื่อสาร ทราบได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า พนักงานต้องสามารถสรุปเนื้อหาแบบประกันชีวิตได้กระชับชัดเจน รองลงมาคือ พนักงานต้องพูดให้ชัดเจนน่าติดตาม

n = 200

ทักษะด้านการเจรจาต่อรอง	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. พนักงานต้องสามารถประเมินทางเลือกและตัดสินใจ ยื่นข้อเสนอได้อย่างเหมาะสม	3.075	0.756	ปานกลาง
2. พนักงานควรเริ่มต้นเจรจาอย่างผ่อนคลาย	3.355	0.982	ปานกลาง
3. พนักงานต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการแสวงหาข้อยุติ ในการเจรจา	3.335	0.963	ปานกลาง
4. พนักงานต้องสามารถจับประเด็นข้อเสนอได้	3.535	0.820	มาก
รวม	3.325	0.899	ปานกลาง

ผลการศึกษาทักษะของพนักงานขายด้านการเจรจาต่อรอง ทราบได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า พนักงานต้องมีความสามารถในการจับประเด็นข้อเสนอของลูกค้าได้ รองลงมาคือ พนักงานต้องเริ่มต้นการเจรจาด้วยลักษณะผ่อนคลาย

4. ผลการศึกษาคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพ

n = 200

การซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านนึกถึงธนาคารออมสินเป็นอันดับแรก เมื่อต้องการซื้อประกันชีวิต แบบตลอดชีพ	3.715	0.953	มาก
2. หากท่านต้องตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพ ท่านจะซื้อผ่าน ช่องทางพนักงานธนาคารออมสิน	3.335	0.765	ปานกลาง
3. หากท่านได้รับบริการทั้งก่อนและหลังการขายที่ดีจากพนักงาน ในธนาคารหากท่านต้องการซื้อประกันชีวิต ท่านจะตัดสินใจซื้อผ่าน ช่องทางพนักงานธนาคารออมสิน	3.990	0.821	มาก
4. ท่านมีแผนที่จะซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพจากพนักงานธนาคาร ออมสินในอนาคตอันใกล้	3.210	0.933	ปานกลาง
รวม	3.563	0.923	มาก

ผลการศึกษาการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาศูนย์สมรภูมิ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า หากท่านได้รับการบริการทั้งก่อนและหลังการขายที่ดีจากพนักงาน ในอนาคตหากท่านต้องการซื้อประกันชีวิตเพิ่มเติม จะตัดสินใจซื้อผ่านช่องทางพนักงานธนาคารออมสิน มีระดับความสำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ท่านนึกถึงธนาคารออมสินเป็นอันดับแรก เมื่อต้องการซื้อประกันชีวิต

5. ผลการศึกษานุคลิกภาพของพนักงานขายที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาศูนย์สมรภูมิ ผู้วิจัยใช้ตัวแปรทำนาย 3 ตัว ได้แก่ นุคลิกภาพด้านส่วนบุคคล นุคลิกภาพด้านการสื่อสาร และนุคลิกภาพด้านการแสดงอารมณ์ นำมาวิเคราะห์หว่าปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

Model	B	Standard Error	t	Sig.
(Constant)	1.932	0.381	5.074	0.000*
บุคลิกภาพด้านส่วนบุคคล	0.294	0.107	2.748	0.007*
บุคลิกภาพด้านการสื่อสาร	0.043	0.122	0.350	0.727
บุคลิกภาพด้านการแสดงอารมณ์	0.069	0.104	0.665	0.507

$R = 0.316$, $R^2 = 0.100$, Adjusted $R^2 = 0.086$, $F = 7.250$, 0.05 (* $p < .05$)

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาศูนย์สมรภูมิ ด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย ได้ดีที่สุด คือ บุคลิกภาพด้านส่วนบุคคล หากพนักงานขายมีบุคลิกภาพส่วนบุคคลที่ดีทั้งการแต่งกาย รอยยิ้ม ความมั่นใจ ความสุภาพอ่อนโยน จะสามารถส่งเสริมโอกาสในการปิดการขายประกันชีวิตได้เพิ่มมากขึ้น

หากไม่พิจารณานุคลิกภาพของพนักงานขายทั้ง 3 ด้าน ที่ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของกลุ่มลูกค้าธนาคารออมสินสาขาศูนย์สมรภูมิ จะพบว่าการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของกลุ่มลูกค้าธนาคารออมสินสาขาศูนย์สมรภูมิโดยรวม มีค่าอยู่ที่ระดับ 1.932 หน่วย

หากพนักงานขายมีบุคลิกภาพด้านส่วนบุคคลเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ลูกค้ามีการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพเพิ่มขึ้น 0.294 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้บุคลิกภาพของพนักงานขายอีก 2 ด้าน มีค่าคงที่

ผลการศึกษาทักษะของพนักงานขายที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาศูนย์สมรภูมิ ผู้วิจัยใช้ตัวแปรทำนาย 6 ตัว ได้แก่ ด้านความรู้ความเชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ ด้านศิลปะการโน้มน้าวใจ ด้านเทคนิคการขาย ด้านเข้าใจความต้องการของลูกค้า ด้านการสื่อสาร และด้านการเจรจาต่อรอง นำมาวิเคราะห์หว่าปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

Model	B	Standard Error	t	Sig.
(Constant)	1.667	0.342	4.873	0.000*
ด้านความรู้ความเชี่ยวชาญ	0.057	0.094	0.602	0.548
ด้านศิลปะการโน้มน้าวใจ	0.093	0.078	1.201	0.231
ด้านเทคนิคการขาย	0.006	0.085	0.068	0.946
ด้านเข้าใจความต้องการของลูกค้า	0.075	0.077	0.976	0.330
ด้านทักษะการสื่อสาร	0.178	0.062	2.873	0.005*
ด้านทักษะการเจรจาต่อรอง	0.119	0.074	1.594	0.113

R = 0.403, R² = 0.162, Adjusted R² = 0.136, F = 6.234, 0.05 (* p < .05)

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาชัยสมรภูมิ ด้านทักษะของพนักงานขาย ได้ดีที่สุด คือ ทักษะด้านการสื่อสาร หากพนักงานขายมีทักษะการพูดที่ดี ชัดเจน ตรงประเด็น มีไหวพริบในการสื่อสาร จะสามารถมีโอกาสในการปิดการขายได้เพิ่มมากขึ้น

หากไม่พิจารณาทักษะของพนักงานขายทั้ง 6 ด้าน ที่ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาชัยสมรภูมิ จะพบว่าการซื้อของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาชัยสมรภูมิโดยรวม มีค่าอยู่ที่ระดับ 1.667 หน่วย

หากพนักงานขายมีปัจจัยทักษะด้านการสื่อสารเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ลูกค้ามีการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพเพิ่มขึ้น 0.178 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ปัจจัยทักษะของพนักงานธนาคารอีก 5 ด้าน มีค่าคงที่

ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ ดังนี้

1. กลุ่มพนักงานธนาคารออมสินที่ผลักดันการขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพ พบว่า พนักงานธนาคารมีผลงานขาย เนื่องจาก มีการชักชวน แนะนำ เสนอขายประกันชีวิตให้กับลูกค้าทุกราย โดยพนักงานให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพที่ดีและมีเทคนิคการขายที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณที่พบว่า บุคลิกภาพด้านส่วนบุคคล เช่น บุคลิกภาพโดดเด่น การแต่งกายดี มีใบหน้าที่ยิ้มแย้ม มีผลต่อความตั้งใจซื้อประกันชีวิตของลูกค้ามาก นำไปสู่การปิดการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เน้นสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยการจดจำชื่อและกล่าวทักทายก่อนทุกครั้ง เพื่อสร้างความสนิทสนมในการต่อยอดขายผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น พุดนาเสนอให้น่าติดตาม ชัดเจนและตรงประเด็น ใช้น้ำเสียงไพเราะ สร้างบรรยากาศในการขายให้มีความตื่นเต้นและน่าติดตาม โดยพนักงานมีแรงจูงใจในการขายประกันจากผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นและโอกาสการเติบโตในสายงานที่มากขึ้น การลงโทษจากผู้บังคับบัญชาส่งผลต่อการเร่งปิดการขายประกันชีวิต เนื่องจากพนักงานกลัวการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีซึ่งส่งผลต่อการพิจารณาปรับเงินเดือน เลื่อนตำแหน่ง โบนัส และขั้นพิเศษ

2. กลุ่มพนักงานธนาคารออมสินที่ไม่ผลักดันการขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพ พบว่า สาเหตุที่พนักงานธนาคารไม่สามารถสร้างยอดขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพได้ เนื่องจากไม่มีเวลาในการนำเสนอขายที่มากพอ และไม่สามารถนำเสนอลูกค้าได้ทุกราย เป็นผลมาจากปริมาณลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก โดยแรงจูงใจในการขายประกันชีวิตมาจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นเท่านั้น กอปรกับผลตอบแทนขายยังไม่เป็นที่น่าพอใจ เนื่องจาก

รายได้ค่าตอบแทนจากการขายประกันชีวิตมีการจัดสรรปันส่วนหลายหน่วยงาน ทำให้ค่าตอบแทนที่ได้รับจริงค่อนข้างน้อยและใช้เวลานานกว่าจะได้รับค่าตอบแทนในแต่ละรอบ การลงโทษมีผลต่อการเร่งปิดการขายประกันชีวิตเนื่องจากพนักงานกลัวการโยกย้ายและการลงโทษทางวินัยที่ไม่เป็นธรรม

การประมวลความคิดเห็นของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาศูนย์รวม และพนักงานขายของธนาคารออมสินสาขาศูนย์รวมและสาขาฯ พบว่า 1) จุดแข็ง คือ กลุ่มลูกค้าธนาคารออมสินสาขาศูนย์รวมส่วนใหญ่อยู่ในช่วงที่ฐานะมั่นคง เป็นวัยที่มีความพร้อมทางการเงิน ครบครัน และต้องการวางแผนความมั่นคงทางการเงินในรูปแบบเงินออมต่าง ๆ รวมทั้งธนาคารออมสินเป็นสถาบันการเงินของรัฐที่มีความมั่นคงสูง มีความน่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับของกลุ่มลูกค้าทุกระดับ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีน่าเชื่อถือ 2) จุดอ่อน คือ กลุ่มลูกค้าธนาคารออมสินสาขาศูนย์รวมส่วนใหญ่ไม่มีความรู้และไม่เปิดใจยอมรับประกันชีวิต เนื่องจากได้รับคำนิยามมาเป็นระยะเวลาเกี่ยวกับมุมมองประกันชีวิตในด้านที่ไม่เหมาะสม กลุ่มลูกค้าธนาคารออมสินส่วนใหญ่ใช้บริการเงินฝาก เช่น ซื้อสลากออมสินมากกว่าใช้บริการซื้อประกันชีวิตของธนาคารออมสิน รวมทั้งพนักงานยังมีความรู้ ความเชี่ยวชาญประกันชีวิตแค่บางคน บางคนไม่มีใบอนุญาตนายหน้าขายประกันชีวิต จึงทำให้พนักงานบางคนขาดความสนใจและใส่ใจในการศึกษาข้อมูลประกันชีวิต ทำให้เมื่อแนะนำ ชักชวน นำเสนอขายประกันชีวิตยังไม่มีประสิทธิภาพมากพอขาดทักษะและเทคนิคการขายที่ดีและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย 3) โอกาส คือ รัฐบาลออกนโยบายในการช่วยเหลือประชาชนในรูปแบบต่าง ๆ ในช่วงมาตรการช่วยเหลือประชาชน เช่น ช่วงการระบาดของไวรัสโควิด 19 เป็นต้น ธนาคารสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้หลากหลายทั้ง จากการเป็นธนาคารของรัฐ จึงมีความเชื่อมั่นจากกลุ่มลูกค้าสูง และปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยี จึงทำให้ธนาคารมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว 4) อุปสรรค คือ ผลกระทบประกันชีวิตของธนาคารในปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น เนื่องจากธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ มีผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่หลากหลายและแข่งขันด้านราคาสูง รวมถึงโปรโมชั่นในการดึงดูดใจลูกค้า กอปรกับการตลาดช่องทางใหม่ ๆ ในการเข้าถึงลูกค้า เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ออนไลน์ การโฆษณาแฝง เป็นต้น ส่งผลให้เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายและเป็นการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ในวงกว้างในเวลารวดเร็ว

ดังนั้น แนวทางการแก้ไขปัญหและเพิ่มยอดขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาศูนย์รวม จึงเสนอกลยุทธ์ ดังนี้ 1) กลยุทธ์เชิงรุก อาทิ การนำเสนอขายให้กับลูกค้าที่มียอดเงินฝากประจำที่ใกล้ครบกำหนดผ่านช่องทางโทรศัพท์และช่องทางออนไลน์ เช่น การวิดีโอคอล เพื่อนำเสนอรูปแบบและผลตอบแทนจากกรมธรรม์ ซึ่งเป็นการขายแบบ New Normal ที่ประชาชนจะสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น และใช้ประโยชน์จากช่องทางดังกล่าวในการสร้างโอกาสในการขาย 2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข อาทิ การสร้างทีมขาย ปรับปรุงระบบการขายให้มีความพร้อมและบทบาทหน้าที่ของพนักงานขายไม่ซ้ำซ้อนกัน เพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องระยะเวลาในการนำเสนอขายและให้บริการลูกค้า 3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน อาทิ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิมผ่านกิจกรรมทางการตลาดและการออกเยี่ยมลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและสร้างโอกาสในการนำเสนอขาย 4) กลยุทธ์เชิงรับ อาทิ ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ร่วมกับบริษัทประกัน ให้มีความแตกต่างด้วยทุนประกันที่สูงกว่าคู่แข่งในตลาดแต่มีค่าเบี้ยประกันที่ต่ำกว่าและครอบคลุมกับทุกกลุ่มลูกค้าของธนาคารออมสิน

สรุปผลการศึกษา

1. ทักษะของพนักงานขายด้านความรู้ ความเชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ ทักษะด้านศิลปะการโน้มน้าวใจ ทักษะด้านเข้าใจความต้องการของลูกค้า และทักษะด้านเทคนิคการขาย มีอิทธิพลต่อลูกค้าในระดับมาก ในส่วนของทักษะ

ด้านการสื่อสาร และทักษะด้านการเจรจาต่อรอง มีอิทธิพลต่อลูกค้าในระดับปานกลาง และบุคลิกภาพของพนักงานขายมีอิทธิพลต่อลูกค้าอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน กล่าวคือ ด้านส่วนบุคคล ด้านการสื่อสาร และด้านการแสดงอารมณ์

2. แนวทางแก้ไขปัญหา ปรับปรุง และวางแผน เพื่อให้มียอดขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพเพิ่มมากขึ้นดังนี้

2.1 กลยุทธ์เชิงรุก โดยการนำเสนอขายให้กับลูกค้าที่มียอดเงินฝากประจำที่ใกล้ครบกำหนดผ่านช่องทางโทรศัพท์และช่องทางออนไลน์ เช่น การวิดีโอคอล เพื่อนำเสนอรูปแบบและผลตอบแทนจากกรมธรรม์ ซึ่งเป็นการขายแบบ New Normal ที่ประชาชนจะสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น และใช้ประโยชน์จากช่องทางดังกล่าวในการสร้างโอกาสในการขาย

2.2 กลยุทธ์เชิงแก้ไข โดยการสร้างทีมขาย ปรับปรุงระบบการขายให้มีความพร้อมและบทบาทหน้าที่ของพนักงานขายไม่ซ้ำซ้อนกัน เพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องระยะเวลาในการนำเสนอขายและให้บริการลูกค้า

2.3 กลยุทธ์เชิงป้องกัน โดยการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิมผ่านกิจกรรมทางการตลาดและการออกเยี่ยมลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและสร้างโอกาสในการนำเสนอขาย

2.4 กลยุทธ์เชิงรับ โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ร่วมกับบริษัทประกัน ให้มีความแตกต่างด้วยทุนประกันที่สูงกว่าคู่แข่งในตลาดแต่มีค่าเบี้ยประกันที่ต่ำกว่าและครอบคลุมกับทุกกลุ่มลูกค้าของธนาคารออมสิน

อภิปรายผล

ผลการศึกษา จากการดำเนินงานการศึกษานักศึกษาบุคลิกภาพของพนักงานขายที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาชัยสมรภูมิ พบว่า บุคลิกภาพของพนักงานขายด้านส่วนบุคคล ด้านการสื่อสาร และด้านการแสดงอารมณ์ มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพอยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งบุคลิกภาพที่โดดเด่นสามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้พบเห็นได้เสมอ น้ำเสียงไพเราะน่าติดตาม สามารถควบคุมอารมณ์ภายใต้ภาวะความกดดันได้ดี และการสร้างความประทับใจตั้งแต่แรกพบจะสามารถต่อยอดความสัมพันธ์ได้ดี สอดคล้องกับผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า พนักงานขายที่ผลักดันการขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพของตนทั้งการแต่งกาย มารยาท ความสุภาพอ่อนโยนเป็นสำคัญ ใช้น้ำเสียงที่ไพเราะสร้างความสนใจให้ติดตามฟัง มีใบหน้ายิ้มแย้มตลอดเวลาในการนำเสนอขาย จึงทำให้สามารถปิดการขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพได้ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณัฐริยา ภัทรกิจจานุรักษ์ (2560) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลและกระบวนการมีผลต่อการซื้อประกันชีวิตมากที่สุด การที่พนักงานมีบุคลิกภาพดี แต่งกายดี มีมารยาท ใบหน้ายิ้มแย้มส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อประกันชีวิตมากที่สุด

ผลการศึกษา จากการดำเนินงานการศึกษาทักษะของพนักงานขายที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาชัยสมรภูมิ พบว่า ด้านความรู้ ความเชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ ทักษะด้านศิลปะการโน้มน้าวใจ ทักษะด้านเข้าใจความต้องการของลูกค้า และทักษะด้านเทคนิคการขาย มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพอยู่ในระดับมาก และทักษะด้านการสื่อสาร และทักษะด้านการเจรจาต่อรอง มีอิทธิพลต่อลูกค้าในระดับปานกลาง สอดคล้องกับผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า พนักงานขายที่ผลักดันการขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพให้ความสำคัญกับทักษะด้านความรู้ เทคนิคการขาย การโน้มน้าวใจ เข้าใจและตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า เน้นสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยการจดจำชื่อและกล่าวทักทายก่อนทุกครั้ง เพื่อสร้าง

ความสนิสนมในการต่อยอดขายผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น พุดนำเสนอให้นำติดตาม ชัดเจนและตรงประเด็น เรียนรู้เทคนิคการขายใหม่ ๆ เพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงานจึงทำให้สามารถปิดการขายประกันชีวิตแบบตลอดชีพได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจอร งามอิมทรัพย์ (2559) ได้ศึกษาความแตกต่างคุณสมบัติส่วนบุคคล และอิทธิพลของความสามารถทักษะการขายของพนักงานขาย และอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (IMC) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานบริษัทเอกชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ทักษะการขายของพนักงานขายที่มีความรู้ในผลิตภัณฑ์ บุคลิกภาพ เทคนิคการขาย ประสบการณ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานบริษัทเอกชน

ผลการศึกษา อิทธิพลของพนักงานขายที่สามารถพยากรณ์การซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาย่อยสมุทรภูมิ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ทักษะด้านการสื่อสาร มีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 8.60 หากไม่พิจารณาบุคลิกภาพของพนักงานขายทั้ง 3 ด้าน ที่ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของกลุ่มลูกค้าธนาคารออมสินสาขาย่อยสมุทรภูมิ จะพบว่าการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของกลุ่มลูกค้าธนาคารออมสินสาขาย่อยสมุทรภูมิโดยรวม มีค่าอยู่ที่ระดับ 1.932 หน่วย หากพนักงานขายมีบุคลิกภาพด้านส่วนบุคคลเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ลูกค้ามีการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพเพิ่มขึ้น 0.294 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้บุคลิกภาพของพนักงานขายอีก 2 ด้าน มีค่าคงที่ ส่วนตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพ ได้แก่ ด้านการสื่อสาร และด้านการแสดงอารมณ์ความรู้สึก ไม่ได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพ และบุคลิกภาพด้านส่วนบุคคล มีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 13.60 หากไม่พิจารณาทักษะของพนักงานขายทั้ง 6 ด้าน ที่ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพของกลุ่มลูกค้าธนาคารออมสินสาขาย่อยสมุทรภูมิ จะพบว่า การซื้อของกลุ่มลูกค้าธนาคารออมสินสาขาย่อยสมุทรภูมิโดยรวม มีค่าอยู่ที่ระดับ 1.667 หน่วย หากพนักงานขายมีปัจจัยทักษะด้านการสื่อสารเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ลูกค้ามีการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพเพิ่มขึ้น 0.178 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ปัจจัยทักษะของพนักงานธนาคารอีก 5 ด้าน มีค่าคงที่ ส่วนตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพ ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านศิลปะการโน้มน้าวใจ ด้านเทคนิคการขาย ด้านเข้าใจความต้องการของลูกค้า และด้านทักษะการเจรจาต่อรอง ไม่ได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อประกันชีวิตแบบตลอดชีพ

ทั้งนี้จากปัญหาในการขายประกันชีวิตของพนักงานขาย พบว่า พนักงานไม่สามารถนำเสนอขายประกันชีวิตให้กับลูกค้าได้ทุกราย เนื่องจาก ข้อจำกัดด้านเวลาในการปฏิบัติงานด้วยความเร่งรีบในการให้บริการลูกค้าจำนวนมาก แนวทางในการแก้ไขปัญหาที่ควรเลือกใช้ คือ กลยุทธ์เชิงแก้ไข เป็นการสร้างทีมขาย เพื่อเป็นการฝึกปฏิบัติงานไปพร้อมการทำงานจริง (On Job Training) โดยใช้ประสบการณ์ของหัวหน้าทีมเป็นเครื่องมือสำคัญในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะการทำงาน โดยเรียนรู้จากบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงานขาย ใช้วิธีทำงานเป็นทีมแบ่งหน้าที่พนักงานคนที่ 1 เปิดการขายแล้วส่งต่อให้พนักงานคนที่ 2 นำเสนอและปิดการขาย ส่งต่อพนักงานคนที่ 3 จัดทำเอกสารในการสมัครทำประกันชีวิต ซึ่งการแบ่งหน้าที่ชัดเจนไม่ซ้ำซ้อนจะสามารถแก้ไขปัญหาเรื่องเวลาที่จำกัดของพนักงาน และสามารถผลักดันการขายประกันชีวิตให้ประสบความสำเร็จ ตลอดจนปรับวิธีการขายผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้นด้วยวิธีการขายแบบ New Normal ในการติดต่อนำเสนอขายเชิงรุกผ่านเครื่องมือดิจิทัลและพนักงานขายทุกคนต้องพยายามสานความสัมพันธ์กับลูกค้า แสดงความเห็นอกเห็นใจ และมีความสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความไว้วางใจและสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้กับลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

งานวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา ปรับปรุง และวางแผนในการปฏิบัติงานด้านการขายประกันชีวิตของพนักงานขายได้ทุกองค์กร เพื่อให้สามารถเพิ่มยอดขายประกันชีวิตเพิ่มมากขึ้นและบรรลุตามเป้าหมาย โดยจะต้องมีการติดตามผลทุกไตรมาสเพื่อประเมินประสิทธิภาพจากการใช้แนวทางดังกล่าว และงานวิจัยนี้สามารถประยุกต์ใช้กับการขายในรูปแบบ New Normal ให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์โลกและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เพื่อสร้างโอกาสในการขายเพิ่มมากขึ้น โดยต้องให้ความสำคัญในเรื่องความของรวดเร็วในการตอบสนองต่อผู้บริโภค เช่น การตอบคำถาม การช่วยเหลือ การเปรียบเทียบรูปแบบกรมธรรม์ และช่องทางการชำระเงินออนไลน์ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษากลุ่มลูกค้าแต่ละประเภทต้องการพนักงานขายที่มีทักษะและบุคลิกภาพอย่างไร เช่น กลุ่มลูกค้าที่มีสินทรัพย์สูง, กลุ่มลูกค้าอาชีพพิเศษ, กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการ เป็นต้น เพื่อให้ทราบถึงอิทธิพลของพนักงานขายที่มีผลต่อการซื้อประกันชีวิตของลูกค้าแต่ละประเภทในเชิงลึก เพื่อสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปพัฒนาทักษะและบุคลิกภาพของพนักงานขาย ให้สามารถช่วยผลักดันการขายประกันชีวิตให้ประสบความสำเร็จได้มากยิ่งขึ้น มีความเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท และควรทำการศึกษาเพิ่มสำหรับประกันชีวิตรูปแบบอื่น ๆ เพื่อทราบถึงพฤติกรรมและปัจจัยของพนักงานขายที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันชีวิตของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานและช่วยเพิ่มรายได้ให้กับธนาคาร รวมถึงควรศึกษาการขายแบบ New Normal และช่องทางการขายใหม่ ที่มีความเหมาะสมและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและมีความน่าเชื่อถือสูง

เอกสารอ้างอิง

- ค่านาย อภิปรีชญาสกุล. (2558). **การวิจัยตลาด Marketing Research**. กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดีย แอนด์พับลิชชิง.
- ณัฐยา ภัทรกิจจานุรักษ์. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. การศึกษาค้นคว้าอิสระ. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนากรออมสิน. (2563). **รายงานประจำปี 2562**. สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2563, จาก https://www.gsb.or.th/media/2020/07/TH_GSB-ANNUAL-REPORT6220.6.pdf.
- เบญจอร งามฉิมทรัพย์. (2559). **การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ทักษะการขายของตัวแทนขายประกัน การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานบริษัทเอกชนในกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาค้นคว้าอิสระ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Aaker, D. A.; Kumar, V.; & Day, G. S. (2001). **Marketing Research**. New York: John Wiley and Sons.

S0114: การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของเทศบาลตำบลพนมสารคาม อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา

EFFICIENCY INCREASE OF REVENUE COLLECTION OF PHANOMSARAKHAM SUBDISTRICT MUNICIPALITY, AMPHOE PHANOMSARAKHAM, CHACHOENGSAO PROVINCE

ชุติมา แจ่มศรีย์¹ ธนเดช กังสวัสดิ์²

¹ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่เสียภาษีให้กับเทศบาลตำบลพนมสารคามต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ 2) เพื่อศึกษาการเพิ่มขึ้นของจำนวนรายได้ที่จัดเก็บกับความพึงพอใจและทัศนคติในการรับบริการ และการมีส่วนร่วมของประชาชน 3) เพื่อหาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ที่เหมาะสมกับเทศบาลตำบลพนมสารคาม และ 4) เพื่อศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของเทศบาลตำบลพนมสารคาม โดยผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยแบบผสานวิธี คือ การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่เสียภาษีให้กับเทศบาลตำบลพนมสารคาม โดยใช้สูตรทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) จำนวน 300 ชุด ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ในส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้บริหาร บุคลากร และผู้นำชุมชนของเทศบาลตำบลพนมสารคาม จำนวน 13 ชุด

ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่เสียภาษีให้กับเทศบาลตำบลพนมสารคาม ด้านอายุ ระดับการศึกษาและอาชีพมีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ ความพึงพอใจและทัศนคติในการรับบริการ และการมีส่วนร่วมของประชาชนมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น มาตรการในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้จากการศึกษา คือ การสร้างความพึงพอใจและทัศนคติที่ดีในการรับบริการ และการมีส่วนร่วมของประชาชน

คำสำคัญ: การเพิ่มประสิทธิภาพ, การจัดเก็บรายได้

Abstract

The study of efficiency increase of revenue collection of Phanomsarakham Subdistrict Municipality, Amphoe Phanomsarakham, Chachoengsao Province, has objectives to study the personal characteristics of entrepreneurs taxing to Phanomsarakham Municipality on the efficiency of income collection, to study the improvement of the efficiency of income collection of Phanomsarakham Municipality, to study the relationship between improvement of the efficiency of modern information systems, income collection

operations, income collection precipitation and the follow-up and audit to the efficiency of income collection to find ways to improve the efficiency of income collection that are suitable for Phanomsarakham Municipality. The researcher used a mixed research method, namely, quantitative research and qualitative research. The quantitative research used questionnaires as a tool to collect data on the sample which are the entrepreneurs who paid taxes to Phanomsarakham Municipality in the amount of 300 sets, used descriptive statistics such as percentage, mean, standard deviation. For the qualitative research, structured questionnaires were used to collect data on the sample who are personnel administrators and community leaders of Phanomsarakham Municipality in the amount of 13 sets.

The results of the study showed that the personal characteristics of entrepreneurs taxed to Phanomsarakham Municipality on age, education, and occupation levels affected the efficiency of income collection. Satisfaction and services calling attitude and participation of people had a statistically significant effect on the improvement of the efficiency of income collection at .05 level. Therefore, the measure for improving the efficiency of income collection from the study was to create satisfaction and a positive attitude in calling services and the participation of people.

Keywords: Efficiency increase and revenue collection

บทนำ

การปกครองท้องถิ่นเป็นการปกครองที่มาจากแนวคิดพื้นฐานที่เปรียบเสมือนกับกรอบความคิดใหญ่ ในการจัดระบบแนวคิดการกระจายอำนาจ (Decentralization) การปกครองท้องถิ่นนั้นมีการประกาศใช้ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ซึ่งเป็นรัฐธรรมนูญฉบับแรกของไทยที่มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไว้อย่างชัดเจน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นของไทยได้มีความเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของหน้าที่อำนาจหน้าที่เพิ่มขึ้นจากการได้รับถ่ายโอนภารกิจ การได้รับการจัดสรรรายได้จากรัฐเพิ่มขึ้นและการดำเนินการต่าง ๆ ในทิศทางของการสนับสนุนส่งเสริมความเข้มแข็งและประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (วิชชุกร นาคธน. 2561: 30) สำหรับทิศทางการปกครองส่วนท้องถิ่นตามรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน พ.ศ. 2560 มีสาระสำคัญ คือ จะเน้นการขยายอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้มีบทบาทที่ชัดเจน และกว้างขวางขึ้น การมีหน้าที่ของตนโดยเฉพาะ จึงทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะได้รับการส่งเสริมการสนับสนุนให้มีความเข้มแข็งในการบริหารงานได้โดยอิสระ และสามารถพัฒนาระบบการคลังโดยการจัดระบบภาษีหรือการจัดสรรภาษีที่เหมาะสม รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาการหารรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและการกำหนดหน้าที่และอำนาจดูแล และจัดทำบริการสาธารณะและกิจกรรมสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งแตกต่างจากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 และพ.ศ. 2550 ที่กำหนดรายละเอียดอย่างชัดเจนว่าจะต้องทำกฎหมายท้องถิ่นใด แต่ในรัฐธรรมนูญนี้เน้นกฎหมายรองรับตามที่รัฐธรรมนูญกำหนด ดังนั้น ในการจัดทำกฎหมายรองรับดังกล่าวจะต้องได้รับข้อเสนอจากประชาคมท้องถิ่นทั้งหลาย รวมทั้งสมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น บุคลากรของท้องถิ่นในการร่วมกันจัดทำข้อเสนอ

เบื้องต้นในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งความร่วมมือของหลาย ๆ ฝ่าย เพื่อรณรงค์ให้มีการขับเคลื่อนกฎหมายท้องถิ่นตามรัฐธรรมนูญนี้ โดยให้เป็นไปตามหลักการและเป้าหมายของการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นตามเจตนารมณ์ของการปกครองตนเอง (นครินทร์ เมฆไตรรัตน์. 2560: ออนไลน์)

การจัดเก็บภาษีเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศ วัตถุประสงค์หลักของรัฐบาลที่ต้องจัดเก็บภาษีจากประชาชน เพื่อนำเงินภาษีมาใช้จ่ายในการพัฒนาประเทศ และยกระดับความเป็นอยู่ ของประชาชนให้ดียิ่งขึ้น และมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างอนาคตทางเศรษฐกิจของประเทศชาติ เงินภาษีที่ประชาชนเสียไปย่อมจะกลับคืนสู่ประชาชนทุกคน ดังนั้น ภาษีจึงเป็นภาระหน้าที่โดยตรงของคนไทยทุกคน หน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการจัดเก็บภาษีตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545 ประกอบด้วย กรมสรรพากร กรมสรรพสามิต กรมศุลกากร และนอกจากนี้ยังมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทำหน้าที่จัดเก็บภาษีบำรุงท้องถิ่น ประกอบด้วยภาษีโรงเรือนและที่ดิน ภาษีบำรุงท้องที่ และภาษีป้าย ภาษีบำรุงท้องถิ่นเป็นภาษีที่มีความสำคัญ คือ ส่งเสริมการกระจายอำนาจการปกครองเพราะเป็นการเพิ่มอำนาจให้กับท้องถิ่นโดยตรง ทำให้ท้องถิ่นมีรายได้เป็นของตนเอง ซึ่งจะนำไปใช้จ่ายในการดำเนินงานได้โดยอิสระในระดับหนึ่ง โดยมีสภาท้องถิ่นเป็นผู้พิจารณาความเหมาะสมของการใช้จ่ายรายได้ที่ได้จากการจัดเก็บภาษี ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นให้เจริญก้าวหน้า (สุธิดา อรรถนิมาตย์; และ จีรวัฒน์ เจริญสุข. 2557: ออนไลน์)

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีฐานะการคลังที่มีรายได้เพียงพอในการปกครองตนเองได้ฐานะการคลังขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จึงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในสิ่งที่จะทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีขีดความสามารถในการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะเจริญก้าวหน้า และมีความสามารถในการรับใช้ประชาชน อำนวยความสะดวก และความกินดีอยู่ดีให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นได้มากเพียงใดนั้น ต้องขึ้นอยู่กับฐานะการคลัง การมีรายได้เพียงพอต่อการพัฒนาท้องถิ่นเป็นสำคัญ หากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใดมีรายได้หรือฐานะการคลังไม่เพียงพอ จะต้องอาศัยเงินอุดหนุนช่วยเหลือทางการเงินจากรัฐบาลส่วนใหญแล้วองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นจะถูกควบคุมจากส่วนกลางมากขึ้นตามจำนวนเงินที่ได้อุดหนุนมา ทำให้ขาดอิสระ หรืออำนาจในการปกครองตนเอง ขาดความคิดริเริ่มที่จะปรับปรุงท้องถิ่นของตนเองให้เจริญก้าวหน้าได้ดียิ่งขึ้น (วิชชุกร นาครณ. 2561: 36)

เทศบาลตำบลพนมสารคาม อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นเทศบาลที่ได้รับการเปลี่ยนแปลงฐานะจากสุขาภิบาลเป็นเทศบาลตามพระราชบัญญัติเปลี่ยนแปลงฐานะสุขาภิบาลเป็นเทศบาล พ.ศ. 2542 การประมาณการภาษีที่จัดเก็บเองนั้นมีการเปลี่ยนแปลงทุกปี ซึ่งเป็นไปตามรายได้ที่จัดเก็บจากปีที่ผ่านมา ทำให้รายได้ภาษีที่จัดเก็บเองตรงตามประมาณการ แต่มีอัตราที่น้อยมาก เมื่อเทียบกับอัตราภาษีที่รัฐจัดสรรและเงินอุดหนุนที่รัฐบาลจัดสรรให้ ส่งผลให้การบริหารจัดการตามภารกิจของเทศบาลต้องพึ่งพางบประมาณจากรัฐบาลส่วนกลาง ทำให้รัฐบาลต้องแบกรับภาระเป็นอย่างมาก และสิ่งที่จะช่วยแบ่งเบาภาระของรัฐบาลได้ คือ เทศบาลจะต้องเพิ่มรายได้ของตนให้มากที่สุดตามแผนปฏิบัติ กำหนดขั้นตอนการกระจายอำนาจทางการเงิน การคลัง และงบประมาณให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการเพิ่มรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรัฐบาลให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยรัฐบาลจะมีรางวัลให้ทุก ๆ ปี แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่สามารถจัดเก็บรายได้เพิ่มขึ้น และตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งส่งผลให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมุ่งมั่น และให้ความสำคัญในการจัดเก็บรายได้ในท้องถิ่นของตน และในส่วนของเทศบาลเอง ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก แต่ในการที่จะเพิ่มรายได้ให้เป็นไปตาม

เป้าหมายที่เทศบาลกำหนดไว้นั้น ยังมีปัญหาและอุปสรรคในการจัดเก็บรายได้จากปัจจัยหลาย ๆ ด้าน (เทศบาลตำบลพนมสารคาม. 2562: ออนไลน์)

การจัดเก็บภาษีบำรุงท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพนั้นต้องปรับเปลี่ยนพัฒนาวิธีการ ด้วยการนำทักษะความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์การใช้ ถือเป็นเครื่องมือเครื่องมือสำคัญของการบริหารจัดการกับการเปลี่ยนแปลง โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร รวมถึงทางด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและผลิต และยังช่วยให้องค์กรสามารถลดต้นทุนการผลิตเพื่อยกระดับศักยภาพ และช่วยในการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (วันทนีย์ อินทศรี. 2559: 35)

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าภาษีบำรุงท้องถิ่นเป็นภาษีที่มีความสำคัญ เป็นการส่งเสริมการกระจายอำนาจการปกครองให้กับองค์กรส่วนท้องถิ่นโดยตรง และเป็นรายได้ที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถนำไปใช้จ่ายในการดำเนินงานโดยอิสระในระดับหนึ่ง ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นพนักงานเกี่ยวกับการจัดเก็บรายได้ของเทศบาลตำบลพนมสารคามจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพ การจัดเก็บรายได้ของเทศบาลตำบลพนมสารคาม เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการจัดเก็บภาษีให้เกิดประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

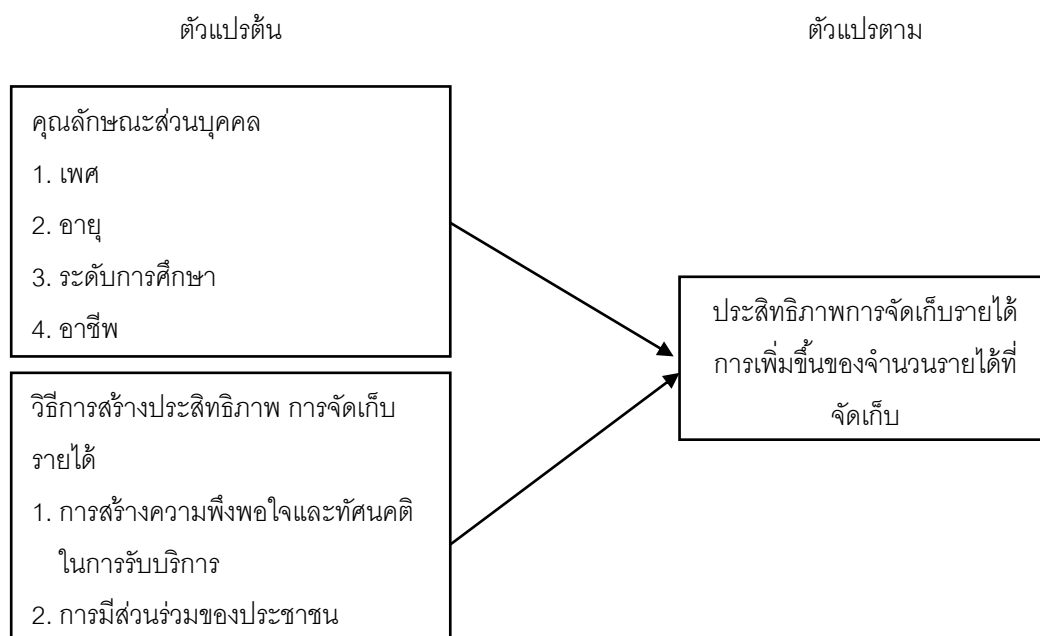
1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่เสียภาษีให้กับเทศบาลตำบลพนมสารคามต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้
2. เพื่อศึกษาการเพิ่มขึ้นของจำนวนรายได้ที่จัดเก็บ กับความพึงพอใจและทัศนคติในการรับบริการและการมีส่วนร่วมของประชาชน
3. เพื่อหาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ที่เหมาะสมกับเทศบาลตำบลพนมสารคาม
4. เพื่อศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของเทศบาลตำบลพนมสารคาม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่เสียภาษีให้กับเทศบาลตำบลพนมสารคาม ที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้
2. ทำให้ทราบแนวทางการจัดเก็บรายได้ในปัจจุบัน
3. ทำให้ทราบถึงแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของเทศบาลตำบลพนมสารคาม
4. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการกำหนดแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ที่เหมาะสมกับเทศบาลตำบลพนมสารคาม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดเพื่อใช้ในการศึกษา ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในแบบผสมวิธี คือ 1. เชิงปริมาณ (quantitative approach) และ 2. เชิงคุณภาพ (qualitative approach) ที่มุ่งศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของเทศบาลฯ โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ กำหนดขอบเขตการศึกษาเฉพาะพื้นที่ในเขตเทศบาลตำบลพนมสารคาม อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา

2. ขอบเขตของเนื้อหา ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากเอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยเพื่อศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของเทศบาลตำบลพนมสารคาม อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา

3. ขอบเขตด้านประชากร

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามแนวทางการศึกษาเชิงปริมาณ

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการที่เสียภาษีให้กับเทศบาลตำบลพนมสารคาม จำนวน 910 คน (เทศบาลตำบลพนมสารคาม. 2562) โดยใช้วิธีคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) และกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน โดยมีระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความ

เชื่อมั่น 95% จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาได้ เท่ากับ 277.86 คน แต่เพื่อให้ง่ายต่อการดำเนินงานและมีความแม่นยำมากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้เก็บข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ครบ 300 คน

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามแนวทางการศึกษาเชิงคุณภาพ

ประชากรแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาประชากรจาก 2 กลุ่มที่มีความสำคัญและมีความเกี่ยวข้องกับการจัดเก็บรายได้ของเทศบาลตำบลพนมสารคาม โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) คือผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินการจัดเก็บรายได้และผู้มีส่วนในการเสียภาษี โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาแบ่งออกเป็น บุคลากรในเทศบาลตำบลพนมสารคาม จำนวน 7 คน และผู้นำชุมชน จำนวน 6 คน รวม 13 คน

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย ระยะเวลาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ประกอบการที่เสียภาษีให้เทศบาลตำบลพนมสารคาม ระหว่างวันที่ 1 เมษายน 2563 ถึง 30 มิถุนายน 2563

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ และใช้แบบสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (in-depth interviewing) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ทำให้สามารถเติมเต็ม และอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น และตัวแปรตามได้ชัดเจนมากขึ้น ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษากรอบแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจะวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ด้วยการวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน คือ One way ANOVA โดยผู้วิจัยประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์ตามแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของ สรุจรงค์ จันทวนิช (2552: 144-147) ได้แก่ การจำแนกข้อมูล การเปรียบเทียบข้อมูล การเชื่อมโยงแนวคิดที่สัมพันธ์กัน และการสรุปตีความด้วยการบรรยายผล และนำเสนอผลการวิจัยว่าได้ค้นพบความจริง เพื่อยืนยันความรู้ที่มีมาแต่เดิมหรือได้ความรู้ใหม่ประการใด

ผลการศึกษา

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ในภาพรวม

การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ด้านความพึงพอใจและทัศนคติในการรับบริการ	3.56	0.89	มาก
ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน	2.91	0.60	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.23	0.82	ปานกลาง

จากตาราง 3 ผลการศึกษาระดับการเพิ่มประสิทธิภาพประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านความพึงพอใจและทัศนคติในการรับบริการ โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.56$) รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน ($\bar{X} = 2.91$)

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเพิ่มขึ้นของจำนวนรายได้ที่จัดเก็บในภาพรวม

ประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ด้านการเพิ่มขึ้นของจำนวนรายได้ที่จัดเก็บ	3.07	0.96	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.07	0.96	ปานกลาง

จากตาราง 4 ผลการศึกษา ระดับการเพิ่มของจำนวนรายได้ที่จัดเก็บโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.07$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.96

ตาราง 5 สรุปผลการวิจัย คุณลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อการเพิ่มของจำนวนรายได้ที่จัดเก็บ

ประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้	คุณลักษณะส่วนบุคคล			
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ
การเพิ่มขึ้นของจำนวน	t-test = .463	t-test = 2.487	t-test = 3.779	t-test = 3.797
รายได้ที่จัดเก็บ	Sig. = .641*	Sig. = .042	Sig. = .003	Sig. = .005
	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1

จากตาราง 5 พบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่ต่างกัน มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของจำนวนรายได้ที่จัดเก็บ โดยคุณลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ พบว่าไม่มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของจำนวนรายได้ที่จัดเก็บ

ตาราง 6 สรุปผลการวิจัย การเพิ่มประสิทธิภาพมีผลต่อการเพิ่มของจำนวนรายได้ที่จัดเก็บ

การเพิ่มขึ้นของจำนวนรายได้ที่จัดเก็บ	sum of squares	df	Mean square	F	Sig.
ด้านความพึงพอใจและทัศนคติ	7.806	4	1.952	2.051	.086*
ในการบริการ	307.681	295	.948		
	315.488	299			
ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน	14.127	4	3.532	3.581	.006
	320.385	295	.986		
	334.512	299			
	7.445	4	1.863	3.106	.016
รวม	194.682	295	.598		
	202.127	299			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 6 ผลการศึกษาพบว่า การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ในภาพรวมมีผลต่อการเพิ่มขึ้นของจำนวนรายได้ที่จัดเก็บแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่า F test เท่ากับ 3.106 และมีค่า Sig. เท่ากับ .016 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. ที่กำหนดไว้ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเพิ่มขึ้นของจำนวนรายได้ที่จัดเก็บแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของเทศบาลตำบลพนมสารคาม อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ

1. การเพิ่มขึ้นของจำนวนรายได้ที่จัดเก็บ กับความพึงพอใจและทัศนคติในการรับบริการ และการมีส่วนร่วมของประชาชน ได้แก่

1.1 เทศบาลตำบลพนมสารคามมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนผู้มาติดต่อชำระภาษีอย่างเพียงพอ สะดวก เหมาะสม และมีเจ้าหน้าที่เพียงพอในการจัดเก็บรายได้หรือไม่ อย่างไร จากผลการสัมภาษณ์พบว่า เทศบาลตำบลมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้มาติดต่อชำระภาษีอย่างเพียงพอทั้งด้านสถานที่ และการรับบริการจากเจ้าหน้าที่ มีสถานที่สำหรับนั่งรอระหว่างมาชำระภาษีสะดวกสบาย มีน้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ไว้ให้บริการ ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกสบายให้กับผู้มาชำระภาษี

1.2 เทศบาลตำบลพนมสารคามมีนโยบายการให้รางวัลใจในการชำระภาษีหรือไม่ อย่างไร จากผลการสัมภาษณ์พบว่า เทศบาลตำบลเคยมีนโยบายการให้รางวัลใจในการชำระภาษี แต่ในปัจจุบันด้วยเหตุผล

หลายประการทำให้นโยบายนี้ไม่ได้ดำเนินการต่อ จึงเน้นไปที่การบริการในการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ชำระภาษี และการสร้างความเข้าใจในบทบาท หน้าที่ และความจำเป็นในการเสียภาษี

1.3 เทศบาลตำบลพนมสารคามมีการรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากบุคคลภายนอก ตลอดจนมีการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดแผนหรือโครงการเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดเก็บรายได้ หรือโครงการสาธารณะต่าง ๆ ของเทศบาลตำบลพนมสารคาม หรือไม่ อย่างไร จากผลการสัมภาษณ์พบว่า เทศบาลตำบลมีการส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของเทศบาลตำบลในหลาย ๆ ด้าน เช่น มีการออกประชาคมชุมชนเพื่อรับฟังความเห็นและเพื่อสอบถามความต้องการของประชาชนเป็นประจำทุกปี เพื่อนำมาพัฒนา และมาสร้างเป็นแผนพัฒนาท้องถิ่นเป็นรายปี และมีการให้ความรู้เรื่องภาษี เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ และตอบข้อสงสัยของประชาชนได้อย่างทั่วถึง

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของเทศบาลตำบลพนมสารคาม อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างไรก็ตาม จากผลการสัมภาษณ์พบว่า

2.1 เทศบาลตำบลพนมสารคามควรมีการสำรวจข้อมูลในระบบแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินให้เป็นปัจจุบัน เพื่อนำมาใช้ในการจัดเก็บภาษีอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และสะดวกในการสืบค้นข้อมูล

2.2 เทศบาลตำบลพนมสารคามควรจัดทำแผนพัฒนาประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ประจำปี โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน เพื่อพัฒนาศักยภาพในการจัดเก็บรายได้ของเทศบาลตำบลให้มีประสิทธิภาพต่อไป ควรจัดทำโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี เช่น โครงการให้รางวัลแก่ผู้มาชำระภาษีตามกำหนด โดยคัดเลือกจากผู้ที่มายื่นแบบ และชำระภาษีตามระยะเวลา การออกหน่วยบริการรับชำระภาษีเคลื่อนที่ เป็นต้น

2.3 เทศบาลตำบลพนมสารคามควรถือปฏิบัติตามพระราชบัญญัติรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างเคร่งครัด มีการออกข้อบัญญัติตำบลให้เหมาะสม สอดคล้องภายใต้กรอบของกฎหมาย ควรใช้มาตรการบังคับจัดเก็บภาษี กรณีผู้หลีกเลี่ยงไม่ชำระภาษี เช่น การฟ้องคดี การยึด การยึด และขายทอดตลาด ตามที่กฎหมายกำหนด เป็นต้น

2.4 เทศบาลตำบลพนมสารคามควรกำหนดแผนการนิเทศ การกำกับ และการติดตามประเมินผล การจัดเก็บรายได้เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปรับปรุง และพัฒนาการจัดเก็บรายได้ของเทศบาลตำบลพนมสารคาม

สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาคูณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่เสียภาษีให้กับเทศบาลตำบลพนมสารคามต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี ขึ้นไป จบการศึกษาระดับอนุปริญญา (ปวช./ปวส.) และมีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ซึ่งลักษณะของเพศไม่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ แต่อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพมีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการเพิ่มขึ้นของจำนวนรายได้ที่จัดเก็บ กับความพึงพอใจ และทัศนคติในการรับบริการ และการมีส่วนร่วมของประชาชน

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง ได้แก่ ด้านความพึงพอใจและทัศนคติในการบริการ รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อหาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ที่เหมาะสมกับเทศบาลตำบลพนมสารคาม

ด้านความพึงพอใจและทัศนคติในการรับบริการ คือ การให้บริการด้วยความเต็มใจ ถึงแม้จะมีบุคลากรไม่เพียงพอ แต่การอำนวยความสะดวกในการรับชำระภาษีย่อมมีความสำคัญกับทัศนคติของผู้ที่มาเสียภาษี

ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การมีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการสาธารณะต่าง ๆ และการเสนอโครงการต่าง ๆ ของเทศบาลตำบลพนมสารคาม ทำให้เข้าถึงประชาชนและทำให้ประชาชนได้รับข่าวสารจากเทศบาลได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของเทศบาลตำบลพนมสารคาม

ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวม พบว่า ระดับประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความพึงพอใจและทัศนคติในการรับบริการ โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน

อภิปรายผล

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะได้นำเสนอเกี่ยวกับการอภิปรายผลการวิจัย โดยมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่เสียภาษีให้กับเทศบาลตำบลพนมสารคาม ต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้

ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ แต่ด้านเพศไม่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า สำหรับการวิจัยครั้งนี้ไม่ว่าผู้ประกอบการที่มีหน้าที่เสียภาษี จะเป็นเพศชายหรือเพศหญิงก็ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภักทวดี วงษ์บัวงาม (2558: 53-61) ได้กล่าวในการวิจัยเรื่อง ศึกษาการจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ว่าประชาชนผู้เสียภาษีที่อายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอสูงเนิน โดยรวมด้านหลักความแน่นอน และด้านหลักความประหยัด และประชากรที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นโดยรวม และอีก 3 ด้าน คือ ด้านหลักความแน่นอน ด้านหลักความสะดวก และด้านหลักความประหยัด แตกต่างกัน

2. เพื่อศึกษาการเพิ่มขึ้นของจำนวนรายได้ที่จัดเก็บ กับความพึงพอใจและทัศนคติในการรับบริการ และการมีส่วนร่วมของประชาชน

ผลการศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้พบว่า ด้านความพึงพอใจและทัศนคติ ในการบริการ และการมีส่วนร่วมของประชาชนมีผลต่อการเพิ่มขึ้นของจำนวนรายได้ที่จัดเก็บ ซึ่งสอดคล้องกับ เพ็ญภา ยนต์ชมพู่ และ เสาวมาศ เกื่อนนาดี (2559) ที่กล่าวว่า ในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบลต้องมีการปรับรูปแบบการให้บริการ เช่น การออกให้บริการนอกสถานที่ การจัดบริการที่ประชาชนเข้าถึงได้ง่าย และสร้างแรงจูงใจให้ผู้ชำระภาษี โดยการจัดทำโครงการคืนกำไรผู้เสียภาษี ให้รางวัลแก่ผู้มาชำระภาษี

3. เพื่อหาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ที่เหมาะสมกับเทศบาลตำบลพนมสารคาม ผลการศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บรายได้

3.1 ด้านความพึงพอใจและทัศนคติในการรับบริการ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ เทศบาลตำบลพนมสารคามมีการจัดสถานที่รับรองแก่ผู้มาติดต่อชำระภาษีอย่างเพียงพอ สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน คือ สถานที่จำนวนพื้นที่น้อย และเป็นทางเดิน จึงไม่สามารถนำเก้าอี้หรือโต๊ะไปวางสำหรับบริการผู้มาติดต่อชำระภาษีได้ และเนื่องด้วยเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงาน ด้านการจัดเก็บรายได้มีเพียง 2 ราย อาจเกิดความล่าช้าในการรับยื่นแบบและชำระภาษีในกรณีมีผู้มาชำระภาษีพร้อม ๆ กันหลายราย สอดคล้องกับ เพ็ญภา ยนต์ชมพู่; และ เสาวมาศ เกื่อนนาดี (2559: 65-80) ที่กล่าวว่า การให้บริการที่ดี หมายถึง การที่ข้าราชการซึ่งทำงานติดต่อกับประชาชนที่มาติดต่อขอรับบริการ ด้วยความรวดเร็ว เสมอภาค เป็นธรรม และมีอัธยาศัยที่ดีต่อประชาชน ภายใต้กฎหมาย ข้อบังคับ และระเบียบต่าง ๆ รวมถึงการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการจัดเก็บรายได้ จะส่งผลให้การจัดเก็บรายได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3.2 ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ ท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดแผน/โครงการพัฒนาการจัดเก็บรายได้ ซึ่งในกรณีนี้แสดงให้เห็นว่า เนื่องจากเทศบาลตำบลพนมสารคามยังไม่ได้มีการจัดให้มีการประชุมเพื่อวางแผนพัฒนาการจัดเก็บรายได้ให้เพิ่มขึ้น และไม่การวางแผน/โครงการพัฒนาการจัดเก็บรายได้ ทำให้ประชาชนไม่มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดแผน/โครงการ ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่า เทศบาลตำบลพนมสารคามมีการส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของเทศบาลในหลาย ๆ ด้าน เช่น มีการออกประชาคมตำบลเพื่อรับฟังความคิดเห็น และเพื่อสอบถามความต้องการของประชาชนเป็นประจำทุกปีเพื่อนำมาพัฒนา มีการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการสาธารณะต่างๆ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ อรทัย กิกผล (2559: 17) กล่าวถึง การมีส่วนร่วมของประชาชน (public participation) ว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องเปิดให้ประชาชนเข้าไปร่วมในการกำหนดกฎเกณฑ์ นโยบาย กระบวนการบริหาร และตัดสินใจของท้องถิ่น เพื่อผลประโยชน์ของประชาชนเอง และต้องอยู่บนพื้นฐานของการที่ประชาชนจะต้องมีอิสระทางความคิด มีความรู้ความสามารถในการกระทำ และมีความเต็มใจที่จะเข้าร่วมต่อกิจกรรมนั้น ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะใน การที่จะให้การจัดเก็บรายได้ของเทศบาลตำบลพนมสารคามมีประสิทธิภาพมากขึ้นนั้น เทศบาลตำบลพนมสารคาม จำเป็นจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจอย่างแท้จริงบนพื้นฐานความต้องการของประชาชนเป็นหลัก ร่วมกันดำเนินการตามนโยบายหรือโครงการต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ และสามารถติดตามการดำเนินกิจกรรมนั้น ๆ ได้

4. เพื่อศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ของเทศบาลตำบลพนมสารคาม

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ในประเด็นของข้อคำถามที่สอดคล้องกันพบว่า แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ที่เหมาะสมกับเทศบาลตำบล พนมสารคาม มี 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความพึงพอใจและทัศนคติในการรับบริการ และด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญภา ยนต์ชมพู่; และ เสาวมาศ เกื่อนนาดี (2559: 65-80) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบล กรณีศึกษาเปรียบเทียบกับจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบล มี 4 ด้าน คือ การจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการจัดเก็บรายได้ การจัดการปัจจัยนำเข้าที่มีประสิทธิภาพ การจัดการกระบวนการจัดเก็บ และการติดตามและ

ตรวจสอบการจัดเก็บ อาจเป็นเพราะข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้พบว่า การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ที่ดี ต้องมีกระบวนการดำเนินงานการจัดเก็บรายได้ และการติดตามและตรวจสอบเป็นองค์ประกอบสำคัญ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรนำข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษามาปรับปรุงแก้ไขในส่วนที่เป็นปัญหาให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น การอำนวยความสะดวกสบายแก่ผู้มาชำระภาษี มีการให้ความรู้เรื่องภาษีมากขึ้น เป็นต้น
2. เผยแพร่เพื่อประโยชน์ต่อหน่วยงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นไปพัฒนาต่อยอดโดยอาจปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินการใหม่ตามศักยภาพความพร้อมของแต่ละพื้นที่ เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับท้องถิ่นของตนเอง

เอกสารอ้างอิง

- เทศบาลตำบลพนมสารคาม. (2562). **ข้อมูลพื้นฐาน**. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2562, จาก <http://www.phanomcity.go.th>.
- นครินทร์ เมฆไตรรัตน์. (2560). **การปกครองตนเองในระดับท้องถิ่น**. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2562, จาก <http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title>.
- เพ็ญภา ยันต์ชมพู; และ เสาวมาศ เกื่อนนาดี. (2559). **กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบล กรณีศึกษาเปรียบเทียบในจังหวัดขอนแก่น**. รายงานการศึกษาอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. ขอนแก่น: วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ภัทรวดี วงษ์บัวงาม. (2559). **การจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา**. ภาคนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาสารคาม บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วิชชุกร นาครน. (2561). **กฎหมายเกี่ยวกับการบริหารงานท้องถิ่นและความรับผิดชอบสาธารณะ**. กรุงเทพฯ: จรัสสินทวงศ์การพิมพ์.
- วันทนีย์ อินทร์ศรี. (2559). **การจัดเก็บรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดนนทบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. ชลบุรี บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุริดา อรรถนิมาตย์; และ จีรวัดณ์ เจริญสุข. (2557). **ปัญหาการจัดเก็บภาษีรายได้ขององค์กรปกครองส่วนตำบลบึงเกลือ ตำบลเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด**. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2562, จาก http://www.kmutt.ac.th/jif/public_html.
- สุรางค์ จันทวานิช. (2552). **การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรรถัย กักผล. (2559). **Urbanization เมื่อ “เมือง” กลายเป็นโจทย์ของการบริหารจัดการท้องถิ่นสมัยใหม่**. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.

S0115: กลยุทธ์การพัฒนาการตลาดของแพ่งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา

DEVELOPMENT FOR MARKETING STRATEGY OF KUNGSITTICHOK RAFT IN CHACHOENGSAO PROVINCE

สุพรรณิ เทาะชมด¹ ธนเดช กังสวัสดิ²¹ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์**บทคัดย่อ**

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าของแพ่งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา 2) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดของแพ่งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา 3) เพื่อศึกษากลยุทธ์การพัฒนาการตลาดของแพ่งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า โดยผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้ข้อมูลตัวเลขเป็นหลักฐานยืนยัน ความถูกต้องของข้อค้นพบ และข้อสรุปต่าง ๆ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสนับสนุนข้อค้นพบเชิงปริมาณ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มลูกค้าที่ซื้อและเคยซื้อแพ่งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา ในเดือนเมษายน ปี พ.ศ. 2562 จำนวน 540 คน โดยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 540 ชุด

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้ามีความถี่ในการซื้อสินค้ามากกว่าสัปดาห์ละครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อสินค้า เฉลี่ยต่อครั้ง 50,001-100,000 บาท โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าเพื่อจำหน่าย มีปริมาณการซื้อสินค้าแต่ละครั้งคือต่ำกว่า 300 กิโลกรัม โดยมีปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อผลที่ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่แพ่งสิทธิโชคคือเป็นแพ่งที่มีชื่อเสียงในจังหวัดฉะเชิงเทราและเมื่อศึกษาปัจจัยด้านกลยุทธ์ การพัฒนาการตลาดของแพ่งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากผลวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลจากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกลยุทธ์ของลูกค้า แพ่งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า เมื่อพิจารณาโดยรวมตัวแปรจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพ สามารถอธิบายความแปรปรวนของลูกค้าที่มีต่อแพ่งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับที่ .05 ($p\text{-value} < .05$) โดยค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.353 และค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดมีค่าเท่ากับ 0.125 และเมื่อพิจารณาเป็นตัวแปรแล้ว พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($B = 0.041$) เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีค่าความคาดเคลื่อนในการพยากรณ์ = 0.224 โดยมีตัวแปรจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ที่มีผลต่อกลยุทธ์การพัฒนาการตลาดของแพ่งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทราที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของแพ่งสิทธิโชค

คำสำคัญ: การพัฒนา, กลยุทธ์การตลาด, ธุรกิจแพ่งสิทธิโชค

Abstract

The objectives of this research are to 1) study the purchasing behavior of customers of KungSittichok Raft in Chachoengsao Province 2) to study problems, obstacles, and suggestions related to the development for the marketing strategy of KungSittichokRaft in Chachoengsao Province 3) to study the development for the marketing strategy of KungSittichok Raft in Chachoengsao Province that affects the decision to purchase the product. The researcher used a quantitative research method by using numerical data as evidence to verify the accuracy of the findings and various conclusions by using questionnaires as a tool for data collection and supports quantitative findings for collecting data from customer populations who have purchased and previously purchased fresh white leg shrimp from KungSittichok Raft in Chachoengsao Province in April 2019, 540 people, 540 sets of data were collected. The results of the study showed that the purchasing behavior of customers was more frequent than once a week. There is an average purchase cost of 50,001-100,000 baht per time to purchase product distribution. The purchase volume of each time is less than 300 kilograms with personal factors affecting the reason for choosing to purchase products at KungSittichok Raft is a famous raft in Chachoengsao Province and when studying the factors of development for the marketing strategy of KungSittichok Raft in Chachoengsao Province, the overall image is at a high level. The results of the analysis of factors affecting the strategy of the customers of KungSittichok Raft is a famous raft in Chachoengsao Province, it consists of product, price, distribution channel, marketing promotion, personnel, process, and physical descriptions. It was found that when considering the overall variables of 4 aspects, namely distribution channel, personnel, process, and physical descriptions, able to explain the variance of customers towards KungSittichok Raft in Chachoengsao Province At the .05 level ($p\text{-value} < .05$), the correlation was 0.353 and the determination coefficient was 0.125 and when considered a variable, with 3 variables: product, price, marketing promotion affecting the development for the marketing strategy of KungSittichok Raft in Chachoengsao Province that affect the decision to purchase products of KungSittichok Raft.

Keywords: development, marketing strategy, KungSittichok Raft business

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยถือเป็นผู้นำทางการผลิตกุ้งซึ่งการเพาะเลี้ยงกุ้งเป็นอุตสาหกรรมที่ช่วยสร้างรายได้ สร้างงานและกระจายรายได้ไปสู่คนหลายระดับสามารถนำเงินตราเข้าประเทศได้เป็นจำนวนมากและการเลี้ยงกุ้งของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ในปีพ.ศ. 2559 กุ้งขาวมีข้อมูลการส่งออก 209.47 พันตัน คิดเป็นมูลค่าการส่งออก 69,805.31 ล้านบาท (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2560) ราคากุ้งขาวแวนนาไมที่เกษตรกรขายได้ (ขนาด 70 ตัวต่อ กิโลกรัม) เฉลี่ยอยู่ที่ 212 บาท/กิโลกรัม เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2559 ซึ่งอยู่ที่ 182 บาท/กิโลกรัม หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.3 เนื่องจากความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศยังมีอย่างต่อเนื่อง เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของ

ปีที่ผ่านมา เนื่องจากปริมาณผลผลิตที่ออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น ด้านการส่งออก กุ้งและผลิตภัณฑ์ มีปริมาณส่งออกลดลง แต่มูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้น เนื่องจากความต้องการของตลาดต่างประเทศ ยังมีความต่อเนื่อง ทำให้เกิดการสร้างงานให้กับผู้เกี่ยวข้องตลอดสายการผลิตอีกเป็นจำนวนมาก (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2560) ธุรกิจอุตสาหกรรมกุ้งในประเทศไทยในยุคปัจจุบันกำลังเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงจากคู่แข่งรายใหญ่ เช่น ประเทศจีน อินโดนีเซีย เวียดนาม อินเดีย และกลุ่มประเทศลาตินอเมริกา ค่าใช้จ่ายของคู่แข่งมีต้นทุนที่ต่ำกว่า ส่วนด้านคุณภาพสินค้าและความสามารถในการตอบสนองต่อตลาดได้อย่างรวดเร็ว และมีกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการนำเข้ากุ้งจากประเทศเพื่อนบ้านเพิ่มสูงขึ้น (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2560) ประเทศไทยยังประสบปัญหาการผลิตในประเทศด้วยต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ปัจจัยหลักของต้นทุนที่สูงขึ้น คือราคาอาหารสัตว์และราคาเชื้อเพลิงในการขนส่งที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การเลี้ยงกุ้งมีอัตราการรอดตายลดลงเนื่องจากขาดการพัฒนาคุณภาพ รวมถึงการโรคที่เกิดจากสารเคมีในกุ้งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเกษตรกรที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ นอกจากนี้ยังมีการนำเข้ากุ้งเพื่อการส่งออก ส่วนใหญ่เป็นกระบวนการแปรรูปเบื้องต้น เช่น การลอกเปลือกและแช่แข็ง การแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ยังมีน้อยเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ยังน้อย (ธนาภรณ์ กล้าหาญ; ศุภวัธส์ เลิศธนะพิพัฒน์; สุदारัตน์ สุวรรณโชติ; และ อารี สิริคงสุข. 2559: 139) ปัจจุบันอุตสาหกรรมกุ้งไทยไม่สดใส สาเหตุจากความต้องการในตลาดหลักลดลงจากการประสบวิกฤตเศรษฐกิจและมีคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น แม้ไทยจะอยู่ในฐานะผู้ผลิตที่มีศักยภาพและเป็นผู้ส่งออกกุ้ง และผลิตภัณฑ์อันดับหนึ่งในตลาดโลก แต่ทว่ากลับต้องเผชิญกับปัญหาอุปสรรคทั้งจากภายใน และนอกประเทศที่มีแนวโน้มส่งผลกระทบต่อเนื่องกับอุตสาหกรรมกุ้งของไทยในระยะต่อไป หากไม่ได้วางแผนเตรียมรับมือหรือหาแนวทางแก้ไขให้ได้ทันกับสถานการณ์ (ธนอมจิต สิริภคพร. 2555: ออนไลน์) อุตสาหกรรมกุ้งไทยที่สำคัญ คือประเทศผู้ผลิตเดิมมีเป้าหมายเพิ่มปริมาณผลผลิตกุ้งโดยเฉพาะกุ้งขาว การรุกเข้าสู่ตลาดสินค้าแปรรูปที่ไทยครองตลาดอยู่ ประเทศคู่ค้ามีการกำหนดมาตรการที่มีโทษกีดกัน ที่เป็นอุปสรรคของการส่งออกสินค้า (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2551) ความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลให้เกิดการระบาดของโรคกุ้งรุนแรงมากขึ้นความถี่ของการเกิด ภาวะน้ำท่วมเพิ่มขึ้นผู้ประกอบการรายเล็ก ไม่อาจเข้าถึงพ่อ-แม่พันธุ์คุณภาพดี ภัยคุกคามที่เพิ่มขึ้นเหล่านี้สวนทางกับงบประมาณวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีด้านกุ้งที่ลดลงมากอันอาจส่งผลกระทบต่อความล่าช้าในการแก้ปัญหาหรือเข้าถึงโอกาสใหม่ได้อุตสาหกรรมกุ้งต้องปรับกลไกการทำงานของเครือข่ายหรือกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ เน้นการทำงานเชิงรุกนอกเหนือจากการแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือร่วมกันแก้ปัญหาระยะสั้น มีความจำเป็นที่ต้องผลักดันให้มีผู้รับผิดชอบในแต่ละกิจกรรมหลัก รวมทั้งกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดความสำเร็จที่สะท้อนว่าอุตสาหกรรมกุ้งไทยกำลังดำเนินไปสู่จุดของความยั่งยืนอย่างเร่งด่วน (ยุทธศาสตร์กุ้งไทย. 2560) ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจแพกุ้ง เห็นได้ว่าประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าผู้ส่งออกรายอื่น ด้านการผลิต ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ ทักษะของเกษตรกรผู้เลี้ยงสูงกว่า ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่สูง มีต้นทุนแข่งขันได้ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2560) แต่ความเสี่ยงสำคัญ คือ การระบาดของโรคและความไม่สม่ำเสมอของคุณภาพลูกพันธุ์ที่ทำให้ผลผลิตกุ้งของไทยหายไปครึ่งหนึ่งของปริมาณผลผลิตได้ ด้านการแปรรูป โรงงานแปรรูปของไทยส่วนใหญ่มีเทคโนโลยีสูงกว่าคู่แข่ง มีภาพลักษณ์เป็นแหล่งผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและความปลอดภัยสูงเนื่องจากไม่มีรายงานการตรวจพบสารเคมีต้องห้ามเกินค่ามาตรฐานที่กำหนด ส่งผลให้สินค้ากุ้งแปรรูปเป็นสินค้าที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันทุกตลาดส่งออกที่สำคัญ การขาดแคลนวัตถุดิบในการแปรรูปทำให้หลายโรงงานประสบภาวะขาดทุนและอาจต้องปิดกิจการหรือย้ายฐานการผลิต ภาคส่งออก ผู้ส่งออกไทยมีประสบการณ์ยาวนานและมีเครือข่ายด้านการตลาดที่เข้มแข็งในตลาดหลักที่สำคัญ อย่างไรก็ตาม มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีโดยเฉพาะประเด็นการใช้แรงงานเด็กและการค้า

มนุษย์จะเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับการส่งออก ธุรกิจแพกิ้งเป็นธุรกิจที่มีมูลค่าสูงและมีอัตราความเสี่ยงที่สูงเช่นกัน โดยส่วนใหญ่ธุรกิจประเภทนี้จะต้องประกอบในบริเวณพื้นที่เกษตร ที่มีการประกอบอาชีพเลี้ยงกุ้ง ภาคตะวันออกเป็นเขตที่มีการเลี้ยงกุ้งเป็นจำนวนมาก และมีธุรกิจแพกิ้งเป็นจำนวนมากที่สุดจะเป็นจังหวัดฉะเชิงเทรา จะมีธุรกิจแพกิ้งรายใหม่ ๆ เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เนื่องจากจังหวัดฉะเชิงเทรามีการเดินทางที่สะดวกใกล้กับแหล่งตลาดค้าส่งและค้าปลีก ตามหัวเมืองต่าง ๆ ของจังหวัด จึงทำให้ประหยัดเรื่องการขนส่ง ลดระยะเวลาในการเดินทาง สามารถควบคุมความสดของคุณภาพสินค้าได้ ซึ่งสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น คุณภาพสินค้า เอกสารรับรองคุณภาพ ความรวดเร็วและต้องการความสะดวกมากขึ้น เป็นสาเหตุให้ธุรกิจแพกิ้งต้องนำกลยุทธ์การพัฒนาการตลาดเข้ามาใช้ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

แพกิ้งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นแพกิ้ง ที่ประสบปัญหาเรื่องการแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากธุรกิจแพกิ้งเป็นการค้าขายสินค้า ที่มีมูลค่าสูง ซื้อแล้วหมดไปมีอัตราการซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะช่วงเทศกาล จะมีความต้องการสินค้าในจำนวนมาก โดยแพกิ้งจะเน้นไปทางการขายส่งแม้ค้าในจำนวนมาก ๆ เพื่อจำหน่ายเปรียบเสมือนพ่อค้าคนกลาง และการขายเพื่อแปรรูป คือการนำสินค้าส่งเข้า โรงงานแปรรูป โดยแพกิ้งจะทำหน้าที่เป็นคนกลางในการซื้อสินค้าจากผู้ผลิต (เกษตรกร) ตามแหล่งพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อมาขายให้กับผู้บริโภค การจัดหาสินค้าที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคถือว่าเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะจะช่วยประหยัดเวลาในการซื้อสินค้า มีการแจ้งข้อมูลของสินค้าล่วงหน้า เช่น ขนาดของกุ้ง ราคา สี ช่องทางการจำหน่ายหรือจัดส่ง ราคา มีรูปภาพตัวอย่างสินค้า เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค โดยเริ่มจากเกิดการรับรู้ ได้พบเห็น ความสนใจ ความต้องการ และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อในที่สุด และยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร มีการจัดสถานที่เพื่อรับรองลูกค้า บริการน้ำดื่มฟรี อินเทอร์เน็ตฟรี มีพนักงานขายให้ข้อมูลของสินค้า มีเอกสารรับรองคุณภาพของสินค้าทุกชุดที่เข้าโรงงาน

วัตถุประสงค์การวิจัย

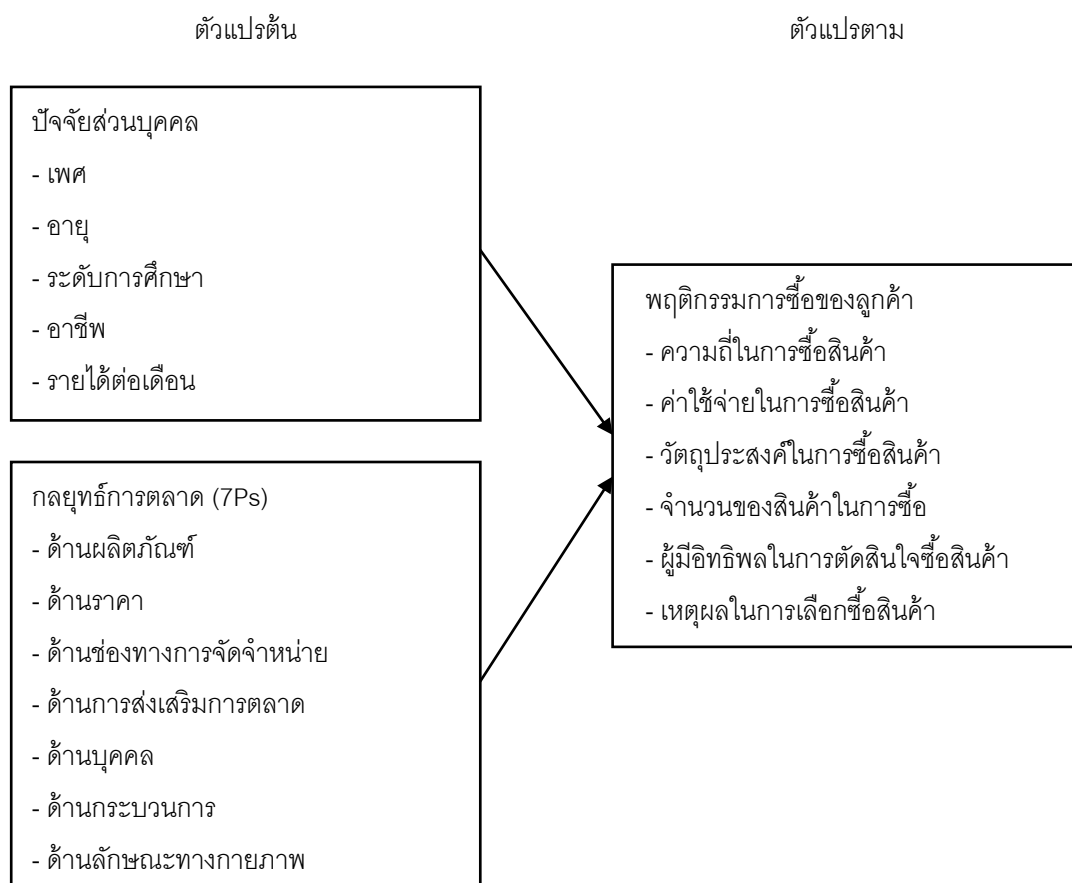
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าของแพกิ้งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดของแพกิ้งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การพัฒนาการตลาดของแพกิ้งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม ระดับความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้าและนำไปวางแผนกลยุทธ์เพื่อใช้แข่งขันในสถานการณ์ปัจจุบัน และอนาคตธุรกิจจะสามารถรักษาสัดส่วนแบ่งทางการตลาดที่มีคู่แข่งที่เข้ามายุ่งตลาดธุรกิจแพกิ้งเพิ่มมากขึ้น
2. ได้ทราบถึงกลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของแพกิ้งสิทธิโชค และสามารถนำผลของการวิจัยมาปรับปรุงและพัฒนา กลยุทธ์การตลาดของบริษัท ให้ดีขึ้น และสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคอย่างทั่วถึง
3. เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการในธุรกิจแพกิ้ง ได้นำผลที่ได้จากการวิจัยไปทำแผนการตลาด การส่งเสริมการขาย เพื่อดำเนินการสร้างธุรกิจที่สามารถสร้างกำไรให้กับบริษัท ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดเพื่อใช้ในการศึกษา ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) ที่มุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวกับการศึกษากลยุทธ์การพัฒนากการตลาดของแพกิ้งสิทธิโชค จังหวัด ฉะเชิงเทรา มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากเอกสารทางวิชาการ และงานวิจัย เพื่อศึกษาพฤติกรรมการพัฒนากการตลาด ของแพกิ้งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ ประชากรกลุ่มลูกค้าที่ซื้อถุงขาวสดของแพกิ้งสิทธิโชค จังหวัด ฉะเชิงเทรา
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ แพกิ้งสิทธิโชค 62/7 ม.1 ต.บางกะไห อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา
4. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มลูกค้าของแพกิ้งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา ระหว่างวันที่ 1 เมษายน 2563 ถึง 30 มิถุนายน 2563

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ทำให้สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น และตัวแปรตามได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษากรอบแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการสอบถามกลุ่มประชากรที่กำหนดไว้ จำนวน 540 คน และนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วน เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจะวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ด้วยทางสถิติ ดังนี้ การแจกแจงความถี่ (frequency) ค่าสถิติร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และสถิติเชิงวิเคราะห์ (analytic statistics) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดกับการพัฒนาตลาดที่มีผลต่อแพกเกจสิทธิโชค โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Person's Correlation Coefficient) สถิติไคสแควร์ (chi-square) และวิเคราะห์หากลยุทธ์การพัฒนาการตลาดของแพกเกจสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis)

ผลการศึกษา

ผลการวิจัยเชิงปริมาณโดยการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างและวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์การตลาดของแพกเกจสิทธิโชคในด้านต่าง ๆ โดยนำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์การหาค่าสถิติพื้นฐานโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตาราง 1 พฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ความถี่ในการซื้อสินค้า ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้า จำนวนของสินค้าในการซื้อ ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้าและเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้า

พฤติกรรมการซื้อของลูกค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ความถี่ในการซื้อสินค้า		
มากกว่าสัปดาห์ละครั้ง	224	41.48
เดือนละครั้ง	165	30.56
2-3 เดือนครั้ง	74	13.70
6 เดือนครั้ง	65	12.04
มากกว่า 6 เดือนครั้ง	12	2.22
รวม	540	100
2. ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อสินค้าที่แพกเกจสิทธิโชค เฉลี่ยต่อครั้ง		
ต่ำกว่า 50,000 บาท	143	26.48
50,001-100,000 บาท	157	29.07
100,001-200,000 บาท	122	22.59

ตาราง 1 (ต่อ)

พฤติกรรมกรซื้อของลูกค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
200,001-300,000 บาท	86	15.93
มากกว่า 300,001 บาท	32	5.93
รวม	540	100
3. การเลือกซื้อสินค้าที่แพกเกจซิทธิไซค ท่านมีวัตถุประสงค์เพื่อกิจกรรมใด		
เพื่อบริโภค	56	10.37
เป็นของฝาก	88	16.30
วัตถุดิบสำหรับร้านอาหาร	143	26.48
เพื่อจำหน่าย	247	45.74
อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	6	1.11
รวม	540	100
4. ปริมาณการซื้อสินค้าที่แพกเกจซิทธิไซค ในแต่ละครั้ง		
ต่ำกว่า 300 กิโลกรัม	197	36.48
301-600 กิโลกรัม	145	26.85
601-900 กิโลกรัม	93	17.22
901-1,200 กิโลกรัม	88	16.30
มากกว่า 1,201 กิโลกรัม	17	3.15
รวม	540	100.00
5. บุคคลมีอิทธิพลต่อท่านในการตัดสินใจซื้อสินค้าที่แพกเกจซิทธิไซค มากที่สุด		
ตัวท่านเอง	63	11.67
ครอบครัว/ญาติพี่น้อง/เพื่อน	140	25.93
ผู้บริโภคสินค้า	155	28.70
กลุ่มลูกค้า	176	32.59
อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	6	1.11
รวม	540	100
6. เหตุผลที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่แพกเกจซิทธิไซค		
เป็นแพกเกจที่มีชื่อเสียง ในจังหวัดฉะเชิงเทรา	183	33.89
ทำเลที่ตั้งของแพกเกจ สะดวกในการเดินทาง	98	18.15
พนักงานขายแต่งกายสุภาพ และให้บริการอำนวยความสะดวก รวดเร็ว	54	10.00
พนักงานขายมีความรู้เข้าใจในตัวสินค้าและให้คำแนะนำสินค้าที่ดี	68	12.59
มีการติดต่อธุรกิจกันมาเป็นเวลานาน	137	25.37
รวม	540	100

จากตาราง 2 จะเห็นได้ว่า พฤติกรรมการซื้อของลูกค้า ด้านความถี่ในการซื้อสินค้า พบว่า มากกว่าสัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 41.48 เดือนละครั้ง ร้อยละ 30.56 2-3 เดือนครั้ง ร้อยละ 13.70 6 เดือนครั้ง ร้อยละ 12.04 และมากกว่า 6 เดือนครั้ง ร้อยละ 2.22 ด้านค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อสินค้าที่แพกิ้งสิทธิโชค เฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า 50,001-100,000 บาท ร้อยละ 29.07 ต่ำกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 26.48 100,001-200,000 บาท ร้อยละ 22.59 200,001-300,000 บาท ร้อยละ 15.93 และมากกว่า 300,001 บาท ร้อยละ 5.93 ด้านการเลือกซื้อสินค้าที่แพกิ้งสิทธิโชค ท่านมีวัตถุประสงค์เพื่อกิจกรรมใด พบว่า เพื่อจำหน่าย ร้อยละ 45.74 วัตถุประสงค์สำหรับร้านอาหาร ร้อยละ 26.48 เป็นของฝาก ร้อยละ 16.30 เพื่อบริโภค ร้อยละ 10.37 และอื่น ๆ ร้อยละ 1.11 ด้านปริมาณการซื้อสินค้าที่แพกิ้งสิทธิโชค ในแต่ละครั้ง พบว่า ต่ำกว่า 300 กิโลกรัม ร้อยละ 36.48 301-600 กิโลกรัม ร้อยละ 26.85 601-900 กิโลกรัม ร้อยละ 17.22 901-1,200 กิโลกรัม ร้อยละ 16.30 และมากกว่า 1,201 กิโลกรัม ร้อยละ 3.15 ด้านบุคคลมีอิทธิพลต่อท่านในการตัดสินใจซื้อสินค้าที่แพกิ้งสิทธิโชค มากที่สุด พบว่า กลุ่มลูกค้า ร้อยละ 32.59 ผู้บริโภคสินค้า ร้อยละ 28.70 ครอบครัว/ญาติพี่น้อง/เพื่อน ร้อยละ 25.93 ตัวท่านเอง ร้อยละ 11.67 และอื่น ๆ ร้อยละ 1.11 ด้านเหตุผลที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่แพกิ้งสิทธิโชค จำกัด พบว่า เป็นแพกิ้งที่มีชื่อเสียง ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ร้อยละ 33.89 มีการติดต่อธุรกิจกันมาเป็นเวลานาน ร้อยละ 25.37 ทำเลที่ตั้งของแพกิ้ง สะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 18.15 พนักงานขายมีความรู้เข้าใจในตัวสินค้าและให้คำแนะนำสินค้าที่ดี ร้อยละ 12.56 และพนักงานขายแต่งกายสุภาพ และให้บริการอำนวยความสะดวก รวดเร็ว ร้อยละ 10.00

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการ (Process) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) มีผลต่อการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของแพกิ้งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา

กลยุทธ์การตลาด	การพัฒนาการตลาด		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย (B)	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	3.045	1.715	17.357	0.000*
ด้านผลิตภัณฑ์ (x1)	0.089	0.029	3.074	0.002*
ด้านราคา (x2)	0.085	0.025	3.381	0.001*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x3)	0.041	0.027	1.524	0.128
ด้านการส่งเสริมการตลาด (x4)	0.021	0.027	0.751	0.453
ด้านบุคคล (x5)	0.066	0.026	2.566	0.011*
ด้านกระบวนการ (x6)	0.001	0.028	0.020	0.984
ด้านลักษณะทางกายภาพ (x7)	0.053	0.027	1.984	0.048*

R = 0.353, R Square = 0.125, Adjust R Square = 0.109,
Std. Error of Estimate = 0.224, F = 7.946

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกลยุทธ์ของลูกค้า แพกิ้งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า เมื่อพิจารณาโดยรวมตัวแปร จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ สามารถอธิบายความแปรปรวนของลูกค้าที่มีต่อแพกิ้งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับที่ .05 ($p\text{-value} < .05$) โดยค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.353 และค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดมีค่าเท่ากับ 0.125 และเมื่อพิจารณาเป็นตัวแปรแล้ว พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($B = 0.041$) เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีค่าความคาดเคลื่อนในการพยากรณ์ = 0.224 และตัวแปรจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการกลยุทธ์การพัฒนาการตลาดของแพกิ้งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p\text{-value} < .05$)

สมการที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตามลำดับความสำคัญของตัวแปรที่เข้าสมการมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถเขียนเป็นสมการทำนายการถดถอยพหุคูณได้ ดังนี้

$$Y = 3.045 + 0.089(X1) + 0.085(X2) + 0.021(X4)$$

เมื่อกำหนดให้ Y แทนการพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่มีต่อแพกิ้งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา

X1 แทน ด้านผลิตภัณฑ์

X2 แทน ด้านราคา

X4 แทน ด้านการส่งเสริมการตลาด

สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของ ลูกค้าพบว่ามีความถี่ในการซื้อสินค้ามากกว่าสัปดาห์ละครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อสินค้า เฉลี่ยต่อครั้ง 50,001-100,000 บาท โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าเพื่อจำหน่าย มีปริมาณการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง คือ ต่ำกว่า 300 กิโลกรัม โดยมีปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่แพกิ้งสิทธิโชคคือเป็นแพที่มีชื่อเสียงในจังหวัดฉะเชิงเทรา และเมื่อศึกษาปัจจัยด้านกลยุทธ์การพัฒนาการตลาดของแพกิ้งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลจากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกลยุทธ์ของลูกค้าแพกิ้งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า เมื่อพิจารณาโดยรวมตัวแปรจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ สามารถอธิบายความแปรปรวนของลูกค้าที่มีต่อแพกิ้งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับที่ .05 ($p\text{-value} < .05$) โดยค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.353 และค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดมีค่าเท่ากับ 0.125 และเมื่อพิจารณาเป็นตัวแปรแล้ว พบว่า มีตัวแปรจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อกลยุทธ์การพัฒนาการตลาดของแพกิ้งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของแพกิ้งสิทธิโชค โดยสรุปผลการศึกษากการพัฒนาการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจแพกิ้งต้องเน้นทางด้านผลิตภัณฑ์และราคา เช่น ผลิตภัณฑ์ต้องมีความ สด ใหม่ สะอาด มีหลากหลายขนาดให้ลูกค้าได้เลือกและมีราคาที่ถูกลงกว่าท้องตลาดทั่วไป ต่อมาจะเป็นเรื่องบุคคลและการส่งเสริมทางการตลาด พนักงานขายต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ในตัวสินค้าสามารถให้ข้อมูลกับลูกค้าได้อย่างชัดเจนและช่องทางการส่งเสริมการ

ขายจะต้องให้ทันสมัยมากขึ้นเพื่อให้ลูกค้าได้ทราบข้อมูลสินค้าได้รวดเร็วเพื่อช่วยให้รวดเร็วต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า กลยุทธ์ดังกล่าวจะช่วยรักษฐานลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผล

ผลการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาการตลาดของแพกิ้งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถอภิปรายผลการศึกษได้ ดังนี้

1. จากการศึกษข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่า เป็นเพศหญิง จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 54.44 อยู่ในระหว่างช่วงอายุ 31 ถึง 40 ปี จำนวน 243 คนคิดเป็นร้อยละ 45.00 การศึกษาสูงสุด คือ ระดับปวส./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 76.33 อาชีพ คือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 50.56 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ 50,001-100,000 บาท จำนวน 189 คนคิดเป็นร้อยละ 35.00 ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปวส./อนุปริญญาหรือเทียบเท่าทำอาชีพค้าขายธุรกิจส่วนตัวมีรายได้ต่อเดือน 50,001-100,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคล มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในแพกิ้งสิทธิโชค จากการศึกษา สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของแพกิ้งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา

2. ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่า ในการซื้อสินค้าของลูกค้าในแพกิ้งสิทธิโชค มีความถี่ในการซื้อคือ มากกว่าสัปดาห์ละครั้ง จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 41.48 ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อสินค้าที่แพกิ้งสิทธิโชคเฉลี่ยต่อครั้ง จำนวน 50,001-100,000 บาท จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 29.07 การเลือกซื้อสินค้าที่แพกิ้งสิทธิโชคมีวัตถุประสงค์เพื่อกิจกรรมใด คือ เพื่อจำหน่าย จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 45.74 ปริมาณการซื้อสินค้าที่แพกิ้งสิทธิโชคในแต่ละครั้ง คือต่ำกว่า 300 กิโลกรัม 197 คน คิดเป็นร้อยละ 36.48 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่แพกิ้งสิทธิโชค คือ กลุ่มลูกค้า 176 คน คิดเป็นร้อยละ 32.59 เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่แพกิ้งสิทธิโชค คือ เป็นแพกิ้งที่มีชื่อเสียงในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 33.89 จากการศึกษา สรุปได้ว่า พฤติกรรมการซื้อสินค้าในปัจจุบัน กลุ่มลูกค้ายังเป็นฐานลูกค้าเก่าดั้งเดิม ที่ซื้อสินค้าไปเพื่อจำหน่ายต่อเป็นส่วนมาก ปริมาณการซื้อยังเป็นปริมาณลูกค้าขนาดกลางจึงต้องมีการปรับกลยุทธ์มาเพื่อสอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อเพื่อเพิ่มยอดขายให้เติบโตขึ้นอย่างยั่งยืน

3. ข้อมูลปัจจัยด้านกลยุทธ์การพัฒนาการตลาดของแพกิ้งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทราผลการศึกษพบว่า ระดับกลยุทธ์การตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.11$, $\sigma = 0.35$) โดยสามารถอธิบายเป็นรายประเด็นได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.25$, $\sigma = 0.51$) อาจเป็นเพราะสินค้ามีให้เลือกหลายช่วงไซส์ ขนาด สม่่าเสมอ ใหม่ สด สะอาด เนื้อแน่น สีเข้ม สินค้ามีปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.20$, $\sigma = 0.52$) อาจเป็นเพราะราคาสินค้าถูกเหมาะสมกับสินค้าที่ซื้อ ตัวสินค้ามีการแสดงราคาสินค้าในแต่ละชนิดอย่างชัดเจน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.95$, $\sigma = 0.51$) อาจเป็นเพราะมีทำเลที่ตั้งในการเดินทางที่สะดวกง่ายต่อการเลือกซื้อ มีที่จอดรถสะดวกสบายมีการแบ่งโซนสินค้าอย่างชัดเจน ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.12$, $\sigma = 0.32$) อาจเป็นเพราะมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้าอย่างต่อเนื่อง มีบริการจัดส่งสินค้าตามเวลาที่ต้องการและเหมาะสมด้านบุคคล อยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.12$, $\sigma = 0.32$) อาจเป็นเพราะพนักงานมีความเข้าใจในสินค้าเป็นอย่างดี มีมนุษยสัมพันธ์ ด้านลักษณะทางกายภาพพื้นที่กว้างแม้สิ่งของว่า

เป็นระเบียบสะอาดเรียบร้อย เกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกซื้อคือคุณภาพของสินค้า โดยเลือกซื้อจากตราสินค้า การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งอยู่ในระดับความสำคัญมาก ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง ซึ่งสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ หาซื้อได้ง่ายและสะดวก มีการส่งเสริมการขาย จากการศึกษา สรุปได้ว่าปัจจัยด้านกลยุทธ์การพัฒนาการตลาดในด้านต่าง ๆ มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าแพ่งจำนวนในการซื้อต่อครั้ง อัตราการซื้อซ้ำของสินค้า

4. ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า VIF ค่า Tolerance ค่า Durbin-Watson และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกลยุทธ์การตลาด และการพัฒนาตลาดที่มีผลต่อแพ่งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) การส่งเสริมการตลาด (promotion) บุคคล (people) กระบวนการ (process) ลักษณะทางกายภาพ (physical Evidence) พบว่า มีค่าเท่ากับ 2.071 ซึ่งอยู่ในช่วง 1.5 ถึง 2.5 จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกลยุทธ์ของลูกค้า แพ่งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการและ ด้านลักษณะทางกายภาพพบว่า เมื่อพิจารณาโดยรวมตัวแปรจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ สามารถอธิบายความแปรปรวนของลูกค้าที่มีต่อแพ่งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับที่ .05 ($p\text{-value} < .05$) โดยค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.353 และค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดมีค่าเท่ากับ 0.125 และเมื่อพิจารณาเป็นตัวแปรแล้วพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($B = 0.041$) เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยยะ สำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีค่าความคาดเคลื่อนในการพยากรณ์ = 0.224 และตัวแปรจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีผลต่อการกลยุทธ์การพัฒนาการตลาดของแพ่งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ให้ข้อเสนอแนะการพัฒนาการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจแพ่งต้องเน้นทางด้านผลิตภัณฑ์และราคา เช่น ผลิตภัณฑ์ต้องมีความ สด ใหม่ สะอาด เป็นต้น มีหลากหลายขนาดให้ลูกค้าได้เลือกและมีราคาที่ถูกลงกว่าท้องตลาดทั่วไป ต่อมาจะเป็นเรื่องบุคคลและการส่งเสริมทางการตลาด พนักงานขายต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ในตัวสินค้าสามารถให้ข้อมูลกับลูกค้าได้อย่างชัดเจนและช่องทางการส่งเสริมการขายจะต้องให้ทันสมัยมากขึ้นเพื่อให้ลูกค้าได้ทราบข้อมูลสินค้าได้รวดเร็วเพื่อช่วยให้รวดเร็วต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า กลยุทธ์ดังกล่าวจะช่วยรักษฐานลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่องและมีสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลและกลยุทธ์การตลาด ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของกลุ่มลูกค้า ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถามสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อการสร้างกลยุทธ์การพัฒนาการตลาดของแพ่งสิทธิโชค จังหวัดฉะเชิงเทรา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าในแพ่งสิทธิโชคจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. ควรศึกษาเปรียบเทียบการจัดการส่วนประสมการตลาดและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้ากับแพ่ง
3. ควรมีการศึกษาแนวโน้มของตลาดซื้อทั้งที่เป็นไปทางทิศทางใด

เอกสารอ้างอิง

- ธนาณัติ กล้าหาญ ศุภวัธส์; เลิศธนะพิพัฒน์; สุदारัตน์ สุวรรณโชติ; และ อารี สิริคงสุข. (2559). การวิเคราะห์ต้นทุนขนส่งของการเลี้ยงกุ้งขาวในจังหวัดนครปฐม. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. 11(2): 139.
- กรธิญา ภู่วิจิตวรารมณ. (2559). ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็ง. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กรมประมง. (2560). ยุทธศาสตร์กุ้งไทย. ฉบับที่ 3 ปี 2558-2560, (2).
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2551).
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2560).
- กัญชร สุวรรณรัตน์. (2556). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุง กรณีศึกษาผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สาขาวิทยาการจัดการ. แขนงวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สำนักงานประมงจังหวัดฉะเชิงเทรา. (2562).
- ถนอมจิต สิริภคพร. (2555).
- กันธิชา แก้ววิชัย. (2556). การตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งของผู้บริโภค ร้านโฟรเซนฟู้ดส์ บาย กันธิชา. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control*. 9th ed., Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- _____. (2000). *Marketing Management*. 10th ed., New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2000). *Principle of Marketing*. U.S.A.: Prentice-Hall.
- Kotler, Philip; & Keller, Kevin Lane. (2006). *Marketing Management*. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Prentice-Hall.

S0116: การบริหารจัดการ ในสถานการณ์ โควิด 19 ของผู้บริหารเทศบาลยุโป ตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

The management of the Covid 19 situation of, Yupo Subdistrict municipality organization, Yupo sub district, Mueang Yala district, Yala.

นัสรียะ ขเดมัน¹ มูนาฟีกิลร์ เปะอิง² ตร์มีซี โตะทา³ วัชรระ ขาวสังข์⁴ ภูตรา อาแล⁵

สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อการบริหารจัดการในสถานการณ์ โควิด-19 และแนวทางเสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการของผู้บริหารเทศบาลตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ผลวิจัยพบว่าการบริหารจัดการในสถานการณ์ โควิด-19 ของผู้บริหารเทศบาลตำบลยุโป จะมีการกำหนดเป้าหมายในอนาคตสำหรับองค์กร และวางแผนกำหนดกิจกรรมเพื่อดำเนินการปฏิบัติงานได้โดยมีการจัดการ ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้การวางแผนบริหารจัดการจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานทั้งในอดีต ปัจจุบันและอนาคตเพื่อนำมากำหนดกิจกรรมและวิธีการปฏิบัติงานได้ ผลวิจัยจากแนวทางเสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการของผู้บริหารเทศบาลตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา สามารถ ปฏิบัติงานไปได้อย่างราบรื่นมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเกิดความสำเร็จ องค์การมีการเจริญเติบโตและบุคลากรในองค์กรสามารถดำรงชีวิตและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ผู้บริหารจำเป็นต้องมีการพัฒนาพลังเสริมสร้างศักยภาพในการปฏิบัติงาน งานวิจัยนี้ยังได้ให้แนวทางในการพัฒนาพลังเสริมสร้างศักยภาพของการปฏิบัติงานของผู้บริหารและจะส่งผลให้เกิดพลังเสริมสร้างศักยภาพในการปฏิบัติงานขององค์กรมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ,สถานการณ์โควิด-19

Abstract

This research The objectives were for the management of the COVID-19 situation and the guidelines for enhancing the management potential of the administrators of Yupo Sub-district Municipality, Muang District, Yala Province. Yupo Future goals are set for the organization and activities are planned to be executed with management. Efficient use of resources to achieve the goals, management planning requires an analysis of past, present and future operational data to determine activities and operational methods. The research results from the guidelines for building management potential of the administrators of Yupo Sub-district Municipality, Muang District, Yala Province can work smoothly, with efficiency and efficiency. Organization is growing and people in the organization can live and work effectively. Executives need to develop empowerment in performance. This research also provides guidelines for developing the empowerment of executives' performance and will result in greater strengthening of organizational performance.

Keywords: Management, the COVID-19 situation

บทนำ

การระบาดทั่วของโควิด-19 เป็นการระบาดทั่วโลกที่กำลังดำเนินไปของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยมีสาเหตุมาจากไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ โดยพบครั้งแรกในนครอู่ฮั่น เมืองหลวงของมณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีน องค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้การระบาดนี้เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศและประกาศให้เป็นโรคระบาดทั่ว เวลามาตรฐานกรีนิช 07.09 น. มีผู้ติดเชื้อยืนยันแล้วมากกว่า 59,002,152 คนใน 210 ประเทศและดินแดน มีผู้เสียชีวิตจากโรคระบาดแล้วมากกว่า 1,393,879 คน และมีผู้หายป่วยแล้วมากกว่า 40,776,358 คน ไวรัสนี้มีการแพร่เชื้อระหว่างคนในลักษณะเดียวกับไข้หวัดใหญ่ โดยผ่านการติดเชื้อจากละอองเสมหะจากการไอ ระยะระหว่างการสัมผัสเชื้อและมีอาการโดยทั่วไปแล้วอยู่ที่ 5 วัน แต่มีช่วงอยู่ระหว่าง 2 ถึง 14 วัน อาการที่พบบ่อย ได้แก่ มีไข้ ไอ และหายใจลำบาก ภาวะแทรกซ้อนอาจรวมไปถึงปอดบวม และกลุ่มอาการหายใจลำบากเฉียบพลัน โดยยังไม่มีวัคซีนที่ได้รับอนุญาตหรือยาด้านไวรัสจำเพาะ

ไวรัสโคโรนาในประเทศไทย คือ ไวรัสโคโรนาเป็นกลุ่มของเชื้อไวรัสที่สามารถก่อให้เกิดโรคทางเดินหายใจในคนซึ่งไวรัสที่อยู่ในกลุ่มนี้มีหลายสายพันธุ์ส่วนใหญ่ทำให้เกิดอาการไม่รุนแรง คือ เป็นไข้หวัดธรรมดาสายพันธุ์อาจก่อให้เกิดในกรณีที่บางอาการรุนแรงเป็นปอดอักเสบได้ เช่น โรคติดเชื้อไวรัสทางเดินหายใจตะวันออกกลาง (เมอร์ส) หรือ โรคซาร์ (SARS) ซึ่งเคยมีการระบาดในอดีตที่ผ่านมา ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 คือ ไวรัสในกลุ่มโคโรนาที่เพิ่งมีการค้นพบใหม่ วิธีป้องกัน หากมีอาการไข้ ไอ เจ็บคอ น้ำมูกไหล หายใจเหนื่อย ภายใน 14 วัน หลังกลับมาจากเมืองอู่ฮั่นมณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีนโปรดไปพบแพทย์และยื่นบัตรคำแนะนำด้านสุขภาพ สำหรับผู้เดินทางเข้ามาในประเทศไทยกับแพทย์ผู้ทำการรักษาพร้อมแจ้งประวัติการรักษา เช่น อาการป่วย วันที่เริ่มมีอาการป่วย วันที่เดินทางมาถึงประเทศไทย สถานที่พัก เพื่อแพทย์จะได้วินิจฉัยได้ถูกต้องและรักษาได้ทันเวลาที่

สถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ในภาคใต้ถือว่าเป็นสถานการณ์ที่น่าเป็นห่วงพบข้อที่น่าสังเกตว่า นับตั้งแต่เที่ยงคืนวันนี้เป็นต้นไปจะมีผลให้ครบ 8 จังหวัดที่ประกาศ “ล็อกดาวน์” ห้ามประชาชนเข้า-ออกพื้นที่ โดยมีข้อยกเว้นให้เฉพาะเจ้าหน้าที่หรือบุคคลที่ต้องปฏิบัติงานสำคัญๆ หรือมีกิจกรรมที่ประเมินแล้วว่ามีความจำเป็นจริง ๆ เท่านั้น สงขลาคือจังหวัดล่าสุดที่ประกาศปิดพื้นที่ ไล่เรียงไปก่อนหน้าได้แก่ สตูล ภูเก็ต กระบี่ พังงา ปัตตานี นราธิวาส และยะลา ซึ่งเมื่อมองด้วยสายตาที่จัดเป็น “กลุ่มจังหวัดภาคใต้ตอนบน” กับ “กลุ่มจังหวัดภาคใต้ตอนล่าง” ก็จะพบความเป็นพิเศษประกอบด้วย ในพื้นที่ภาคใต้ตอนบนมี 3 จังหวัดที่ออกประกาศล็อกดาวน์ไม่ให้ประชาชนเข้า-ออกข้ามเขตพื้นที่ไปแล้วคือ ภูเก็ต พังงา และกระบี่ ถือเป็นกลุ่มจังหวัด “ไข่แดง” ด้านการท่องเที่ยวที่ขึ้นชื่อลือชาโดยมี “เกาะไข่มุกแห่งเอเชีย” เป็นศูนย์กลางดึงดูดนักท่องเที่ยวในระดับโลก

ชาวจังหวัดยะลาไม่ประมาทการ์ดอย่าตก นายชัยสิทธิ์ พานิชพงศ์ ผู้ว่าราชการจังหวัดยะลา ได้ขอความร่วมมือทุกท่านเคร่งครัดต่อการปฏิบัติตนอยู่เสมอลดความเสี่ยงต่อการระบาดระลอก 2 และยังได้รณรงค์มาตรการป้องกันโควิด-19 ตามแนวทาง “2 สัปดาห์ยะลารวมใจต้านภัยโควิด คือ 1.ควบคุมทางออก ลงทะเบียนเข้า-ออก 2.คัดกรองไข้ 3.สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้า 4.มีจุดให้บริการ ล้างมือ/แอลกอฮอล์เจล 5.การเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล 6.ทำความสะอาดพื้นผิวสัมผัสร่วมบ่อย ๆ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้มีผู้ประกอบการสถานบันเทิง ผับ เทรค ต่าง ๆ ได้พร้อมใจกันงดให้บริการเป็นการชั่วคราวไปแล้วบางส่วนสำหรับป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสนั้น ทั้งภายในโรงพยาบาลยะลา และในร้านค้าจำหน่ายข้างร้าน ยังคงมีอยู่และหาซื้อได้

เทศบาลตำบลยุโปมีนโยบายในการดำเนินงานป้องกันควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยให้ความสำคัญในเรื่องการสร้างความรู้ความเข้าใจและการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ชุมชนให้แพร่หลายมากขึ้น มีการจัดตั้งเครือข่าย การเฝ้าระวังโรคในพื้นที่ โดยความร่วมมือของผู้นำชุมชนและอาสาสมัครสุขภาพ เพื่อให้สามารถพัฒนาระบบเฝ้าระวังและควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ให้ครอบคลุมทุกหมู่บ้านในตำบล ซึ่งปัจจัยที่สามารถเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนนั้นประกอบด้วยปัจจัยด้านบุคคลและด้านเศรษฐกิจ

วัตถุประสงค์

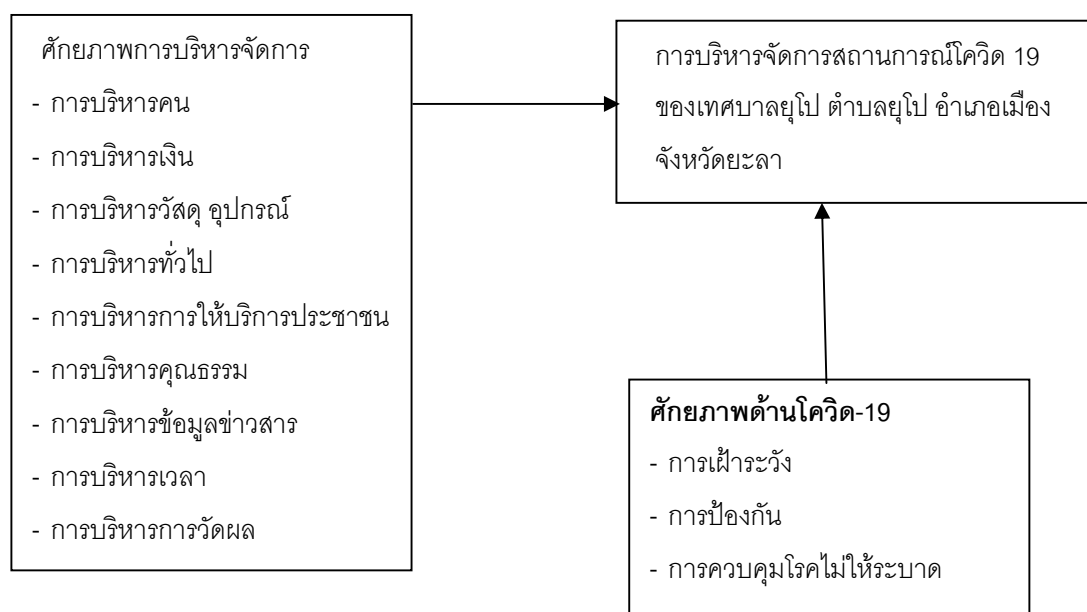
1. เพื่อศึกษา เพื่อศึกษาการบริหารการจัดการ ในสถานการณ์ โควิด 19 ของผู้บริหารเทศบาลยุโปตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา
2. เพื่อศึกษาแนวทางเสริมสร้างศักยภาพการบริหารการจัดการของผู้บริหารเทศบาลยุโป ตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา กับภาวะสถานการณ์โควิด 19

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถได้รับรู้เกี่ยวกับการบริหารงานของผู้บริหารเทศบาลยุโป ตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ในช่วงสถานการณ์ โควิด 19
2. ได้รับแนวทางสำหรับนำไปใช้ปรับปรุงในการมีส่วนร่วมของการบริหารให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
3. ได้รับแนวทางในการดำเนินงานของผู้บริหารและได้ทราบถึงสภาพปัจจุบันของกำลังคนภายในหน่วยงาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “การบริหารจัดการสถานการณ์โควิด 19 ของเทศบาลยุโป ตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา” ผู้วิจัย กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัย เรื่อง การบริหารจัดการของผู้บริหารในสถานการณ์ โควิด-19 ของผู้บริหารเทศบาลยุโปตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์ (Interview) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ ทฤษฎีเกี่ยวกับสถานการณ์ โควิด-19 แนวคิดในการจัดการแก้ปัญหา โควิด-19 ของไทยในระยะต่อไป แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการปกครองท้องถิ่น และแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการของเทศบาลตำบล เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีลักษณะแบบสอบถามการสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไปโดยแยกเพศ ชาย - หญิง ทุกหมู่บ้านของเทศบาลตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratifying Sampling) และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยเปิดตารางสำเร็จได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 86 คน

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิง ด้วยการวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) และวิเคราะห์ข้อความแบบปลายเปิดด้วยการวิเคราะห์รายข้อ (Content Analysis) โดยผู้วิจัยประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัย

ผลการของประชาชนมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ พบรายละเอียดดังนี้

(n=86)

การบริหารจัดการของผู้บริหารในสถานการณ์ โควิด-19 ของผู้บริหารเทศบาลยุโปตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา	$\bar{X}$	S.D.	ประสิทธิภาพการบริหาร
1. การบริหารคนในสถานการณ์โควิด-19	4.07	0.75	มาก
2. การบริหารเงินในสถานการณ์โควิด-19	3.66	0.60	ปานกลาง
3. การบริหารวัสดุ/อุปกรณ์ในสถานการณ์โควิด-19	3.91	0.85	ปานกลาง
4. การบริหารงาน3ในสถานการณ์โควิด-19	3.76	0.52	ปานกลาง
5. การบริหารข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์โควิด-19	4.04	0.77	มาก
6. การบริหารการให้บริการประชาชนใน สถานการณ์โควิด-19	3.94	0.90	ปานกลาง

ตาราง (ต่อ)

7.การบริหารคุณธรรมในสถานการณ์โควิด-19	3.95	0.83	ปานกลาง
8.การบริหารเวลาในสถานการณ์โควิด-19	4.03	0.76	มาก
9.การบริหารการวัดผลในสถานการณ์โควิด-19	3.97	0.83	ปานกลาง
10. มาตรการเฝ้าระวังด้านสถานการณ์ โควิด-19	4.20	0.85	มาก
11.การป้องกันในสถานการณ์โควิด-19	4.17	0.71	มาก
12.การควบคุมโรคไม่ให้ระบาดในสถานการณ์โควิด-19	4.07	0.91	มาก

สรุปผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยพบว่าความคิดเห็นของประชาชนที่ใช้บริการของเทศบาลตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณา รายละเอียดแต่ละด้านพบว่าอยู่ในระดับ มากและปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สรุปได้ดังนี้

1. การบริหารคนในสถานการณ์โควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการคนโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา (covid-19) ของเทศบาลตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ 4.07.)

2. การบริหารเงินในสถานการณ์โควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการเงินโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา (covid-19) ของเทศบาลตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ 3.66)

3. การบริหารวัสดุ/อุปกรณ์ในสถานการณ์โควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการวัสดุโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา (covid-19) ของเทศบาลตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}$ 3.91)

4. การบริหารงาน3ในสถานการณ์โควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการงานโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา (covid-19) ของเทศบาลตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}$ 3.76)

5. การบริหารข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์โควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการข้อมูลโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา (covid-19) ของเทศบาลตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}$ 3.94)

6. การบริหารการให้บริการประชาชนในสถานการณ์โควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการให้บริการประชาชนโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา (covid-19) ของเทศบาลตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก ($\bar{X}$ 4.04)

7. การบริหารคุณธรรมในสถานการณ์โควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการคุณธรรมโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา (covid-19) ของเทศบาลตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}$ 3.95)

8. การบริหารเวลาในสถานการณ์โควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา (covid-19) ของเทศบาลตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก ($\bar{X}$ 4.03)

9. การบริหารการวัดผลในสถานการณ์โควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา (covid-19) ของเทศบาลตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X}$ 3.97)

10. มาตรการเฝ้าระวังด้านสถานการณ์ โควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา (covid-19) ของเทศบาลตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก ($\bar{X}$ 4.20)

11. การป้องกันในสถานการณ์โควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา (covid-19) ของเทศบาลตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก ($\bar{X}$ 4.17)

12. การควบคุมโรคไม่ให้ระบาดในสถานการณ์โควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา (covid-19) ของเทศบาลตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก ($\bar{X}$ 4.07)

อภิปรายผล

1. การบริหารจัดการในองค์กรในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของ เจ้าหน้าที่ในเทศบาลตำบลยุโป พบว่าการบริหารจัดการองค์กรของเทศบาลตำบลยุโปในสถานการณ์โควิด-19 จะมีการกำหนดเป้าหมายในอนาคตสำหรับองค์กรและวางแผนกำหนดกิจกรรมเพื่อดำเนินการปฏิบัติงานได้โดยมีการจัดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ การวางแผนบริหารจัดการจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต เพื่อนำมากำหนดกิจกรรมและวิธีการปฏิบัติงานได้ การจัดการทรัพยากรที่มีอยู่และที่ต้องการเพิ่มก็คือการจัดการทรัพยากรทั้ง 4 M ประกอบไปด้วย คน(Man), เงิน(Money), วัสดุ(Material) โดยนำ M ที่ 4 คือกระบวนการบริหาร (Management) ซึ่งมี 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน, การจัดการองค์กร, การจัดหาบุคลากร, การอำนวยความสะดวก, การประสานงาน มาใช้เพื่อให้การดำเนินงานของกิจการบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้

2. ผลจากการวิจัยพบว่าแนวทางเสริมสร้างศักยภาพการบริหารการที่จะทำให้องค์กรเทศบาลตำบลยุโปสามารถปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่นมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเกิดความสำเร็จ องค์กรมีการเจริญเติบโต และบุคลากรในองค์กรสามารถดำรงชีวิต และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ผู้บริหารจำเป็นต้องมีการพัฒนาพลังเสริมสร้างศักยภาพ ในการปฏิบัติงานใน 4 ด้าน อันประกอบไปด้วย 1) ทักษะการแก้ปัญหา 2) ทักษะการติดต่อสื่อสาร 3) ทักษะด้านจริยธรรมในการปฏิบัติงาน และ 4) ภาวะผู้นำ ซึ่งจะเกิดขึ้นได้ต้องมาจากการมีพฤติกรรมที่เหมาะสม ซึ่งเมื่อนำพฤติกรรมต่าง ๆ มาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัยทำให้ได้ปัจจัยที่สนับสนุน 4 ปัจจัย อันได้แก่ 1) ปัจจัยด้านแบบการจัดการ 2) ปัจจัยทางวัฒนธรรมองค์กร 3) ปัจจัยด้านการ จัดการทรัพยากรมนุษย์ และ 4) ปัจจัยทางด้านโครงสร้างขององค์กร ซึ่งในจำนวน 4 ปัจจัย ที่กล่าวนั้น ปัจจัยด้านแบบการจัดการจะส่งผลให้เกิด

พลังเสริมสร้างศักยภาพในการปฏิบัติงานขององค์การมากกว่า ปัจจัยที่เหลืออีก 3 ตัว นอกจากที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว งานวิจัยนี้ยังได้ให้แนวทางในการพัฒนา พลังเสริมสร้างศักยภาพในการปฏิบัติงานของผู้บริหาร 9 ขั้นตอน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการวิจัยต่อเนื่องเกี่ยวกับการบริหารจัดการสถานการณ์โควิด-19 ขององค์การเทศบาลตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลาโดยเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายจากกลุ่มประชาชนไปเป็นกลุ่มแกนนำหรือกลุ่มอื่น ๆ ในเทศบาลต่อไป

2. ควรมีการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อการพัฒนากิจกรรม อบรมเกี่ยวกับโควิด-19 ให้เพียงพอเหมาะสมกับหมู่บ้านแต่ละหมู่บ้าน แต่ละแห่งเป็นการเฉพาะ

3. ควรมีการวิจัยเพื่อศึกษาและส่งเสริมการดำเนินชีวิตในสถานการณ์โควิด-19 ของคนในชุมชนเทศบาลตำบลยุโปต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กิตติญา พรหมรัตน์ : 2562 การบริหารจัดการพื้นที่บริเวณอุตสาหกรรมหลักและชุมชนมาบตาพุด

http://digital_collect.lib.buu.ac.th

เจ็ด ยอดมโนธรรม : 2560 ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ต่อการบริหารองค์กร

http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/

ธีรวิทย์ ทองนอก : 2560 การบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเชิงพุทธบูรณาการ ของเทศบาลเมืองหนองปรือ จังหวัดชลบุรี www.https://so02.tcithaijo.org/index.php/

นิอร อริยทัตย์ : 2563 การจัดการความเสี่ยงทางการบิน และการกักกันโรค COVID-19 โดยรัฐ ในการเคลื่อนย้ายกลุ่มคนไทยจากเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน <https://he01.tci-thaijo.org>

ปัทมทัต นอขุนทด : 2559 ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใน อำเภอสามสะแกแสง จังหวัดนครราชสีมา <http://eng.sut.ac.th>

ปรียาวัลย์ ชัยสิทธิ์ : 2559 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของ สมาชิกสภาเทศบาลตำบล www.http://digital_collect.lib.buu.ac.th/

ยุพิน คนดี 2559 สภาพการบริหารและการให้บริการสมาชิกของ สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำปางจำกัด <http://www.thapra.lib.su.ac.th/>

สุภัทรมาศ จริยเวชวัฒนา : 2559 การบริหารการจัดการของ เทศบาลตามหลักธรรมาภิบาล <http://journalgrad.ssru.ac.th/>

สุรียา หมานมานะ : 2563 โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) <https://he01.tci-thaijo.org>

นายอภิชาติ วชิรพันธ์ : 2563 การจัดการความเสี่ยงทางการบิน และการกักกันโรค COVID-19 โดยรัฐในการเคลื่อนย้ายกลุ่มคนไทยจากเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน <https://ddc.moph.go.th/>

S0118: ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตชัยภูมิ

FACTORS AFFECTING OF OUTSTANDING DEBT ON PEOPLE'S BANK OF GOVERNMENT SAVINGS BANK, CHAIYAPHUM DISTRICT

สาวินี เพ็งธรรม¹ ศิวฤทธิ์ สุนทรเสถียร²

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² กลุ่มวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ถนนวิภาวดีรังสิต เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ ศึกษาถึงปัญหาและสาเหตุของการเพิ่มของหนี้ค้างชำระ และศึกษาแนวทางแก้ไขควบคุมคุณภาพหนี้ค้างชำระไม่ให้เป็นหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ผู้ศึกษามีการรวบรวมข้อมูลจากรายงานผลการดำเนินงานของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ ปี 2561 ถึง 2563 และจากการสัมภาษณ์ของพนักงานศูนย์ควบคุมและบริหารหนี้เขตชัยภูมิ จากนั้นได้นำข้อมูลวิเคราะห์และเก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าที่มีการค้างชำระสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ โดยการตอบแบบสอบถาม และรวบรวมข้อมูลจากแฟ้มลูกหนี้รายตัวประเภทสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ โดยประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ ที่มีประวัติการผิดนัดชำระต้นเงินกู้ตั้งแต่ 1 งวด ขึ้นไป จำนวน 2,280 ราย สามารถคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ใช้แบบสอบถามจำนวน 340 ราย โดยข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนั้นผู้ศึกษาได้มีการออกพบกับกลุ่มตัวอย่างมีทั้งการตอบแบบสอบถามและสัมภาษณ์ ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระของธนาคารอยู่ในระดับมาก สาเหตุมาจากสภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา และการเปลี่ยนแปลงของนโยบายของรัฐบาล และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการของธนาคารและปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้กู้ในระดับปานกลาง สาเหตุจาก เงินงวดที่ผ่อนชำระสูง การก่อภาระหนี้เพิ่มขึ้น และขาดการวางแผนทางการเงิน แนวทางการแก้ไขปัญหา คือ การปรับปรุงโครงสร้างหนี้ เป็นการแก้ไขปัญหาสำหรับลูกหนี้ที่มีการค้างชำระ เพื่อให้ธนาคารได้รับการชำระหนี้สูงสุด และลูกหนี้ได้รับการแก้ไขหนี้ที่เหมาะสม มีสภาพคล่องทางการเงินที่ดีขึ้นและมีความสามารถในการชำระหนี้ได้ในสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน

คำสำคัญ: หนี้ค้างชำระ,สินเชื่อธนาคารประชาชนธนาคารออมสิน

Abstract

This study Factors affecting the occurrence of outstanding debt of the People's Bank of Thailand of Government Savings Bank, Chaiyaphum District The objective of this study was to study the factors affecting the occurrence of outstanding debt from the People's Bank of the Government Savings Bank, Chaiyaphum District. Study the problems and causes of the increase of outstanding debt. And study

solutions to control the quality of overdue debt not to a debt that does not generate income the study authors collected data from the operating results of the Government Savings Bank in Chaiyaphum District from 2018 to 2020 and from interviews with employees of the Chaiyaphum Debt Control and Management Center. The data were analyzed and collected from customers who had overdue credit of the People's Bank of the Government Savings Bank, Chaiyaphum District. By answering the questionnaire and collecting data from the individual debtor files for the People's Bank of the Government Savings Bank, Chaiyaphum. The population in this study was a customer who used the People's Bank loan service of the Government Savings Bank in Chaiyaphum District. With a history of default payment from 1 installment of 2,280 cases, the sample group was calculated using 340 questionnaires. There are both questionnaires and interviews. The results of the study showed that Economic and environmental factors. This affects the occurrence of outstanding debts of the bank at a high level. Caused by the economic slowdown. And changes in government policy and the product and service factor of the bank and the factor of the borrower behavior were at a moderate level due to the high installment payments. Increasing the debt burden and lack of financial planning. The solution to the problem is debt restructuring. It is a solution for debtors who have overdue. So that the bank receives maximum debt repayment and the debtor receives appropriate debt correction Have better financial liquidity and debt servicing ability in current economic conditions.

Keywords: Outstanding Debt, People's Bank Loan, Government Savings Bank

บทนำ

ธนาคารออมสิน มีบริการที่หลากหลายมากขึ้น บริการทางด้านเงินฝาก ด้านสินเชื่อ และบริการด้านการเงินอื่น ๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วไป ทั้งข้าราชการ พนักงานรายได้ประจำ ตลอดจนผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อส่งเสริมอาชีพและการอุปโภคบริโภค จึงเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถถึงแหล่งเงินทุนในระบบ เพื่อการยกระดับคุณภาพชีวิตของตนเองให้สามารถช่วยเหลือและพึ่งพาตนเองได้ และไปสู่การแก้ไขปัญหาความยากจนในระดับชุมชนและประเทศชาติ สินเชื่อธนาคารประชาชน ธนาคารออมสินให้บริการให้คำปรึกษาสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย ผู้มีรายได้ประจำ และผู้ที่ยังไม่ได้ประกอบอาชีพมีความตั้งใจที่จะประกอบอาชีพอิสระรายย่อย เพื่อสนับสนุนให้ประชาชนประกอบอาชีพ หรือมีธุรกิจขนาดย่อมเป็นของตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์การให้สินเชื่อเป็นเงินทุน เป็นทุนหมุนเวียนในกิจการ เป็นค่าใช้จ่ายจำเป็นในการดำรงชีวิต และชำระหนี้สินอื่น ๆ ในปัจจุบันปริมาณหนี้ค้างชำระสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากรายงานการดำเนินงานของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ มีปริมาณหนี้ค้างชำระสินเชื่อธนาคารประชาชน จากผลการดำเนินงานปี 2561 มีปริมาณหนี้ค้างชำระทั้งหมด จำนวน 4,355 ราย จำนวนเงิน 269.46 ล้านบาท ซึ่งในปี 2562 มีปริมาณที่เพิ่มขึ้น และในปี 2563 ถึงไตรมาสที่ 2 มีจำนวนลูกหนี้ค้างชำระทั้งหมด 2,280 ราย จำนวนเงิน 140.08 ล้านบาท (ที่มา: รายงานผลการดำเนินงานของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ ปี 2561-2563)

จากปัญหานี้ค้างชำระสินเชื่อบancarประชาชนดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญจึงมีความสนใจในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อหนี้ค้างชำระสินเชื่อบancarประชาชน เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อหนี้ค้างชำระของสินเชื่อบancarประชาชน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการค้างชำระให้น้อยที่สุด และนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาเป็นแนวทางการแก้ไขควบคุมหนี้ค้างชำระไม่ให้เกินหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้แก่ธนาคารออมสินให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงวางแผนเพื่อลดปัญหานี้ค้างชำระที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อหนี้ค้างชำระสินเชื่อบancarประชาชนของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและสาเหตุของการเพิ่มของหนี้ค้างชำระสินเชื่อบancarประชาชนของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ
3. เพื่อศึกษาแนวทางแก้ไขควบคุมคุณภาพหนี้ค้างชำระประเภทสินเชื่อบancarประชาชนของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ ควบคุมคุณภาพหนี้ไม่ให้เกินหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้(Non-Performing Loan: NPLs)

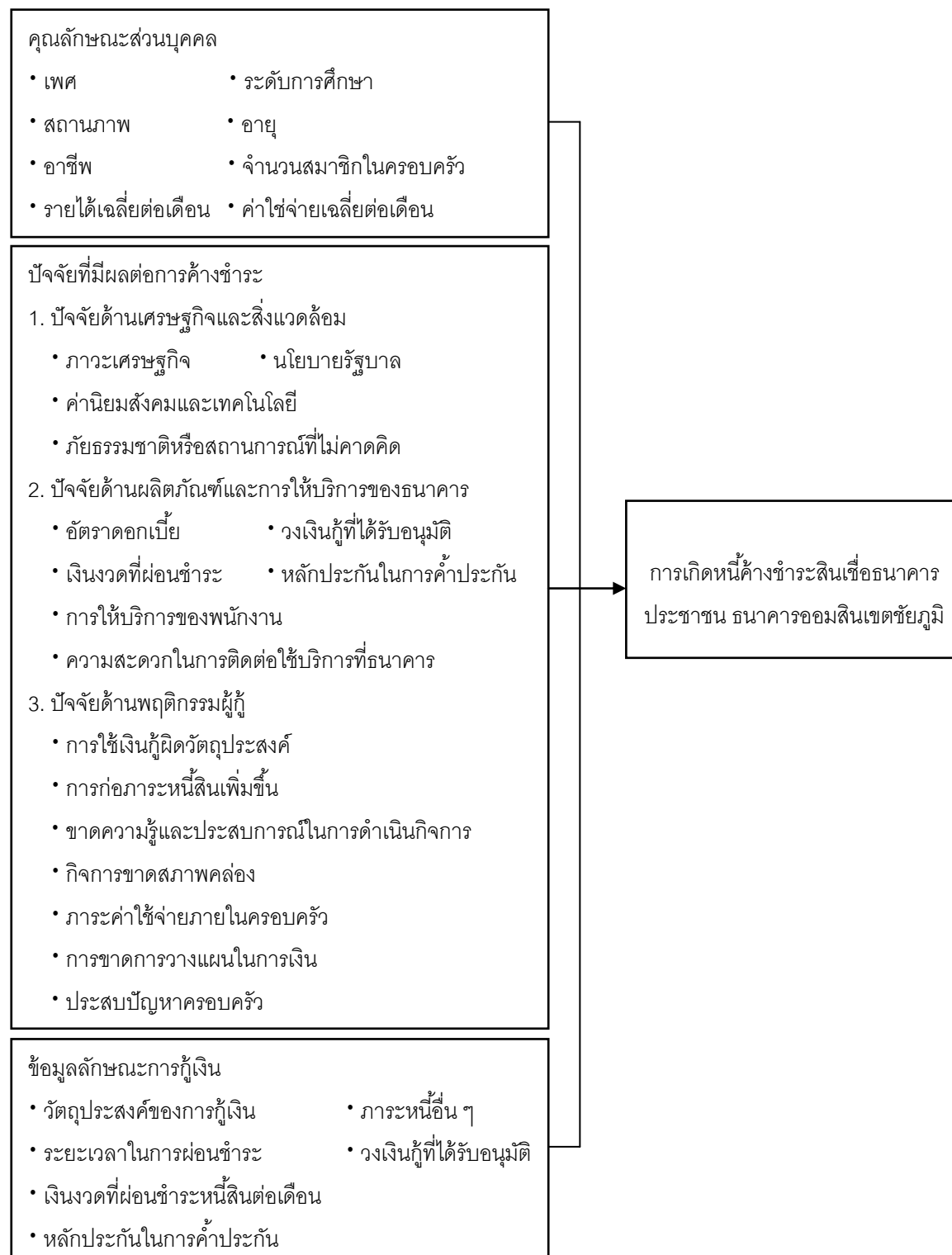
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อบancarประชาชนของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ
2. ทำให้ทราบถึงแนวทางแก้ไขปัญหานี้ค้างชำระ สามารถใช้ประโยชน์ในการควบคุมคุณภาพหนี้ป้องกันและลดปัญหาการเกิดหนี้ค้างชำระไม่ให้เกินหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ของธนาคารออมสินในอนาคต
3. ทำให้ทราบถึงแนวทางในการช่วยเหลือลูกหนี้สินเชื่อบancarประชาชน ให้สามารถให้สามารถมีสภาพคล่องที่ดีขึ้นในสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน
4. เพื่อช่วยพัฒนาขั้นตอนการให้สินเชื่อ ขั้นตอนการติดตามหนี้ที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพที่ดีขึ้น

กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



วิธีการศึกษา

วิธีการเก็บข้อมูล

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ จำนวนทั้งหมด 12 สาขา ที่มีประวัติการผิดนัดชำระต้นเงินกู้ตั้งแต่ 1 งวด ขึ้นไป ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 2,280 ราย

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มนี้ประเภทสินเชื่อธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ จำนวน 12 สาขา ที่มีประวัติการผิดนัดชำระต้นเงินกู้ตั้งแต่ 1 งวด ขึ้นไป ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่มีความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม 5% ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ซึ่งประชากรมีจำนวนทั้งหมด 2,280 ราย ผู้ศึกษาใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 340 ตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้ศึกษาได้มีการสัมภาษณ์พนักงานควบคุมและบริหารหนี้เขตชัยภูมิ ถึงปัจจัยและสาเหตุที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ จำนวน 10 คน

ผู้ศึกษาเลือกเครื่องมือสำหรับการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งในการสร้างแบบสอบถามมีทั้งแบบปลายปิด(Close Ended Question) และแบบสอบถามปลายเปิด (Open Ended Question) โดยแบบสอบถามจะแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สำหรับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการกู้เงิน

ส่วนที่ 3 สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดหนี้ค้างชำระ

ส่วนที่ 4 สำหรับลักษณะคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

วิธีการวิเคราะห์

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนั้นผู้ศึกษาได้มีการออกพบกับกลุ่มตัวอย่าง มีทั้งการตอบแบบสอบถามและสัมภาษณ์ จากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการรวบรวมและตรวจสอบความสมบูรณ์ จากนั้นจึงนำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อคำนวณหาค่าสถิติที่ต้องใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อหนี้ค้างชำระสินเชื่อธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มนี้ที่มีประวัติการผิดนัดชำระเงินกู้ตั้งแต่ 1 งวด ขึ้นไป จำนวน 340 คน ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) จากการศึกษสามารถสรุปผลวิจัยได้ ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มนี้สินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ

จากผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 340 คน แบ่งเป็นเพศชาย ร้อยละ 45.90 และเพศหญิง ร้อยละ 54.10 โดยมีช่วงอายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.90 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 63.20 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 33.20 จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มากกว่า 4 คน ขึ้นไป คิดเป็น

ร้อยละ 60.60 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 33.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.30 และมีรายจ่ายต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.10

2. ข้อมูลลักษณะการกู้เงินของลูกหนี้สินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ

จากการศึกษาข้อมูลลักษณะการกู้เงินของกลุ่มตัวอย่าง วัตถุประสงค์ของการกู้เงิน นำเงินไปใช้ในการอุปโภคบริโภค คิดเป็นร้อยละ 37.40 วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ วงเงินกู้ 50,001-100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.10 ระยะเวลาในการผ่อนชำระ มีระยะในการผ่อนชำระระหว่าง 37-60 งวด คิดเป็นร้อยละ 47.10 ภาระการผ่อนชำระหนี้ต่อเดือนระหว่าง 3,001-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.70 ภาระหนี้สินรวม มีภาระหนี้สินรวมระหว่าง 100,001-500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.50 หลักประกันในการค้ำประกันเงินกู้ มีการใช้บุคคลค้ำประกัน คิดเป็นร้อยละ 90

3. ปัจจัยที่มีผลต่อหนี้ค้างชำระสินเชื่อบริการประชาชน ของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อหนี้ค้างชำระสินเชื่อบริการประชาชน ของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม มีระดับการเกิดหนี้ค้างชำระสิน อยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้กู้และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการของธนาคาร มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระในระดับปานกลาง โดยมีผลการศึกษารายด้าน ดังนี้

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อหนี้ค้างชำระสินเชื่อบริการประชาชน ของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.47 พบว่า ภาวะเศรษฐกิจซบเซา เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ นโยบายรัฐบาลที่เปลี่ยนแปลง

n = 340\

ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ภาวะเศรษฐกิจซบเซา	4.08	0.99	มาก
นโยบายรัฐบาลที่มีการเปลี่ยนแปลง	3.88	0.93	มาก
ภัยธรรมชาติหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด	3.38	1.02	ปานกลาง
ค่านิยมสังคมและเทคโนโลยี	3.20	1.03	ปานกลาง
จำนวนคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น	2.80	1.03	ปานกลาง
รวม	3.47	0.78	มาก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการของธนาคาร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อหนี้ค้างชำระสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.02 เมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรก ได้แก่ เงินงวดที่ผ่อนชำระสูงเกินไป รองลงมาคือ วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติไม่เหมาะสมกับความต้องการ และอัตราดอกเบี้ยที่ปรับเพิ่มขึ้น

n = 340

ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
อัตราดอกเบี้ยที่ปรับเพิ่มขึ้น	3.19	0.84	ปานกลาง
วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติไม่เหมาะสมกับความต้องการ	3.21	0.87	ปานกลาง
เงินงวดที่ผ่อนชำระสูงเกินไป	3.38	0.93	ปานกลาง
หลักประกันในการค้ำประกัน	2.98	0.91	ปานกลาง
การให้บริการของพนักงานไม่เหมาะสม เช่น ไม่อธิบาย			
รายละเอียดพุดจาไม่สุภาพ	2.53	0.94	น้อย
ความสะดวกในการติดต่อใช้บริการที่ธนาคาร	2.81	1.14	ปานกลาง
รวม	3.02	0.70	ปานกลาง

ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้กู้ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อหนี้ค้างชำระสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรก คือ ลูกหนี้ก่อภาระหนี้สินเพิ่มขึ้น รองลงมา ลูกหนี้นำเงินที่จะชำระหนี้ธนาคารไปใช้จ่ายหนี้อื่น ๆ ก่อน และขาดการวางแผนทางการเงิน

n = 340

ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ท่านใช้เงินกู้ผิดวัตถุประสงค์	3.66	1.05	ปานกลาง
ท่านก่อภาระหนี้สินเพิ่มขึ้น	4.09	0.82	มาก
ท่านมีรายได้จากการประกอบอาชีพลดลง	2.71	1.16	ปานกลาง
ท่านลาออกจากงาน/ตงงาน/ว่างงาน	1.91	1.16	น้อย
ท่านไม่มีประสบการณ์ในการดำเนินกิจการ	2.92	1.28	ปานกลาง
ท่านมีการลงทุนเกินตัว ส่งผลให้กิจการขาดสภาพคล่อง	3.11	1.35	ปานกลาง
ท่านนำเงินที่จะชำระหนี้ธนาคารไปใช้จ่ายหนี้อื่น ๆ ก่อน	3.56	1.10	มาก
ท่านขาดการวางแผนทางการเงิน	3.56	0.96	มาก
ท่านประสบปัญหาครอบครัว เช่น การหย่าร้าง	2.64	1.30	ปานกลาง
รวม	3.13	0.74	ปานกลาง

4. ผลการศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกหนี้ค้างชำระสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ

ผลการศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกหนี้ค้างชำระสินเชื่อธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด พบว่า

1. ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ จำนวน 22 คน
2. ภาระหนี้สินนอกระบบ จำนวน 10 คน

3. ค่าใช้จ่ายภายในครอบครัวสูงขึ้น ค่าเล่าเรียนบุตร จำนวน 3 คน
4. ช่วงโรคระบาดไวรัสโคโรนา19 ทำให้ตกงาน ส่งผลให้ไม่มีรายได้ จำนวน 3 คน
5. ความไม่สะดวกในการเข้าไปใช้บริการที่ธนาคาร จำนวน 2 คน
6. อัตราดอกเบี้ยของธนาคารสูง จำนวน 1 คน

สาเหตุของปัญหา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ โดยการสัมภาษณ์พนักงานศูนย์ควบคุมและบริหารหนี้ การตอบแบบสอบถาม การสัมภาษณ์จากผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถหาสาเหตุของการเกิดหนี้ค้างชำระได้ดังนี้

1. วิเคราะห์สรุปผลการสัมภาษณ์พนักงานควบคุมและบริหารหนี้เขตชัยภูมิ ถึงปัจจัยและสาเหตุที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ ใช้การ ได้ผลวิเคราะห์สรุปบทความ ดังนี้

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันสภาวะเศรษฐกิจซบเซา และสถานการณ์ด้านการเมืองมีความไม่แน่นอน ทำให้มีการชะลอการลงทุน การจ้างงานลดลง ส่งผลต่อรายได้ลดลง ภาระหนี้คงเดิม การชำระหนี้คืนลดลง ทำให้เกิดปัญหาหนี้ค้างชำระ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการของธนาคาร จำนวนเงินงวดที่ส่งชำระสูง ไม่สัมพันธ์กันของรายได้ของลูกค้า อาจเกิดจากการวิเคราะห์สินเชื่อเงินเชื่อไม่ตรงตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด เจ้าหน้าที่สินเชื่อขาดความรู้ในการปล่อยสินเชื่อ เช่น การวิเคราะห์ความสามารถในการชำระหนี้ ไม่มีความสามารถในการชำระหนี้ได้ตามเงื่อนไขที่กำหนด ทำให้ลูกค้าไม่สามารถจ่ายชำระหนี้ได้ เนื่องจากรายได้และค่าใช้จ่ายไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งส่งผลให้เกิดหนี้ค้างชำระ การปล่อยสินเชื่อ เกินความสามารถของลูกค้า เช่น ลูกค้ามีบัญชีสินเชื่อหลายบัญชี ทำให้ลูกค้าไม่สามารถชำระหนี้คืนได้ทุกบัญชี และหลักประกันที่ใช้ในการกู้เงิน ความสัมพันธ์ลูกค้าและหลักประกัน หากมีความสัมพันธ์ที่ดีจะมีแนวโน้มในการชำระหนี้คืนที่ตรงกำหนด แต่หากไม่มีความสัมพันธ์ของหลักประกัน อาจส่งผลให้แนวโน้มการชำระหนี้คืนลดลง ความใส่ใจในการชำระหนี้ลดลง

ปัจจัยด้านข้อมูลลักษณะการกู้เงินของลูกค้า มีการก่อภาระหนี้สินเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ในระบบและนอกระบบ ทำให้ขาดสภาพคล่องทางการเงิน ไม่มีการวางแผนทางการเงิน ไม่มีเงินสำรองในยามฉุกเฉิน ไม่สามารถปรับตัวได้เมื่อเกิดวิกฤต การใช้เงินกู้ผิดวัตถุประสงค์ ทำให้ไม่ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มในการหมุนเวียน และการปิดกิจการหรือการลาออกจากงานเดิม ทำให้ไม่มีรายได้ในการชำระหนี้คืน

แนวทางการแก้ไข ควบคุมการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อธนาคารออมสินเขตชัยภูมิ เมื่อลูกค้ามีการค้างชำระ แนะนำการแก้ไขนี้เป็นการช่วยเหลือลูกค้าตามหลักเกณฑ์ของธนาคารที่ได้กำหนดไว้ คือ การปรับปรุงโครงสร้าง เพื่อให้ลูกค้าสามารถผ่อนชำระได้ตามความสามารถที่จะผ่อนชำระได้ วิเคราะห์ตามความสัมพันธ์ของรายได้และค่าใช้จ่าย ความสามารถในการชำระหนี้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ไม่ให้เกิดเป็นหนี้ค้างชำระเพิ่มขึ้นในอนาคต

2. จากการการตอบแบบสอบถาม การสัมภาษณ์จากผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถหาสาเหตุของการเกิดหนี้ค้างชำระได้ดังนี้

ด้านข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่า ช่วงอายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระที่แตกต่างกัน โดยช่วงอายุ 30-39 ปี

ที่มีจำนวนสมาชิกภายในครอบครัวมากกว่า 4 คน ขึ้นไป เป็นช่วงอายุที่มีแนวโน้มการเกิดหนี้ค้างชำระสูงสุด ซึ่งสาเหตุหนึ่งอาจเกิดจากเป็นช่วงที่กำลังสร้างครอบครัว มีการที่ต้องดูแลสมาชิกในครอบครัว ประกอบกับมีค่าใช้จ่ายภายในครอบครัวที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะค่าอุปโภคบริโภคต่าง ค่าเล่าเรียนบุตร เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ การประกอบอาชีพของลูกหนี้ที่ใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนโดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้ที่มีความไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับความผันผวนของเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้รายได้ไม่เพียงพอต่อรายจ่ายในแต่ละเดือน นำไปสู่การกู้ยืมเงินนอกระบบ ส่งผลให้มีภาระหนี้สินเพิ่มขึ้น

ด้านข้อมูลลักษณะการกู้เงินของลูกหนี้ พบว่า วัตถุประสงค์การกู้เงิน วงเงินกู้ และหลักประกันมีความแตกต่างกัน อาจเป็นที่การนำเงินไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ในการกู้เงินและวงเงินที่ได้รับอาจจะไม่เหมาะสมและเพียงพอ จึงไม่สามารถหมุนเวียนเงินได้ทันตามกำหนดชำระเงิน และหลักประกันในการกู้เงิน ความสัมพันธ์ของผู้กู้และหลักประกัน ถ้าหากความสัมพันธ์ของลูกหนี้กับหลักประกันการกู้เงินประกันเป็นอย่างดี ลูกหนี้มีแนวโน้มที่จะตั้งใจชำระหนี้มากกว่าความสัมพันธ์ที่ห่างเหิน

ด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม เกิดจากภาวะเศรษฐกิจซบเซา เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง การเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐบาล มีผลต่อการลงทุนและความเชื่อมั่น ธุรกิจการค้าขายซบเซาไปด้วย ขาดสภาพคล่องในการหมุนเวียนเงิน

ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการของธนาคาร เงินงวดที่ผ่อนชำระสูงเกินไป วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติไม่เหมาะสม และอัตราดอกเบี้ยที่ปรับเพิ่มขึ้น เกิดจากต้นทุนที่ใช้ในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นและนโยบายของธนาคาร เพื่อให้เหมาะสมกับความเสี่ยงของประเภทสินเชื่อ ต้องยึดตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข การให้สินเชื่อของธนาคาร

ด้านพฤติกรรมผู้กู้ เกิดจากการก่อหนี้สินเพิ่มขึ้นของลูกหนี้ ลูกหนี้นำเงินที่จะชำระหนี้ธนาคารไปใช้จ่ายหนี้อื่น ๆ ก่อน และขาดการวางแผนทางการเงิน ลูกหนี้ขาดการวางแผนทางการเงิน มีรายได้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย จึงมีการแก้ปัญหาโดยการกู้เงินทั้งในระบบและนอกระบบ เพื่อหมุนเวียนเงินในกิจการและใช้จ่ายภายในครอบครัว ทำให้มีการผ่อนชำระหนี้หลายทาง ต้องนำเงินไปชำระหนี้ทางอื่นก่อน ทำให้เกิดหนี้ค้างชำระของธนาคาร

แนวทางการแก้ไขปัญหา

จากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยมีแนวทางเลือกในการแก้ไขปัญหาหนี้ค้างชำระ เพื่อเป็นการลดการเกิดหนี้ค้างชำระ พัฒนาระบบขั้นตอนในการให้สินเชื่อ และขั้นตอนการติดตามหนี้ ดังนี้

1. การจัดการให้ความรู้และส่งเสริมการสร้างอาชีพให้กับลูกค้า สินเชื่อธนาคารประชาชน มีวัตถุประสงค์เพื่อ เป็นเงินทุน หมุนเวียนในกิจการ เป็นค่าใช้จ่ายจำเป็นในการดำรงชีวิต และชำระหนี้สินอื่น ๆ เป็นการสนับสนุนเงินทุนเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถช่วยแก้ไขหนี้ค้างชำระได้ การจัดการให้ความรู้ที่ช่วยส่งเสริมในการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ มีการศึกษาแนวโน้มของสภาวะเศรษฐกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อลูกหนี้ธนาคาร ลดการสร้างภาระหนี้เพิ่มขึ้น และการสร้างวินัยทางการเงินที่ดี มีความพร้อมในเตรียมมาตรการรองรับ ให้คำแนะนำ สามารถเป็นที่ปรึกษาให้กับลูกหนี้ลูกหนี้จะได้รับความรู้ ความเข้าใจ สามารถมีวิธีเตรียมความพร้อมและวางแผนทางการเงินในสภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลง

2. การฝึกอบรมพนักงานให้ความรู้ด้านการวิเคราะห์ลูกค้า การอนุมัติสินเชื่อของธนาคาร ควรมีความระมัดระวังการอนุมัติ มีการพิจารณาการใช้เงินกู้ให้ตรงตามวัตถุประสงค์การกู้เงิน การอนุมัติวงเงินที่กู้และเงินงวดรายเดือนที่เหมาะสมให้สอดคล้องกับรายได้และความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า รวมถึงการพิจารณาความสัมพันธ์ของหลักประกันเงินกู้ที่เหมาะสม

3. การติดตามหนี้ เพื่อแก้ไขปัญหาหนี้ค้างชำระ ควรมีการออกตรวจกิจการลูกค้าย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง หากมีหนี้ที่เกิดขึ้นจะได้หาแนวทางแก้ไขได้อย่างทันทั่วทั้งที่ กรณีลูกค้ายมีการเริ่มค้างชำระเงินงวดของธนาคาร ควรมีการเจรจาซึ่งกันและกัน เพื่อทราบสาเหตุของการค้างชำระ และมีคำแนะนำที่สามารถช่วยเหลือลูกค้าย โดยมีเครื่องมือในการแก้ไขหนี้ คือ การปรับปรุงโครงสร้างหนี้ หรือการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในการชำระหนี้ โดยการวิเคราะห์ความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าย

แผนการปฏิบัติงาน

การติดตามหนี้ เป็นส่วนหนึ่งในการดูแลลูกค้ายของธนาคาร ควรมีการเยี่ยมเยียนและตรวจกิจการลูกค้ายอย่างสม่ำเสมอ หากลูกค้ายเกิดปัญหาในธุรกิจหรือการประกอบอาชีพ ซึ่งลูกค้ายอาจจะมีการประสบปัญหาที่มีรายได้ไม่เพียงพอต่อการชำระหนี้ เช่น การก่อภาระหนี้สินเพิ่มขึ้น ทำให้ขาดสภาพคล่องในการหมุนเวียนเงิน การเกิดภัยธรรมชาติที่มีผลกระทบต่อลูกค้าย เป็นต้น ถ้าหากทราบปัญหาที่เกิดขึ้นของลูกค้าย จะได้มีแนวทางในการแก้ไขได้อย่างทันทั่วทั้งที่ ในกรณีที่ลูกค้ายมีการค้างชำระเงินงวดของธนาคาร จะมีการเจรจาร่วมกันหาแนวทางแก้ไข คือ การปรับปรุงโครงสร้างหนี้ หรือการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการชำระหนี้ แล้วแต่กรณี ซึ่งการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ เป็นการดำเนินการแก้ไขหนี้ลูกหนี้ที่มีการค้างชำระเงินงวด เป็นการขอผ่อนผันการชำระหนี้โดยการขอลดจำนวนเงินงวดในการผ่อนชำระหนี้ลดลง และขอขยายระยะเวลาในการผ่อนชำระหนี้ให้มีระยะเวลาที่เพิ่มขึ้น เพื่อให้ลูกค้ายที่มีการค้างชำระเงินงวดสามารถผ่อนชำระได้ตามความสามารถในการผ่อนชำระหนี้ได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เพื่อให้ลูกหนี้สามารถผ่อนชำระได้โดยไม่เกิดการค้างชำระเพิ่มขึ้นในอนาคตข้างหน้า และธนาคารได้รับการชำระหนี้คืนสูงสุด

1. การติดตามหนี้ที่มีการค้างชำระตั้งแต่ 1 งวด การออกจดหมายเตือนชำระหนี้ และการโทรศัพท์โดยเจ้าพนักงานนอก ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่จะเป็นผู้ดูแลลูกค้ายในส่วนดังกล่าว จากนั้นศูนย์ควบคุมและบริหารหนี้ ดูแลการแก้ไขหนี้ค้างชำระตั้งแต่ 2 งวดขึ้นไปทั้งหมด จะแบ่งหน้าที่ตามในการดูแลลูกค้ายตามเขตจังหวัด โดยลูกหนี้ค้างชำระของสาขาในเขตชัยภูมิ เป็นศูนย์ควบคุมและบริหารหนี้เป็นผู้ดูแล

2. หน่วยควบคุมและบริหารหนี้ มีการติดตามลูกหนี้ค้างชำระตั้งแต่ 2 งวด ถึง 4 งวด โดยจะมีการติดตามโดยการโทรศัพท์ หากติดต่อไม่ได้หรือไม่มาตามที่นัดชำระไว้ จะได้ออกไปพบและเจรจากับลูกหนี้ที่ตั้งกิจการบ้าน หรือสถานที่ที่ลูกค้ายสะดวกในการติดต่อ หากไม่พบลูกหนี้จะมีการติดตามกับผู้ค้ำประกันต่อไป

3. หน่วยบริหารหนี้ มีการติดตามลูกหนี้ที่มีการค้างชำระมากกว่า 4 งวดขึ้นไป หรือลูกหนี้ NPLs การติดตามโดยการโทรศัพท์ หากติดต่อไม่ได้หรือไม่มาตามที่นัดชำระไว้ จะได้ออกไปพบและเจรจากับลูกหนี้ที่ตั้งกิจการ บ้าน หรือสถานที่ที่ลูกค้ายสะดวกในการติดต่อ หากไม่พบลูกหนี้จะมีการติดตามกับผู้ค้ำประกัน หากลูกหนี้ไม่สามารถส่งชำระหนี้ได้ตามเงื่อนไขจะเป็นการพิจารณาการส่งดำเนินคดีต่อไป

4. หน่วยบริหารคดี พิจารณาในการดำเนินคดีทางกฎหมาย การบังคับคดี การสืบทรัพย์ และยึดทรัพย์

แนวทางในการแก้ไขหนี้ค้างชำระ การแก้ไขหนี้ และการควบคุมคุณภาพหนี้ มีเครื่องมือในการแก้ไขหนี้กับลูกหนี้ตามความเหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ ดังนี้

1. รายได้ลดลงหรือภาระหนี้สินเพิ่มขึ้น ทำให้ไม่สามารถส่งชำระหนี้ได้ตามปกติ แต่ลูกหนี้ยังมีรายได้ที่สามารถชำระหนี้ได้

1.1 การแก้ไขโดยการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ สามารถลดเงินงวดรายเดือนที่ส่งชำระหนี้ให้แก่ธนาคาร โดยพิจารณาจากความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้ในปัจจุบัน

1.2 หากมีการใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน หากสามารถแบ่งส่วนที่ดินขายชำระหนี้ปิดบัญชีหรือบางส่วนได้เพื่อขอลดยอดภาระหนี้ได้ ลูกหนี้สามารถขอลดเงินงวดรายเดือนที่ส่งชำระให้แก่ธนาคารได้

2. ลูกหนี้ที่ส่งชำระไม่ได้ในช่วงเวลาหนึ่ง มีวิธีการแก้ไขดังนี้

2.1 การขอลดดอกเบี้ยผิดนัดและชำระยอดค้างทั้งหมดให้เป็นหนี้ปกติ

2.2 การปรับปรุงโครงสร้างหนี้ สามารถขอลดเงินงวดผ่านชำระหนี้ได้ตามความสามารถในการชำระหนี้ในปัจจุบัน

3. เลิกกิจการ ลาออก ถูกไล่ออก พักงาน ไม่มีรายได้ หรือติดตามผู้กู้หลบหนี ย้ายถิ่นฐานหรือไปต่างประเทศ ไม่สามารถติดตามลูกหนี้ได้

3.1 กรณีหลักทรัพย์ค้ำประกัน ให้ลูกหนี้ขายหลักทรัพย์ชำระหนี้ทั้งหมด หรือตีโอนให้ธนาคาร

3.2 กรณีบุคคลค้ำประกัน มีการยื่นฟ้องคดี และดำเนินคดีทางกฎหมายเรียบร้อยแล้ว ผู้ค้ำประกันสามารถมารับสภาพหนี้แทนผู้กู้ และสามารถทำการปรับปรุงโครงสร้างหนี้เพื่อขอลดเงินงวดในการผ่อนชำระต่อไปตามข้อกำหนด

3.3 กรณีเป็นบรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) ธนาคารจะเรียกร้องสิทธิในการรับชำระหนี้ในจำนวนที่ค้ำประกันนั้น เมื่อหักกลับหนี้สินตามจำนวนที่เรียกร้องสิทธิไปนั้น หากภาระหนี้ยังคงเหลือลูกหนี้สามารถทำการปรับปรุงโครงสร้างหนี้เพื่อขอลดเงินงวดในการผ่อนชำระต่อไป

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จากข้อมูลในการวิจัยเป็นการศึกษาระยะเวลาหนึ่ง เนื่องจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม เป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ ควรมีการศึกษาถึงนโยบายของรัฐ เช่น การปรับลดอัตราดอกเบี้ย การพักชำระหนี้ เพื่อช่วยเหลือและฟื้นฟูผู้ที่ประสบภาวะวิกฤต รวมถึงโครงการอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ว่ามีความสัมพันธ์กับการชำระหนี้ หรือมีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่ออย่างไร เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและแนวทางแก้ไขอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กฤษฎา สังขมณี. (2549). **การจัดการสินเชื่อ**. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

เกรียงไกร จิรกุลพรชัย. (2552). **ปัจจัยที่ทำให้เกิดหนี้ค้างชำระของสินเชื่อที่อยู่อาศัยในแต่ละระดับ LTV:**

กรณีศึกษา ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ญาโณทัย อนันตกุล. (2558). **หลักการ 6c ในการวิเคราะห์สินเชื่อ**. สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2563, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/584436>.

ธนาคารออมสิน. (2563). **สินเชื่อธนาคารประชาชน**. สืบค้นเมื่อ 21 กรกฎาคม 2563, จาก https://www.gsb.or.th/personal/products/loan/government/bank_people.aspx.

ธนิดา ตันติอากกุล. (2560). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการผิดนัดค้างชำระสินเชื่ออุปโภคบริโภคของธนาคารพาณิชย์และบริษัทที่ประกอบธุรกิจแต่มีใช้สถาบันการเงินในไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรรณิ สมด้ว. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระ สินเชื่อนโยบายรัฐของธนาคารออมสิน สาขาจะนะ จังหวัดสงขลา. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สงขลา: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์.

หฤทัย ดวงขึ้น. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพการชำระหนี้ของลูกค้าเงินกู้ ธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร สาขาจอมบึง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

S0119: การวิเคราะห์ลักษณะการเป็นหนี้ค้างชำระ สินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน เขต
ขอนแก่น 1 ในวิกฤตการณ์ไวรัสโคโรนา (Covid-19)

THE FACTORS CAUSING OF OUTSTANDING DEBT OF WELFARE OF BUSINESS LOANS
FROM GOVERNMENT SAVING BANK, KHONKAEN 1 CLUSTER BY THE CORONAVIRUS
(COVID-19) AS A PANDEMIC

ศุภกิจ นรินทร์วงศ์¹ อนุชิตร์ ชำของ²

¹ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² กลุ่มวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงสาเหตุของการค้างชำระ และให้การช่วยเหลือลูกค้าของธนาคารออมสินได้ถูกต้องและเหมาะสมตรงตามความต้องการของลูกค้า และหาวิธีป้องกันการค้างชำระซ้ำของลูกค้า เก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนผู้ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน กลุ่มตัวอย่างได้แก่ วิธีการเก็บข้อมูลลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสินเขตขอนแก่น 1 โดยการทำแบบสอบถาม ลูกค้า จำนวน 205 คน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากแบบสอบถาม ที่ได้ทำการตอบอย่างครบถ้วนแล้ว ประมวลผล และจัดบันทึก แล้วนำเสนอข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงเหตุและแนวทางการเป็นหนี้ค้างชำระ สินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน เขตขอนแก่น 1 ในวิกฤตการณ์ไวรัสโคโรนา (Covid-19)

ผลการวิจัยพบว่า สาเหตุของการค้างชำระ การให้ช่วยเหลือลูกค้าของธนาคารออมสินได้ถูกต้องและเหมาะสมตรงตามความต้องการของลูกค้า และหาวิธีป้องกันการค้างชำระซ้ำของลูกค้าการเป็นหนี้ค้างชำระ ปัจจัยภายนอกธนาคารมีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยภายในธนาคารและปัจจัยที่เกิดจากตัวบุคคลมีผลต่อหนี้ค้างชำระอยู่ในระดับปานกลาง ลักษณะการเป็นหนี้ค้างชำระ โดยจำแนกตามข้อมูลบุคคล จากระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: หนี้ค้างชำระ, สินเชื่อธุรกิจ, ธนาคารออมสิน

Abstract

This research aimed to determine the reasons for the overdue. And provide accurate and suitable assistance to customers of the Government Savings Bank to meet the needs of customers and find ways to prevent repeated overdue payments of customers collect data on the number of users of Government Savings Bank's business loans. The sample groups were Methods for collecting customer data of Government Savings Bank Khon Kaen 1 cluster by questionnaires of 205 customers. Qualitative data analysis from questionnaires. That has done all the answers, processing, recording, and presenting information to inform the cause. And guidelines for being overdue Business credit of Government Savings Bank Khon Kaen 1 cluster in the Coronavirus Crisis (Covid-19).

The research found that the cause of the overdue The Government Savings Bank's customer assistance is accurate and suitable to meet the needs of customers. And find ways to prevent repeated overdue payments of customers being overdue. Factors outside the bank have an effect on the occurrence of outstanding debt at a large extent. Internal factors and personal factors affect outstanding debt at a moderate level. Characteristic of being overdue Classified by individual information from the average monthly income level there was a statistically significant difference at the .05 level.

Keywords: The outstanding debt, business loans, Government Savings Bank

บทนำ

ไตรมาสแรกของปี 2563 ที่ผ่านมา ธนาคารออมสินมีผลประกอบการที่ขาดทุน ซึ่งเหตุในการขาดทุนที่เป็นประเด็นที่สำคัญการไม่ได้รับชำระหนี้สินเชื่อส่งผลให้กำไรที่ได้รับจากดอกเบี้ยเงินกู้ที่ลดลงและรวมไปถึงหนี้ค้างชำระมากกว่า 3 เดือน (NPLs) ซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดการกันสำรองหนี้ร้อยละ 100 ของเงินกู้คงเหลือที่ลูกค้ารายนั้นได้กู้ยืมไป อันเนื่องมาจากวิกฤตการณ์ไวรัสโคโรนา (COVID-19) ซึ่งส่งผลกระทบต่อลูกค้าของธนาคารออมสินโดยตรง จากปัญหาการปิดเมือง ปิดโรงเรียน ปิดห้างสรรพสินค้า ส่งผลให้ลูกค้าธนาคารออมสินไม่สามารถหารายได้เพื่อชำระหนี้คืนธนาคารได้

ปัญหาที่พบคือ ลูกค้าสินเชื่อธุรกิจในเขตขอนแก่น 1 ได้รับผลกระทบไม่สามารถเปิดกิจการเพื่อทำธุรกิจได้ ส่งผลให้ไม่สามารถหารายได้มาชำระหนี้คืนธนาคารออมสินตรงตามที่กำหนด จึงมีความสนใจที่จะวิเคราะห์ลักษณะการเป็นหนี้ค้างชำระสินเชื่อธุรกิจ ของลูกค้าตามแต่ละธุรกิจที่เป็นลูกค้ากับธนาคารออมสินเขตขอนแก่น 1 เพื่อแยกลูกค้าเข้ามาตรการการให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ ให้สามารถช่วยเหลือลูกค้าเพื่อผ่านพ้นวิกฤตการณ์นี้ได้ อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน โดยสามารถช่วยเหลือลูกค้าตั้งแต่ยังไม่ค้างชำระ, ค้างชำระ 1-3 เดือน รวมไปถึงลูกหนี้ที่มียอดค้างชำระมากกว่า 3 เดือน (NPLs) และนำข้อมูลที่ได้ศึกษาวิเคราะห์ มาปรับปรุงแก้ไขความช่วยเหลือบรรเทาความเดือดร้อนและป้องกันไม่ให้เกิดหนี้ค้างชำระขึ้นอีก รวมไปถึงเพื่อปรับปรุงแก้ไขคุณภาพในการให้สินเชื่อและการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อต่อไป ปัจจุบันธนาคารออมสินเขตขอนแก่น 1 มีลูกค้าสินเชื่อธุรกิจที่มียอดค้างชำระตั้งแต่ 2 เดือนเป็นต้นไป ทั้งหมดจำนวน 227 ราย เป็นจำนวนเงิน 254,139,850.91 บาท ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนผู้ให้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน กลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถาม จำนวน 205 คน จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสินเขตขอนแก่น 1 พบว่า ผู้ที่ประสบปัญหาหนี้ค้างชำระประเภทสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสินเขตขอนแก่น 1 เป็นเพศหญิง จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 54.63 เพศชาย จำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.37

วัตถุประสงค์ของการศึกษา (Objective)

1. เพื่อศึกษาถึงสาเหตุที่แท้จริงในการค้างชำระ
2. เพื่อศึกษาให้การช่วยเหลือลูกค้าของธนาคารออมสินได้ถูกต้องและเหมาะสมตรงตามความต้องการของลูกค้า
3. เพื่อศึกษาวิธีป้องกันการค้างชำระซ้ำของลูกค้า

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (The Expected Benefit) สาเหตุของการค้างชำระ การให้ช่วยเหลือลูกค้าของธนาคารออมสินได้ถูกต้องและเหมาะสมตรงตามความต้องการของลูกค้า และหาวิธีป้องกันการค้างชำระซ้ำของลูกค้า การเป็นหนี้ค้างชำระ สินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน เขตขอนแก่น 1 ในวิกฤตการณ์ไวรัสโคโรนา (Covid-19) รวมไปถึงการป้องกันการค้างชำระให้กับลูกค้าแบบยั่งยืน

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลสินเชื่อ

เทคนิคหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการประเมินอัตราเสี่ยงเพื่อพิจารณาว่าจะให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้หรือไม่ คือ วิธี 7Cs ซึ่งจะกล่าวโดยลำดับ ดังนี้

1. Character หมายถึง คุณสมบัติของผู้กู้ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึง “ความต้องการ” หรือ “ความตั้งใจ” ของลูกหนี้ที่จะชำระคืนหนี้เมื่อถึงกำหนด เป็นการสะสมคุณภาพทางด้านจิตใจและศีลธรรมที่มีอยู่ในตัวลูกหนี้แล้ว แสดงออกมาในรูปของความซื่อสัตย์ ความเที่ยงตรงเป็นต้น เป็นการพิจารณาถึงคุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อ วิเคราะห์ถึงอุปนิสัยและพฤติกรรมของผู้ขอสินเชื่อว่ามีความรับผิดชอบในการชำระหนี้เพียงใด
2. Capacity หมายถึง ความสามารถในการหารายได้ของผู้กู้เพื่อนำมาชำระหนี้ (Ability to Pay) ปัจจัยที่แสดงให้เห็นว่าลูกหนี้มีความสามารถในการชำระหนี้มากน้อยเพียงใด
3. Capital หมายถึง ความเข้มแข็งทางการเงินของลูกหนี้ ซึ่งจะดูได้จากส่วนของทุนหรือเงินทุน (Equity หรือ Net worth) ทุนของกิจการจะเป็นสิ่งประกันแก่เจ้าหนี้และสร้างความมั่นใจแก่เจ้าหนี้ว่าจะได้รับชำระหนี้คืน
4. Collateral หมายถึง หลักทรัพย์ค้ำประกันหนี้ หลักประกันหนี้เป็นสิ่งที่ธนาคารในประเทศไทยมักจะพิจารณาในการให้สินเชื่อ ทั้งนี้ เพราะทรัพย์สินที่ลูกหนี้เสนอมาเป็นหลักประกันนั้นจะทำให้ธนาคารอุ่นใจในกรณีที่การให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้นั้นล้มเหลวธนาคารยังมีโอกาสที่จะได้รับการชำระหนี้คืนจากการขายทรัพย์สินของลูกหนี้ที่นำมาจำนำหรือจำนองไว้
5. Condition หมายถึง เงื่อนไขต่าง ๆ ที่จะส่งผลทำให้ฐานะของลูกหนี้เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีหรือเลวลงได้ เงื่อนไขต่าง ๆ
6. Country หมายถึง การประเมินความเสี่ยงในการให้สินเชื่อที่เกี่ยวข้องกับประเทศของผู้กู้ โดยเฉพาะพิจารณาด้านเศรษฐกิจนโยบาย ซึ่งในปัจจุบันที่มีการแข่งขันการส่งออกสินค้า การส่งออกสินค้า การส่งออกสินค้าออก ซึ่งการให้สินเชื่อเกี่ยวกับธุรกิจประเภทนี้จะมีความเสี่ยงในอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราและตลาดที่นำเข้าสินค้า
7. Control หมายถึง ความสามารถในการควบคุมฐานะทางการเงินของผู้กู้ เป็นการพิจารณาถึงการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพของผู้กู้ มิใช่ว่าผู้กู้ทุกคนจะมีระบบการเงินและการบริหารงานภายในที่ดี

แนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุของการค้างชำระหนี้

การค้างชำระหนี้ของลูกหนี้เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงได้ยากในการดำเนินงานของธนาคาร เนื่องจากการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่มาขอสินเชื่อ แม้จะได้มีการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้กู้แล้วก็ตาม แต่ยังมีปัจจัยหลายปัจจัยที่ส่งผลให้ลูกหนี้ไม่สามารถชำระหนี้คืนได้ตามกำหนดที่ระบุไว้ในสัญญา ธนาคารเองต้องมีระบบตรวจสอบติดตามหนี้ภายหลังจากที่ได้ให้กู้แล้ว ซึ่งมูลเหตุของการค้างชำระหนี้พอจะสรุปได้ดังนี้

1. เกิดจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ หากปัจจัยดังกล่าวเปลี่ยนแปลงย่อมส่งผลกระทบต่อตัวลูกหนี้ได้

2. ปัจจัยภายใน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในธนาคารที่เป็นผู้ปล่อยสินเชื่อเองและสามารถควบคุมการเปลี่ยนแปลงได้

3. ปัจจัยที่เกิดจากตัวลูกหนี้

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุของการค้างชำระหนี้ จะเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่นำมาศึกษาทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ต่อการผิดนัดชำระหนี้ของลูกหนี้สินเชื่อ ทั้งปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน และปัจจัยที่เกิดจากตัวลูกหนี้ เพื่อนำไปวิเคราะห์หาการรวมปัจจัยของการผิดนัดชำระหนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเรียกเก็บหนี้

เพื่อให้การจัดการเรียกเก็บหนี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ฝ่ายจัดการสินเชื่อควรวางนโยบายการจัดเก็บหนี้ให้เหมาะสม พร้อมทั้งกำหนดวิธีปฏิบัติ ซึ่งกระทำได้โดยเจ้าหน้าที่ของกิจการเองหรือว่าจ้างบุคคลภายนอกมาทำแทนได้ (คารณี พุทธิวิบูลย์, 2543: 241-249) จุดมุ่งหมายหลักของการเรียกเก็บหนี้

1. พยายามเก็บหนี้ให้ได้โดยเร็ว

2. พยายามรักษาความนิยมจากลูกค้า

3. พยายามเสียค่าใช้จ่ายในการเรียกเก็บหนี้ให้น้อยที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์เพื่อการแก้ปัญหา

การวิเคราะห์ SWOT หลังจากที่มีผลการประเมินแล้ว ก็จะนำมาข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์ ที่เรียกว่า TOWS Matrix ทำให้เกิดกลยุทธ์ 4 ประเภท คือ

1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) จากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน

2. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) จากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและข้อจำกัดมาพิจารณา

3. กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) จากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน

4. กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) จากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จรรยาธน์ ตระการศิรินันท์ (2540) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ทำให้เกิดการค้างชำระหนี้ของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดการค้างชำระหนี้ของลูกหนี้สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนประชากรตัวอย่าง 110 ราย ที่ค้างชำระหนี้แก่ธนาคาร จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลทำให้เกิดปัญหาการทางชำระหนี้ พบว่า ปัจจัยภายนอกมีผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจซบเซาเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาล การเกิดภัยธรรมชาติ สภาพแวดล้อมต่างๆ ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการผลิต จึงส่งผลทำให้เกิดหนี้ค้างชำระมาก สำหรับปัจจัยภายในเกิดจากอัตราดอกเบี้ยที่เพิ่มสูงขึ้น การจำกัดการให้สินเชื่อบางประเภท และเงื่อนไขการชำระหนี้ที่สูงเกินไป ส่วนปัจจัยที่เกิดจากตัวลูกหนี้เอง

พัฒนา กัลยานนท์ (2543) เรื่องปัจจัยที่ทำให้เกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของธนาคารพาณิชย์หนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ข้อมูลการวิจัย 2 ประเภท คือ ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ และข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งได้มาจากแฟ้มสินเชื่อของลูกค้าแต่ละราย ทั้งนี้ กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มลูกหนี้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์หนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย โดยแบ่งเป็นลูกหนี้ปกติกับกลุ่มลูกหนี้ที่เป็นหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ กลุ่มละ 200 รายเท่าๆ กัน สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้ใช้ Chi-square เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และใช้ logistic regression เพื่อวิเคราะห์แบบจำลองพยากรณ์หรือความน่าจะเป็น โดยตัวแปรตาม

วิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ลักษณะการเป็นหนี้ค้างชำระสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน ในวิกฤตการณ์ไวรัสโคโรนา (Covid-19) ได้วางระเบียบวิธีการศึกษาไว้ ดังนี้

วิธีการเก็บข้อมูล (Data Collection)

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนผู้ให้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน กลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถาม จำนวน 205 คน จากการเก็บรวมข้อมูลจากการแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสินเขตขอนแก่น 1 พบว่า ผู้ที่ประสบปัญหาหนี้ค้างชำระประเภทสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสินเขตขอนแก่น 1 เป็นเพศหญิง จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 54.63 เพศชาย จำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.37

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา (Study Instrument)

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

แบบสอบถามส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าหนี้ของธนาคารออมสินเขตขอนแก่น 1

แบบสอบถามส่วนที่ 2 คือ ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุและวิธีการแก้ไขปัญหาหนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 3 คือ ข้อมูลข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของลูกค้า

วิธีการวิเคราะห์ (Data Analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากแบบสอบถาม ที่ได้ทำการตอบอย่างครบถ้วนแล้ว ประมวลผล และจัดบันทึก แล้วนำเสนอข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงเหตุ และแนวทางการเป็นหนี้ค้างชำระ สินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสินเขตขอนแก่น 1 ในวิกฤตการณ์ไวรัสโคโรนา (Covid-19)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติเชิงพรรณนา ร้อยละ

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ลักษณะการเป็นหนี้ค้างชำระ สินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน เขตขอนแก่น 1 ในวิกฤตการณ์ไวรัสโคโรนา (Covid-19)

จากการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ลักษณะการเป็นหนี้ค้างชำระ สินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน เขตขอนแก่น 1 ในวิกฤตการณ์ไวรัสโคโรนา (Covid-19) โดยใช้สถิติหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางต่อไป

แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสินเขตขอนแก่น 1

ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ปัจจัยภายนอกธนาคาร	3.91	0.75	มาก
ปัจจัยภายในธนาคาร	3.25	0.79	ปานกลาง
ปัจจัยที่เกิดจากตัวบุคคล	3.15	1.13	ปานกลาง
รวม	3.44	0.71	มาก

แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อบริการของธนาคารออมสิน เขตขอนแก่น 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$, S.D. = 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยภายนอกธนาคารมีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระของธนาคารในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.75) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยในธนาคาร มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระของธนาคาร มนระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 1.13) และปัจจัยที่เกิดจากตัวบุคคล มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระของธนาคาร ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.15$, S.D. = 1.13)

ปัจจัยภายนอกธนาคาร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ภาวะเศรษฐกิจซบเซา	4.40	0.92	มาก
รัฐบาลประกาศ พก.ฉุกเฉิน ธุรกิจหยุดชะงัก	3.92	0.90	มาก
ผลกระทบจากสภาพอากาศ เช่น เกิดภัยธรรมชาติ	3.74	0.98	มาก
จำนวนคู่แข่งทางการค้าเพิ่มมากขึ้น	3.56	1.27	มาก
รวม	3.91	0.75	มาก

แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อบริการของธนาคารออมสิน เขตขอนแก่น 1 ด้านปัจจัยภายนอกของธนาคาร ตามรายปัจจัยพบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีระดับการเกิดหนี้ค้างชำระอยู่ในเกณฑ์มาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า อยู่ในระดับมากทุกปัจจัย โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.92) รองลงมาคือ รัฐบาลประกาศ พก.ฉุกเฉิน ธุรกิจหยุดชะงัก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.90) ผลกระทบจากสภาพอากาศ เช่น การเกิดภัยธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.98) และจำนวนคู่แข่งทางการค้าเพิ่มมากขึ้น ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 1.27)

ปัจจัยภายในธนาคาร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
อัตราดอกเบี้ยปรับเพิ่มสูงขึ้น	3.59	1.18	มาก
เงินงวดผ่อนชำระสูงไป	3.59	1.06	มาก
วงเงินอนุมัติไม่เหมาะสมกับความต้องการ	3.53	1.09	มาก
ระยะเวลาในการผ่อนชำระไม่เหมาะสม	3.61	1.12	มาก
ธนาคารมีระบบติดตามและควบคุมหนี้ค้างชำระที่ล่าช้า	3.50	1.10	มาก
พนักงานขาดความสนใจในการติดตามทวงถามเมื่อถึงกำหนดชำระ	3.25	1.59	ปานกลาง
พนักงานไม่อธิบายเงื่อนไขในสัญญา	3.10	1.34	ปานกลาง
พนักงานรับชำระสินเชื่อปฏิบัติงานล่าช้า	2.84	1.20	ปานกลาง
พนักงานมีพฤติกรรมไม่เหมาะสม เช่น พูดจาไม่สุภาพ	2.78	1.35	ปานกลาง
สถานที่ให้บริการคับแคบ ไม่สะดวกในการเดินทางมาติดต่อ	2.68	1.36	ปานกลาง
รวม	3.25	0.79	ปานกลาง

แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน เขตขอนแก่น 1 ด้านปัจจัยภายในธนาคาร พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 0.79)

เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า อยู่ในระดับมากจำนวน 5 ปัจจัย โดยที่ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูง 3 อันดับแรก ได้แก่ ระยะเวลาในการผ่อนชำระไม่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 1.12) รองลงมาได้แก่ อัตราดอกเบี้ยที่ปรับตัวสูงขึ้น ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 1.18) และเงินงวดผ่อนชำระสูงไป ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 1.06) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับสุดท้าย ได้แก่ สถานที่ให้บริการคับแคบ ไม่สะดวกในการเดินทางมาติดต่อ ($\bar{X} = 2.68$, S.D. = 1.36)

ปัจจัยที่เกิดจากตัวบุคคล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ท่านมีรายได้จากการประกอบอาชีพลดลง	3.43	1.51	มาก
ท่านนำเงินที่จะชำระหนี้ธนาคาร ไปใช้จ่ายชำระหนี้อื่น ๆ ก่อน	3.31	1.38	ปานกลาง
ปัจจัยที่เกิดจากตัวบุคคล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ท่านนำเงินไปใช้ผิดวัตถุประสงค์	3.05	1.27	ปานกลาง
ท่านมีรายจ่ายมากกว่ารายได้	3.50	1.41	มาก
ท่านมีปัญหาด้านสุขภาพหรือทุพพลภาพจนไม่สามารถประกอบอาชีพได้	3.20	1.47	ปานกลาง
ท่านมีการลงทุนเกินตัว ธุรกิจจึงขาดสภาพคล่อง	3.26	1.46	ปานกลาง
ท่านมีปัญหาครอบครัว เช่น การหย่าร้าง	2.97	1.41	ปานกลาง
ท่านลาออกจากงาน/ตงงาน/ว่างงาน	3.04	1.49	ปานกลาง
ท่านมีภาระหนี้สินเพิ่มขึ้น	3.11	1.42	ปานกลาง
ท่านมีเจตนาที่จะไม่ชำระหนี้	2.97	1.54	ปานกลาง
ท่านขาดความเข้าใจในการชำระหนี้	2.86	1.44	ปานกลาง
รวม	3.15	1.13	ปานกลาง

แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน เขตขอนแก่น 1 ด้านปัจจัยที่เกิดจากตัวบุคคลตามรายปัจจัย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.15$, S.D. = 1.13)

เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยพบว่า อยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ปัจจัย และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 9 ปัจจัย โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ท่านมีรายจ่ายมากกว่ารายได้ ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 1.41) รองลงมา ได้แก่ ท่านมีรายได้จากการประกอบอาชีพลดลง ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 1.51) และท่านนำเงินที่จะชำระหนี้ธนาคารไปใช้จ่ายชำระหนี้อื่น ๆ ก่อน ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 1.38) สำหรับปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ท่านขาดความเข้าใจในการชำระหนี้ ($\bar{X} = 2.86$, S.D. = 1.44)

เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสินเขตขอนแก่น 1 ด้านปัจจัยภายนอกธนาคาร จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย 40,001-50,000 บาท มีปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระมากกว่าลูกหนี้ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และรายได้เฉลี่ย 30,001-40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และลูกหนี้ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระมากกว่า ลูกหนี้ที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การวิจัยสาเหตุหนี้ค้างชำระของผู้ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสินเขตขอนแก่น 1 ในวิกฤตการณ์ไวรัสโคโรนา (Covid-19) ซึ่งผลการวิจัยที่พบสามารถนำมาเป็นประเด็นสำคัญสำหรับการอภิปรายผลดังนี้ สาเหตุหนี้ค้างชำระของผู้ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสินเขตขอนแก่น 1 ในวิกฤตการณ์ไวรัสโคโรนา (Covid-19) พบว่า ระดับหนี้ค้างชำระของผู้ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน เขตขอนแก่น 1 ในวิกฤตการณ์ไวรัสโคโรนา (Covid-19) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ประกอบด้วย ด้านความสามารถในการชำระหนี้ ด้านภาวะเศรษฐกิจ ด้านคุณสมบัติส่วนตัว ด้าน เงินทุนและด้านหลักประกัน เมื่อจำแนกระดับหนี้ค้างชำระของผู้ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน เขตขอนแก่น 1 ในวิกฤตการณ์ไวรัสโคโรนา (Covid-19) ในแต่ละด้านพบว่า ด้านคุณสมบัติส่วนตัว พบว่า ผู้กู้เงินนำไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ ประสบปัญหาภายใน ครอบครัวและขาดความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจที่ได้กล่าวถึงทฤษฎี 7C (7 C's Policy) ว่าเป็นหลักการที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการชำระหนี้ ซึ่งสาเหตุของหนี้ค้างชำระประการหนึ่ง คือ คุณสมบัติ (Character) เป็นลักษณะที่ใช้ สำหรับการพิจารณาด้านคุณสมบัติของบุคคล โดยดูจากความมั่นคงด้านที่อยู่อาศัยและการประกอบ อาชีพ การที่บุคคลมีจิตใจ ความคิด ความผูกพันในการชำระหนี้คืนผู้อื่น เป็นคุณสมบัติของบุคคล มีส่วนที่จะทำให้ธนาคารเกิดความเชื่อถือได้แก่ ความซื่อสัตย์ในการประกอบธุรกิจ มีความสามารถ ในการจัดการบริหารงาน มีศีลธรรม ความรับผิดชอบในการดำเนินธุรกิจสูง มีความตรงต่อเวลา เสมอต้นเสมอปลาย เป็นที่เชื่อถือไว้วางใจได้ เป็นคนมีชื่อเสียง มีหน้ามีตาในสังคม มีความอดทนและขยันขันแข็ง มีความยุติธรรม สินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน เขตขอนแก่น 1 ในวิกฤตการณ์ไวรัสโคโรนา (Covid-19) พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อ การชำระหนี้ของลูกหนี้ ได้แก่ อัตราส่วนระหว่างมูลค่าวงวดการชำระหนี้เทียบกับรายได้เฉลี่ยของครัวเรือนต่อเดือน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและมูลค่าสิ่งปลูกสร้างและหลักทรัพย์ค้ำประกันไม่สอดคล้องตาม หลักความสามารถในการชำระหนี้ตามหลักเกณฑ์ (C's Policy) หรือหลักการชำระหนี้ตามเกณฑ์ P (P's Policy) ส่วนปัจจัยที่กำหนดในแบบจำลอง เช่น อาชีพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และ

อัตราส่วนระหว่างมูลค่าสินทรัพย์หลักประกัน ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านความสามารถในการชำระหนี้ได้แก่ ไม่มีแผนการชำระหนี้ที่ชัดเจนและมีค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับทฤษฎี 7C (7C's Policy) ว่าเป็นหลักการที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการชำระหนี้ซึ่งสาเหตุของหนี้ค้างชำระ

ผลการศึกษาถึงแนวทางการป้องกันปัญหาหนี้ค้างชำระ สินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสินเขตขอนแก่น 1 โดยใช้ TOWS Matrix ในการกำหนดแนวทางการป้องกันปัญหาหนี้ค้างชำระ สินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสินเขตขอนแก่น 1 ได้แนวทางดังนี้

1. แนวทางการป้องกันการเกิดปัญหา เชิงรุก (SO Strategy) จากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็น แนวทางการป้องกันโดยใช้กลยุทธ์การจัดแบ่งกลุ่มลูกค้า จากการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า นำข้อมูลมาวิเคราะห์จัดแบ่งกลุ่มลูกค้าตามกลุ่ม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ประเภทบัญชี เพื่อทำความเข้าใจกลุ่มเสี่ยงในการให้สินเชื่อ สามารถกำหนดเงื่อนไขการอนุมัติวงเงิน หรือ การอนุมัติเงินกู้ประเภทต่าง ๆ เพื่อการนำเสนอแก่ลูกค้าแต่ละกลุ่ม อีกทั้ง การจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า ทำให้ธนาคารสามารถนำเสนอและพัฒนาการให้บริการ เจาะจงให้ข้อมูลการให้บริการแก่ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ได้

2. แนวทางการป้องกัน การเกิดปัญหา เชิงแก้ไข (WO Strategy) จากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน โดยใช้กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างในการให้บริการ (Service Differentiation) โดยมีแนวทางการปฏิบัติเป็นลักษณะตัวต่อตัวหรือเฉพาะกลุ่ม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า อันก่อให้เกิดความพึงพอใจทั้งในขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อ การชำระสินเชื่อ การติดตามทวงถาม เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืน สามารถทำได้โดยเพิ่มการอบรมให้พนักงาน ทั้งด้านบุคลิกภาพการให้บริการและความรู้ความเข้าใจในบริการสินเชื่อแต่ละประเภทของธนาคาร เพื่อให้พนักงานสามารถอธิบายรายละเอียดสัญญาสินเชื่อ การประเมินอนุมัติวงเงินกู้ รวมถึงการอธิบายข้อมูลรายละเอียดการชำระหนี้ อีกทั้งพนักงานยังต้องมีข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ เป็นการพัฒนาคุณภาพการบริการโดยรวมของธนาคาร รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการทำงาน (Process Improvement) เน้นกระบวนการทำงานในรูปแบบของ end to end กล่าวคือ เริ่มตั้งแต่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการจนเสร็จสิ้นการใช้บริการในธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นระบบที่จะสนับสนุนลูกค้า ลดการทำงานที่ซ้ำซ้อน ลดความเสี่ยงที่เกิดจาก Human error และต้นทุนจากการดำเนินงาน

3. แนวทางการป้องกันการเกิด ปัญหาเชิง ป้องกัน (ST Strategy) โดยมีแนวทางสร้างความคุ้มค่าในผลิตภัณฑ์ (Product Value) เน้นการสื่อสารกับลูกค้าถึงความคุ้มค่าในผลิตภัณฑ์ของธนาคารออมสิน สร้างความเข้าใจกับลูกค้า ในเรื่องผลตอบแทน อัตราดอกเบี้ย การนำมาตราการคุ้มครองสินเชื่อ เพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจในความมั่นคงของธนาคาร และใช้กลยุทธ์เพิ่มช่องทางการให้บริการ เพื่อให้การบริการในช่องทางอื่นได้อย่างสะดวก เป็นการสร้างความสะดวกให้แก่ลูกค้า ทำให้รู้สึกง่ายและสะดวกในการเข้ามาใช้บริการ

4. แนวทางการป้องกันการเกิดปัญหาเชิงรับ (WT Strategy) จากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็น แนวทาง ในเชิงรับ โดยใช้กลยุทธ์ด้านการวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงตามระยะเวลา

ข้อดี ข้อเสียของแนวทางการป้องกันการเกิดปัญหานี้ค้างชำระ สินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสินเขต
ขอนแก่น 1

แนวทางเลือก	ข้อดี	ข้อเสีย
แนวทางการป้องกันเชิงรุก 1. กลยุทธ์การจัด แบ่งกลุ่มลูกค้า (Segmentation)	- สามารถในการบริการลูกค้าได้ดีขึ้น - รู้ถึงความสนใจ ความต้องการของลูกค้า นำเสนอสินค้าที่เหมาะสม - สามารถเจาะกลุ่มลูกค้าได้โดยตรง - สามารถสร้างสื่อได้ตรงกับกลุ่มลูกค้า - วางแผนการตลาดได้ตรงตามเป้าหมาย	- เพิ่มต้นทุนการดำเนินงาน - หากจัดการกระบวนการไม่ดี จะทำให้เกิดความผิดพลาดได้
แนวทางการป้องกันเชิงแก้ไข 2. กลยุทธ์การบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management)	- สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าระยะยาว - ช่วยให้เกิดการสื่อสารแบบสองทาง - เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ - ลดต้นทุนในการดูแลลูกค้าหลายสาขา - ลดการทวงถามที่ซ้ำซ้อนลงได้	- หากพนักงานขาดความ สามารถในการดูแลลูกค้าหรือ ดูแลได้ไม่ทั่วถึงอาจส่งผลต่อ ภาพลักษณ์ - ต้นทุนการดำเนินงานเพิ่ม
3. กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างในการให้บริการ (Service Differentiation)	- มีการให้บริการที่รวดเร็วมากขึ้น - สร้างความประทับใจในการบริการ - ลูกค้าเข้าถึงบริการของธนาคารได้ง่าย - สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน - เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในการให้บริการ	- อาจมีผลต่อการปฏิบัติงาน ของพนักงาน - หากพนักงานขาดความ สามารถอาจส่งผลต่อ ภาพลักษณ์องค์กร
แนวทางเชิงป้องกัน 4. กลยุทธ์สร้างความ คุ่มค่าในผลิตภัณฑ์ (Product Value)	- ลูกค้าเข้าใจในบริการของธนาคารมากขึ้น - เพิ่มโอกาสในการขายกลุ่มลูกค้า - เพิ่มโอกาสในการตัดสินใจใช้บริการของ ลูกค้า	- หากลูกค้าให้บริการที่ไม่ตรง ตามความคาดหวังอาจเกิด ความไม่พอใจได้ - มีต้นทุนในการสร้างสื่อ
5. กลยุทธ์การสร้าง ความผูกพันกับลูกค้า (Customer Engagement)	- รักษาลูกค้าเดิม - เพิ่มโอกาสในการใช้บริการ - สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า	- หากลูกค้าไม่พอใจอาจเกิด ผลเสียต่อภาพลักษณ์องค์กร
แนวทางการป้องกันเชิงรับ 6. กลยุทธ์มุ่งเน้นการ ให้บริการลูกค้า (Customer Service)	- สามารถตอบสนองของเปลี่ยนแปลงที่ ลูกค้าต้องการได้ - ลดโอกาสสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาด - ลดข้อร้องเรียนในการให้บริการ - เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในการให้บริการ	- หากให้ลูกค้าไม่พอใจอาจ เกิดผลเสียต่อภาพลักษณ์ องค์กร

ผลการวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาโดยใช้แผนผังก้างปลา สืบเชื้อรุกริจของธนาคารออมสินเขตขอนแก่น 1 สาเหตุที่ทำให้เกิดหนี้ค้างชำระโดยวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาโดยใช้แผนผังก้างปลาสรุปผลได้ดังนี้

1. สาเหตุด้านกระบวนการ

1.1 ขั้นตอนการวิเคราะห์สินเชื่อไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์เนื่องจากพนักงานขาดความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับคำสั่งและวิธีการปฏิบัติ

1.2 การปรับโครงสร้างหนี้ไม่มีประสิทธิภาพลูกค้าไม่สามารถชำระหนี้คืนได้ตามที่เงื่อนไข กำหนด ทำให้มีการปรับโครงสร้างหนี้หลายครั้ง

1.3 การติดตามทวงถามหนี้ล่าช้าเนื่องจากพนักงานน้อยดูแลลูกค้าหนี้ไม่ครบถ้วน

2. สาเหตุด้านบุคลากร

2.1 พนักงานขาดทักษะและประสบการณ์ในการเจรจาติดตามทวงถามหนี้

2.2 พนักงานไม่เพียงพอ

3. สาเหตุด้านตัวลูกหนี้

3.1 ภาระค่าใช้จ่ายครัวเรือนสูงขึ้น

3.2 มีภาระหนี้สินที่ต้องผ่อนชำระหลายทาง

3.3 ขาดทุนในการประกอบกิจการ

ผลการวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาสืบเชื้อรุกริจของธนาคารออมสินเขตขอนแก่น 1 สามารถสรุปสาเหตุที่ทำให้เกิด หนี้ค้างชำระโดยวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาหลักได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์สินเชื่อขาดประสิทธิภาพ

2. พนักงานขาดทักษะและประสบการณ์ในการติดตามหนี้

3. การปรับปรุงโครงสร้างหนี้ไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดเนื่องจากตัวลูกหนี้ไม่มี ความสามารถในการชำระหนี้

การแก้ไขปัญหาพนักงานขาดทักษะและประสบการณ์ในการติดตามหนี้ การเพิ่มประสิทธิภาพการติดตาม ทวงถามหนี้ จึงขึ้นอยู่กับการเสริมสร้างความเข้มแข็งการ ดำเนินธุรกิจธนาคาร ทั้งด้านการบริหารสินเชื่อ การติดตาม เร่งรัดหนี้การบริหารความเสี่ยง การตรวจสอบภายใน การควบคุมภายในที่ดีเพื่อกำหนดแนวทางการบริหารจัดการที่ เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ จะสามารถแก้ไขปัญหาหนี้ผิวน้ำชำระหนี้ลูกหนี้ค้างชำระได้และเพื่อให้ธนาคารมี แนวทางการปฏิบัติงานด้านสินเชื่อ ซึ่งจะเป็นแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหาหนี้ผิวน้ำ ชำระลูกหนี้ค้าง ชำระ ผู้บริหารและพนักงานจึงช่วยกันระดมความคิดและหาวิธีการแก้ไขปัญหา เพื่อให้การดำเนินงานประสบ ผลสำเร็จใช้เป็นแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหาหนี้ค้างชำระ หนี้มีขั้นตอนดังนี้

1. จัดให้มีการประชุมคณะผู้บริหารเพื่อกำหนดกรอบแนวทางแก้ไขปัญหาหนี้ค้างชำระ

2. แต่งตั้งคณะกรรมการติดตามหนี้ค้างชำระ

3. มอบหมายและทำความเข้าใจกับเจ้าพนักงานผู้รับผิดชอบ แยกแยะข้อมูลและเก็บข้อมูลลูกหนี้ราย ตัวเพื่อสอบถามถึงสาเหตุที่ไม่สามารถชำระหนี้

4. วิเคราะห์ลูกหนี้ กำหนดแผน และวางกลยุทธ์ในการติดตาม

5. ประชุมชี้แจงเพื่อทำความเข้าใจกับลูกหนี้ในแต่ละกลุ่ม

6. กำหนดกลยุทธ์ในการติดตามเร่งรัดหนี้

ปัญหาวิกฤตการณ์ไวรัสโคโรนา (Covid-19) ทำให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจธนาคารออมสินได้หาก ลูกค้าไม่สามารถชำระหนี้ได้ขยายไปในวงกว้าง จะส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องของธนาคารและรายได้ของธนาคารที่จะหายไป โดยธนาคารจะไม่ได้รับชำระดอกเบี้ย ซึ่งเป็นรายได้หลักรวมไปถึงธนาคารจะต้องนำเงินไปกันสำรองหนี้สงสัยจะสูญ ตามเกณฑ์ SFIs ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดการจัดชั้นหนี้เป็น 6 ชั้น คือ ชั้นปกติ, กล่าวถึงเป็นพิเศษ, ต่ำกว่ามาตรฐาน, สงสัย, สงสัยจะสูญ และสูญ ซึ่งตามเกณฑ์นี้ธนาคารจะต้องกันสำรองหนี้คิดเป็นร้อยละ 100 ตั้งแต่ลูกค้าถูกจัดชั้นหนี้ในกลุ่มต่ำกว่ามาตรฐาน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีจำนวนวันค้างตั้งแต่ 90 วันเป็นต้นไป จะส่งผลกระทบต่อธนาคารในเรื่องสภาพคล่องและรายได้ลดลงเนื่องจากต้องเอารายได้ไปกันสำรองหนี้ ทำให้ขาดทุนต่อไปกำไรสะสมของธนาคารก็จะลดลงไปเรื่อยจนต้องพึ่งภาษีประชาชนที่คอยนำมาอุดหนุนธนาคารเพื่อให้ดำเนินธุรกิจต่อไปได้

เอกสารอ้างอิง

กฤษฎา สังขมณี. (2550). การเงินและการธนาคาร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

เกรียงไกร จิรกุลพรชัย. (2552). ปัจจัยที่ทำให้เกิดหนี้ค้างชำระของสินเชื่อที่อยู่อาศัยในแต่ละระดับ LTV:

กรณีศึกษา ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์ปริญญาเคหพัฒนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จรรยารัตน์ ตระการศิริพันธ์. (2540). ปัจจัยที่ทำให้เกิดหนี้ค้างชำระของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่.

การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชนินทร์ พิทยาวิจิ. (2550). การบริหารสินเชื่อสถาบันการเงินครบวงจร. กรุงเทพฯ: อักษรโสภณ.

ไชยาหาญ พัฒนากิจ. (2563). การศึกษาความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้

บริการสินเชื่อเคหะของลูกค้า. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://grad.bsru.ac.th/foles/ms15420.pdf>.

ดารุณี พุทธิบุญ. (2543). การจัดการสินเชื่อ. กรุงเทพฯ: ประชาชน.

ตะวัน ทิพย์พรหมมา. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นหนี้ค้างชำระบัตรเครดิต ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง

ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธนาคารออมสิน. (2563). รายงานประจำปี 2563. กรุงเทพฯ: ธนาคารออมสิน. จาก www.gsb.or.th.

พัฒนา กัลยานนท์. (2543). ปัจจัยที่ทำให้เกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของธนาคารพาณิชย์หนึ่งในจังหวัด

เชียงราย. การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

S0120: สาเหตุของปัญหาการเพิ่มยอดอนุมัติสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้น และ
แนวทางการแก้ไขปัญหา: กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาปาดอง

THE CAUSE OF PROBLEMS TO INCREASE THE AMOUNT OF SMES SHORT-TERM
LOANS TYPE AND SOLVING GUIDELINES: A CASE STUDY OF THE GOVERNMENT
SAVINGS BANK, PATONG BRANCH

ภาวดี ชูเชิด¹ อริสรา เสียนนท์²

¹ นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² อาจารย์ คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อค้นหาสาเหตุของปัญหาการเพิ่มยอดอนุมัติสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้นของธนาคารออมสิน สาขาปาดอง 2) นำเสนอแนวทางการตลาดเพิ่มยอดอนุมัติสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้นของธนาคารออมสิน สาขาปาดอง โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ในส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากร คือ ลูกค้าที่อยู่ใน การดูแลของธนาคารออมสิน เขตภูเก็ต 468 ราย คำนวณได้กลุ่มตัวอย่าง 216 ราย เพื่อเก็บรวบรวมจากธนาคารออมสิน สาขาปาดอง วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์ไม่มีโครงสร้างเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 14 ราย โดยเลือกแบบเจาะจง ผู้บริหารและพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานสินเชื่อ และลูกค้าทั่วไปที่มีความประสงค์จะกู้สินเชื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเชิงเนื้อหา และนำผลวิเคราะห์เชิงปริมาณและคุณภาพนำมาวิเคราะห์หาสาเหตุด้วย SWOT Analysis แผนผัง ก้างปลา และหาแนวทางเลือกใช้ตาราง TOWS Matrix

ผลการวิจัย พบว่า

1. สาเหตุของปัญหาการเพิ่มยอดอนุมัติสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้นไม่เป็นไปตามเป้าหมาย มาจากปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย

2. แนวทางการตลาดมาแก้ไขปัญหา 4 แนวทาง คือ แนวทางกลยุทธ์เชิงรุกด้านกระบวนการ กลยุทธ์เชิง แก้ไขด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์เชิงรับด้านบุคลากร และกลยุทธ์เชิงป้องกันด้านราคา และประเมินเลือกแนวทางที่ไปได้ ที่สุด คือ กลยุทธ์เชิงรับด้านบุคลากร ด้วยเหตุผลที่ธนาคารสามารถดำเนินการพัฒนาศักยภาพของพนักงานด้วย การอบรมการขายวิธี Workshop และเทคนิคต่าง ๆ เพิ่มทักษะความรู้และความชำนาญ

คำสำคัญ: สินเชื่อ SMEs, เงินกู้ระยะสั้น, แนวทางการตลาด, ส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's

Abstract

The objectives of this research were to study 1) To find out the cause of problems with the amount of SMEs loan approved in the type of short-term loans of Government Savings Bank, Patong Branch. 2) Propose marketing approach to increase the amount of SMEs loan approved in the type of short-term loans of Government Savings Bank, Patong Branch. The mix methods of quantitative and qualitative research were conducted. The quantitative research using a questionnaire instrument for data collection from 468 customers in the care of Government Savings Bank, Phuket District, were calculated on 216 customers by Random Sampling 216 samples of the Government Savings Bank, Patong Branch and the data were investigated using frequency distributions, percentage, mean, Standard Deviation.

The qualitative research using non-structured interview instrument for data collection from 14 key informants, by selecting a specifically interviewing 14 persons of the management and related employees, general customers who wish to borrow the loan. Also, content analysis. The quantitative and qualitative analysis results were used to analyze the cause using SWOT analysis and fish bone diagram theory find alternatives using the TOWS Matrix table.

The results of research showed that:

1. The cause of problem the SMEs loan amount in the type of short-term loan did not meet the target is from marketing mix product / service, price, people, process and the distribution channels.
2. Solving guidelines to marketing of 4 options which are 1) proactive strategy processes 2) corrective strategies regarding product 3) passive strategy people 4) preventative strategies price and evaluating the most possible approach is passive strategy people for the reason that the branch bank is able to develop employees' potential through sales training, workshop methods and various techniques to increase their skills, knowledge and expertise.

Keywords: SMEs loan, short-term loans, guidelines to marketing, 7P's Marketing Mix

บทนำ

การขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านสินเชื่อของธนาคารออมสิน ตามหลักเกณฑ์การกำกับดูแลด้านกระบวนการสินเชื่อของธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อรองรับความต้องการสินเชื่อภายใต้แนวคิด GSB Sustainable Banking สนับสนุนสินเชื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs และธุรกิจ Startup ยกย่องศักยภาพ SMEs (Small and Medium Enterprises) ของธนาคารออมสิน แต่จากการดำเนินงานในส่วนของการสาขาสมาชิก โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคใต้ ซึ่งจากผลการดำเนินงานของธนาคารออมสิน สาขาป่าตอง จังหวัดภูเก็ต ยอดปริมาณสินเชื่อธุรกิจ SMEs วงเงินไม่เกิน 10 ล้านบาทที่ได้รับการอนุมัติของธนาคารออมสิน ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนดไว้ และเมื่อเทียบกับผลการดำเนินงานในปี พ.ศ. 2561-2562 ตลอดระยะเวลา 24 เดือนที่ผ่านมาของธนาคารออมสินเขตภูเก็ต 13 สาขา จะเห็นว่าธนาคารออมสิน สาขาป่าตอง จังหวัดภูเก็ต มียอดอนุมัติสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้นของปี พ.ศ.2561-2562 ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนดไว้ ปี พ.ศ. 2561 จากเป้าหมาย 6.48% แต่ผลการดำเนินงานอยู่ที่

3.78% และปี พ.ศ. 2562 ก็เช่นเดียวกันจากเป้าหมาย 9.80 % แต่ผลการดำเนินงานอยู่ที่ 4.82 % และจะเห็นว่าเมื่อจัดลำดับผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมายแล้วของธนาคารออมสินเชษฐาเกิด พบว่าสาขาป่าตองอยู่ในลำดับที่ 13 จากทั้งหมด 13 สาขา ส่งผลต่อยอดอนุมัติสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้นของธนาคารออมสิน สาขาป่าตอง และผลประกอบการลดลงจากที่ตั้งไว้ รวมถึงมีผลสืบเนื่องไปยังผลตอบแทนที่พนักงานในองค์กรจะได้รับในปีถัดไป ลดลงด้วย ตลอดจนส่งผลกระทบต่อศักยภาพของธนาคารสาขาในพื้นที่ เพราะถือเป็นพื้นที่ศักยภาพของธนาคาร หากเกิดปริมาณการปล่อยสินเชื่อธุรกิจประเภทเงินกู้ระยะสั้น เพื่อใช้สำหรับเป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ ได้แก่ วงเงินเบิกเกินบัญชี (O/D) วงเงินตัวสัญญาใช้เงิน (P/N) วงเงินหนังสือค้ำประกัน (L/G) ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารได้ตั้งไว้ ตลอดจนส่งผลให้ภาพรวมธนาคาร หากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ยังมีความไม่แน่นอนสูง เกิดความเสี่ยงจากการปล่อยสินเชื่อกำไร และรายได้ของธนาคารก็ได้รับผลกระทบด้วยเช่นกัน ตลอดจนผู้กู้ยืมไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงในสัญญา ทำให้ไม่สามารถชำระหนี้ ยิ่งไปกว่านั้นทำให้คุณภาพสินเชื่อลดลง การขยายตัวของเงินให้สินเชื่อไม่สามารถควบคุมคุณภาพได้ตามเป้าหมาย

จากที่กล่าวมาทั้งหมดจึงเป็นที่มาที่ทำให้ศึกษาสาเหตุของปัญหาการเพิ่มยอดอนุมัติสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้นและแนวทางการแก้ไขปัญหา: กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาป่าตอง เพื่อค้นหาสาเหตุและนำเสนอแนวทางการตลาดเพิ่มยอดอนุมัติสินเชื่อธุรกิจ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้น ที่คาดว่าจะจะเป็นประโยชน์กับธนาคารสาขาในการวางแผนและทำกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม เนื่องจากวิกฤตการณ์โควิด 19 ในพื้นที่รับผิดชอบและสนับสนุนให้ธนาคารเร่งปล่อยสินเชื่อใหม่ สามารถเพิ่มยอดอนุมัติสินเชื่อเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด ตลอดจนเพื่อปรับโครงสร้างหนี้ ปรับแผนการผ่อนชำระหนี้ให้สอดคล้องกับรายได้ที่ลดลง และช่วยจัดโครงสร้างทางการเงินกับธุรกิจของลูกค้า เพื่อการใช้บริการสินเชื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด

วัตถุประสงค์

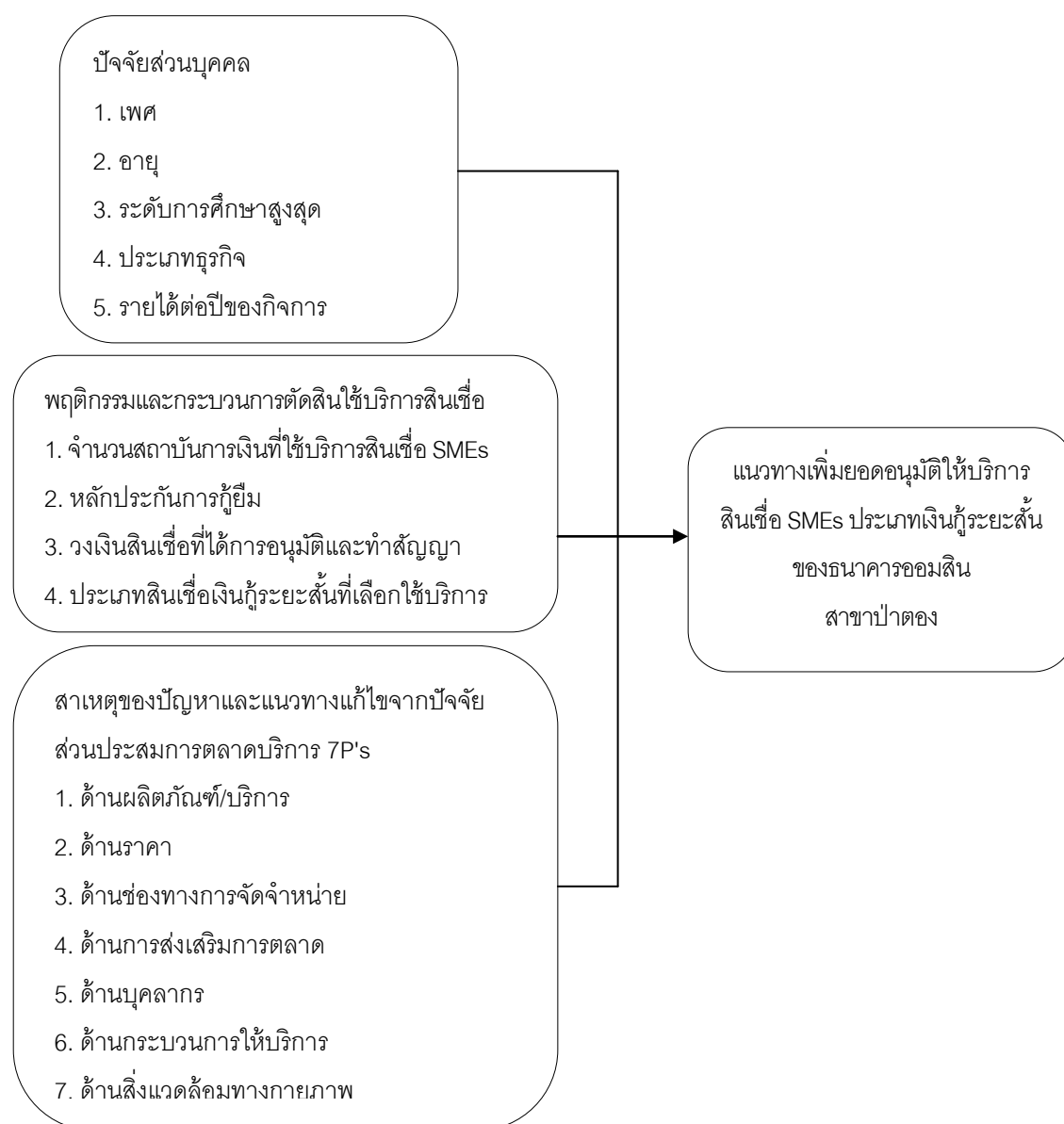
1. เพื่อค้นหาสาเหตุของปัญหาการเพิ่มยอดอนุมัติสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้นของธนาคารออมสิน สาขาป่าตอง
2. เพื่อนำเสนอแนวทางการตลาดเพิ่มยอดอนุมัติสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้นของธนาคารออมสิน สาขาป่าตอง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบสาเหตุของปัญหาและได้แนวทางเพิ่มยอดอนุมัติสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้นของธนาคารออมสิน สาขาป่าตองให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ทางธนาคารออมสินกำหนดไว้
2. ใช้เป็นแนวทางวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าสินเชื่อธุรกิจรายใหม่ เลือกใช้บริการสาขาป่าตองให้มากขึ้น ตลอดจนนำไปใช้ในการพัฒนา Product สินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน ให้สามารถแข่งขันกับกลุ่มสถาบันการเงินอื่น ๆ ในตลาดสินเชื่อธุรกิจต่อไปในอนาคต

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “สาเหตุของปัญหาการเพิ่มยอดอนุมัติสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้น และแนวทางการแก้ไขปัญหา: กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาป่าตอง” ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ธนาคารออมสิน สาขาป่าตอง
2. ขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือนสิงหาคม-กันยายน พ.ศ. 2563
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ประเภทธุรกิจ รายได้ต่อปีของกิจการ 2) พฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ ได้แก่ จำนวนสถาบันการเงินที่ใช้บริการสินเชื่อ SMEs หลักประกันการกู้ยืม วงเงินสินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติและทำสัญญา ประเภทสินเชื่อเงินกู้ระยะสั้นที่เลือกใช้บริการ 3) สาเหตุของปัญหาและแนวทางแก้ไขจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's

ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การศึกษาแบบผสมผสานระหว่างรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed Methods Research) ในเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 216 ชุด ซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้นแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 4 ข้อ ซึ่งส่วนที่ 1-2 มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดที่ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ส่วนที่ 3 สาเหตุจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ต่อยอดอนุมัติสินเชื่อ จำนวน 35 ข้อ ลักษณะแบบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Likert's Scale) และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะแนวทางเพื่อยอดอนุมัติและพัฒนาการให้บริการสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้น สร้างในลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด โดยเครื่องมือที่สร้างเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และมีการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.92 และการศึกษาเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์ไม่มีโครงสร้างเป็นเครื่องมือ โดยเครื่องมือเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหาของเครื่องมือ ก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยคือ การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรมาจากลูกค้าที่อยู่ในการดูแลของธนาคารออมสิน เขตภูเก็ต 468 ราย (ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2562) และหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ระดับความเชื่อมั่น 95% (สิทธิ์ ชีรสรณ์. 2552) ได้กลุ่มตัวอย่าง 216 ราย และเพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือ แยกเก็บข้อมูลโดยสุ่มตัวอย่างอาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Accidental Selection) ที่สามารถติดต่อได้ตามรายชื่อทะเบียนลูกหนี้ของธนาคารออมสิน สาขาป่าตอง

ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างเจาะจงผู้ให้ข้อมูล 14 ราย มาจากธนาคารออมสิน สาขาป่าตอง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารและพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติสินเชื่อ และกลุ่มที่ 2 ลูกค้าทั่วไปที่มีความประสงค์จะกู้สินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้น

การรวบรวมข้อมูล

ในส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการติดต่อประสานงานทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ตอบสอบถามตามรายชื่อทะเบียนลูกหนี้ โดยให้ตอบแบบถามที่ธนาคารสาขา และผ่านสื่อออนไลน์ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการติดต่อประสานและทำหนังสือขอสัมภาษณ์ ผู้บริหารและพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติสินเชื่อ และลูกค้าทั่วไปที่มีความประสงค์จะกู้สินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้น ที่เข้ามาใช้บริการในช่วงที่มีการวิจัยครั้งนี้ในวันเวลาทำการของธนาคารใช้ระยะเวลา 1 สัปดาห์ ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ใช้ระยะเวลา 1 เดือน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ในส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ จากข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมและตรวจสอบข้อมูลจากแบบสอบถาม วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ หาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเพื่อนำไปใช้วิเคราะห์หาสาเหตุ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ จากข้อมูลที่เก็บรวบรวมและตรวจสอบข้อมูลเนื้อหาการสัมภาษณ์ นำมาวิเคราะห์ในเชิงบรรยายและพรรณนาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ความคิดเห็นเหมือนกันและความคิดเห็นที่แตกต่างกัน โดยพิจารณาความถี่จากความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นหลัก เพื่อการนำไปใช้เพื่อสรุปสาเหตุของปัญหาและแนวทางแก้ไข หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งในส่วนแบบสอบถามและสัมภาษณ์หาสาเหตุหลักและสาเหตุรอง ด้วยการทำแผนผังก้างปลา และวิเคราะห์ SWOT Analysis และนำมาวิเคราะห์ด้วยตาราง TOWS Matrix เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหา และนำไปสู่การวางแผนปฏิบัติงาน

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 หาสาเหตุของปัญหายอดคนมุติสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้นของธนาคารออมสิน สาขาปาดอง ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ผลการศึกษาข้อมูลตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 216 ราย ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 54.6 มีอายุระหว่าง 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.4 ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 51.9 ประเภทธุรกิจธุรกิจพาณิชย์กรรม คิดเป็นร้อยละ 43.5 และรายได้ต่อปีของกิจการ 10-20 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 44.4 ส่วนความคิดเห็นพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้น ส่วนใหญ่เห็นว่าเลือกใช้งานสถาบันการเงินที่ใช้บริการสินเชื่อ SMEs มากกว่า 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 54.1 มีหลักประกันการกู้ยืมที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง คิดเป็นร้อยละ 46.7 วงเงินสินเชื่อที่ได้การอนุมัติและทำสัญญา 5-10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 42.6 ประเภทสินเชื่อเงินกู้ระยะสั้นที่เลือกใช้บริการประเภทสินเชื่อเงินกู้เบิกเงินเกินบัญชี (O/D) คิดเป็นร้อยละ 56.5

ความคิดเห็นสาเหตุจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's เป็นจุดอ่อนหรือปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ในระดับปานกลาง และจุดแข็งที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ตามผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานดังตาราง

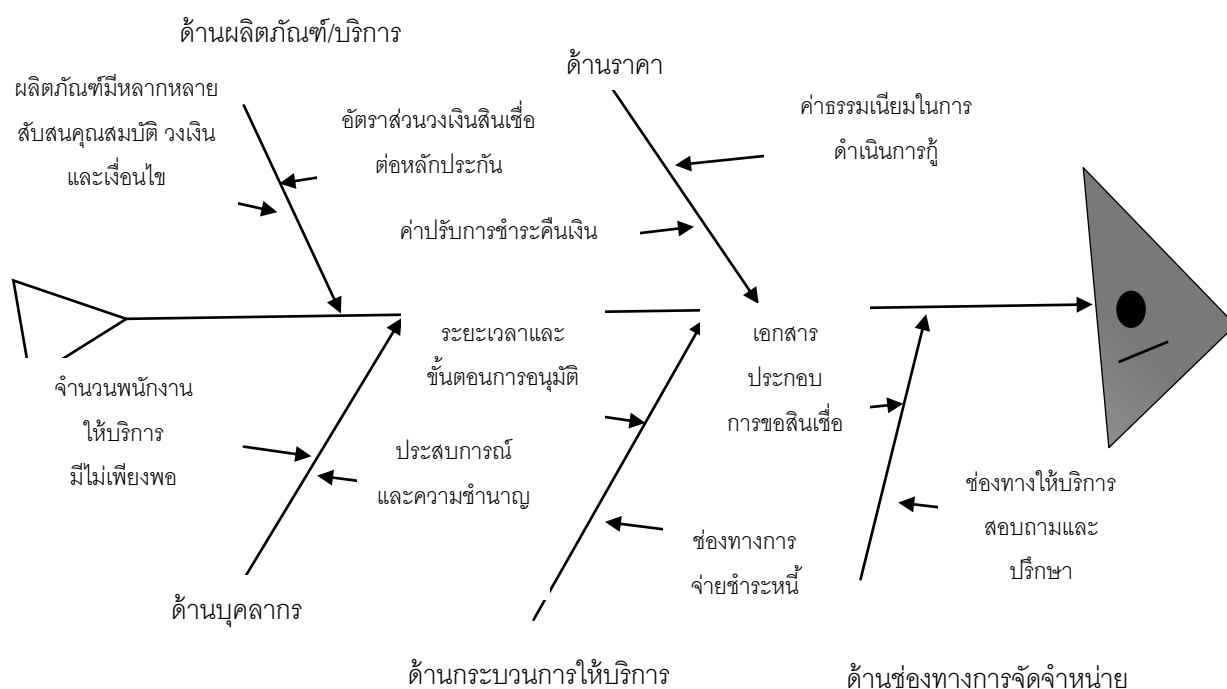
n = 216

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	2.93	0.78	ปานกลาง
2. ด้านราคา	3.11	0.89	ปานกลาง
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.59	0.84	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.21	0.75	มาก
5. ด้านบุคลากร	3.91	0.82	มาก
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.82	0.88	มาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.83	0.82	มาก
รวม	3.63	0.83	มาก

จากตารางผลการศึกษาความคิดเห็นสาเหตุจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's เป็นจุดอ่อนหรือปัญหาเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ รองลงมา ด้านราคา ส่วนจุดแข็งที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมา ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษาข้อมูลการสัมภาษณ์สาเหตุของปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ผู้ให้ข้อมูล 14 ราย โดยพิจารณาจากความคิดเห็นเหมือนกันและแตกต่างกัน และได้สาเหตุของปัญหาเรียงลำดับด้วยจำนวนความถี่ที่แสดงความคิดเห็น ปัญหาคือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ 12 ราย ได้แก่ ความหลากหลายผลิตภัณฑ์และอัตราส่วนวงเงินสินเชื่อต่อหลักประกัน 2) ด้านราคา 10 ราย ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการดำเนินการกู้ และค่าปรับการชำระคืนเงิน 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 8 ราย ได้แก่ ช่องทางการจ่ายชำระหนี้ และช่องให้บริการสอบถามและปรึกษา 4) ด้านบุคลากร 8 ราย ได้แก่ พนักงานไม่เพียงพอ และประสบการณ์และความชำนาญ 5) ด้านกระบวนการให้บริการ 8 ราย ได้แก่ เอกสารประกอบการขอสินเชื่อ และระยะเวลาและขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อ 6) ด้านการส่งเสริมการตลาด 3 ราย ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ และ 7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ 3 ราย ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่ธนาคารสาขามีจำนวนมาก

ดังนั้น เมื่อนำข้อมูลจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างและจากการสัมภาษณ์หาสาเหตุของปัญหา แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อหาสาเหตุหลัก สาเหตุรอง โดยใช้แผนผังก้างปลา พิจารณาสาเหตุของปัญหาจากค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และจำนวนความถี่ที่ความคิดเห็นเหมือนกัน สรุปได้ว่า ปัญหายอดอนุมัติสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้นของธนาคารออมสิน สาขาปาดอง ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ พบว่า มีด้วยกัน 5 สาเหตุหลักของปัญหาจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ มีสาเหตุรองจาก ผลิตภัณฑ์มีหลากหลายสับสนคุณสมบัติ วงเงิน และเงื่อนไข และอัตราส่วนวงเงินสินเชื่อต่อหลักประกัน 2) ด้านราคา มีสาเหตุรองจากค่าปรับการชำระคืนเงิน และค่าธรรมเนียมในการดำเนินการกู้ 3) ด้านบุคลากร มีสาเหตุรองจากจำนวนพนักงานให้บริการมีไม่เพียงพอ และประสบการณ์และความชำนาญ 4) ด้านกระบวนการให้บริการมีสาเหตุรองจากระยะเวลาและขั้นตอนการอนุมัติ และเอกสารประกอบการขอสินเชื่อ 5) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีสาเหตุรองจากช่องทางการจ่ายชำระหนี้ และช่องให้บริการสอบถามและปรึกษา ดังภาพ



ภาพประกอบ 2 แผนผังก้างปลาแสดงสาเหตุของปัญหา

ส่วนที่ 2 นำเสนอแนวทางการตลาดเพื่อยอดอนุมัติสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้นของธนาคารออมสิน สาขาปาดอง ให้เป็นไปตามเป้าหมายมากที่สุด

จากสาเหตุของปัญหาและนำมาหาแนวทางแก้ไขปัญหา โดยนำข้อมูลพิจารณาจากค่าเฉลี่ย และจำนวนค่าความถี่การสัมภาษณ์ มาสรุปจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค วิเคราะห์ในตาราง TOWS Matrix หาทางเลือกออกมาเป็นกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาดังตาราง

ปัจจัยภายใน	ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
		S1 : ความเข้มงวดกระบวนการขอสินเชื่อและเอกสารที่ยื่นขอกู้	W1 : ผลิตภัณฑ์หลากหลายทำให้สับสนคุณสมบัติ วงเงิน และเงื่อนไข
		S2 : มีผลิตภัณฑ์ส่งเสริมธุรกิจ SMEs ตามนโยบายของรัฐ	W2 : อัตราส่วนวงเงินสินเชื่อต่อหลักประกันแตกต่างจากธนาคารพาณิชย์อื่น
		S3 : อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมทำประกันต่าง ๆ ค่อนข้างถูกกว่าสถาบันการเงินอื่น	W3 : การลดค่าธรรมเนียมในการดำเนินการกู้เป็นไปตามระเบียบคำสั่งของธนาคารแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่นได้ยาก
		S4 : มีช่องทางการติดต่อทางโทรศัพท์ เมื่อมีปัญหาจากการใช้บริการ	W4 : ค่าบริการชำระคืนเงินตามระยะเวลาที่กำหนดตามข้อตกลงการทำสัญญาเงินกู้
		S5 : ส่วนลดและสิทธิพิเศษลูกค้าสินเชื่อรายเดิมกรณีกู้เพิ่ม	W5 : ช่องทางการจ่ายชำระหนี้ไม่หลากหลาย
		S6 : พนักงานตอบคำถามและข้อสงสัยได้รวดเร็วและชัดเจน	W6 : ช่องให้บริการสอบถามและปรึกษาที่ไม่ต้องติดต่อธนาคารสาขา
		S7 : เอกสารกระบวนการชำระหนี้ถูกต้องและเชื่อถือไว้วางใจได้	W7 : จำนวนพนักงานไม่เพียงพอ ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ
		S8 : มีระบบการบริการและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ตรวจสอบให้คำแนะนำของธนาคารสาขา	W8 : ประสบการณ์และความชำนาญในการวิเคราะห์สินเชื่อ การให้คำแนะนำและปรึกษา
		S9 : มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอาคารสถานที่รองรับบริการลูกค้าเท่าเทียมกัน	W9 : เอกสารประกอบการขอสินเชื่อที่มีจำนวนมากเกินไป
		S10 : ทำเลที่ตั้งของธนาคารสาขา และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ	W10 : ระยะเวลาและขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อใช้เวลานาน
ปัจจัยภายนอก	โอกาส (O)	(SO Strategy)	(WO Strategy)
	O1 : สถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐสามารถมีประเภทสินเชื่อตอบสนองทุกกลุ่มอาชีพ	กลยุทธ์เชิงรุกด้านกระบวนการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาวิเคราะห์สินเชื่อลดขั้นตอนกระบวนการ หรือการกำหนด SLA	กลยุทธ์เชิงแก้ไขด้านผลิตภัณฑ์ สร้างความแตกต่างคุณสมบัติ เงื่อนไข วงเงิน และระยะเวลาในการอนุมัติให้ชัดเจนเพื่อมิให้เกิดความสับสนจากผลิตภัณฑ์ที่มี
	O2 : นโยบายการให้สินเชื่อที่รัฐบาลสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง	พิจารณาสินเชื่อแต่ละราย เพื่อความรวดเร็วในกระบวนการ	หลากหลาย ตลอดจนการกำหนดสัดส่วนหลักประกันต่อวงเงินสินเชื่อเพื่อแข่งขันได้
	O3 : อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อ Soft Loan ตามนโยบายรัฐบาลที่สนับสนุน	(S1, S7, S8, O2, O5, O6)	(W1, W10, O1,O2,O5)
	O4 : การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มช่องทางออนไลน์ของธนาคารสาขา		

O5 : การช่วยเหลือผู้ประกอบการกลุ่มลูกค้า

ธุรกิจSMEs ที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19

O6 : การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการวิเคราะห์

สินเชื่อเพื่อให้เกิดความรวดเร็วและแม่นยำ

อุปสรรค (T)	(ST Strategy)	(WT Strategy)
T1 : คำสั่ง/กฎระเบียบของธนาคารที่ออกล่าช้า	กลยุทธ์เชิงรับด้านบุคลากร	กลยุทธ์เชิงป้องกันด้านราคา
T2 : อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมปฏิบัติ ตามคำสั่ง/ระเบียบของธนาคาร	เพิ่มจำนวนพนักงานสินเชื่อของ ธนาคารสาขาให้เพียงพอ และพัฒนา	จากสถานการณ์ปัจจัยภายนอกต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ ปรับอัตรา
T3 : ปัจจัยภายนอกจากสภาพเศรษฐกิจ การเมืองและโรคระบาด	ศักยภาพด้วยการอบรมการขายด้วย วิธี Workshop และเทคนิคต่าง ๆ เพิ่ม	ดอกเบี้ย และทบทวนการลดค่าธรรมเนียม เพื่อการแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่น
T4 : ธนาคารสาขาในพื้นที่มีจำนวนไม่ เพียงพอต่อช่องทางให้บริการ ที่ธนาคารสาขา	ทักษะความรู้ความชำนาญ (S6, T6,T7, T9)	ตลอดจนสามารถยืดหยุ่นการชำระคืนเงิน ตามระยะเวลาที่กำหนดเป็นรายบุคคล (W2, W3, W4, T2, T3)
T5 : ธนาคารพาณิชย์อื่นมีช่องทางสอบถาม ข้อมูลพนักงานที่ทันสมัยและรวดเร็ว		
T6 : ธนาคารมีหลายสาขาทำให้มีข้อจำกัด การพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้มี ความรู้ ความชำนาญ		
T7 : ธนาคารมีหลายสาขา ทำให้พนักงาน ธนาคารสาขาป่าตอง มีไม่เพียงพอต่อการ ให้บริการสินเชื่อ		
T8 : ธนาคารพาณิชย์อื่นมีระยะเวลาและ ขั้นตอนการอนุมัติที่รวดเร็วกว่า		
T9 : ธนาคารพาณิชย์อื่นที่เป็นคู่แข่ง มีการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการ วิเคราะห์สินเชื่อได้รวดเร็ว		

จากตาราง TOWS Matrix ผลการวิเคราะห์กำหนดทางเลือกการแก้ไขปัญหาได้ทางเลือกออกมาเป็นกลยุทธ์แนวทางการตลาด 4 แนวทาง คือ แนวทางที่ 1 กลยุทธ์เชิงรุกด้านกระบวนการ แนวทางที่ 2 กลยุทธ์เชิงแก้ไขด้านผลิตภัณฑ์ แนวทางที่ 3 กลยุทธ์เชิงรับด้านบุคลากร และแนวทางที่ 4 กลยุทธ์เชิงป้องกันด้านราคา แต่ต้องประเมินเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดในการแก้ไขปัญหาของธนาคารสาขาป่าตอง โดยพิจารณาข้อดีและข้อเสียแต่ละแนวทางเลือกงบประมาณและระยะเวลาที่ต้องใช้ในการดำเนินการ โดยมีการนำเสนอที่ประชุมบอร์ดของธนาคารสาขา ผลการประชุมลงมติ เลือกแนวทางที่ 3 กลยุทธ์เชิงรับด้านบุคลากร ด้วยเหตุผลที่ธนาคารสาขาสามารถดำเนินการได้ให้สอดคล้องกับแผนงานของธนาคารสาขา โดยการทำแผนปฏิบัติการและแผนฉุกเฉินในการพัฒนาศักยภาพของพนักงานด้วยการอบรมการขายด้วยวิธี Workshop และเทคนิคต่าง ๆ เพิ่มทักษะความรู้และความชำนาญ

สรุปผลการศึกษา

จากวัตถุประสงค์การวิจัยสรุปได้ว่า

1. สาเหตุของปัญหาของคณบดีสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้นของธนาคารออมสิน สาขาป่าตอง ไม่เป็นไปตามเป้าหมายมาจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's พิจารณาจากค่าเฉลี่ยต่ำสุด และความถี่ผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์ เรียงลำดับ 5 สาเหตุหลัก คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.93, 12 ราย) ได้แก่ ความหลากหลายผลิตภัณฑ์ และอัตราส่วนวงเงินสินเชื่อต่อหลักประกัน 2) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.11, 10 ราย) ได้แก่ ค่าธรรมเนียมและค่าปรับ 3) ด้านบุคลากร (8 ราย) ได้แก่ พนักงานไม่เพียงพอ ประสิทธิภาพและความชำนาญ 4) ด้านกระบวนการให้บริการ (8 ราย) ได้แก่ เอกสาร ระยะเวลา และขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อ และ 5) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (8 ราย) ได้แก่ ช่องทางจำหน่ายระยะนี้ การให้บริการสอบถามและปรึกษา

2. แนวทางการตลาดเพิ่มยอดขายคณบดีสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้นของธนาคารออมสิน สาขาป่าตอง ได้แนวทางการตลาดมาแก้ไขปัญหา 4 แนวทาง คือ แนวทางกลยุทธ์เชิงรุกด้านกระบวนการ แนวทางกลยุทธ์เชิงแก้ไขด้านผลิตภัณฑ์ แนวทางกลยุทธ์เชิงรับด้านบุคลากร และแนวทางกลยุทธ์เชิงป้องกันด้านราคา แต่ต้องประเมินทางเลือกแนวทางที่ไปได้ดีที่สุด โดยนำข้อมูลแต่ละทางเลือกนำเสนอประชุมบอร์ดของสาขาป่าตอง เพื่อพิจารณาจากข้อดีข้อเสีย งบประมาณ และระยะเวลาที่ต้องใช้ในการดำเนินการ ผลการประชุมลงมติคือ เลือกแนวทางกลยุทธ์เชิงรับด้านบุคลากร ด้วยเหตุผล 1) ข้อดี การเพิ่มจำนวนพนักงานสามารถรองรับความต้องการของลูกค้าและการพัฒนาศักยภาพด้วยการอบรม ทำให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ มีทักษะในการถ่ายทอดให้คำแนะนำ ปรึกษา เป็นที่พึงพอใจและยอมรับได้มากขึ้น 2) ข้อเสีย การเพิ่มจำนวนพนักงานและการพัฒนาศักยภาพด้วยการอบรมต้องใช้งบประมาณ 3) การใช้งบประมาณในการพัฒนาต่อครั้งต่อหัว ไม่เกิน 10,000 บาท ในระยะเวลา 5 ปี ไม่เกิน 200,000 บาท และ 4) สามารถดำเนินการได้ ด้วยเหตุผลที่เกิดประโยชน์กับสาขา การพัฒนาศักยภาพของพนักงานด้วยการอบรมการขายด้วยวิธี Workshop และเทคนิคต่าง ๆ เพิ่มทักษะความรู้และความชำนาญ

อภิปรายผล

ผลการศึกษาสามารถอภิปรายได้ว่า สาเหตุของปัญหาการเพิ่มยอดขายคณบดีสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้นและแนวทางการแก้ไขปัญหามาจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ในด้านผลิตภัณฑ์/บริการเกี่ยวกับวงเงิน และเงื่อนไข ด้านราคาเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมในการดำเนินการกู้ ด้านบุคลากรเกี่ยวกับจำนวนพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการเกี่ยวกับกระบวนการขั้นตอนการอนุมัติ และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเกี่ยวกับช่องทางสอบถามและปรึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ สุวรรณพุ่ม (2555) ที่ว่าปัจจัยผลิตภัณฑ์/บริการประเด็นเงื่อนไขในการใช้สินเชื่อ ปัจจัยด้านราคาประเด็นอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ปัจจัยด้านบุคลากรประเด็นการให้บริการของพนักงานปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการประเด็นกระบวนการใช้สินเชื่อ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายประเด็นช่องทางในการใช้สินเชื่อมีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย และสอดคล้องกับแนวคิด ศิริประภา พงษ์ศักดิ์ศรี (2558) ที่ว่าปัจจัยด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ตามความคิดเห็นของลูกค้าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีผลต่อการให้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย ตลอดจนสอดคล้องกับงานวิจัยของ กานต์พิชชา กองคนขวา (2561) ที่ว่าปัญหาการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงิน

ที่มีปริมาณลดลงเรื่อย ๆ สาเหตุมาจากด้านผลิตภัณฑ์/บริการเกี่ยวกับหลักประกันการตั้งเงื่อนไขเพื่อกีดกันลูกค้ารายใหม่ เป็นต้น

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้เลือกแนวทางที่ดีที่สุดคือ กลยุทธ์เชิงรับด้านบุคลากร ในการไปทำแผนปฏิบัติงานด้วยเหตุผลที่ธนาคารสาขา สามารถดำเนินการได้ให้สอดคล้องกับแผนงานของธนาคารสาขา โดยการพัฒนาศักยภาพของพนักงานด้วยการอบรมการขายด้วยวิธี Workshop และเทคนิคต่าง ๆ เพิ่มทักษะความรู้ และความชำนาญของพนักงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมลวรรณ เดชานุเบกษา (2559) ที่ว่าปัจจัยต่าง ๆ ที่เข้ามากระทบต่อระบบสินเชื่อ ทำให้เกิดความผิดพลาดของการวิเคราะห์ และพิจารณาให้สินเชื่อที่แสดงถึงความรู้และความชำนาญของพนักงาน ดังนั้นแนวทางแก้ไขควรเพิ่มความรู้และความชำนาญในการวิเคราะห์และพิจารณาให้สินเชื่อให้มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับแนวคิดของ พัฒนา ศิริโชติบัณฑิต (2559) และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2560) ที่ว่าปัจจัยด้านบุคลากรเป็นกุญแจสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้การให้บริการของพนักงาน ต้องได้รับการคัดเลือก การฝึกอบรมความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ สร้างความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้อย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะต่อการศึกษาครั้งนี้ว่า สาเหตุของปัญหายอดอนุมัติสินเชื่อ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้นของธนาคารออมสิน สาขาปาดอง ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้มาจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ในด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ราคา บุคลากร กระบวนการให้บริการ และช่องทางการจัดจำหน่าย และเลือกแก้ไขปัญหาด้านบุคลากร เพื่อพัฒนาและปรับกลยุทธ์ศักยภาพบุคลากร ด้วยการอบรมเพิ่มทักษะความรู้ ความชำนาญของบุคลากรของธนาคารสาขาให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาบุคลากรมีความรู้ ความชำนาญในผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น และสามารถนำเสนอการขายในทุกรูปแบบ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายรองรับความต้องการในพื้นที่

หากมีการศึกษาค้นคว้าต่อไป ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้น ของธนาคารออมสินในระดับภูมิภาค และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการขับเคลื่อนการเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์ SMEs ประเภทเงินกู้ระยะสั้น ของธนาคารออมสินและผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต

เอกสารอ้างอิง

- กานต์พิชชา กองคนขวา. (2561). การศึกษาสภาพปัญหาการปล่อยสินเชื่อเพื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs): สถาบันการเงินในจังหวัดพะเยา. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร. 38(4): 89.
- ธนาคารออมสินภาค 16. (2562). รายงานจำนวนเงินอนุมัติสินเชื่อธุรกิจวงเงินไม่เกิน 10 ล้านบาท. (เอกสารอัดสำเนา).
- พรทิพย์ สุวรรณพุ่ม. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ปทุมธานี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พัฒนา ศิริโชติบัณฑิต. (2559). การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: พี เค เอ็น แอนด์ สกาย พรินต์ติ้ง.
- พิมลวรรณ เดชานุเบกษา. (2559). การวิเคราะห์สินเชื่อกับแนวโน้มสินเชื่อของธุรกิจ. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 10(1): 39.

- ศิริประภา พงษ์ศักดิ์ศิริ. (2558). ความพึงพอใจของลูกค้าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีต่อการให้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานธุรกิจถนนสุขุมวิท. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2560). การบริหารการตลาดยุคใหม่ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- สิทธิ์ อีรสรณ์. (2552). แนวคิดพื้นฐานการวิจัย. กรุงเทพฯ: พรินท์.

S0121: การศึกษาแนวทางการลดความสูญเสียจากลูกค้าสินเชื่อธุรกิจไม่ทำนิติกรรมสัญญากับทางธนาคารออมสิน กรณีของทางสำนักสินเชื่อธุรกิจ SMEs 17

A STUDY OF GUIDELINES FOR REDUCING LOSSES FROM BUSINESS CREDIT CUSTOMERS WITHOUT ENTERING INTO LEGAL CONTRACTS WITH THE GOVERNMENT SAVINGS BANK THE CASE OF THE SMEs CREDIT BUREAU 17

จินตนา ตลิ่งจิตร¹ ประสิทธิ์ มะหะหมัด²

¹ นักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเพื่อหาสาเหตุของลูกค้ารายที่ได้รับอนุมัติแต่ไม่ตกลงทำนิติกรรมสัญญากับทางธนาคารออมสิน 2) เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว ทำให้ไม่คุ้มค่างบค่าใช้จ่ายของธนาคารและลดความสูญเสียจากการจ่ายงบประมาณในการจัดทำรายงานเพื่อเสนออนุมัติสินเชื่อในแต่ละราย โดยใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์กับลูกค้าที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อแต่ไม่จัดทำนิติกรรมสัญญา ของทางสำนักสินเชื่อธุรกิจ SMEs 17 จำนวน 8 ราย แบ่งคำถามเป็น 6 ส่วน นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์สรุปผล

ผลการวิจัย พบว่า มีจำนวน 4 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 50 ตัดสินใจเลือกทำนิติกรรมสัญญากับธนาคารอื่น สาเหตุเพราะใช้เวลาในการอนุมัติเร็วกว่า ได้รับอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า และได้รับวงเงินอนุมัติมากกว่าธนาคารออมสิน มีจำนวน 2 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 25 ไม่ทำนิติกรรมสัญญา สาเหตุ เพราะไม่ยอมรับเงื่อนไขที่ทางธนาคารกำหนด ก่อนการเบิกใช้วงเงินกู้ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายสินเชื่อธุรกิจของธนาคารออมสิน ที่มีกระบวนการปล่อยสินเชื่อ ต้องจัดทำรายงานวิเคราะห์ความเสี่ยงสินเชื่อ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ความเสี่ยงต่อ คณะกรรมการที่มีอำนาจอนุมัติปรับเปลี่ยนเงื่อนไขเพื่อลดความเสี่ยงของธนาคาร และอีก 2 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 25 ไม่ทำนิติกรรมสัญญา สาเหตุ เพราะผลอนุมัติไม่เป็นไปตามที่เสนอขอในเรื่อง วงเงิน อัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียม เป็นต้น จึงควรมีมาตรการ หรือการมีข้อบังคับเงื่อนไข หรือ กฎเกณฑ์ ในการขอสินเชื่อธุรกิจ SMEs เมื่อได้รับอนุมัติวงเงินตามที่ผู้ขอเสนอหรือตกลงกันแล้ว ปฏิเสธไม่ตกลงจัดทำนิติกรรมสัญญา ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปริญานูช เอ็มสิงห์ (2555) พบว่า พฤติกรรมการเลือกสินเชื่อเพื่อการพาณิชย์มีเงื่อนไขที่ค่อนข้างคล้ายคลึงกัน แต่มีบางส่วนที่ไม่เห็นด้วยในเรื่อง ค่าธรรมเนียมเพิ่มเติมที่ธนาคารเรียกเก็บ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูงกว่าธุรกิจขนาดใหญ่และพ่วงการทำประกันกับธนาคารพาณิชย์

โดยแนวทางแก้ไขปัญหาคือ จะจัดทำหนังสือแจ้งผลการพิจารณาสินเชื่อเบื้องต้นให้ผู้กู้อบรมพร้อมลงนาม และเรียกเก็บค่าธรรมเนียมสินเชื่อเพื่อการประกอบธุรกิจ โดยค่าธรรมเนียมดังกล่าวจะไม่คืนให้ในกรณีที่อนุมัติตามหนังสือแจ้งผล แล้วผู้กู้ปฏิเสธไม่จัดทำนิติกรรมสัญญา

คำสำคัญ: การตัดสินใจ เกิดความคุ้มค่า การอนุมัติสินเชื่อ ไม่จัดทำนิติกรรมสัญญา

Abstract

The research aims 1) to find the cause of customers who have been approved but do not agree to enter into a contract. 2) to find a solution to the problem This makes it less cost-effective for the bank and reduces the cost of budgeting in preparing a report for each individual credit approval. Using tools for collecting data, namely interviews with customers who have been approved for credit but do not prepare legal contracts. Of the SMEs 17 credit bureau, totaling 8 questions, divided into 6 parts, the data from the interview was analyzed.

The results of the research showed that there were 4 companies, 50 percent of which decided to make a legal contract with another bank.

This is because it takes faster time for approval. Get lower interest rates and get more credit lines than the Government Savings Bank

By the solution to the problem will prepare a letter informing the borrower's preliminary review result and signing. And collect business credit fees. The aforementioned fee will not be refunded in the event of approval by the result letter Then the borrower refuses to make a legal contract.

Keywords: The decision is worthwhile. Credit approval Not making legal contracts

บทนำ

ฝ่ายบริหารศูนย์ธุรกิจลูกค้า SMEs อยู่ในสายงานลูกค้าธุรกิจ SMEs กลุ่มลูกค้าธุรกิจและภาครัฐ มีหน่วยงานภายใต้การดูแลทั่วทั้งประเทศ ทั้งหมด 18 สำนัก หน้าที่ของแต่ละสำนัก คือ จะแบ่งออกเป็นศูนย์สินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs เป็นหน่วยงานผู้ให้บริการลูกค้าตามที่ธนาคารมอบหมาย รับเรื่องลูกค้า ให้คำแนะนำ และพิจารณาสินเชื่อเบื้องต้น โดยทางสำนักสินเชื่อ SMEs 17 แบ่งย่อยเป็นศูนย์สินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs จำนวน 5 ศูนย์ ได้แก่ ศูนย์สินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 17 นครศรีธรรมราช ศูนย์สินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 17 กระบี่ ศูนย์สินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 17 ตรัง ศูนย์สินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 17 สตูล และศูนย์สินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 17 พัทลุง

ลูกค้าประเภทกลุ่มธุรกิจ ของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 17 ที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อ แต่ไม่จัดทำนิติกรรมสัญญากับทางธนาคารออมสิน โดยจากการเก็บข้อมูลสถิติย้อนหลังรายไตรมาส จำนวน 6 ไตรมาส ย้อนหลังตั้งแต่ปี 2562-ปัจจุบัน (มิ.ย. 2563) พบว่า ปี 2562 ยอดสะสมตั้งแต่ ปี 2562 ไตรมาส 1-4 มีจำนวนรายและยอดอนุมัติที่ไม่ทำนิติกรรมสัญญาจำนวน 10 ราย วงเงิน 334.12 ล้านบาท เป้าหมายของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 17 ประจำปี 2563 กำหนดจำนวนลูกค้าที่อนุมัติและทำนิติกรรมสัญญา จำนวน 130 ราย วงเงิน 1,375 ล้านบาท ข้อมูลอนุมัติสินเชื่อ ณ 31 สิงหาคม 2563 อนุมัติจำนวน 49 ราย วงเงิน 664.11 ล้านบาท ทำสัญญา 30 ราย วงเงิน 381.60 ล้านบาท รอทำสัญญาจำนวน 11 ราย วงเงินรวม 90.46 ล้านบาท และไม่ทำสัญญา จำนวน 8 ราย วงเงินรวม 192.02 ล้านบาท ทำให้ส่งผลกระทบต่อธนาคาร ดังนี้ ส่งผลให้สูญเสียเวลา และสิ้นเปลืองงบประมาณค่าใช้จ่ายในการจัดทำเรื่องขออนุมัติ ขาดรายได้จากค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ที่ธนาคารจะควรได้รับ และส่งผลให้ผลการดำเนินงานของสำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 17 ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารมอบหมาย

เนื่องจากยอดอนุมัติสินเชื่อและจัดทำสัญญาของสำนักงานสินเชื่อธุรกิจลูกค้า SMEs 17 เป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายที่ธนาคารกำหนดไว้ (KPI) เพื่อต้องการให้การทำงานสำเร็จตามเป้าหมายของธนาคาร ทำให้คุ้มค่างกับค่าใช้จ่ายของธนาคารและลดความสูญเสียจากการจ่ายงบประมาณในการจัดทำรายงานเพื่อเสนออนุมัติสินเชื่อในแต่ละราย โดยวัตถุประสงค์ในการศึกษาหาสาเหตุและแนวทางแก้ไขปัญหาคือ ผู้ศึกษาจึงได้ทำการศึกษาถึงการตัดสินใจไม่จัดทำนิติกรรมสัญญาของลูกค้าที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อธุรกิจ แต่ไม่จัดทำนิติกรรมสัญญากับทางธนาคาร ออมสิน กรณีของทางสำนักงานสินเชื่อธุรกิจ SMEs 17 ควบคู่ไปด้วยกัน อันจะเป็นการวิเคราะห์หาสาเหตุและแนวทางแก้ไขปัญหามาได้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาไว้ ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการให้สินเชื่อ

นโยบายสินเชื่อธุรกิจ ออมสินโดยคณะกรรมการธนาคารออมสิน ในการประชุมครั้งที่ 3/2562 (2562: 2) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การให้สินเชื่อ หมายถึง การให้กู้ยืมเงิน หรือซื้อ ซื้อลด รับช่วงซื้อลดตัวเงิน เป็นเจ้าหนี้เนื่องจากได้จ่ายหรือสั่งให้จ่ายเงินเพื่อประโยชน์ของผู้เคยค้า หรือเจ้าหนี้เนื่องจากได้จ่ายเงินตามภาระผูกพันตามเลืตเตอร์ออฟเครดิตหรือภาระผูกพันอื่น รวมถึงธุรกรรมที่มีลักษณะคล้ายการให้สินเชื่อ เช่น แพลตฟอร์ค การให้เช่าซื้อ การให้เช่าแบบลีสซิง และธุรกรรมอื่นที่มีลักษณะคล้ายการให้สินเชื่อตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศ ฯลฯ

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction)

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Gronroos (1990) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ประการ คือ 1) องค์ประกอบด้านการรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้า หรือการบริการคือ การที่ผู้รับบริการจะรับรู้ได้ว่าสินค้า หรือการบริการที่ได้รับมีลักษณะตามคำมั่นสัญญาของกิจกรรม หรือการบริการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด จึงจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และ 2) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการคือ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ในการที่จะส่งมอบบริการให้กับลูกค้า สิ่งเหล่านี้จึงเกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

Rust; & Oliver (1994) กล่าวว่า ความพึงพอใจสามารถสะท้อนให้เห็นได้ในระดับหนึ่งเท่านั้นเชื่อว่าประสบการณ์เป็นตัวทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี ดังนั้นความพึงพอใจจึงเป็นการตอบสนองของอารมณ์โดยรวม ที่เกิดจากการใช้สินค้า หรือบริการ

Patrick (2002) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นตัวบ่งชี้ที่ยอดเยี่ยมของการตัดสินใจซื้อซ้ำหรือกลับมาใช้บริการซ้ำ

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการ

จิรพร กาญจนการุณ (2554) ให้ความหมายไว้ว่า เป็นกระบวนการในการคัดเลือกเพื่อการปฏิบัติที่มีทางเลือกอยู่หลายทางและผลลัพธ์มีความแตกต่างกัน ในการตัดสินใจนี้จะมีขั้นตอนสุดท้าย เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจใช้บริการ

รัตนกร สิทธิทรัพย์โกดิน (2555) ให้ความหมายไว้ว่า เป็นกระบวนการตัดสินใจให้บริการ ของผู้บริโภค ซึ่งโดยปกติแล้วสามารถรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหาแล้วค้นหาข้อมูลเพื่อ ประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

ดิน ปรัชญาพฤทธิ (2542; อ้างใน ศรัณญา แก้วศรี. 2554) ให้ความหมายไว้ว่า เป็นทางเลือก ในการดำเนินการหรือไม่ดำเนินการจากทางเลือกหลาย ๆ ทาง และเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดโดยมีขั้นตอน ในการตัดสินใจ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2548; อ้างใน จุรีพร กาญจนการุณ. 2554) กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจ ใช้ บริการสามารถจำแนกได้ตามวิธีการตัดสินใจ และตามบุคคลที่ตัดสินใจ ในส่วนการตัดสินใจที่จำแนก ตามบุคคล ที่ตัดสินใจ อาจเป็นการตัดสินใจโดยคนเดียวมีผลให้เกิดความรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ซึ่งมักจะใช้ในธุรกิจขนาด ย่อมที่มีผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการ หรืออาจเป็นการตัดสินใจโดย กลุ่ม ซึ่งเป็นการตัดสินใจที่ยืดที่งาน และ คณะกรรมการเป็นผู้ร่วมตัดสินใจ เป็นการมุ่งเน้นการมีส่วนร่วม ร่วมในการตัดสินใจ

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

การตัดสินใจถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญ ที่มนุษย์ทุกคนจะต้องเผชิญ และปฏิบัติอยู่เป็นประจำ ความหมาย ของการตัดสินใจ จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ พบว่ามีผู้ให้ความหมายของ การตัดสินใจไว้ หลายประการได้แก่

วิชัย โสสุวรรณจินดา (2535: 185) ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า หมายถึง การเลือกทางเลือกที่มี อยู่หลาย ๆ ทางเลือก โดยอาศัยทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเลือกเดียวที่สามารถ ตอบสนองเป้าหมาย หรือ ความ ต้องการของผู้เลือกได้

กรองแก้ว อยู่สุข (2537: 147) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า หมายถึง การเลือกสิ่งหนึ่งหรือ หลาย ๆ สิ่ง หรือเลือกที่จะปฏิบัติทางใดทางหนึ่งจากหลาย ๆ ทางที่มีอยู่ และวิธีการที่เลือกนั้นย่อมได้รับการพิจารณา อย่างถี่ถ้วนแล้วว่าถูกต้องเหมาะสมหรือดีที่สุด และตรงกับเป้าหมายขององค์การด้วย

กวี วงศ์พุ่ม (2539: 61) ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า หมายถึง การพิจารณา ทางเลือกที่ดีที่สุด จากทางเลือกหลาย ๆ ทาง ผู้นำต้องตัดสินใจด้วยหลักเหตุผลเพื่อใช้เป็นแนวทาง ในการปฏิบัติงาน ซึ่งการตัดสินใจ ดังกล่าวจะเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ดังนั้น

กล่าวโดยสรุป การตัดสินใจ หมายถึง การพิจารณาโดยใช้ข้อมูล หลักการและ เหตุผล วิเคราะห์อย่างถี่ ถ้วนในการหาทางเลือกที่ดีที่สุด เหมาะสมที่สุด จากหลายๆ ทางเลือก ที่สามารถตอบสนองเป้าหมายของหน่วยงาน อย่างมีประสิทธิภาพ องค์ประกอบการตัดสินใจ ตัวผู้ตัดสินใจ ทางเลือก ผลของทางเลือกในอดีต จะขึ้นอยู่กับ การ เลือก ซึ่งการเลือกแต่ละอย่างแตกต่างกันและ ไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

วิชัย โสสุวรรณจินดา (2535: 185-186) ได้แบ่งประเภทของการตัดสินใจไว้ 3 ประเภท ตามสถานการณ์ ที่เกิดขึ้น คือ

1. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน เป็นการตัดสินใจที่อยู่บนพื้นฐานของ ผลลัพธ์ที่ คาดหมายไว้แล้ว โดยเกิดขึ้นได้เมื่อผู้ตัดสินใจมีข้อมูลเพียงพอและทราบถึงผลของ การเลือกแต่ละทางเลือกอย่าง แน่นนอน ในสถานการณ์เช่นนี้ผู้ตัดสินใจจะพยายามเลือกทางเลือกที่ ให้ผลประโยชน์สูงสุด
2. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่เสี่ยง คือ การตัดสินใจที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของ ผลลัพธ์ที่ แน่นนอนน้อยกว่าการตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน แต่ยังพอคาดคะเน ความเป็นไปได้อยู่บ้าง ทั้งนี้ผู้ตัดสินใจ

ทราบถึงผลลัพธ์ของทางเลือกต่าง ๆ ที่ใช้ในการตัดสินใจ แต่โอกาสที่จะเกิดทางเลือกแตกต่างกัน อันเนื่องมาจากปัจจัยบางอย่างที่ไม่แน่นอน

3. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน เป็นการตัดสินใจที่ไม่สามารถคาดการณ์ผลลัพธ์หรือความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นได้เลย หรือกล่าวได้ว่าเป็นสถานการณ์ที่มีแต่ประเด็น ทั้งนี้ เพราะผู้ตัดสินใจในสถานการณ์นี้จะไม่มีโอกาสทราบความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้น และมีตัวแปรอื่นที่ควบคุมไม่ได้อยู่ด้วย ดังนั้นการตัดสินใจในสถานการณ์เช่นนี้ จึงไม่อาจเลือกโดยใช้ทางเลือกที่ให้ผลตอบแทนสูงสุดได้ ผู้ตัดสินใจต้องใช้ดุลพินิจและวิจารณญาณช่วยในการตัดสินใจอย่างมาก ขั้นตอนการตัดสินใจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้า การลดความสูญเสียจากลูกค้าที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อแต่ไม่จัดทำนิติกรรมสัญญากับทางธนาคารออมสิน กรณีของทางสำนักสินเชื่อธุรกิจ SMEs 17 ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับสาเหตุของลูกค้ารายที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อแต่ตัดสินใจไม่ทำนิติกรรมสัญญา ดังนี้

จากงานวิจัยของ ปฐมพร ทรงสุโรจน์ (2559) ที่ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการกู้เงินของผู้ประกอบการ SMEs พบว่าด้านพฤติกรรมการกู้เงินของผู้ประกอบการ SMEs ด้านแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการมีการระดมทุนในส่วนของเจ้าของและผู้ถือหุ้นรวมถึงกู้เงินจากธนาคารพาณิชย์มากที่สุด สำหรับปัญหาในการดำเนินธุรกิจส่วนมากเกิดจากปัญหาเรื่องสภาพคล่องของเงินทุนหมุนเวียน การกู้ยืมสินเชื่อและสินเชื่อเบิกเกินบัญชีมากที่สุดซึ่งเป็นการกู้ยืมเงินระยะสั้นและระยะกลาง ผู้ประกอบการส่วนมากไม่มีอุปสรรคใด ๆ ต่อการกู้เงินจากธนาคารพาณิชย์และปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ที่แจ้งไว้กับธนาคารพาณิชย์ทุกประการ นอกจากนี้ในส่วนของผลกระทบของเศรษฐกิจต่อธุรกิจ SMEs ผู้ประกอบการบางรายเห็นว่าเศรษฐกิจต่อผลกระทบค่อนข้างมากในเรื่อง แรงงาน ต้นทุนการผลิต การแข่งขันภายในธุรกิจ ส่วนความคิดเห็นต่อมาตรการรัฐบาลในการให้ความช่วยเหลือ SMEs พบว่า ผู้ประกอบการได้รับความช่วยเหลือในเรื่องอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และวงเงินค้ำประกัน สามารถช่วยเหลือธุรกิจ SMEs ในการลดภาระด้านวงเงินค้ำประกันไปได้จำนวนหนึ่งแต่ก็ยังไม่พอต่อความต้องการของผู้ประกอบการที่มีอย่างต่อเนื่อง

จากงานวิจัยของ ทิพชญาณ์ อัครพงศ์โสภณ (2556) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมีรายได้ต่อเดือนที่ 10,001-20,000 บาท และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า และปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน ปัจจัยด้านการรับรู้และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

จากการวิจัยของ ไสริญา เพชรานนท์ (2561) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการ SMEs ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนา วิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank) สาขาทุ่งสงจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ SME พบว่าส่วนใหญ่เป็นธุรกิจการบริการ มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 1-2 ปี มีขนาดของธุรกิจไม่เกิน 5 ล้านบาท มีลักษณะธุรกิจเป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว และ ประเภทวงเงินสินเชื่อ เป็นสินเชื่อโครงการ

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการ SME ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank) สาขาทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.17

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประเภทธุรกิจระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจลักษณะธุรกิจและประเภทวงเงินสินเชื่อที่ต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อไม่ต่างกัน ยกเว้น ขนาดของธุรกิจที่ต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

วัตถุประสงค์

1. เพื่อหาสาเหตุของลูกค้ายรายที่ได้รับอนุมัติแต่ไม่ตกลงทำนิติกรรมสัญญา
2. เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว ทำให้ไม่คุ้มค่างกับค่าใช้จ่ายของธนาคารและลดความสูญเสียจากการจ่ายงบประมาณในการจัดทำรายงานเพื่อเสนออนุมัติสินเชื่อในแต่ละราย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสาเหตุที่ผู้ขอสินเชื่อได้รับอนุมัติแต่ไม่ทำนิติกรรมสัญญา และสามารถเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาที่ผู้ขอสินเชื่อได้รับอนุมัติแต่ไม่จัดทำนิติกรรมสัญญา สามารถเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น
2. เป็นข้อมูลและแนวทางในการพัฒนา ทำให้ธนาคารไม่สูญเสียเวลาและค่าใช้จ่ายโดยเปล่าประโยชน์ และยังเป็นการเพิ่มรายได้จากค่าธรรมเนียมอีกด้วย

วิธีการศึกษา

กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ มุ่งศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กร โดยปัญหาที่ศึกษาคือสาเหตุที่ลูกค้ายที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อ แต่ไม่จัดทำนิติกรรมสัญญา ซึ่งเกี่ยวข้องกับทางธนาคารออมสิน กรณีของทางสำนักสินเชื่อธุรกิจ SMEs 17 ตลอดจนศึกษาการตัดสินใจของลูกค้าย

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาค้นคว้า คือ ผู้ที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อธุรกิจ SMEs กับทางธนาคารออมสิน สำนักสินเชื่อธุรกิจลูกค้าย SMEs 17 จำนวน 49 ราย โดยมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 8 รายที่ไม่ทำนิติกรรมสัญญา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

สำหรับเครื่องมือที่ใช้การศึกษาค้นคว้า ได้กำหนดให้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อใช้เป็นกรอบของคำถามในการสัมภาษณ์ที่เหมือนกันกับผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคน แบบสัมภาษณ์มีประเด็นคำถามที่กำหนดขึ้นไว้ในการสนทนาอย่างเป็นขั้นเป็นตอน แบ่งออกเป็น 4 ส่วนได้แก่

- ส่วนที่ 1 แนวคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์
- ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจทำนิติกรรมสัญญา

ส่วนที่ 3 แนวคำถามเกี่ยวกับผลกระทบในเชิงไม่จัดทำนิติกรรมสัญญาของลูกค้า สินเชื่อธุรกิจ SMEs17

ส่วนที่ 4 แนวคำถามในด้าน สาเหตุที่ไม่ทำนิติกรรมสัญญา มีประเด็นใดบ้าง เช่น อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อธุรกิจ SMEs เงื่อนไขต่าง ๆ ที่ได้รับอนุมัติ ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งที่เกี่ยวข้องกับการกู้เงิน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
2. การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจะใช้ทดสอบด้านความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อความแม่นยำ น่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ทดสอบความเที่ยงตรง ในการทดสอบความเที่ยงตรงของคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการสร้างประเด็นคำถามแล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้ตรวจสอบโครงสร้างคำถามรวมถึงประเด็นในการวิจัย อีกทั้งยังทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ลักษณะการใช้ภาษา การตั้งคำถามที่ชัดเจน และง่ายในการทำความเข้าใจ เป็นต้น
2. ทดสอบความเชื่อถือได้ การนำประเด็นคำถามที่ได้แก้ไขแล้วนำมาสัมภาษณ์จริงและนำข้อมูลที่ได้มานั้นวิเคราะห์เปรียบเทียบกับข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมาจากแหล่งค้นคว้าต่าง ๆ มาเปรียบเทียบเพื่อความถูกต้องของข้อมูล

การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล

1. ใช้ความรู้ในทฤษฎี แนวคิดที่ได้จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องนำมาช่วยในการวิเคราะห์และตีความ
2. การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อ แต่ไม่ทำนิติกรรมสัญญา
3. การรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร จากแหล่งข้อมูลและสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ

ผลการศึกษา

สาเหตุของปัญหา (Causes of the Problem)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

สรุปผลจากข้อมูลการสัมภาษณ์ ตามแนวทางข้อคำถาม ได้ดังนี้

1. สาเหตุที่ไม่ทำสัญญา เนื่องจากวงเงินที่ทางธนาคารอนุมัติสินค้าน้อยกว่าและได้รับอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่าธนาคารกสิกรไทย หากธนาคารมีมาตรการหรือข้อบังคับ ไม่เห็นด้วยถ้าธนาคารจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในกรณีนำเสนออนุมัติตามที่ลูกค้าขอและได้รับการอนุมัติ แต่ไม่ทำนิติกรรมสัญญา
2. สาเหตุที่ไม่ทำสัญญา เนื่องจากเงื่อนไขก่อนจัดทำนิติกรรมสัญญาให้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวนมาก หากธนาคารมีมาตรการหรือข้อบังคับ ยอมรับได้ถ้าธนาคารจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียม ในกรณีนำเสนออนุมัติตามที่ลูกค้าขอและได้รับการอนุมัติ แต่ไม่ทำนิติกรรมสัญญา

3. สาเหตุที่ไม่ทำสัญญา เพราะไม่ต้องการเพิ่มหลักประกันตามที่ธนาคารร้องขอ หากธนาคารมีมาตรการหรือข้อบังคับ ยอมรับได้ถ้าธนาคารจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียม ในกรณีนำเสนออนุมัติตามที่ลูกค้าขอและได้รับการอนุมัติ แต่ไม่ทำนิติกรรมสัญญา

4. สาเหตุที่ไม่ทำสัญญา เนื่องจากได้รับเงินจากลูกหนี้ชำระหนี้คืน และได้รับวงเงิน สินเชื่อ ธปท. จากสถาบันการเงินอื่น หากธนาคารมีมาตรการหรือข้อบังคับ ยอมรับได้ถ้าธนาคารจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียม ในกรณีนำเสนออนุมัติตามที่ลูกค้าขอและได้รับการอนุมัติ แต่ไม่ทำนิติกรรมสัญญา

5. สาเหตุที่ไม่ทำสัญญา เนื่องจากได้รับอนุมัติสินเชื่อจากธนาคารกสิกรไทยก่อนที่จะทราบผลอนุมัติจากธนาคารออม หากธนาคารมีมาตรการหรือข้อบังคับ ไม่ยอมรับ ถ้าธนาคารจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียม ในกรณีนำเสนออนุมัติตามที่ลูกค้าขอและได้รับการอนุมัติ แต่ไม่ทำนิติกรรมสัญญา

6. สาเหตุที่ไม่ทำสัญญา เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงไม่คุ้มค่ากับการรีไฟแนนซ์ในครั้งนี้ หากธนาคารมีมาตรการหรือข้อบังคับ ไม่ยอมรับ ถ้าธนาคารจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียม ในกรณีนำเสนออนุมัติตามที่ลูกค้าขอและได้รับการอนุมัติ แต่ไม่ทำนิติกรรมสัญญา

แนวทางเลือกการแก้ปัญหา

แนวทางที่ 1 แก้ไขระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อให้เร็วขึ้น โดยเริ่มตั้งแต่ ขั้นตอนพนักงานสินเชื่อ (RM) ขอเอกสารจากลูกค้าเพื่อนำมาพิจารณาให้สินเชื่อ ต้องรวบรวมเอกสารให้ครบถ้วนในคราวเดียว ไม่ควรจะต้องขอหลายครั้งเพราะลูกค้าเกิดความไม่พอใจและยุ่งยากในการเตรียมเอกสาร ต่อมาทำการส่งประเมินราคาหลักทรัพย์ พร้อมทั้งควรจัดทำรายงานขอเสนออนุมัติสินเชื่อ CA แบบสรุปแต่ให้มีเนื้อหาครบถ้วนชัดเจน เมื่อ CA เรียบร้อยส่งงานต่อให้ความเสี่ยง (CR) พิจารณารisk ก่อนจะเข้าคณะกรรมการพิจารณาอนุมัติ แนวทางจัดทำ Check List ขอเอกสารสำหรับธุรกิจต่าง ๆ ให้ชัดเจนจากลูกค้า เพื่อลูกค้าจะได้จัดเตรียมและ RM นำมาใช้ได้อย่างครบถ้วนและรวดเร็วในคราวเดียวไม่เสียเวลาในการขอเอกสาร และจัดทำรายงานขอเสนออนุมัติสินเชื่อ CA เมื่อเรียบร้อยแล้ว ให้ส่งเรื่องขออนุมัติเข้าคณะกรรมการอนุมัติสินเชื่อได้เลย โดยไม่ต้องมีขั้นตอนรอให้ความเสี่ยง (CR) กลับมาตรวจสอบ แต่ควรให้ความเสี่ยง CR. พิจารณาเรื่องไปพร้อม ๆ กับคณะกรรมการ จะช่วยลดระยะเวลาให้เร็วขึ้น เพื่อสามารถแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่นได้ และรวดเร็วตรงความต้องการของลูกค้า

แนวทางที่ 2 แก้ไขปัญหาอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น โดยสำรวจและศึกษาข้อมูลอัตราดอกเบี้ยของธนาคารพาณิชย์อื่น เพื่อทำการเปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ยและนำเสนอผู้บริหารในการปรับลดอัตราดอกเบี้ยให้สามารถแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์อื่นได้

แนวทางที่ 3 แก้ไขปัญหา ธนาคารจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียม ในกรณีนำเสนออนุมัติตามที่ลูกค้าขอและได้รับการอนุมัติ แต่ไม่ตกลงจัดทำนิติกรรมสัญญา เพื่อเป็นการให้ผู้ขอสินเชื่อตัดสินใจเลือกสินเชื่อที่ทางธนาคารอนุมัติ ตามที่ลูกค้าขอเสนอ และอยู่ภายใต้กฎหมายและเงื่อนไขของธนาคาร

ข้อดีและข้อเสียแต่ละแนวทางเลือก (Pro & Con)

1. แนวทางจัดทำ Check List ขอเอกสาร

ข้อดี ได้รับเอกสารที่ถูกต้องครบถ้วน และส่งผลให้การจัดทำวิเคราะห์รายงานนำเสนอสินเชื่อเร็วขึ้น

ข้อเสีย ต้องมีการกำหนด เอกสารที่ใช้ให้ตรงกับธุรกิจอย่างชัดเจน และกำหนดเวลาให้ลูกค้าทราบ ว่าหลังจากส่ง Check List ขอรับเอกสารภายในกี่วัน ซึ่งหากเอกสารไม่ครบถ้วน ทาง RM จะไม่ทำการวิเคราะห์ และเกิดความเกรงใจในการขอเอกสารบ่อยครั้งจากลูกค้า

2. แนวทางปรับลดอัตราดอกเบี้ย

ข้อดี เป็นแนวทางที่น่าสนใจ ทำให้แข่งขันกับธนาคารพาณิชย์อื่นได้

ข้อเสีย มีขั้นตอนและระยะเวลาในการนำเสนอผู้บริหารและต้องได้รับการอนุมัติจากธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งต้องใช้เวลานาน

3. แนวทางธนาคารจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียม

ข้อดี เป็นแนวทางที่สามารถปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมใช้ได้ โดยเพิ่มในระเบียบคำสั่งธนาคาร ในเรื่องค่าธรรมเนียม จะทำให้เกิดความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายของธนาคารที่เสียไปโดยเปล่าประโยชน์ และช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายขึ้นในการขอสินเชื่อกับทางธนาคาร และส่งผลให้ผลงานเป็นไปตามเป้าหมายธนาคาร

ข้อเสีย แทบไม่มีข้อเสีย เพราะเป็นการลดความเสี่ยงจากการทำงานในการเสนออนุมัติ แล้วลูกค้าไม่ทำนิติกรรมสัญญา

งบประมาณแต่ละแนวทางเลือก (Budget)

1. แนวทางจัดทำ Check List ขอเอกสาร ใช้งบประมาณน้อย แต่ต้องมีการกำหนด เอกสารที่ต้องใช้ให้ตรงกับธุรกิจอย่างชัดเจน และประกาศเป็นคำสั่งธนาคารให้ใช้พร้อมกันทั้งธนาคาร การจัดทำรายงานขอเสนออนุมัติสินเชื่อ CA โดยไม่ต้องผ่าน CR ใช้งบประมาณน้อย แต่ธนาคารมีความเสี่ยงในการอนุมัติสินเชื่อที่ไม่ผ่านการกลั่นกรองความเสี่ยงก่อน เช่น ความเสี่ยงนี้ค้างชำระ ความเสี่ยงด้านหลักประกัน โดยแนวดังกล่าวนี้อาจจ่ายจัดอบรมประมาณ 300,000 บาท

2. แนวทางการปรับลดอัตราดอกเบี้ย ใช้งบประมาณน้อย แต่ธนาคารต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าและต้นทุนในการกำหนดดอกเบี้ย ว่าคุ้มทุนหรือไม่ ใช้ระยะเวลาในการพิจารณานาน

3. แนวทางธนาคารจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียม ไม่มีการใช้งบประมาณเพิ่ม นอกจากการเพิ่มขั้นตอนการปฏิบัติงาน ที่ต้องทำหนังสือแจ้งผลการพิจารณาสินเชื่อเบื้องต้นให้ลูกค้าทราบพร้อมลงนาม และเรียกเก็บค่าธรรมเนียมเพื่อเพิ่มรายได้ให้ธนาคาร

สรุปผลการศึกษา

จากผลสรุปที่ได้จากการสัมภาษณ์และผลการวิเคราะห์สาเหตุและปัญหา ผู้ศึกษาค้นคว้าเลือกใช้แนวทางเลือกที่ 3 เป็นทางแก้ปัญหาเพื่อลดความสูญเสีย จากลูกค้าที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อ แต่ไม่ทำนิติกรรมสัญญา แผนปฏิบัติงานได้ ดังตาราง ดังนี้

โครงการ	การเรียกเก็บค่าธรรมเนียม เพื่อลดจำนวนลูกค้าที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อ แต่ไม่จัดทำนิติกรรมสัญญาเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าที่จัดทำนิติกรรมสัญญาให้มากขึ้นตามเป้าหมายของธนาคาร
ตัวชี้วัด	จำนวนลูกค้าที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อ แล้วจัดทำนิติกรรมสัญญา
เป้าหมาย	ลูกค้าจัดทำนิติกรรมสัญญาเพิ่มมากขึ้นหรือ 100% ของจำนวนที่อนุมัติ
วัตถุประสงค์	1. เพื่อหาสาเหตุของลูกค้ารายที่ได้รับอนุมัติแต่ไม่ทำนิติกรรมสัญญา 2. เพื่อหาแนวทางแก้ปัญหาดังกล่าว ทำให้เกิดความคุ้มค่าในค่าใช้จ่ายของธนาคาร และลดความสูญเสีย จากการจ่ายงบประมาณในการจัดทำ

กิจกรรม	1. ทางพนักงานฝ่ายสินเชื่อ (RM) ทำหนังสือแจ้งเรื่องที่จะนำเสนอ รายละเอียดเกี่ยวกับจำนวนวงเงิน ประเภทวงเงิน อัตราดอกเบี้ย และเงื่อนไขที่นำเสนอให้ลูกค้าทราบ 2. เมื่อลูกค้ายอมรับตกลงตามรายละเอียดที่แจ้ง ให้ลงนามเซ็นหนังสือ 3. เรียกเก็บค่าธรรมเนียมร้อยละ 1.00 ของวงเงินที่นำเสนอ เข้าบัญชีธนาคาร ห้ามถอนเงินจำนวนดังกล่าวจนกว่าจะเสร็จสิ้นการอนุมัติ 4. หากผลอนุมัติเป็นไปตามที่ลูกค้าขอเสนอ แล้วลูกค้าไม่จัดทำนิติกรรมสัญญาทางธนาคารจะไม่คืนค่าธรรมเนียมดังกล่าว แต่หากผลการอนุมัติไม่เป็นไปตามเสนอมีการปรับเปลี่ยน แล้วลูกค้าไม่จัดทำนิติกรรมสัญญาให้ทางธนาคารคืนค่าธรรมเนียมลูกค้าได้และทางลูกค้าจัดทำนิติกรรมสัญญาให้ถือเอาค่าธรรมเนียมดังกล่าว เป็นค่าธรรมเนียม Front End Fee ที่มีการเรียกเก็บล่วงหน้า
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	1. ทราบถึงสาเหตุที่ผู้ขอสินเชื่อได้รับอนุมัติแต่ไม่จัดทำนิติกรรมสัญญา 2. แนวทางการแก้ปัญหาที่ผู้ขอสินเชื่อได้รับอนุมัติแต่ไม่จัดทำนิติกรรมสัญญา สามารถนำข้อมูลมาปรับปรุงและใช้ให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น ไม่สูญเสียเวลาเปล่า และยังเป็นการเพิ่มรายได้จากค่าธรรมเนียมอีก

อภิปรายผล

ผลการศึกษาการพบว่า การตัดสินใจเลือกทำนิติกรรมสัญญากับธนาคารอื่น เพราะใช้เวลาในการอนุมัติเร็วกว่า ได้รับอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า และได้รับวงเงินอนุมัติมากกว่าธนาคารอื่น สอดคล้องกับผลการศึกษา กวีวงศ์พุม (2539: 61) ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า หมายถึง การพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดจากทางเลือกหลาย ๆ ทาง ผู้นำต้องตัดสินใจด้วยหลักเหตุผลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ซึ่งการตัดสินใจดังกล่าวจะเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ที่สามารถตอบสนองเป้าหมายของหน่วยงานอย่างมีประสิทธิภาพ องค์ประกอบการตัดสินใจของผู้ตัดสินใจทางเลือก ผลของทางเลือกในอดีต จะขึ้นอยู่กับทางเลือก ซึ่งการเลือกแต่ละอย่างแตกต่างกันและไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาถึงเรื่องการตัดสินใจของลูกค้ารายที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อธุรกิจ แต่ไม่จัดทำนิติกรรมสัญญาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะทำให้ทราบถึงสาเหตุและปัญหาต่าง ๆ อันจะนำไปสู่การจัดทำนิติกรรมสัญญาของลูกค้าที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อธุรกิจมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และส่งผลให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนดไว้มากที่สุด

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของปัญหานี้ คือ

1. ด้านต้นทุน เมื่อสามารถแก้ปัญหาลูกค้าที่ได้รับการอนุมัติแต่ไม่จัดทำนิติกรรมสัญญา ให้จัดทำนิติกรรมสัญญาได้ทุกราย หรือให้ได้มากที่สุด ก็จะทำให้เกิดความคุ้มค่าต่อค่าใช้จ่ายงบประมาณที่สูญเสียไปในการทำเคสเพื่อเสนออนุมัติ พร้อมทั้งได้รายได้จากค่าธรรมเนียมที่ธนาคารเรียกเก็บอีกด้วย และไม่สูญเสียเวลาเปล่าโดยไร้ประโยชน์

2. ด้านความรวดเร็ว เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จ เนื่องจากถ้าการจัดทำเคสเสนออนุมัติรวดเร็วทันต่อความต้องการของผู้ขอ ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และมีจำนวนลูกค้าที่ตัดสินใจจัดทำนิติกรรมสัญญากับทางธนาคารเพิ่มมากขึ้น

3. ด้านการบริการ เมื่อได้รับการบริการที่ต้องการ จะทำให้เกิดการตัดสินใจง่ายขึ้น เกิดความมั่นใจ ไว้ใจ และยอมรับเงื่อนไขข้อตกลงทำนิติกรรมสัญญา ไม่เกิดการปฏิเสธ

แผนสำรอง (Contingency Plan)

การเพิ่มจำนวนลูกค้าที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อและให้จัดทำนิติกรรมสัญญา 100% ของจำนวนที่อนุมัติ มีความเสี่ยงหรือเป็นสิ่งที่ยากจากสาเหตุที่ได้ศึกษามา คือ การตัดสินใจใช้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์อื่น การไม่ยอมรับเงื่อนไขหรือการอนุมัติที่ไม่เป็นไปตามที่ลูกค้าต้องการ จึงมีแผนการสำรองที่จัดหาลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้นแทนลูกค้าที่อนุมัติแล้วไม่ทำนิติกรรมสัญญา รวมทั้งมีการขอเข้าคณะกรรมการทบทวนเปลี่ยนแปลงตามความต้องการของลูกค้าใหม่อีกครั้ง ภายใต้กฎเกณฑ์ของธนาคารออมสิน

เอกสารอ้างอิง

- คำสั่งธนาคารออมสินที่ 16/2562. (2562). เรื่อง การให้สินเชื่อเพื่อการประกอบธุรกิจ ธนาคารออมสิน. จุฬารัตน กาญจนการุณ. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระ. ติพชญาณ์ อัครพงศ์โสภณ. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. นโยบายสินเชื่อธุรกิจ. (2562). การให้สินเชื่อ: ธนาคารออมสิน ในการประชุมครั้งที่ 3/2562. ปฐมพร ทวงสุโรจน์. (2559). การศึกษาพฤติกรรมการกู้เงินของผู้ประกอบการ SMEs. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ปราณี เขี่ยมละอองภักดี. (2551). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ธนาเพรส. ปริณ ลักษิตานนท์. (2536). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์. โดย ปฐมพงษ์ 2018. ปรียานุช เอมสิงห์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2548). การตัดสินใจใช้บริการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย. วรรณพร ศิริวัฒน์. (2561). การลดความสูญเสียจากการจ่ายค่าตอบแทนทันตแพทย์รายชั่วโมง โดยที่ผู้ป่วยไม่มารับการรักษาตามจำนวนที่นัดหมายที่สถานพยาบาลธนาคารออมสิน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. วิชัย โสสุวรรณจินดา. (2535). ความล้มเหลวของการ: พฤติกรรมองค์กรสมัยใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ดีไลฟ์. วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2543). คุณภาพในงานบริการ 1. กรุงเทพฯ:

โสธรญา เพชรานนท์. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการ SMEs ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพัฒนา วิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank) สาขาทุ่งสง จังหวัด นครศรีธรรมราช. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Gronroos, G. T. (1990). *Service Management and Marketing*. Massachusetts: Lexington Books

Millet, J. D. (1954). *Management in the Public Service. The Quest for Effective Performance*. New York: McGraw-Hill.

S0122: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ของนักเรียน นักศึกษาระดับปวช. ปวส. ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
MARKETING MIX FACTORS AFFECTING THE DECISION TO STUDY IN PRIVATE VOCATIONAL COLLEGE OF VOCATIONAL STUDENTS DIPLOMA IN LAT KRABANG BANGKOK

ปณิยา อินทาศ ¹

¹ อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ของนักเรียน นักศึกษาระดับปวช. ปวส. ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ตัดสินใจเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียน นักศึกษาระดับปวช. ปวส. ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ของนักเรียน นักศึกษาระดับปวช. ปวส. ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีจำนวนประชากรทั้งหมด 2,493 คน และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 345 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขาย บุคคล กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ และข้อเสนอแนะ สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F test (One-way ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15-20 ปี ระดับการศึกษาที่จบก่อนศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน คือ ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปัจจุบันศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน อยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และมีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียน นักศึกษาระดับปวช. และปวส. ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านบุคคล รองลงมาด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา ตามลำดับ และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุ ระดับการศึกษาที่จบล่าสุด และระดับการศึกษาที่เข้าศึกษาต่อที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน เป็นที่ยอมรับในสมมติฐาน โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจ, อาชีวศึกษา

Abstract

A research study on the factors of marketing mix affecting the decision of choosing to study in private vocational colleges of Vocational students. Diploma in Ladkrabang Bangkok It aims to study (1) to study personal factors that decide to study in private vocational college of students. Vocational students. Diploma in Ladkrabang Bangkok (2) to study the marketing mix factors affecting the decision of choosing to study in private vocational colleges of Vocational students. Diploma in Ladkrabang Bangkok By this research is a quantitative research. With a total population of 2,493 people and a sample of 345 people. The instrument was a questionnaire which consisted of 3 parts: personal factors. Marketing mix factors were price, place of sale, product, promotion, person, process and physical appearance, and presentation and proposition. The statistics used were percentage, mean, standard deviation, t-test and F test (One-way ANOVA).

The study found that Most of the respondents were female. Age between 15-20 years of education before studying at a private vocational college. Is the third year of secondary education, currently studying at a private vocational college, is at the vocational certificate level (vocational certificate) and has income between 5,000-10,000 baht, marketing mix factors affecting the choice of private vocational college student Vocational students. And vocational certificate In the Lat Krabang area Bangkok found that overall, the respondents gave importance at a high level. When considered on a case-by-case basis, in descending order: Person, followed by Physical and Presentation. Product aspect Marketing promotion Process aspect Location / distribution channels and prices, respectively, and the hypothesis testing revealed that age, recent education level and enrolled level of education differ. Give importance to factors of marketing mix that influence the decision to study in private vocational colleges in Lat Krabang District. Bangkok is different It is accepted in the hypothesis. With a statistically significant level of .05.

Keywords: Marketing Mix, Decision, Vocational Education

บทนำ

ในปัจจุบันมีสถานบันการศึกษาเกิดขึ้นมากมาย โดยเฉพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ซึ่งสอนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) ที่จะต้องอยู่ได้ด้วยรายได้จากค่าเล่าเรียนที่มีนักเรียน หรือนักศึกษามาสมาศสมัครเรียนและศึกษาต่อ และผนวกกับวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนนี้มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง และยังคงแข่งขันกับโรงเรียนสายสามัญ และวิทยาลัยอาชีวศึกษาของรัฐอีกด้วย ประกอบกับทางรัฐบาลได้ให้การช่วยเหลือค่าเล่าเรียน ค่ากิจกรรมต่างกับนักเรียน/นักศึกษา ด้วยโครงการ 15 ปีเรียนฟรี ทำให้นักเรียนที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 เลือกมีทางเลือกที่จะศึกษาต่อในโรงเรียนสายสามัญ หรือวิทยาลัยอาชีวศึกษาของภาครัฐ และเอกชนกันมากขึ้น จึงมีส่วนทำให้วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนมีคู่แข่งกันมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้นักศึกษาเข้ามาศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนน้อยลง ซึ่งเป็นปัญหาลำคัญของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน

ค่อนข้างมาก ถ้ามีผู้เรียนน้อยลงทางวิทยาลัยก็ไม่สามารถที่จะเปิดกิจการต่อได้ ด้วยเหตุข้างต้นนี้ทางผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ปัจจัย ได้แก่ ผลกระทบต่อ ราคา สถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ของผู้จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และ การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) เพื่อที่จะนำมาเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการใช้ในการจูงใจให้ผู้จบการศึกษาดังกล่าวเลือกศึกษาต่อในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนมากขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ตัดสินใจเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียน นักศึกษาระดับปวช. ปวส. ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ของนักเรียน นักศึกษาระดับปวช. ปวส. ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานในการวิจัย

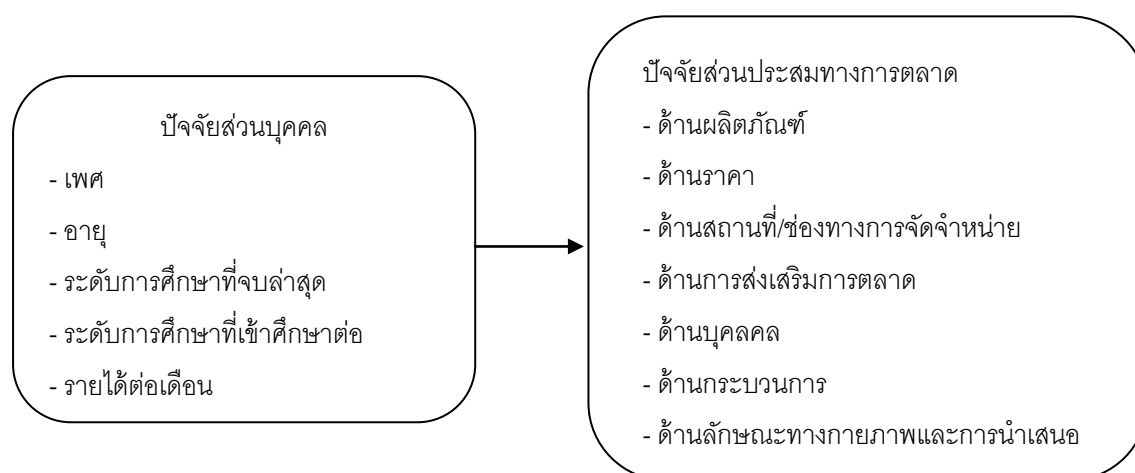
ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบปัจจัยส่วนบุคคลที่ตัดสินใจเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียน นักศึกษาระดับปวช. ปวส. ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ของนักเรียน นักศึกษาระดับปวช. ปวส. ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน ของนักเรียน นักศึกษาระดับปวช. ปวส. ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัย กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียน นักศึกษาระดับปวช. และปวส. ในเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร ได้แก่ แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจซื้อ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ขอบเขตด้านประชากร คือ นักเรียนนักศึกษาที่ศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนระดับปวช. และปวส. ในเขตตลาดกระบี่ จำนวน 2,493 (ข้อมูลจาก เว็บไซต์วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอเชีย และวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกวิทย์บริหารธุรกิจ)

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ เดือนมิถุนายน 2563 - สิงหาคม 2563

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Study) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 400 ชุด โดยเครื่องมือในการวิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรง ด้วยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน และมีการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.829

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยคือนักเรียน/นักศึกษาที่ศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนระดับปวช. และ ปวส. ในเขตตลาดกระบี่ จำนวน 2,493 (ข้อมูลจาก เว็บไซต์วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอเชีย และวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกวิทย์บริหารธุรกิจ) โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 345 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นการกำหนดตัวอย่างคำนวณจากสูตรของทาโร ยามาเน่ (Yammane. 1973; อ้างถึงใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ. 2549) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้ความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม 5%

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปโดยการนำเสนอผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วน

เบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไป และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐานใช้สถิติค่า t-test, F test วิเคราะห์ค่า Sig ในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

เกณฑ์แปลความหมายคะแนน เพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ย ตามมาตรวัดของ ลิเคิร์ต (Likert, 1961)

คะแนน	4.50-5.00	หมายถึง	ระดับความสำคัญมากที่สุด
คะแนน	3.50-4.49	หมายถึง	ระดับความสำคัญมาก
คะแนน	2.50-3.49	หมายถึง	ระดับความสำคัญปานกลาง
คะแนน	1.50-2.49	หมายถึง	ระดับความสำคัญน้อย
คะแนน	1.00-1.49	หมายถึง	ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 79.7 มีอายุระหว่าง 15-20 ปี จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 87.2 ระดับการศึกษาที่จบก่อนศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน คือระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 ปัจจุบันศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) จำนวน 229 คน คิดเป็น 66.4 มีและมีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท จำนวน 189 คน คิดเป็น 54.8

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียน/นักศึกษา ระดับปวช. และปวส. ในเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร

ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ มีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษา			
เอกชนของนักเรียน/นักศึกษา ระดับปวช. และปวส. ในเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ส่วนประสมทางการตลาด 7P's			
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.07	0.728	มาก
2. ด้านราคา (Price)	3.80	0.826	มาก
3. ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.85	0.822	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.95	0.796	มาก
5. ด้านบุคคล (People)	4.11	0.746	มาก
6. ด้านกระบวนการ (Process)	3.86	0.754	มาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical)	4.00	0.764	มาก
รวม	3.94	0.776	มาก

จากตาราง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียน/นักศึกษาระดับปวช. และปวส. ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.94 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคคล ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 ด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 และด้านราคา ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์สมมติฐาน

จากการสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์ พบว่า

อายุ ระดับการศึกษาที่จบล่าสุด และระดับการศึกษาที่เข้าศึกษาต่อที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยมีระดับนัยสำคัญอยู่ที่ 0.010^* 0.000^* และ 0.000^* ตามลำดับ เป็นที่ยอมรับในสมมติฐาน เพราะมีระดับนัยสำคัญน้อยกว่า .05

เพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน โดยมีระดับนัยสำคัญอยู่ที่ 0.185 0.170 และ 0.925 ตามลำดับ เป็นที่ปฏิเสธในสมมติฐาน เพราะมีระดับนัยสำคัญมากกว่า .05

สรุปผลการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปประเด็นที่สำคัญ ได้ดังนี้

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนระดับปวช. ปวส. ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15-20 ปี ระดับการศึกษาที่จบก่อนศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน คือระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปัจจุบันศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และมีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียน/นักศึกษาระดับปวช. และปวส. ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ผลการวิจัยพบว่า ด้านบุคคล ให้ความสำคัญในระดับมาก รองลงมาด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ ให้ความสำคัญในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในระดับมาก ด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญในระดับมาก ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญในระดับมาก และด้านราคา ให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุ ระดับการศึกษาที่จบล่าสุด และ ระดับการศึกษาที่เข้าศึกษาต่อที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน เป็นที่ยอมรับในสมมติฐาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน เป็นที่ยอมรับในสมมติฐาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า ด้านบุคคล ให้ความสำคัญในระดับมาก เนื่องจากครูผู้สอนมีคุณธรรม จริยธรรมเหมาะสมกับความเป็นครู และได้รับการยอมรับจากชุมชน ครูผู้สอนมีวุฒิการศึกษาตรงตามสาขาที่เปิดสอน ครูผู้สอนดูแลเอาใจใส่ ฝึกอบรม ดูแลนักเรียน/นักศึกษาเป็นอย่างดี บุคลากรหน่วยงานบริการให้คำแนะนำปรึกษาและให้บริการเป็นอย่างดี เช่น ฝ่ายการเงิน ฝ่ายทะเบียน ฝ่ายพยาบาล เป็นต้น และครูผู้สอนมีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการสอน รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในระดับมาก เนื่องจากผู้เรียนจบหลักสูตรแล้วมีโอกาสเข้าทำงานทั้งภาครัฐและเอกชน หลักสูตรที่เรียนสามารถศึกษาต่อในระดับที่สูงได้ สถาบันการศึกษามีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก เครื่องแต่งกายสวยงาม มีความทันสมัย และมีสาขาวิชาให้เลือกตามความถนัด ทันสมัย และตรงกับความต้องการของสถานประกอบการ ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ ให้ความสำคัญในระดับมาก เนื่องจากได้รับคำรับรองมาตรฐานจากสถาบันที่เชื่อถือได้ มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับจากชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ มีการจัดบริเวณภายในได้อย่างเหมาะสม ทั้งอาคารเรียน สถานที่พักผ่อน สถานที่กิจกรรมต่าง ๆ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม เช่น ห้องคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต ห้องพยาบาล และห้องสมุด เป็นต้น และมีระบบป้องกันอัคคีภัย อุปกรณ์ดับเพลิง อยู่ในสภาพการใช้งานดี ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในระดับมาก เนื่องจากมีส่วนลดสำหรับผู้สมัครเรียนในระยะเวลาที่กำหนด มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ ป้ายโฆษณา เป็นต้น มีผู้คอยให้คำแนะนำ ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับวิทยาลัย และมีการแจ้งข่าวสารทางสื่อต่าง ๆ ของวิทยาลัย เช่น เว็บไซต์ จดหมายทางตรง เฟสบุ๊ก เป็นต้น ด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญในระดับมาก เนื่องจากมีขั้นตอนในการรับสมัครเรียนง่าย สะดวก ไม่ซับซ้อน มีระบบการชำระเงินที่ทันสมัย เช่น ชำระผ่านแอปพลิเคชัน ชำระผ่าน QR Code มีการจัดกระบวนการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ สามารถติดต่อฝ่ายรับสมัคร และฝ่ายบริการต่าง ๆ ของวิทยาลัยได้ง่าย และสะดวก และมีระบบอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพ สามารถเชื่อมต่อได้ตลอดเวลา ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญในระดับมาก เนื่องจากที่ตั้งวิทยาลัยเดินทางไปมาสะดวก มีรถขนส่งสาธารณะผ่าน สถานที่ตั้งวิทยาลัยอยู่ใกล้ชุมชน หาง่าย มีการรับสมัครผ่านหลากหลายช่องทาง เช่น สมัครที่วิทยาลัย สมัครผ่านช่องทางออนไลน์ และสมัครผ่านครูแนะแนวของวิทยาลัย เป็นต้น สถานที่มีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย และด้านราคา ให้ความสำคัญในระดับมาก เนื่องจากมีแหล่งเงินทุนสนับสนุนการศึกษา เช่น กยศ. กรอ. เป็นต้น ค่าบำรุงการศึกษามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าบำรุงการศึกษาไม่เกินไปสำหรับผู้เรียนหรือผู้ปกครอง และมีการแจ้งราคาค่าหน่วยกิต และค่าบำรุงการศึกษาอย่างชัดเจน

ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ น้ำทิพย์ เนียมหอม (2560) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่ออาชีวศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ

อาชีวศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิทยุบริหารธุรกิจ รามอินทรา อยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือด้านบุคคล รองลงมา คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรชิสา กิจสุขฤกษ์; และดรชัญญ์ญาณ์ คำบุญ (2557) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของนักเรียนวิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าศึกษาอยู่ในระดับมากทุกด้าน

เอกสารอ้างอิง

- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2549). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์ พริ้นท์.
- น้ำทิพย์ เนียมหอม. (2560). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่ออาชีวศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิทยุบริหารธุรกิจ รามอินทรา.
- วิทยาลัยอาชีววิถีพุทธ. (2563). จำนวนนักเรียน นักศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกวิทย์บริหารธุรกิจ. จาก https://www.vitheebuddha.com/ajiva/index.php?url=school_view&id=67.
- วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอเชีย. (2563). ข้อมูลนักเรียน นักศึกษา. จาก <https://asiavc.thai.ac/home/info/12/>.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และ ศุภร เสรีรัตน์. (2538). นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช. https://mis.krirk.ac.th/librarytext/MBA/2560/F_Namthip_%20%20Neamhom.pdf.
- สิทธากร ชูทรัพย์. (2553). หลักการตลาด. นนทบุรี: เอมพันธ์.
- สิทธากร ชูทรัพย์; และ สายชล วิสุทธิ์สุนทร. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภค. นนทบุรี: เอมพันธ์.
- หมู่บ้านครู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร. (ม.ป.ป.). จาก <https://gsbooks.gs.kku.ac.th/58/the34th/pdf/HMO48.pdf>.
- อรชิสา กิจสุขฤกษ์; และ ดรชัญญ์ญาณ์ คำบุญ. (2557). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของนักเรียนวิทยาลัยเทคโนโลยี.
- Likert, Rensis A. (1961). *New Patterns of Management*. New York: McGraw-Hill.



มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
NORTH BANGKOK UNIVERSITY

วิทยาเขตสะพานใหม่

6/999 ซอยพหลโยธิน 52 ก.พหลโยธิน แขวงคลองถนน เขตสายไหม
กรุงเทพฯ 10220 โทร. 02-972-7200 แฟกซ์. 02-972-7751

วิทยาเขตรังสิต

59 ถ.รังสิต-นครนายก อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12130
โทร. 02-533-1000 แฟกซ์. 02-533-1020

ศูนย์การศึกษานนทบุรี

49/178 หมู่ 8 ถ.รัตนาธิเบศร์ ต.บางกระสอ อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี 11000
โทร. 02-589-1133 แฟกซ์. 02-589-5808



www.northbkk.ac.th