



มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
NORTH BANGKOK UNIVERSITY

การประชุมวิชาการระดับชาติ

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ประจำปี 2563

“ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล ”

(Development of Human Resources to Economics and Digital Society)

วันศุกร์ที่ 27 มีนาคม 2563

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต

ภาคปาฐกถา: ด้านสังคมศาสตร์ ฉบับที่ 1/2



www.northbkk.ac.th

การประชุมวิชาการระดับชาติ “การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล” ประจำปี 2563

จัดทำโดย สำนักวิจัย และบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ที่ปรึกษา

ผศ.ดร.ประเสริฐ ประวัตรุ่งเรือง อธิการบดี

กองบรรณาธิการ

ศ.ดร.สายหยุด จำปาทอง	ผศ.ดร.สิทธิพร ประวัตรุ่งเรือง
ศ.ดร.จรรยา สุวรรณทัต	ผศ.ดร.ตระกูล จิตวัฒนากร
รศ.ดร.ประพันธ์ศิริ สุเสารัจ	ผศ.ดร.เพชรวาลย์ ถิระวงษ์พงศ์
รศ.ดร.เสาวณีย์ สีขาบัณฑิต	ผศ.ดร.อนันต์ ธรรมชาลัย
ผศ.ดร.เฉลิมชัย วิโรจน์วรรณ	ผศ.ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล
ผศ.ดร.ทรงยศ แก้วมงคล	ดร.สมศักดิ์ ดลประสิทธิ์
ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ	

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย

ด้านสังคมศาสตร์และสหวิทยาการ

ศ.ดร.บุญทัน ดอกไธสง	ผศ.ดร.สุจิตรา สมัคคีธรรม
ศ.ดร.พรรณี บัวเล็ก	ผศ.ดร.สิทธิชัย ธรรมเสนห์
รศ.ดร.พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต	ผศ.ดร.อำพล นววงศ์เสถียร
รศ.ดร.เรื่อนแก้ว ภัทรานุประวัติ	ผศ.ณัฐนันท์ ทองทรัพย์
รศ.ดร.เสาวลักษณ์ ชายทวีป	ผศ.รสดา เวชภูพานธุ์
รศ.ดร.ทองฟู ศิริวงศ์	ดร.บุษกร วัฒนกร
รศ.ดร.ประกาศ ปิ่นตบแต่ง	ดร.ธนาธิ เราประเสริฐ
รศ.ดร.วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ	ดร.ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร
รศ.ดร.สมศักดิ์ สามัคคีธรรม	ดร.ธิปไตย โสติวรรณ
รศ.ดร.สมาน งามสนธิ	ดร.นิทัศน์ บุญไพศาลสถิตย์
รศ.อรสา อร่ามรัตน์	ดร.บุปผา ภิภาพ
ผศ.ดร.กษมา สุวรรณรักษ์	ดร.มยุขพันธ์ ไชยมั่นคง
ผศ.ดร.ไพโรจน์ พิภพเอกสิทธิ์	ดร.วรรณสินธ์ สัตยานุวัตร
ผศ.ดร.เพ็ญประภา ภัทรานุกรม	ดร.สุรุมิ ตุ่มทอง
ผศ.ดร.ธิดา หนันมี	ดร.อุดม สมบูรณ์ผล
ผศ.ดร.วิโรจน์ กิตติพิชัย	

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย

ด้านศึกษาศาสตร์

รศ.ดร.ดุขฎิ โยเหลา

ดร.อัคร รตนภานุเดช

ผศ.ดร.ภูมิพงศ์ จอมหงษ์พิพัฒน์

ดร.บุปผา ปลื้มสำราญ

ผศ.ดร.ศิริพรรณ ศรีวันยงค์

ดร.วราภรณ์ ไตรตลันนท์

ผศ.ดร.สินธวา คามดิษฐ์

ดร.วิโรจน์ หมั่นเทพ

ดร.ดุขฎิ สิวังคำ

ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

รศ.ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข

ดร.เดช ธรรมศิริ

รศ.ดร.ปิยะบุตร วานิชพงษ์พันธุ์

ดร.ปริพัทธ์ ศรีสมบุรณ์

ผศ.ดร.อุษณีย์ ภัคดีตระกูลวงศ์

ดร.มงคล กลิ่นกระจาย

ผู้ทรงคุณวุฒิภายในมหาวิทยาลัย

ด้านสังคมศาสตร์และสหวิทยาการ

รศ.ดร.พิศมัย จารุจิตติพันธ์

ดร.วิยะดา วรานนท์วนิช

ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ

ผศ.ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล

ผศ.ดร.ตระกูล จิตวัฒนากร

ผศ.ดร.อนันต์ ธรรมชาลัย

ผศ.ดร.พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิต

ดร.จรัมจิต เกิดบ้านชั้น

ด้านศึกษาศาสตร์

ผศ.ดร.เพชรวาลย์ ธีระวณัฐพงศ์

ผศ.ดร.สิริกาญจน์ ธนวุฒิพรพินิต

ผศ.ดร.คำเพชร ภูริปริญญา

ผศ.ดร.สุนันท์ ศลโกสุม

ผศ.ดร.ทรงยศ แก้วมงคล

ดร.ณรงค์ พิมสาร

ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ผศ.สุรเดช บุญลือ

สารอธิการบดี

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ประเทศไทยประสบกับปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างต่อเนื่อง ทั้งที่มาจากปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในประเทศ ถึงแม้ในช่วงปลายปี 2562 เศรษฐกิจไทยจะมีทิศทางฟื้นตัวดีขึ้น แต่กลับมีภัยพิบัติด้านสาธารณสุข คือการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ซึ่งส่งผลกระทบอย่างรุนแรงไปทั่วโลก การระคับประคองให้ผ่านพ้นวิกฤตในช่วงนี้ไปได้ จึงเป็นเรื่องที่จำเป็นที่จะต้องได้รับการแก้ปัญหาอย่างเร่งด่วน ดังที่รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำลังดำเนินการอยู่ในขณะนี้

ถึงแม้ว่าในการเตรียมงานประชุมครั้งนี้จะมีข้อจำกัดและมีอุปสรรคหลายประการ แต่ด้วยความมุ่งมั่นของคณะทำงานที่เข้มแข็งและความร่วมมือจากเครือข่ายเบญจมิตรวิชาการ ทำให้ทุกอย่างเกิดขึ้นได้ตามกำหนดการ จึงขอขอบคุณทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งขอขอบคุณผู้เข้าร่วมประชุมทุกท่านที่ใช้เวลาอันมีค่ามาเข้าร่วมกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวมในครั้งนี้เป็นอย่างสูง

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เติบโตได้อย่างมีคุณภาพและยั่งยืน พร้อมก้าวเข้าสู่เศรษฐกิจและสังคมในยุคดิจิทัลนั้น ต้องอยู่บนฐานที่สำคัญที่สุด คือ ความรู้ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ ผู้ที่อาศัยอยู่ในสังคมไทย ทุกคนทุกองค์กร และทุกสาขาอาชีพ ล้วนมีส่วนสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาประเทศให้ก้าวทันกับความเจริญก้าวหน้าในระดับสากล พร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกมิติ การเพิ่มพูนและส่งเสริมให้ทรัพยากรมนุษย์ได้รับความรู้ความสามารถในศาสตร์ทุกแขนงนั้น ถือเป็นภารกิจสำคัญของสถาบันการศึกษา ซึ่งจะต้องได้รับความร่วมมือในรูปแบบของการบูรณาการจากทุกภาคส่วน เพื่อการพาประเทศเข้าสู่การยุคดิจิทัล

ขอขอบคุณคณะกรรมการจัดงาน วิทยากร บุคลากร และเจ้าหน้าที่ทุกฝ่าย ที่มีส่วนทำให้การจัดการประชุมวิชาการในครั้งนี้เกิดขึ้น



(ผศ.ดร.ประเสริฐ ประวัติรุ่งเรือง)

อธิการบดีมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

กำหนดการ

การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ประจำปี 2563

“การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล”

(Development of Human Resources to Economics and Digital Society)

วันศุกร์ ที่ 27 มีนาคม 2563 เวลา 08:00-16:30 น.

ณ ห้องประชุมมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต

08:00 – 08:30 น.	ลงทะเบียน ณ ห้องประชุมสัตตบงกช อาคารเรียนรวม 1 ชั้น 3
08:30 – 10:30 น.	นำเสนอผลงานวิชาการ (บทความวิจัย/บทความวิชาการ) ช่วงที่ 1
10:30 – 11:00 น.	รับประทานอาหารว่าง
11:00 – 11:10 น.	พิธีเปิด การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ประจำปี 2563 กล่าวรายงานโดย ประธานคณะกรรมการดำเนินงานจัดการประชุม กล่าวเปิดการประชุม โดยอธิการบดี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
11:10 – 12:30 น.	บรรยายพิเศษ เรื่อง “การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล” โดย วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ
12:30 – 13:30 น.	รับประทานอาหารว่าง
13:30 – 16:30 น.	นำเสนอผลงานวิชาการ (บทความวิจัย/บทความวิชาการ) ช่วงที่ 2

หมายเหตุ: สืบเนื่องจากกระทรวงศึกษาธิการ สั่งปิดสถานศึกษาทั่วประเทศ ทั้งรัฐและเอกชน เพื่อป้องกันการแพร่ระบาด “โควิด-19” โดยเริ่มมีผลบังคับใช้ ตั้งแต่วันที่ 18 มี.ค. 63 เป็นต้นไป ดังนั้นในการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ประจำปี 2563 ครั้งนี้ จะขอปรับเปลี่ยนเป็นการนำเสนอผลงานวิจัยแบบออนไลน์

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
ภาคปกเกล้า ด้านสังคมศาสตร์	
S0002 ทศนคติของประชาชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร	เฉลิมพล นุษุอุดม สนใจ ราชวัฒนกุล 1
S0003 การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี	มณีวรรณ เอมวงษ์ วันจักร น้อยจันทร์ 10
S0004 ประสิทธิภาพการนำนโยบายไปปฏิบัติในการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการ ที่พัก ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย	ปรวัน จันทรงษ์ รศ.ดร.เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์ 20
S0005 การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม ในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม	กฤตวัฒน์ สังขวารี วันจักร น้อยจันทร์ 32
S0006 คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม จังหวัด สมุทรสาคร	เนตรมณี คงนายศ บุญวัฒน์ สว่างวงศ์ 43 วันจักร น้อยจันทร์
S0009 ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทาง มาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	ปราณปริยา นพคุณ ดร.มณีนเตร วรชนะนนท์ 52
S0010 การสะท้อนความคิดผ่านการส่งภาพที่ใช้สื่อสารกันในแอปพลิเคชันไลน์ ของกลุ่มผู้สูงอายุ	อรวิลี เหลืองอุษากุล ผศ.ดร.ปฐมา สตะเวทิน 65
S0011 แนวทางการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ	จักราฐ จุฑาธิปไตย 76
S0012 คุณภาพการให้บริการรถไฟโดยสาร ของสถานีรถไฟอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	ธนภัทร์ พงษ์สถิตย์ ผศ.ดร.พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ 91
S0016 การมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนการป้องกันและปราบปราม อาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีภูธรบางปะหัน จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	วสุกาญจน์ บวกสิน วันจักร น้อยจันทร์ 101
S0025 การประเมินช่องว่างสมรรถนะการปฏิบัติงานของหัวหน้างานสายการผลิต ในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร	ประสิทธิ์ เดชนครินทร์ ผศ.ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล ดร.ชัยวุฒิ จันมา 112
S0029 พฤติกรรมการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	กีกักอง พงษ์สถิตย์ ผศ.ดร.พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ 123
S0031 ปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย	พัฒนกุล ศรีอริญ ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ ดร. สานิต ศิริวิศิษฐ์กุล 133

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
ภาคปากเปล่า ด้านสังคมศาสตร์	
S0032 ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจประกอบธุรกิจชุมชนตัวถังและสีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี	วิชาญา โพธิ์ประดิษฐ์ ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ ผศ.ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล 140
S0033 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการเลือกซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร	พิมพ์ชา กระจำรังรัตน์ ดร.ชัยวุฒิ จันมา ดร.ปัญญาวัฒน์ จุฑามาศ 148
S0034 ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร(ราคา 3-10 ล้านบาท)ของผู้บริโภคเงินผ่อนรายจ่าย ในเขตจังหวัดปทุมธานี	อนันต์ เจนน้อย ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ ผศ.ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล 160
S0035 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร	อินทัช ทวีชีพ ดร.ชัยวุฒิ จันมา ดร.ปัญญาวัฒน์ จุฑามาศ 173
S0036 ปัจจัยที่สำคัญในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบิน กรุงเทพมหานคร-หลวงพระบาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประสมการตลาด	เปรมฤทัย อุดมเวช ผศ.ดร.ปัทมา รูปสุวรรณกุล ผศ.ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล 184
S0037 การค้าขายสินค้าเคหะของลูกค้า ธนาคารออมสิน เขตมีนบุรี	จักรพงษ์ คำคำ ผศ.ดร.พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์ 194
S0038 การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลคลองเจ็ด อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	เฉลิมพล นุชอุดม สนใจ ราชวัฒน์กุล 206
S0039 ประสิทธิภาพในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี	เฉลิมพล นุชอุดม สุวัจ ราชวัฒน์กุล 215
S0040 การพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนระดับปริญญาตรี ที่จัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน	ชูไรดา สาแล๊ะ ดร.อนุพงษ์ เครืองาม 228
S0042 พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรที่สัมพันธ์กับการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของบริษัทผู้ผลิต ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC	ตูลชัย น้าวเนื่อง ผศ.ดร.ศรากุล สุโคตรพรหมมี 241
S0043 แนวทางการเพิ่มยอดการออมเงินประเภทบัญชีเงินฝากประจำรายเดือน ยกเว้นภาษีของลูกค้านักออมสิน กรณีศึกษาสาขาทุ่งไ้ง จังหวัดแพร่	ญฐมน วรินทร์ 251
S0050 แนวทางในการเพิ่มผู้ให้บริการห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส.	สิทธิเดช วจนะไพศาล 260
S0053 แนวทางการเพิ่มจำนวนการสมัครใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) ของรถยนต์ธนาคาร	โสภิตา จันเพชร ดร.ธฤตพน อู่สวัสดิ์ 271

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
ภาคปากเปล่า ด้านสังคมศาสตร์	
S0055 มาตรการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ ในพื้นที่เทศบาลเมืองกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร	ณัฐดนัย ลิบลับ ผศ.ดร.พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์
S0062 แนวทางการแก้ไขปัญหาให้เกษตรกรสนใจซื้อประกันภัยข้าวนาปี	อังคณา ทองหลิม ธฤตพน อู่สวัสดิ์
S0063 การศึกษาปัจจัยเสี่ยงในขนส่งสินค้าผ่านจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน (ประเทศไทย) – ทวาย (ประเทศเมียนมา) กรณีศึกษาบริษัทเอบีซี จำกัด	กัญญารัตน์ พรมจันทร์ เกศินี สือนิ
S0073 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการของพนักงาน กับการเพิ่ม ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านรถเช่า กรณีศึกษา บริษัท นิค คาร์เร็นท์ แอนด์ ทราน สปอร์ต จำกัด	นาตยา เรือนงาม ผศ.ดร.ศรากุล สุโคตรพรหมมี
S0078 KNOWLEDGE MANAGEMENT AND EMPLOYEE PERFORMANCE A CASE STUDY GAOYANG CONSTRUCTION CO., LTD.	YANGYANG CUI Asso.Prof. Dr. Duangta Saranrom Dr. Yootanat Boonyachai
S0087 คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในเขตอำเภออัญบุรี จังหวัดปทุมธานี	ชนิษฐา พลงาม ผศ.ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล
S0088 ปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการสินค้าOTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี	วรรณถ พจน์สุวรรณ ผศ.ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล
S0089 การเตรียมความพร้อมของบุคลากรวัยกลางคนเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ในเขตอำเภออัญบุรี จังหวัดปทุมธานี	จันทร์กระมล จิตรีนิตย์ ผศ.ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล
S0090 การศึกษาปัจจัยการส่งมอบพริกขูปเปอร์ฮอปไปยังประเทศมาเลเซีย กรณีศึกษา ไร่พริกผลพิกุล ตำบลบางพระหลวง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์	กมลชนก เดชสุวรรณ เกศินี สือนิ
S0094 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง ภายในประเทศ	ปณิยา อินทภาค
S0095 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ บริษัทตัวแทนนำเข้า-ส่งออกสินค้าของประชาชนในเขตตลาดกระบ้ง กรุงเทพมหานคร	ทิพมาศ รัตนพิทักษ์ นงลักษณ์ ทองขวัญ
S0096 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ผ่านไลฟ์สดบนเฟสบุ๊กของผู้บริโภคในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร	ทิพมาศ รัตนพิทักษ์

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
ภาคปากเปล่า ด้านสังคมศาสตร์	
S0097 คุณลักษณะของผู้ทำบัญชีที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการ ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ	พรพรรณ เจริญสุข 407
S0098 การวางแผนทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมหลังเกษียณ ของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตลาดพร้าว	วฤตดา พิพัฒนกุล 416 อรพรรณ รุ่งเรือง
S0099 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ GRABCAR APP ของผู้บริโภค ในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร	สมภาร ปอสูงเนิน 423 ประไพศรี ฤทธิไธส
S0100 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อหนี้ในระบบของประชาชนในหมู่บ้านรุ่งอรุณ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	กัญญาวิรี วงศ์เสื่อ 430 นุชนาฏ เกิดรวย นาฏยา เกิดรวย พัทธธีรา จิรอุดมสาโรจน์
S0101 ทศนคติของประชาชนในชุมชนต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชน กับเหตุเพลิงไหม้	ผศ.สุปัด ทองอินทร์ 439 สุวัจ ราชวัฒนกุล
S0102 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน	ปณิตนันท์ ปานพลอย 448 ชนกานต์ ก้านเหลือง
S0103 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทาง ตลาดกลาง พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-marketplace) ของประชาชนในเขตปทุม กรุงเทพมหานคร	ปุณิกา โทพิลา 460 ธิดาวัลย์ สว่างธรรม
S0104 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารทะเลสดผ่านช่องทางออนไลน์ ของผู้บริโภคในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร	ปุณิกา โทพิลา 470 วีรุฒิ รักเที่ยง
S0105 รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร	พัชรินทร์ พัชรศรีอารียะ 478 มณีนเตร วรชนะนันท์ ดวงธิดา นันทาภิรัตน์
S0108 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด	ธัญญ์วี ธนเสถียรยิ่งยง 489 ผศ.ดร. พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์
S0111 ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต	แก้วตา ศรีเสาวลักษณ์ 505 ผศ.ดร. พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์
S0114 การใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสรคินิยมเพื่อเสริมสร้าง ความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี	รัชนิภรณ์ คล่องแคล่ว 518 ธีรยุทธ แสงชื่อ

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
ภาคปากเปล่า ด้านสังคมศาสตร์	
S0115 การศึกษาระบบควบคุมภายในที่มีต่อผลการดำเนินงานของโรงงาน อุตสาหกรรมจังหวัดสระบุรี	ศิริลักษณ์ คำจันทวงษ์ ศิริพร แผนดี ธิดิรัตน์ วงษ์กาฬสินธุ์ 537
S0116 ปัจจัยในการเลือกประกอบอาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยประยุกต์ใช้กระบวนการคิดเชิงลำดับขั้น	อุทัยวรรณ สารคำ อนุชรา นากองศรี ธิดิรัตน์ วงษ์กาฬสินธุ์ 548
S0117 ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชี ในสำนักงานบัญชีจังหวัดปทุมธานี	นวลอนงค์ คำราพิช อภิญา ไชยผาสุข ธิดิรัตน์ วงษ์กาฬสินธุ์ 556
S0118 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล ความผูกพันต่อองค์การ และความตั้งใจลาออกของพนักงานในองค์กรผู้ให้บริการโลจิสติกส์	ชาญชัย เมธาวีรุฬห์ 566
S0119 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของธุรกิจ โรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	กันทิมา มั่งประเสริฐ 576
S0121 ปัจจัยทรัพยากรขององค์กรที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงไฟฟ้า พลังความร้อนภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว	จารินทร์ เขี่ยมสุภาชาติ ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ 584
S0122 การบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ตามแนวคิด POSDCORB	ธุรกิจ พันธุ์เมือง ดร.อภิรัตน์ กังสดารพร 594
S0123 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจกับมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบจากไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย	นันทกฤติ วรรณาศิริ กันตพร ช่วงชิด กฤตวิทย์ อัจฉริยะพานิชกุล ธรรณชนก เพชรานนท์ 607
S0124 กลวิธีการแปลคำทางวัฒนธรรมประเภทคำต้องห้ามในบทบรรยาย ของตัวละครจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษในซีรีส์วาย: กรณีศึกษาเรื่อง “บังเอิญรัก”	ปวิธ เรียงศิริ 617
S0125 ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัย อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร	บวรวรรณ นาคศิริ ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ ผศ.ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล 632

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
ภาคปากเปล่า ด้านสังคมศาสตร์	
S0126 ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้าง ของแรงงานต่างด้าว ในจังหวัดนนทบุรี	สุนันทา อ้อมภูมิ ผศ. ดร.ปัทมา รูปสุวรรณกุล ผศ.ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล 639
S0128 การเปรียบเทียบระดับของโรงแรมและคุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	สุदारัตน์ เกลี้ยงสอาด 646
S0130 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของเจนวาย	สุกฤตา เจริญถาวร ศิริรัตน์ กุศล นิศาชล ลีรัตนกร ธรรณชนก เพชรวานนท์ 660
S0131 ปัจจัยเศรษฐกิจที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ไปฮ่องกง	ณัฐชานันท์ โพธิ์วันส์ กัณตพร ชวงชิด กฤตวิทย์ อัจฉริยะพานิชกุล ธรรณชนก เพชรวานนท์ 669
S0132 การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกของโซลาร์เซลล์ไทยไปประเทศจีน ญี่ปุ่น และ สหรัฐอเมริกา	นิพาดา ของงาม เก นันทะเสน นิโรจน์ สิ้นณรงค์ วราภรณ์ นันทะเสน4 679
S0133 การสร้างองค์ความรู้จากความขัดแย้ง ในการกำหนดกลยุทธ์ ให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย	อนุรักษ เอกพยางค์ ผศ.ดร. อนันต์ ธรรมชาลัย 690
S0134 การศึกษาสำนักงานบัญชีคุณภาพต่อคุณภาพการให้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	เบญจมาศ ปีกขุนทด ธิดิมา แซ่ม้า ภารดี นึกชอบ 699

ภาคปากเปล่า

NBUS0002: ทศนคติของประชาชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

RESIDENT’S ATTITUDE TOWARDS THE ELECTION OF MEMBERS OF THE HOUSE OF REPRESENTATIVES.

ดร.เฉลิมพล นุษุฒม¹ สนิใจ รชตวัฒนกุล²

^{1,2} คณะรัฐศาสตร์,มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นประชาชนพื้นที่ชุมชนหัวตะเข้และชุมชนบึงบัว จำนวน 200 คน โดยเลือกแบบสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม โดยมีค่าความเชื่อมั่น 0.814 โดยนำมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t-test ผลการวิจัย พบว่า 1) ทศนคติของประชาชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรอยู่ในระดับมาก ชุมชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 2) ทศนคติของประชาชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรระหว่างชุมชนหัวตะเข้และชุมชนบึงบัว ในรายข้อพบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านการประชาสัมพันธ์ให้คนอื่น ๆ ที่ตนเองรู้จักไปเลือกตั้งและด้านการช่วยกันสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองเป็นไปอย่างโปร่งใส ที่ระดับนัยสำคัญ .05

คำสำคัญ: ทศนคติ**Abstract**

The purpose of this research was to study the attitude of the community towards the right to vote for the members of the House of Representatives by using a sample of 200 people in the community by simple random selection. The research instruments were questionnaires which were analyzed by using percentage, mean, standard deviation and t-test. The results of the research were as follows: 1) The attitude of the community towards the election of members of the House of Representatives was at a high level. Most communities attach importance to the election of members of the House of Representatives. 2) Community attitudes towards the right to elect members of the House of Representatives between the Hua Takhe community and the Bueng Bua community. In the article, it was found that the community was different in public relations for others that they knew to go to the polls and in helping each other to monitor the elections in their own area with transparency. At the significant level of .05

Keywords: Attitude

บทนำ

ตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ได้มุ่งเน้นให้เกิดการปฏิรูปการเมือง โดยการส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามี บทบาททางการเมืองมากขึ้น ส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของ ประชาชน วางโครงสร้างให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการใช้อำนาจอธิปไตย โดยการพัฒนาปรับปรุงจากข้อบกพร่องของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ซึ่งในอดีตที่ผ่านมาการเมืองนั้นยังเน้นประเด็นไปที่นักการเมือง หรือที่เรียกว่า “การเมืองของนักการเมือง” ประชาชนที่เป็นเจ้าของประเทศ ซึ่งเป็นผู้เลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร แต่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจทางการเมืองไม่มากนัก ดังนั้นเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ ต้องการปรับเปลี่ยนการเมืองของนักการเมืองให้เป็นของพลเมือง โดยการเพิ่มสิทธิ เสรีภาพให้พลเมืองและปรับประชาธิปไตยแบบมีผู้แทนให้เป็นประชาธิปไตยโดยมีส่วนร่วมของพลเมือง และยังมีบทบัญญัติหลายมาตราที่ให้ความสำคัญ ของการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยมีเป้าหมายที่จะปฏิรูปการเมืองไปสู่การเป็นประชาธิปไตยอย่างยั่งยืนสร้างประชาธิปไตยที่พลเมืองทุกคนมีส่วนร่วมได้ (จิรายุ. 2540)

การปกครองในระบอบประชาธิปไตยสิ่งสำคัญก็คือ “ประชาชน” และ ความสมบูรณ์แบบของระบอบประชาธิปไตยก็คือ ประชาชนสามารถ เข้ามามีสิทธิ มีเสียงในการปกครอง แต่เนื่องจากความจำกัดหลายๆ จึงทำให้ประชาธิปไตยโดยอาศัย ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองโดยการเลือกตั้งตัวแทน ทั้งฝ่าย นิติบัญญัติและฝ่ายบริหาร ดังนั้น การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จึงถือเป็นบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะการเลือกตั้งตามระบอบประชาธิปไตยถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญ ที่ให้ได้มาซึ่งตัวแทน การเลือกตั้งที่เสรีและยุติธรรม จะเพิ่มโอกาสการถ่ายโอนอำนาจการปกครองอย่างสันติเพราะจะเป็นหลักประกัน ประการหนึ่งที่ช่วยให้ผู้ที่พ่ายแพ้การเลือกตั้ง ยอมรับผลของการเลือกตั้ง และยอมถ่ายโอนอำนาจไปสู่รัฐบาลใหม่อย่างราบรื่น การเลือกตั้งที่เสรีและ ยุติธรรมจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถกำหนดรูปแบบของรัฐบาล และทิศทางนโยบายในอนาคตของรัฐบาล การยึดถือเสียงข้างมากเป็นเกณฑ์ในการเลือกตั้ง เป็นวิธีการในการจัดตั้งรัฐบาล และเป็นหลักในการตัดสินใจ ประเด็นสาธารณะต่างๆ แต่ไม่ใช่เป็นเหตุผลของการกีดกันเสียงข้างน้อย ไม่ว่าจะเป็นเพราะชาติพันธุ์ความเชื่อทางศาสนา ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ระดับ รายได้ รัฐบาลหรือเสียงส่วนใหญ่ ที่มาจากการเลือกตั้งหรือการแต่งตั้งก็ตามไม่สามารถลิดรอนสิทธิดังกล่าว (จิรพันธุ์. 2547: 1)

จากเหตุผลดังกล่าวเพื่อให้ชุมชนได้ตระหนักตื่นตัวในการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรโดยมุ่งหวังว่าผลการศึกษาวิจัยจะเป็นการกระตุ้นการตื่นตัวทางการเมืองของชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงและเพื่อเป็นข้อมูลสำคัญในการกระตุ้นให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และตรวจสอบการทุจริต ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในชุมชนระหว่างชุมชนบึงบัวและชุมชนหัวตะเข้เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองและเข้าใจทัศนคติชุมชนมากขึ้นก่อนการเลือกตั้งที่จะมาถึง ซึ่งการศึกษาชุมชนบึงบัวและชุมชนหัวตะเข้ เนื่องจากทั้งสองชุมชนมีบริบทของพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งมีความหลากหลายของสังคม

ทบทวนวรรณกรรม

1. **ทัศนคติ** หมายถึง ทัศนคติไว้ว่าเป็นความพร้อมทางจิตที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรมบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของสถานการณ์ต่างๆ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งและสภาวะความพร้อมทางจิตนี้จะต้องอยู่ยาวนานพอสมควร สามารถแยกองค์ประกอบได้ 3 ประการ ดังนี้

- องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั้งไปทั้งที่ชอบ และไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือคิดว่าสิ่งใดดีมักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

- องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไป ตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

- องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

2. การเลือกตั้ง การเลือกตั้งมีสองนัย คือการเลือกตั้งในแง่ของกฎหมายซึ่งประกอบด้วยกฎหมายการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งโดยทั่วไปจะมีสภาพ 3 ประการ

1. การเลือกตั้งที่เป็นสิทธิ (rights) ในแง่นี้การเลือกตั้งถือเป็นสิทธิที่มีความสำคัญประการหนึ่งที่รัฐจะต้องให้ความคุ้มครอง

2. การเลือกตั้งในฐานะที่เป็นอภิสิทธิ์ (privilege) เป็นการที่ผู้ลงคะแนนเสียงมีความเป็นอิสระที่จะเลือกกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้ ที่ได้รับการยอมรับจากกฎหมาย ปราศจากการแทรกแซงหรือเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นเป็นต้น

3. การเลือกตั้งในฐานะที่เป็นหน้าที่ (duty) อันหมายถึง การที่บุคคลจำเป็นต้องกระทำการหรืองดเว้นการกระทำการใดอย่างหนึ่ง การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่มีสภาพเป็นหน้าที่จึงเป็นไปโดยที่กฎหมายได้ระบุหรือบังคับให้ผู้ลงคะแนน ไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ได้มาจากข้อเสนอแนะ กระบวนการ ในการศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในชุมชนระหว่างชุมชนบึงบัวและชุมชนหัวตะเข้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในชุมชนระหว่างชุมชนบึงบัวและชุมชนหัวตะเข้

2. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในชุมชนระหว่างชุมชนบึงบัวและชุมชนหัวตะเข้

สมมติฐานการวิจัย

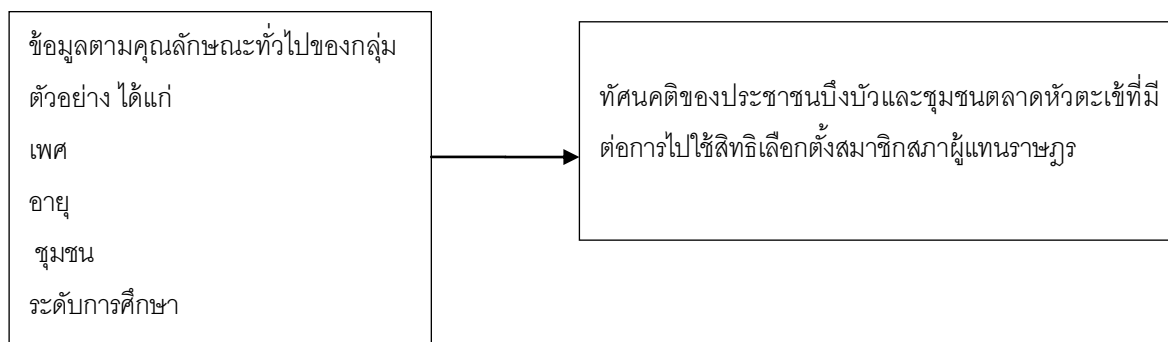
ทัศนคติของประชาชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในชุมชนระหว่างชุมชนบึงบัวและชุมชนหัวตะเข้แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ได้มาจากข้อเสนอแนะ กระบวนการ ในการศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในชุมชนระหว่างชุมชนบึงบัวและชุมชนหัวตะเข้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป็นประชาชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ โดยได้ทำการวิจัยเก็บข้อมูล ใน วันที่ 2-3 ตุลาคม พ.ศ. 2561

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นชุมชนในพื้นที่เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาใช้วิธีการสุ่มแบบความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยการสุ่มอย่างง่ายโดยวิธีการจับฉลาก (Lottery) โดยผู้วิจัยสุ่มจากรายชื่อชุมชนในเขตลาดกระบัง โดยวิธีการจับฉลาก (Lottery) ได้แก่ ชุมชนบึงบัว 100 คนและชุมชนตลาดหัวตะเข้ 100 คน

2. ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น (Independent Variable) คือ ชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้
2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ทัศนคติของประชาชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามตามแนวของลิเคิร์ต (ลิวัน สายยศ และ อังคณา สายยศ, 2538) เพื่อดำเนินการสร้างข้อคำถามทัศนคติของประชาชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขตชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ จำนวน 20 ข้อ แต่ละข้อแบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด คำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.5 เป็นต้นไปได้จำนวน 13 ข้อ นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้กับชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน หาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่ามีค่าความเชื่อมั่น 0.87

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด ให้ชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ กรอกเมื่อตรวจสอบแล้วพบว่า มีแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 200 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100
2. วิเคราะห์ข้อมูลตามคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ชุมชน ระดับการศึกษา

3. วิเคราะห์ระดับทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่มีต่อโครงการเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชนโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. วิเคราะห์ค่าความแตกต่างระหว่างทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำเสนอเป็นลำดับดังนี้

วิเคราะห์ข้อมูลตามคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ชุมชน ระดับการศึกษา ได้ผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลตามคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	112	56.00
- หญิง	88	44.00
	200	100.00
2. อายุ		
-18-30 ปี	45	22.50
-31 - 40 ปี	56	28.00
-41 - 50 ปี	61	30.50
-51 ปีขึ้นไป	38	19.00
	200	100.0
3. ชุมชน		
-ชุมชนบึงบัว	100	50
-ชุมชนตลาดหัวตะเข้	100	50
	200	100.00
4. ระดับการศึกษา		
-มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	25	12.50
-อนุปริญญา	60	30.00
-ปริญญาตรี	86	43.00
-สูงกว่าปริญญาตรี	29	14.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 1 ชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 56 และเพศหญิงมีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 44 ส่วนใหญ่มีอายุ 41 - 50 ปี มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 และระดับการศึกษาส่วนมากเป็นระดับปริญญาตรีมีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 43

วิเคราะห์ระดับทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงระดับทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

ข้อคำถาม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านไปใช้สิทธิการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทุกครั้ง	3.88	0.67	มาก
2. ท่านติดตามข่าวสารการเมืองเป็นประจำ	3.92	0.76	มาก
3. ท่านเลือกผู้สมัครโดยใช้ความคิดของตนเองเท่านั้น	3.90	0.87	มาก
4. ท่านชักชวนประชาสัมพันธ์ให้คนอื่นที่รู้จักไปเลือกตั้ง	3.42	0.93	ปานกลาง
5. ท่านเลือกคนที่ไม่ซื้อเสียง	3.75	0.92	มาก
6. ท่านเลือกผู้สมัครจากการดูประวัติและผลงานที่ผ่านมา	3.97	0.78	มาก
7. ท่านเคยช่วยบางพรรคหาเสียงหรือประชาสัมพันธ์	2.39	0.79	น้อย
8. ท่านช่วยสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองโปร่งใส	3.06	0.80	ปานกลาง
9. ท่านเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงนโยบายเป็นสำคัญ	4.47	0.49	มาก
10. ท่านมีความรู้ในการไปใช้สิทธิเป็นอย่างดี	3.36	0.14	ปานกลาง
11. ท่านเห็นความสำคัญของการเลือกตั้ง	3.93	0.87	มาก
12. ท่านแจ้งหน่วยงานทันทีเมื่อพบการทุจริต	3.13	0.82	ปานกลาง
13. ท่านเชื่อมั่นในระบบการเลือกตั้ง ส.ส	3.88	0.75	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80	0.74	มาก

จากตารางที่ 2 ภาพรวมทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมีค่าเฉลี่ยรวม 3.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.74 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และในรายข้อมีค่าสูงสุดในเรื่องการเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงนโยบายเป็นสำคัญมีค่าเฉลี่ยถึง 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 ซึ่งอยู่ในระดับมาก แสดงว่าชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ มีความเห็นด้วยในเรื่องการเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงนโยบายเป็นสำคัญ รองลงมาในด้านการเลือกผู้สมัครจากการดูประวัติและผลงานที่ผ่านมา มีค่าเฉลี่ยถึง 3.97 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และด้านการเห็นความสำคัญของการเลือกตั้งมีค่าเฉลี่ยถึง 3.93 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.87 ซึ่งอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

การเปรียบเทียบระหว่างทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบระหว่างทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

ข้อความถาม	$\bar{X}$		S.D.		t	p_value	แปลผล
	ชุมชนหัวตะเข้	ชุมชนบึงบัว	ชุมชนหัวตะเข้	ชุมชนบึงบัว			
1. ท่านไปใช้สิทธิการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทุกครั้ง	3.82	3.94	0.66	0.68	1.36	0.17	ไม่แตกต่าง
2. ท่านติดตามข่าวสารการเมืองเป็นประจำ	3.88	3.97	0.75	0.77	0.91	0.35	ไม่แตกต่าง
3. ท่านเลือกผู้สมัครโดยใช้ความคิดของตนเองเท่านั้น	3.53	4.27	0.81	0.92	0.34	0.72	ไม่แตกต่าง
4. ท่านชักชวนประชาสัมพันธ์ให้คนอื่นที่รู้จักไปเลือกตั้ง	2.99	3.85	0.83	1.02	1.09	0.01*	แตกต่าง
5. ท่านเลือกคนที่ไม่ชื่อเสียง	3.75	3.74	0.94	0.90	0.10	0.91	ไม่แตกต่าง
6. ท่านเลือกผู้สมัครจากการดูประวัติและผลงานที่ผ่านมา	3.96	3.97	0.70	0.86	0.04	0.95	ไม่แตกต่าง
7. ท่านเคยช่วยบางพรรคหาเสียงหรือประชาสัมพันธ์	2.30	2.48	0.72	0.85	0.22	0.80	ไม่แตกต่าง
8. ท่านช่วยสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองโปร่งใส	2.76	3.36	0.91	0.69	1.05	0.00*	แตกต่าง
9. ท่านเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงนโยบายเป็นสำคัญ	4.01	4.92	0.95	0.03	0.24	0.51	ไม่แตกต่าง
10. ท่านมีความรู้ในการไปใช้สิทธิเป็นอย่างดี	3.29	3.43	0.20	0.08	0.57	0.34	ไม่แตกต่าง
11. ท่านเห็นความสำคัญของการเลือกตั้ง	3.90	3.95	0.90	0.83	0.48	0.70	ไม่แตกต่าง
12. ท่านแจ้งหน่วยงานทันทีเมื่อพบการทุจริต	3.10	3.15	0.80	0.84	0.03	0.62	ไม่แตกต่าง
13. ท่านเชื่อมั่นในระบบการเลือกตั้ง ส.ส	3.78	3.98	0.69	0.81	1.37	0.53	ไม่แตกต่าง

จากตารางที่ 3 เปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร รายข้อพบว่าชุมชนมีความแตกต่างกันในด้านการประชาสัมพันธ์ให้คนอื่นที่ตนเองรู้จักไปเลือกตั้งและด้านการช่วยกันสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองเป็นไปอย่างโปร่งใส ที่ระดับนัยสำคัญ .05

การเปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ

พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีทัศนคติต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

2. อายุ

พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีทัศนคติต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. ชุมชน

พบว่า ประชาชนที่อาศัยอยู่ชุมชนต่างกัน มีทัศนคติต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

4. ระดับการศึกษา

พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีทัศนคติต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

การศึกษาทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในครั้งนี้ พบว่า

1. ทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรอยู่ในระดับดีมาก แสดงว่าชุมชนให้ความสนใจตื่นตัววิถีชีวิตของตนเอง และเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงนโยบายเป็นสำคัญ ตระหนักในเรื่องการเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงนโยบายเป็นหลัก มีการเลือกผู้สมัครจากการดูประวัติและผลงานที่ผ่านมา และให้ความสำคัญต่อการเลือกตั้งเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริพรรณ นกสวน สวัสดิ์, (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2554 : ศึกษาบทบาทพรรคการเมือง และพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกตั้งของประชาชนในสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งของประชาชน ส่วนใหญ่ในการเลือกตั้งวันที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ.2554 ได้แก่ พรรคการเมือง นโยบายและความต้องการตอบสนองผลประโยชน์และความคาดหวังของตน ในขณะที่ความสัมพันธ์ส่วนบุคคล หัวคะแนน และการซื้อขายเสียงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิเลือกตั้งน้อยกว่าปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเลือกตั้งในครั้งนี้ ซึ่งต่างไปจากการเลือกตั้งครั้งที่ผ่าน ๆ มา คือ ความขัดแย้งทางการเมืองและกลุ่มเคลื่อนไหวทางการเมือง ในประเด็นความขัดแย้งทางการเมือง พบว่า ถึงแม้ประชาชนส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับ “ตัวเอง” มากที่สุด แต่ความขัดแย้งทางการเมืองที่เกิดขึ้นได้ส่งผลให้กลุ่มเคลื่อนไหวทางการเมืองกลายเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งของประชาชนในการเลือกตั้งครั้งนี้ เป็นอันดับ 4 รองจากตัวเอง ครอบครัว และเพื่อน โดยเฉพาะในจังหวัดที่มีประชาชนสนับสนุนกลุ่มเคลื่อนไหวดังกล่าวอาศัยอยู่ในลักษณะที่มี

ความใกล้เคียงกับการเมืองแบบภูมิภาคนิยม (Regionalism) การแข่งขันในการเลือกตั้งครั้งนี้ในหลายพื้นที่ที่มีความเข้มข้นเป็นอย่างมาก โดยความเข้มข้นของการแข่งขันจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับความกระตือรือร้นในการไปใช้สิทธิเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่ดังกล่าว

2. ทศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร รายข้อพบว่าชุมชนมีความแตกต่างกันในด้านการประชาสัมพันธ์ให้คนอื่นที่ตนเองรู้จักไปเลือกตั้งและด้านการช่วยกันสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองเป็นไปอย่างโปร่งใส ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สรุปผลการวิจัย

1. ทศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร แตกต่างกัน ในด้านการประชาสัมพันธ์ให้คนอื่นที่ตนเองรู้จักไปเลือกตั้งและด้านการช่วยกันสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองเป็นไปอย่างโปร่งใส

2. ทศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมีค่าเฉลี่ยรวม 3.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.74 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และในรายข้อมีค่าสูงสุดในเรื่องการเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงนโยบายเป็นสำคัญมีค่าเฉลี่ยถึง 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 ซึ่งอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในพื้นที่นั้นมีความแตกต่างกัน
2. ควรศึกษาทัศนคติทางการเมืองระหว่างประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับประชาชนในพื้นที่ต่างจังหวัด

เอกสารอ้างอิง

การเมือง และพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกตั้งของประชาชนในสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง.

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2538). **เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ศักดิ์ไทย สุรภิจาวร. (2545). **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สุวีริยาสาส์น.

สิริพรรณ นกสวน สวัสดิ์ (2554). **การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2554 : ศึกษาบทบาทพรรค**

สุชุม นวลสกุล. (2541). **การเมืองและการปกครองไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

NBUS0003: การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

PEOPLE PARTICIPATION IN THE COMMUNITY DEVELOPMENT OF BAAN KHAO-DIN, TAMBONSAKAE, AMPHOE MUEANG, SUPHANBURI PROVINCE

มณีวรรณ เอมวงษ์¹ วันจักร น้อยจันทร์²

¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

² คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี และเพื่อเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วม ของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร คือประชาชนที่อาศัยอยู่ในรายชื่อตามทะเบียนบ้านของหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 1,320 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของทาร์ยามานัน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย 320 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประมาณค่า การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหา ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (t-test independent) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ผลการศึกษาพบว่า 1.)ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.83$, $SD = 0.53$) 2.)การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลในการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน หมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระยะที่อยู่ในชุมชนพบว่า ประชาชนที่มีเพศและระดับการศึกษาต่างกัมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ไม่แตกต่างกัน และ อายุ อาชีพ ระยะเวลาที่อยู่อาศัยต่างกัมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดินตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี แตกต่างกั อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม, การพัฒนาชุมชน

Abstract

The objective of this research is to study the level of people participation in Khao Din Village Community Development, Sa Kaew Subdistrict, Mueang District, Suphan Buri Province and to compare the level of people participation in Khao Din Village Community Development. Sa Kaew, Mueang District, SuphanBuri Province classified by personal factors, using population survey research methodology. Samples were in the list of household registration of Khao Din Village, Sa Kaew Subdistrict, Mueang District, SuphanBuri Province, amount 1, 320 people were determined by using the formula to calculate

the samples of Taro Yamane at the belief level of 95 percent. The mobile phone can accept 0.05. The number of samples in the research 320 people. The instrument used in the research was a questionnaire about the estimation. S-test independent, One-way ANOVA

the results showed that 1. The level of public participation in the development of Khao Din village, Sa Kaew Sub-district Muang, SuphanBuri province, in overall, at a high level ($\bar{X} = 3.83$, $SD = 0.53$) 2.) Comparison of personal factors in public participation in the development of Khao Din village, Sa Kaew Sub-district Changhua City Suphanburi classified by gender, age, education level, occupation and distance in the community, found that people with different sex and education have different levels of participation in the development of Khao Din village, Sa Kaew Sub-district, Mueang District, SuphanBuri Province. Different age and occupation, duration of residence are different in the community development of Khao Din village, Sa Kaew Sub-district, Mueang District, SuphanBuri Province. A significant level of 0.05

Keywords: participation, community development

บทนำ

โดยที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 65 กำหนดให้รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ตามหลัก ธรรมมาภิบาลเพื่อให้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่าง ๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกันเพื่อให้เกิดเป็นพลังผลักดันร่วมกันไปสู่เป้าหมายดังกล่าว โดยให้เป็นไปตามที่ กำหนดในกฎหมายว่าด้วยการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ และต่อมาได้มีการตรา พระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2560 โดยกำหนดให้มีการแต่งตั้ง คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อรับผิดชอบในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติ กำหนดวิธีการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติ ในการติดตาม การตรวจสอบ และการประเมินผล รวมทั้ง กำหนดมาตรการส่งเสริม และสนับสนุนให้ประชาชนทุกภาคส่วนดำเนินการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อให้เป็นไปตามที่กำหนดในพระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2560 คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติด้านต่าง ๆ รวม 6 คณะ เพื่อรับผิดชอบในการดำเนินการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนด ตลอดจนได้จัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนและหน่วยงานของรัฐ ที่เกี่ยวข้องอย่างกว้างขวาง เพื่อประกอบการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติตามที่กฎหมายกำหนด ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) เป็นยุทธศาสตร์ชาติ ฉบับแรกของประเทศไทยตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ซึ่งจะต้องนำไปสู่ การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจ พอเพียง” เพื่อความสุขของคนไทยทุกคน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2560)

ในปัจจุบันรัฐบาลให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกขั้นตอนของการพัฒนาเริ่มตั้งแต่การมีส่วนร่วมในการค้นปัญหา การมีส่วนร่วมในการวางแผน การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน มีส่วนร่วมในการตรวจสอบและติดตามผลและการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมของประชาชนจึงเป็นกระแสที่ได้รับความสนใจจากหน่วยงานและองค์กรต่างๆ ทั้งรัฐและภาคเอกชนมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะที่ผ่านมาพบว่าอุปสรรคและปัญหาของการ

ปกครองส่วนท้องถิ่นตามหลักการกระจายอำนาจที่สำคัญประการหนึ่งก็คือประชาชนขาดความสนใจหรือขาดการมีส่วนร่วมทางการเมืองรัฐบาลจึงมีนโยบายมุ่งใจให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการชุมชนในลักษณะร่วมคิดร่วมทำร่วมรับผิดชอบเพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ตรงเป้าหมายเกิดความชอบธรรมอันนำมาซึ่งประโยชน์แก่ประชาชนอย่างแท้จริงและมั่นคง และการมีจิตสำนึกด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอ เมือง จังหวัด สุพรรณบุรี ยังอยู่ใน ระดับที่ต่ำ สังเกตได้จากการจัดประชุมประชาคมประจำเดือนในแต่ละเดือนซึ่งเป็นเวทีที่เปิดโอกาส ให้ประชาชนในหมู่บ้านได้นำเสนอปัญหา หรือข้อมูลในทุก ๆ ด้านของหมู่บ้านเขาดิน จำนวนผู้ที่มีส่วนร่วมในการเข้าประชุมประชาคมประจำเดือนมีเพียงแค่ 40 กว่าเปอร์เซ็นต์เท่านั้น ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่ที่ประชาชนไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนาหมู่บ้านเกิด ประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพ ทำการเกษตรและรับจ้าง ซึ่งมีฐานะปานกลาง ถึงยากจน เวลาส่วนใหญ่ในหนึ่งวันของประชาชน ในหมู่บ้านเขาดินทุ่มเทไปกับการทำมาหาเลี้ยงชีพ จนไม่ได้สนใจในเรื่องของการพัฒนาท้องถิ่น สนใจเพียงแต่เรื่องปากท้องของตนเองและครอบครัว และสาเหตุอีกประการคือประชาชนไม่มีความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับ ความสำคัญในการพัฒนา

ในการนี้ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรีในด้านต่างๆ เพื่อนำผลการศึกษามาพัฒนาชุมชน และหากสามารถสร้างจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาหมู่บ้านได้นั้นก็จะมีการพัฒนาเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของประชาชนในหมู่บ้านที่ดีขึ้น

วัตถุประสงค์

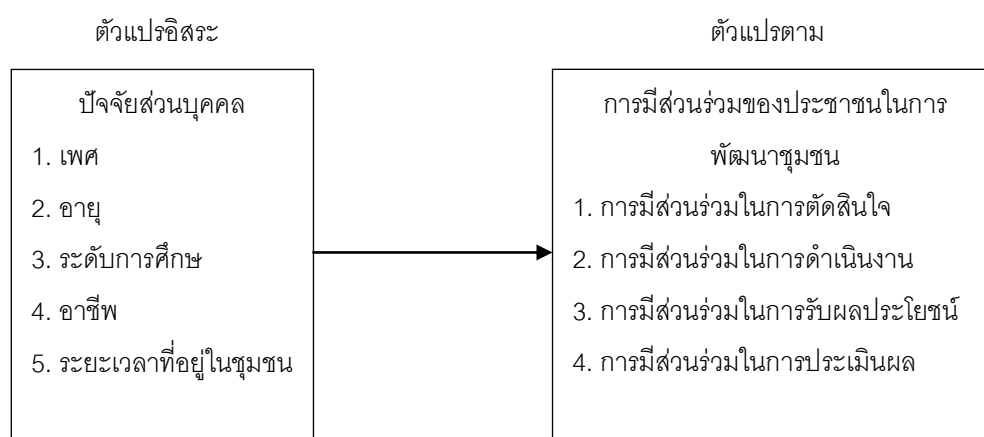
1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดินตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัด สุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงระดับและผลการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัด สุพรรณบุรี
2. เพื่อแนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดินตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัด สุพรรณบุรี อย่างมีประสิทธิภาพ
3. นำผลการศึกษาวิจัยมาพัฒนาเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

กรอบแนวคิด

ในการวิจัยเรื่องนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ตามแนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม 4 ประการ ของ (Cohen and Uphoff. 1980)



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมุติฐาน

ประชาชนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีระดับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ การวิจัยครั้งนี้มีประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในรายชื่อตามทะเบียนบ้านของหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 1,320 คน (สำนักงานปกครองจังหวัดสุพรรณบุรี, 2561)

ทั้งนี้ผู้วิจัยทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ (Taro Yamane, 1973) ได้กลุ่มตัวอย่าง 320 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (accidental sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน หมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 5 ข้อ เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่อยู่ในชุมชน

ตอนที่2 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบล สระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 4 ด้านคือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล จำนวน 20ข้อ โดยแต่ละคำถามจะมีระดับการมีส่วนร่วม 5 ระดับ ได้แก่ มีส่วนร่วมมากที่สุด มีส่วนร่วมมาก มีส่วนร่วมปานกลาง มีส่วนร่วมน้อย และมีส่วนร่วมน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ทำเรื่องขออนุญาตจากสาขาบริหารงานตำรวจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มีรายชื่อตามทะเบียนบ้าน หมู่บ้านเขาติน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี
2. การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาติน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ด้วยตนเอง
3. การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามไปจำนวน 320 ชุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ทางสถิติดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่อยู่ในชุมชน เป็นลักษณะแบบถามตอบ จำนวน 5 ข้อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาติน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 4 ด้าน คือการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล วิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และมีลักษณะการประเมินผลระดับการมีส่วนร่วมกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งออกเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) 5 ระดับดังนี้

คะแนน	ระดับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน
4.50-5.00	หมายถึง การมีส่วนร่วมมากที่สุด
3.50-4.49	หมายถึง การมีส่วนร่วมมาก
2.50-3.49	หมายถึง การมีส่วนร่วมปานกลาง
1.50-2.49	หมายถึง การมีส่วนร่วมน้อย
1.00-1.49	หมายถึง การมีส่วนร่วมน้อยที่สุด

3. การทดสอบสมมติฐานสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ

3.1 เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่อยู่ในชุมชน และตัวแปร การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาติน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ด้วยตนเอง มี 4 ด้าน ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล โดยใช้สถิติ t-test สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระ 2 กลุ่ม และใช้สถิติ One-way ANOVA สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป และหากพบว่ามีความแตกต่างอย่างมีที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะทำการทดสอบ ความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffé method

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูล และตอบ วัตถุประสงค์ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี สถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมานทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระ กับตัวแปรตาม โดยใช้สถิติ t-test สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระ 2 กลุ่ม และใช้สถิติ One-way ANOVA สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป และหากพบว่ามีความแตกต่างอย่างมีที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะทำการทดสอบ ความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffé method

สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 1 การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยภาพรวมรายด้าน

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน	$\bar{X}$	S.D	ระดับปฏิบัติ
1. ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	3.87	.60	มาก
2. ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน	3.70	.58	มาก
3. ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์	4.02	.59	มาก
4. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล	3.74	.55	มาก
ภาพรวม	3.83	.53	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.83$, $SD = 0.53$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ดังนี้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.02$, $SD=0.59$) โดยมียกระดับการมีส่วนร่วมเป็นอันดับแรก รองลงมาด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.87$, $SD = 0.60$)ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก($\bar{X} = 3.74$, $SD = 0.55$) และอันดับสุดท้ายด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, $SD = 0.58$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2. เปรียบเทียบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตัวแปร	t/F	Sig	คู่ที่แตกต่าง
เพศ	-.127	.899	-
อายุ	5.12*	.000	อายุต่ำกว่า 20 ปี แตกต่างกับอายุ 20-30ปี อายุต่ำกว่า 20 ปี แตกต่างกับอายุ 41-50ปี อายุต่ำกว่า 20 ปี แตกต่างกับอายุ 60ปีขึ้นไป อายุ 20-30ปี แตกต่างกับอายุ 51-60ปี อายุ 31-40ปี แตกต่างกับอายุ 41-50ปี อายุ 31-40ปี แตกต่างกับอายุ 51-60ปี
ระดับการศึกษา	1.608	.172	-
อาชีพ	3.57*	.004	อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ แตกต่างกับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ แตกต่างกับประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ แตกต่างกับค้าขายอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ แตกต่างกับเกษตรกร/ทำสวน/ทำไร่ทำนา อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน แตกต่างกับอาชีพรับจ้าง อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน แตกต่างกับเกษตรกร/ทำสวน/ทำไร่
ระยะเวลาที่อยู่ในชุมชน	3.398*	.035	ระยะเวลาที่อยู่ในชุมชน 1-5ปี แตกต่างกับระยะเวลาที่อยู่ในชุมชน 10 ปีขึ้นไป

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี (Sig = .899) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรีอย่างน้อย 3 กลุ่ม (Sig = .038) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาอายุคู่ พบว่า 1) ประชาชนมีอายุต่ำกว่า 20 ปี ($\bar{X}$ = 3.00) แตกต่างกับอายุ 20-30ปี ($\bar{X}$ = 3.79) , 41-50ปี ($\bar{X}$ = 3.90), 60ปีขึ้นไป ($\bar{X}$ = 3.87) 2) ประชาชนมีอายุ 20-30ปี ($\bar{X}$ = 3.79) แตกต่างกับอายุ 51-60ปี ($\bar{X}$ = 4.90) 3) ประชาชนมีอายุ 31-40ปี ($\bar{X}$ = 3.90) แตกต่างกับอายุ 41-50ปี ($\bar{X}$ = 3.90), และ 51-60ปี ($\bar{X}$ = 4.90)

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ($\text{Sig} = .172$) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรีอย่างน้อย 2 กลุ่ม ($\text{Sig} = .004$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายคู่ พบว่า 1) ประชาชนมีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X}=4.097$) แตกต่างกับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ($\bar{X}=3.61$), ประกอบธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X}=3.767$), ค้าขาย ($\bar{X}=3.708$), เกษตรกรรม/ทำสวน/ทำไร่ทำนา ($\bar{X}=3.86$) 2) ประชาชนมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ($\bar{X}=3.61$) แตกต่างกับอาชีพรับจ้าง ($\bar{X}=3.880$) และเกษตรกรรม/ทำสวน/ทำไร่ ($\bar{X}=3.86$) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ($\text{Sig} = .035$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายคู่ พบว่าระยะที่อยู่ในชุมชน 1-5 ปี ($\bar{X}=4.66$) แตกต่างกับ ประชาชนมีระยะที่อยู่ในชุมชน 10 ปีขึ้นไป ($\bar{X}=3.81$)

อภิปรายผล

จากการศึกษาการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า โดยภาพรวมระดับของการมีส่วนร่วมของ ประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดินอยู่ในระดับมาก เนื่องจาก ประชาชนที่อยู่ในหมู่บ้านทุกคนย่อมมีส่วนได้รับผลประโยชน์ ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม ซึ่งโครงการทุกโครงการพัฒนานั้นย่อมส่งผลให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนดีขึ้นด้วย จึงทำให้ระดับการประเมินผลการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา ชุมชนออกมาในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัย นครมะดันหะ มะแอ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี จากการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนของประชาชนในเขตตำบลยะหริ่ง จังหวัดปัตตานีโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

การเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

1. ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากในปัจจุบันเพศหญิงมีบทบาทในสังคมและมีสิทธิเท่าเทียมกับเพศชายในเรื่องเสมอภาคจึงทำให้ผู้หญิงมีสิทธิในการออกเสียงในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดินไม่ต่างกับผู้ชาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (บรรเจิด สอพิมาย. 2550) ได้ทำการศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการ พัฒนาท้องถิ่นกรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลในเมืองอำเภอพิมายจังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า ระดับการมีส่วนร่วมโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ การมีส่วนร่วมจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อจำแนกตามเพศความคิดเห็นการมีส่วนร่วมเพศหญิงและเพศชาย ไม่แตกต่าง

2. ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาดิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจาก ประชาชนที่มีอายุน้อยยังไม่เห็นความสำคัญในการมีส่วนร่วม ต่างคนที่มีความมากกว่าที่มีประสบการณ์มากกว่าและประชาชนมีอายุต่างกันจึงทำให้

การมีส่วนร่วมต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (วิษณุ หยกจินดา. 2557) ได้ทำการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านทุ่งกว้างตำบลทับไทรอำเภอโป่งน้ำร้อนจังหวัดจันทบุรีพบว่าประชาชนที่เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่ต่างกันส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านทุ่งกว้าง ตำบลทับไทร อำเภอโป่งน้ำร้อนจังหวัดจันทบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยทางสำคัญทางสถิติที่.05

3. ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาหิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากประชาชนหมู่บ้านเขาหิน เห็นปากท้องสำคัญกว่าการศึกษาและการใช้จ่ายไม่เพียงพอจึงทำให้ระดับการศึกษาไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภรณ์ มณี (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตำบลนาโพธิ์ อำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ผลศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนภาพรวมและรายด้านทั้ง 4 ด้าน ไม่แตกต่างกัน

4. ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาหิน ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากประชาชนที่อาชีพต่างกัน ย่อมมีมุมมองและประสบการณ์ต่างกัน จึงอาจทำให้เกิดจากความเคยชินในการประกอบอาชีพของตน และเกิดความแตกต่างเรื่องความคิดเห็น ในการมีส่วนร่วม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (บรรเจิด สอพิมาย. 2550) ได้ทำการศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการ พัฒนาท้องถิ่นกรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลในเมืองอำเภอพิมายจังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า ระดับการมีส่วนร่วมโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อจำแนกตามเพศความคิดเห็นการมีส่วนร่วมเพศหญิงและเพศชาย ไม่แตกต่าง

5. ประชาชนที่มีระยะที่อยู่ในชุมชนต่างกัน มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านเขาหิน ตำบล สระแก้ว อำเภอ เมือง จังหวัด สุพรรณบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากประชาชนหมู่บ้านเขาหินเป็นชุมชนเล็ก ๆ จะเป็นคนในพื้นที่ส่วนมากที่อาศัยในหมู่บ้านเขาหินและบางส่วนมาอาศัยในการทำงานและพียงย้ายมาใหม่ในหมู่บ้านจึงทำให้ประชาชนที่มีระยะที่อยู่ในชุมชนต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ งานวิจัยของ (จิราภรณ์ มณี. 2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนตำบลนาโพธิ์อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด ผลศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนภาพรวมและรายด้านทั้ง 4 ด้าน ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรกำหนดนโยบายด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล มอบหมายให้ประชาชนในหมู่บ้านได้มีส่วนร่วมสังเกตการณ์ และตรวจสอบ การทำงานของการพัฒนาในชุมชน เพื่อควบคุมและติดตามการทำงาน พัฒนาให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด

2. ควรกำหนดนโยบายด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน กระตุ้นให้ประชาชน มีส่วนติดตามผลการดำเนินงานของการพัฒนาในชุมชนหมู่บ้านเขาหิน เช่น โครงปลูกต้นไม้หรือดอกหน้าบ้านหน้ามอง โครงการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ของหมู่บ้าน เพื่อให้ประชาชนทุกคนได้มีโอกาสออกมาช่วยกันดำเนินงาน

ขอเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาคนที่ทำอาชีพค้าขายให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาในชุมชนหมู่บ้านชาติน เช่น การบริจาคทรัพย์ในการสร้างศาลาหรือที่ออกกำลังกายของชุมชน
2. ควรศึกษาการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านชาติน ตำบล สระแก้ว อำเภอ เมือง จังหวัด สุพรรณบุรี ในเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้การสัมภาษณ์เจาะลึกมากขึ้นและแก้ไขได้ตรงจุด

เอกสารอ้างอิง

- จิราภรณ์ มณี. (2559). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน ตำบลนาโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด. ท้องถิ่น วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นครมะดินะห์ มะแอ. (2559). การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของประชาชนในเขตเทศบาล ตำบลยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี. วิทยานิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง. รัฐศาสตรมหาบัณฑิต.
- บรรเจิด สอพิมาย. (2550). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น. กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลในเมืองอำเภอฟิมาย จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการปกครองวิทยานิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์เพื่อพัฒนาชุมชน.
- วิษณุ หยกจินดา. (2557). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านทุ่งกร่าง ตำบลทับไทร อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. ชลบุรี: วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). ยุทธศาสตร์ พ.ศ.2561-2580 (ฉบับย่อ). กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1980). Participation place in rural development: Seeking clarity through specificity, world development. New York: Cornell University
- Yamane, T. (1973). Statistics an introduction analysis. New York: Harper & Row.

NBUS0004: ประสิทธิภาพการนำนโยบายไปปฏิบัติในการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พักภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย

THE EFFECTIVENESS OF POLICY IMPLEMENTATION OF LABOUR PRODUCTIVITY IN ACCOMMODATION SERVICES IN TOURISM SECTOR

ปรวณ จันทังษี¹ รศ.ดร.เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์²

¹ นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

² อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์พัฒนาการของนโยบายการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พัก 2) สำรวจประสิทธิผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติในการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พัก 3) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติในการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พัก และ 4) เสนอแนะกลยุทธ์นโยบายเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พัก

การวิจัยนี้ใช้การวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้การวิจัยเชิงสำรวจแบบตัดขวาง และการวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นการวิเคราะห์เชิงพัฒนาการนโยบาย ประชากร คือ ผู้ประกอบการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวทุกภูมิภาคจำนวน 9,556 แห่ง ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 117 แห่งโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือการวิจัยได้แก่ 1) แบบสอบถามโดยใช้กับผู้ประกอบการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว 2) แบบสัมภาษณ์กับผู้เจ้าหน้าที่รัฐจากหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้อง คือ กรมการท่องเที่ยว กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน และสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) ซึ่งถือว่าเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยตรง การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ที่ทดสอบ เอฟเทส และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) พัฒนาการของนโยบายแบ่งเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงแรก พ.ศ. 2550 – 2554 เน้นการสร้างสภาพแวดล้อมจูงใจให้เพิ่มผลิตภาพแรงงาน ช่วงที่สอง พ.ศ. 2555 – 2559 เน้นการปรับมาตรฐานฝีมือ/วิชาชีพรองรับการเคลื่อนย้ายแรงงานระหว่างประเทศ และช่วงที่สาม พ.ศ. 2560 – ปัจจุบัน เน้นการพัฒนาความสามารถแรงงานตามนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมาย 2) ระดับประสิทธิผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติในการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พัก ภาคการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ .05 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พัก ภาคการท่องเที่ยว คือ ปัจจัยด้านแรงงาน และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม โดยมีความสามารถในการอธิบายประสิทธิผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติได้รวมร้อยละ 70.4 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ .05 4) กลยุทธ์ที่ควรนำมาใช้ ได้แก่ การปรับบทบาทภาครัฐให้เป็นผู้ควบคุมกระบวนการเพิ่มผลิตภาพและสนับสนุนพัฒนาผลิตภาพแรงงานระดับบุคคลและสถานประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ควรทบทวนภารกิจ/โครงการ/กิจกรรมจากภาครัฐที่ดำเนินงานคล้ายกันเพื่อประหยัดงบประมาณ ลดขนาดภาครัฐ และให้ประชาชนได้รับสิทธิประโยชน์เท่าเทียม ส่งเสริมการนำนโยบายการเพิ่มผลิตภาพแรงงานไปปฏิบัติตั้งแต่ระดับบุคคล อันส่งผลต่อสถานประกอบการและประเทศ ทบทวนการออกแบบโครงการ/กิจกรรมให้แรงงานทำงานหลากหลาย เนื่องจากมีความไม่แน่นอนของปัจจัยสภาพแวดล้อม และเทคโนโลยี และควรให้ความสำคัญของการปรับบทบาทหน่วยงานรัฐเป็นผู้ควบคุมและสนับสนุนการพัฒนาผลิตภาพแรงงาน

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพ, การนำนโยบายไปปฏิบัติ, ผลผลิตแรงงาน

Abstract

This study aimed as follows: 1) to study policy development on labour productivity in accommodation services in tourism sector, 2) to study the effectiveness of policy implementation of labour productivity in accommodation services in tourism sector, 3) to analyze the factors effecting the effectiveness of policy implementation of labour productivity in accommodation services in tourism sector, and 4) to recommend government strategies on labour productivity in accommodation services in tourism sector.

This study was a mixed-method research. It employed quantitative method by using cross-sectional survey study and qualitative method focusing on policy development analysis. The population were 9,556 accommodation entrepreneurs and the sample size was 117 purposive-selected entrepreneurs. Research instruments were 1) questionnaires collected from entrepreneurs, 2) and interviews with the key informants from Department of Tourism, Department of Skill Development, and Thailand Professional Qualification Institute (Public Organization). Statistical tools were average, percentage, t-test, f-test and stepwise multiple regression. Content analysis was used for qualitative data.

The result showed that 1) There were 3 stages of policy development. In 2007 – 2011, the policy focused on building attractive labour productivity environment. In 2012- 2016, the policy focused on skill and professional standard qualification for international labour migration. In 2017 – present, the policy focused on labour competency as the target industry policy. 2) The effectiveness of labour productivity in accommodation services on tourism sector level was more than 80% at .05 level of significance. 3) Labour and environmental factors were a positive influence on labour productivity in accommodation services in tourism sector at 70.4% at .05 level of significance. 4) Recommended strategies were as follows: 1) to transform the government into regulator and facilitator in labour productivity policy for individual, small-sized and medium-sized accommodation enterprises, (2) to revise the duplicated projects/activities in order to reduce budget, reduce the size of government agencies and share the fair benefits, 3) to redesign projects/activities for building flexible workforce due to a risk of environmental and technology factor, and 4) to underline the importance of the government transformation into the regulator and the facilitator of labour productivity development.

Keywords: Effectiveness, Policy Implementation, Labour productivity

บทนำ

รายงานของธนาคารโลก (2559) พบว่า ภาคบริการของไทยมีสัดส่วนของการจ้างงานร้อยละ 40 ของแรงงานทั้งหมด และมีสัดส่วนรายได้ประมาณ ร้อยละ 50 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ ถ้าแรงงานในภาคการ

ผลิตต่าง ๆ มีความรู้ความสามารถและทักษะสูงย่อมทำให้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อการผลิตสูงขึ้น (เสาวณี จันทะพงษ์ และกรวิทย์ ต้นศรี. 2554) ธนาคารแห่งประเทศไทย (2561) และ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2562) รายงานข้อมูลปี พ.ศ. 2560 ว่าภาคบริการ สาขาอุตสาหกรรมโรงแรมและภัตตาคาร มีผลิตภาพแรงงานต่อชั่วโมงเพิ่มต่อเนื่อง และอัตราการขยายตัวสูงสุด ดังนั้น การเพิ่มผลิตภาพแรงงานในสาขาดังกล่าว จึงมีความสำคัญเพราะทำให้เกิดการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมจำนวนมากซึ่งจะมีผลต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจและพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันของประเทศในภาพรวม

การให้ความสำคัญของนโยบายการเพิ่มผลิตภาพแรงงานเริ่มตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ แต่อย่างไรก็ตาม ปัญหาการขาดแคลนคุณภาพและปริมาณแรงงานสะสมเป็นเวลานาน ดังนั้น การแก้ไขปัญหาก็สำคัญ คือ การบังคับใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน พ.ศ. 2545 ที่พัฒนามาจากพระราชบัญญัติส่งเสริมการฝึกอาชีพ พ.ศ. 2537 เพื่อให้ให้นายจ้างหรือสถานประกอบการเข้ามามีส่วนร่วม ใช้มาตรการจูงใจยกเว้นและลดหย่อนภาษี เพราะการเพิ่มผลิตภาพแรงงาน มีส่วนสำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพของแรงงานและสร้างความมั่นคงให้กับประเทศ (Holjevac. 2001) ซึ่งประเทศไทยสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้จำนวนมาก แต่เงื่อนไขข้อตกลงความร่วมมือในระดับภูมิภาคทำให้แรงงานสามารถเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรี ถ้าประเทศไทยไม่มีการดำเนินการด้านแรงงาน ย่อมเสียเปรียบความสามารถในการแข่งขัน

เมื่อพิจารณาถึงการต่อยอดไปสู่เป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่ต้องการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำเป็นต้องพัฒนาจากแรงงานสาขาที่พัก อันเป็นจุดเริ่มต้นของการบรรลุเป้าหมาย ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยสนใจเกี่ยวกับประสิทธิผลของการนํานโยบายไปปฏิบัติในการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พัก ซึ่งมาจากบทบาทของภาครัฐ เพื่อให้ได้ข้อเสนอกลยุทธ์ต่อ อันนำมาสู่การสนับสนุนให้ประเทศสามารถพัฒนาพ้นจากประเทศกับดักรายได้ปานกลางต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์พัฒนาการของนโยบายการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พัก
2. เพื่อสำรวจประสิทธิผลของการนํานโยบายไปปฏิบัติในการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พัก
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของการนํานโยบายไปปฏิบัติในการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พัก
4. เพื่อประเมินและเสนอแนะกลยุทธ์ของนโยบายภาครัฐในการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พัก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภาพแรงงานสาขาที่พัก ทราบปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนานโยบายการเพิ่มผลิตภาพแรงงาน อันส่งผลต่อการจัดการองค์กรให้คล่องตัว ประหยัดและตอบสนองต่อประชาชน
2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภาพแรงงานสาขาที่พัก สามารถใช้แนวทางการออกแบบนโยบายและการนํานโยบายไปปฏิบัติให้กับแรงงานในระดับบุคคลให้ตอบสนองต่อการทำงานในปัจจุบัน
3. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภาพแรงงานสาขาที่พัก เลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับการบริหารงานสนองความต้องการประชาชนได้มากที่สุด

กรอบแนวคิด

การศึกษาค้นคว้าทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดประสิทธิผลของ Gibson, Ivancevich & Donnelly (1979 อ้างถึงใน นกุล เชียงทอง และ ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต. 2559) กล่าวว่า ประสิทธิภาพของหน่วยงานภาครัฐ คือ ความสามารถขององค์การทำหน้าที่ให้บริการสาธารณะ สามารถจัดบริการตามหน้าที่เป็นที่พอใจของประชาชน
 2. แนวคิดการนำนโยบายไปปฏิบัติของ Van Horn & Van Meter (อ้างถึงใน พิทยา บวรวัฒนา. 2541. น. 17)
 3. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภาพแรงงาน แบ่งออกเป็น 2 แนวทาง คือ (บรรจง จันทมาศ. 2548 และ ฉันทลักษณ์ มงคล. 2559) (3.1) แนวทางด้านวิทยาศาสตร์ คำนวณจากความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิต (Output) กับปัจจัยการผลิต (input) (3.2) แนวทางเชิงเศรษฐกิจและสังคม ตามคำนิยามของ European Productivity Agency (อ้างถึงใน วิภา โสมิตสุรังคกุล. 2546) ว่าการเพิ่มผลผลิตเป็นความสำคัญในจิตใจที่มุ่งแสวงหาทางปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ ให้ดีขึ้นต่อเนื่อง
 4. แนวคิดการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (PESTLE) และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน (SWOT)
- นอกจากนี้ทบทวนแนวคิดวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านแรงงาน การบริหารสถานประกอบการที่פק สามารถสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม

1. ปัจจัยสภาพแวดล้อม

- 1.1) สภาพแวดล้อมภายนอกประเทศ
- 1.2) สภาพแวดล้อมภายในประเทศ
2. ปัจจัยการนำนโยบายไปปฏิบัติ
- 2.1) มาตรฐานและวัตถุประสงค์ของนโยบาย
- 2.2) ทรัพยากร
- 2.3) การติดต่อสื่อสาร
- 2.4) การบังคับใช้นโยบาย
- 2.5) ลักษณะของหน่วยงาน
- 2.6) สภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม
- 2.7) ความคิดและทัศนคติของผู้ปฏิบัติตามนโยบาย

3. ปัจจัยสถานประกอบการ

- 3.1) การบริหารองค์กร
- 3.2) ท่าเลที่ตั้ง
- 3.3) รูปแบบธุรกิจของสถานประกอบการ
- 3.4) การสนับสนุนจากภาครัฐ
- 3.5) การใช้เทคโนโลยี

4. ปัจจัยแรงงาน

- 4.1) ลักษณะการจ้างงาน
- 4.2) อายุ
- 4.3) ประสบการณ์ในการทำงาน
- 4.4) ระดับการศึกษา
- 4.5) สุขภาพของพนักงาน
- 4.6) ความสามารถในการทำงาน
- 4.7) การพัฒนาแรงงานในองค์กร

ประสิทธิผลการนำนโยบายไปปฏิบัติในการเพิ่มผลิตภาพแรงงาน
สาขาบริการที่פק ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย

1. ประสิทธิภาพของนโยบายต่อแรงงาน

- 1.1 แรงงานมีศักยภาพในสาขาบริการที่פקสูงขึ้นในด้านความรู้ความสามารถ ทักษะทั่วไป ทักษะการบริหาร ทักษะเฉพาะทาง
- 1.2 คุณสมบัตินตรงกับความต้องการของนายจ้าง
- 1.3 แรงงานสามารถสร้างคุณภาพการบริการ

2. ประสิทธิภาพของนโยบายต่อสถานประกอบการ

- 2.1 แรงงานมีเพียงพอกับความต้องการของสถานประกอบการ
- 2.2 สถานประกอบการมีความสามารถในการแข่งขันเชิงธุรกิจ
- 2.3 สถานประกอบการลงทุนด้านการอบรมและพัฒนาบุคลากร
- 2.4 ความสามารถในการแข่งขันด้านการบริการของสถานประกอบการ

3. ประสิทธิภาพของนโยบายต่อประเทศ

- 3.1 รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
- 3.2 การจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
- 3.3 จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
- 3.4 การจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้น

สมมติฐาน

จากกรอบแนวคิดการวิจัยประสิทธิผลการนำนโยบายไปปฏิบัติในการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยนำมาสู่การกำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H1 : ประสิทธิภาพของการนำนโยบายไปปฏิบัติในการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่ภาคการท่องเที่ยว ไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 80

H2 : มีอย่างน้อย 1 ภาคที่มีความแตกต่างของประสิทธิผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ ในการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่ภาค

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงสำรวจแบบตัดขวาง (Cross Sectional Survey Research) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการสาขาบริการที่ภาคจากฐานข้อมูลที่จดทะเบียนกับกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย จำนวน 9,556 แห่ง (กรมการปกครอง. 2560) กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามานะ (Yamane) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวนตัวอย่าง 384 แห่ง ใช้การเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) แบ่งกลุ่มตามภูมิภาค และขนาดสถานประกอบการน้อยกว่า 60 ห้อง 60-149 ห้อง และ 150 ห้องขึ้นไป แต่เมื่อครบกำหนดได้รับแบบสอบถามคืนที่สมบูรณ์ จำนวน 117 ชุด หรือคิดเป็นร้อยละ 30.45 ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งอยู่ในระดับที่ยอมรับตามทฤษฎีของ Aaker, Kumar and Day (2001) ซึ่งกำหนดไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ดังนั้นจึงทำให้ผู้วิจัยต้องปรับแผนเป็นการดำเนินการวิจัยเป็นแบบเฉพาะเจาะจง และ กลุ่มที่ 2 เจ้าหน้าที่ภาครัฐจากหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องถือว่าเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จากกรมการท่องเที่ยว กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน และสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

เครื่องมือการวิจัยได้รับการออกแบบตามกรอบแนวคิด ทฤษฎี และได้รับการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1) แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบคุณภาพเพื่อหาความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่น (Reliability) จากการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach มีค่าระหว่าง 0.935 – 0.984 ซึ่งถือว่าเชื่อถือได้ และ 2) แบบสัมภาษณ์ ได้ผ่านความเห็นชอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งนี้ เครื่องมือทั้งสองมีประเด็นข้อคำถามเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ ประสิทธิภาพการนำนโยบายไปปฏิบัติ รวมทั้ง ข้อคิดเห็นต่อจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการนำนโยบายไปปฏิบัติในการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่ภาค

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือ ตำราวิชาการ เอกสาร วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากอินเทอร์เน็ต ส่วนข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ทั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ สถิติเชิงพรรณนาใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ใช้ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิดและแบบสัมภาษณ์ ใช้กรอบ SWOT

ผลการวิจัย

1. พัฒนาการนโยบายการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่ภาคในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 – ปัจจุบันและมีตัวอย่างการนำนโยบายไปปฏิบัติดังนี้ 1) ช่วงเวลาปี พ.ศ. 2550 – 2554 เน้นการ

สร้างสภาพแวดล้อมให้จูงใจต่อการพัฒนาผลิตภาพแรงงาน มีแนวนโยบายพัฒนาสมรรถนะและทักษะแรงงานผ่านหลักสูตรฝึกอบรมระยะสั้น เพื่อสร้างทางเลือกในการประกอบอาชีพหรือเปลี่ยนงาน ส่งเสริมการฝึกงานในสถานประกอบการ จัดระบบคุณวุฒิวิชาชีพในสาขาที่มีความพร้อมและตรงกับความต้องการเพื่อให้แรงงานได้รับค่าจ้างเหมาะสม รวมทั้งพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ ตัวอย่างการนำนโยบายไปปฏิบัติ ได้แก่ ประกาศใช้มาตรฐานที่พัก เพื่อยกระดับการบริการ การจัดตั้งสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ และการส่งเสริมพัฒนาฝีมือแรงงานร่วมกับสถานศึกษาและภาคเอกชน และให้ความสำคัญกับการพัฒนาแรงงานสาขาบริการที่พักในจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญ 2) ช่วงเวลาปี พ.ศ. 2555 – 2559 เน้นการเตรียมพร้อมรองรับการเคลื่อนย้ายแรงงานภายใต้ของตกลงอาเซียน 32 ตำแหน่งงานในสาขาการท่องเที่ยว รวมทั้งดำเนินนโยบายการสร้างสภาพแวดล้อมให้จูงใจต่อการพัฒนาฝีมือแรงงาน ให้รองรับเงื่อนไขการเปลี่ยนแปลงจากภายนอก มีแนวนโยบายให้มีระบบค่าจ้างและสวัสดิการที่เป็นธรรม ยกย่องความสามารถแรงงานกึ่งฝีมือ สร้างเครือข่ายและพัฒนากำลังแรงงานกับภาคส่วนต่าง ๆ ส่วนด้านการท่องเที่ยวเน้นยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการต่อเนื่อง ตัวอย่างการนำนโยบายไปปฏิบัติ ได้แก่ การจัดทำมาตรฐานวิชาชีพด้านการท่องเที่ยวตามข้อกำหนดร่วมกันของประเทศสมาชิกอาเซียน โดยมีกรมการท่องเที่ยวเป็นหน่วยงานหลัก รวมทั้งกระทรวงแรงงาน สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ และหน่วยอื่นๆ เข้าร่วมเป็นหน่วยงานสนับสนุน และนำมาตรฐานไปประยุกต์ตามภารกิจของตนเอง 3) ช่วงเวลาปี พ.ศ. 2560 – ปัจจุบัน เน้นการพัฒนาศักยภาพแรงงานให้รองรับอุตสาหกรรมเป้าหมาย ตัวอย่างการนำนโยบายไปปฏิบัติ ได้แก่ การจัดทำแผนดำเนินงานที่ต่อเนื่องทั้งการพัฒนากระบวนการผลิตและมาตรฐานวิชาชีพ การพัฒนามาตรฐานการบริการท่องเที่ยว การปรับทักษะแรงงานที่จะมีผลต่อความเชื่อมั่นของนายจ้างในการได้แรงงานที่มีคุณภาพ และการประกันรายได้ของแรงงานที่มีฝีมือตามภารกิจปกติของหน่วยงาน

2. การสำรวจและวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่พักในฐานะผู้รับผลจากการนำนโยบายไปปฏิบัติจากแบบสอบถาม พบว่า ประสิทธิภาพของการนำนโยบายไปปฏิบัติในการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พัก ไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 80 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ข้อมูลตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

Dependent	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
	2.672	1156	.009	.20808

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการนำนโยบายไปปฏิบัติในการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พัก ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย จากการสำรวจ พบว่า ปัจจัยด้านแรงงาน (ประกอบด้วยปัจจัยย่อย การพัฒนาทักษะ ($x_{4.7}$) ลักษณะการจ้างงาน ($x_{4.1}$) และความสามารถในการทำงาน ($x_{4.6}$)) ปัจจัยสภาพแวดล้อม (คือ ปัจจัยภายในด้านสังคม ($x_{1.2.3}$)) รวมทั้งปัจจัยสถานประกอบการ (คือ ปัจจัยย่อยรูปแบบธุรกิจ ($x_{3.3}$)) สามารถอธิบายความผันแปร ได้ร้อยละ 73.6 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 ทั้งนี้สามารถแสดงเป็นสมการถดถอยได้ คือ

$$Y = 0.259 + 0.161x_{4.7} + 0.267x_{4.1} + 0.132x_{1.2.3} + 0.158x_{3.3} + 0.184x_{4.6}$$

ปรากฏข้อมูลตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression) ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบ
ขั้นตอน (stepwise regression)

ตัวแปรอิสระ	Coefficients	ลำดับที่ของสมการถดถอย				
		1	2	3	4	5
ปัจจัยการเข้ารับการพัฒน ทักษะ (x4.7)	Standardlized (Beta)	.770	.477	.364	.267	.181
	Unstandardlized (B)	.685	.425	.324	.238	.161
ปัจจัยลักษณะการจ้างงาน (x4.1)	Standardlized (Beta)		.402	.363	.336	.278
	Unstandardlized (B)		.386	.349	.323	.267
ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในด้าน สังคม (x1.2.3)	Standardlized (Beta)			.245	.185	.163
	Unstandardlized (B)			.199	.151	.132
ปัจจัยรูปแบบธุรกิจ (x3.3)	Standardlized (Beta)				.208	.184
	Unstandardlized (B)				.179	.158
ปัจจัยความสามารถในการ ทำงาน (x 4.6)	Standardlized (Beta)					.198
	Unstandardlized (B)					.184
Constant		1.031	.649	.355	.302	.259
R		0.770	.818 ^b	.841 ^c	.851 ^d	.858 ^e
R ²		0.592	.668	.708	.725	.736
R ² Change			.076	.039	.017	.011
Std. Error of the Estimate		.53982	.48896	.46118	.44943	.44215
F		165.627	113.914	90.371	73.105	61.360
Sig. (2-tailed)		.000 ^b	.000 ^c	.000 ^d	.000 ^e	.000 ^f

4. การประมวลความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่พัก และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภาพ
แรงงานสาขาบริการที่พักที่มีต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ พบว่า 1) จุดแข็ง คือ ภาครัฐกำหนดและบังคับใช้นโยบาย
2) จุดอ่อน คือ การนำนโยบายไปปฏิบัติของภาครัฐยังไม่ตอบสนองต่อความต้องการประชาชน อีกทั้งมีข้อจำกัด
ทรัพยากร งบประมาณ รวมทั้งความรู้ความเข้าใจของผู้ปฏิบัติ 3) โอกาส คือ ปัจจัยแวดล้อมส่งเสริมอุตสาหกรรมกา
ท่องเที่ยว อันส่งผลต่อการจ้างงาน 4) ภัยคุกคาม คือ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการทำธุรกิจที่
พักและการจ้างงานในสถานประกอบการ และ 5) ข้อเสนอแนะ คือ การแก้ไขจุดอ่อนของการดำเนินนโยบายไปปฏิบัติ
รวมทั้งภัยคุกคามจากกระบวนการ Disruptive technology ด้านการบริการที่พัก ซึ่งภาคเอกชนและภาครัฐ
จำเป็นต้องปรับตัว

ดังนั้น การเพิ่มประสิทธิผลการดำเนินงานไปปฏิบัติจึงเสนอกลยุทธ์ก่อนนโยบายในการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พัก ดังนี้ 1) กลยุทธ์เชิงรุก อาทิ ภาครัฐเผยแพร่แบบอย่างที่ดีต่อสถานประกอบการ และการจัดการแข่งขันเพื่อจูงใจ 2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข อาทิ การปรับปรุงการจัดการภาครัฐที่ซ้ำซ้อนและตัดภารกิจไม่จำเป็น 3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน อาทิ การจัดระบบจูงใจให้แรงงานมาอบรม ใช้เงินอุดหนุนจ่ายค่าจ้างให้แรงงานมาอบรม และใช้ระบบการจัดหางาน Part-time ออนไลน์ ให้มีแรงงานทดแทนในช่วงไปอบรม และ 4) กลยุทธ์เชิงรับ ได้แก่ บทบาทภาครัฐเป็นผู้ควบคุม การประชาสัมพันธ์ไปยังสถานประกอบการขนาดเล็กที่ไม่ได้เข้าข่ายตามพระราชบัญญัติการพัฒนาฝีมือแรงงาน พ.ศ. 2545 ให้เข้าถึงการใช้จ่ายเงินกองทุนสำหรับการพัฒนาฝีมือแรงงาน

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์พัฒนาการนโยบายการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พัก ใช้แนวคิด CIPP Model ของ (Stufflebeam, 2003) และ การบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Result Based Management) (ทิพาวดี เมฆสวรรค์, 2545) ดังนี้

1. บริบทสภาพแวดล้อม (Context) มาจากปัญหาแรงงานขาดทักษะที่สามารถทำงานได้ตามความต้องการของนายจ้าง นำมาสู่ผลิตภาพแรงงานต่ำ ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Anderson (2002) กล่าวว่าขั้นระบุปัญหาเป็นการพิจารณาว่าภาครัฐควรเข้าไปดำเนินการหรือไม่ ขณะเดียวกันประเทศไทยมีปัจจัยสภาพแวดล้อมทางด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอก คือ การเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีในภูมิภาคอาเซียนผลักดันให้เกิดกระบวนการพัฒนาแรงงานให้เป็นตัวเลือกที่ดีในตลาดแรงงาน

2. ปัจจัยนำเข้า (Input) ได้แก่ แรงงานจบการศึกษาระดับสูงขึ้น แต่ยังคงมีปัญหาเรียน/ทักษะไม่ตรงกับการทำงาน มีพระราชบัญญัติการส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน พ.ศ. 2545 เพื่อให้สถานประกอบการร่วมพัฒนาคุณภาพแรงงาน มีกรมการท่องเที่ยวประกาศใช้มาตรฐานที่พัก รวมทั้งการจัดตั้งหน่วยงาน คือ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ เพื่อผลักดันระบบคุณวุฒิวิชาชีพที่ใช้ประกอบการดำเนินงานมารับรองความสามารถ

3. กระบวนการ (Process) ให้เกิดการดำเนินงานสอดคล้องกับบริบทสภาพแวดล้อม และนโยบายรัฐบาล อาทิ ในช่วงก่อนการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับการเตรียมหลักสูตร ให้ความสำคัญกับภาคการท่องเที่ยวในฐานะเป็นอุตสาหกรรม S-Curve หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำโครงการเพื่อรองรับการพัฒนา แต่อย่างไรก็ตามลักษณะขั้นตอนการดำเนินงานเป็นไปตามภารกิจเดิมที่มีตลอด นอกจากนี้กระบวนการในแต่ละช่วงมีความพยายามแก้ไขปัญหาลabor อาทิ ระบบค่าจ้างที่ผูกกับมาตรฐานฝีมือแรงงาน ระบบคุณวุฒิวิชาชีพ อีกด้านแสดงให้เห็นว่า แต่ละหน่วยงานมีทำงานคล้ายกัน และความสามารถในการบังคับที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะการจ้างงานค่าจ้างตามมาตรฐานฝีมือแรงงานต้องได้รับการรับรองจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงานเท่านั้น

4. ผลผลิต (Product) มีแรงงานและหน่วยงานฝึกอบรมเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพแรงงานตามความร่วมมือ ตัวอย่างเช่น ข้อมูลจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงานช่วงปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 – 2561 ดำเนินการอบรมแรงงานในสาขาบริการที่พัก กระจายตามภูมิภาคต่างๆ ของประเทศโดยจัดการอบรมมากที่สุดในเขตภาคใต้ รองลงมา คือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกและภาคตะวันตก (กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน, 2561)

5. ผลลัพธ์ (Outcomes) แม้ว่าภาพรวมการท่องเที่ยวของไทยจะมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างรายได้ให้กับประเทศ แต่ยังคงประสบปัญหาความสามารถของแรงงานไม่ตรงกับความต้องการของสถานประกอบการ ดังเห็นได้จากผลการวิเคราะห์แบบสอบถามจากศึกษาสถานประกอบการมีความเห็นในระดับปานกลางในข้อคำถามเกี่ยวกับความสามารถทำงานระดับสูงหรือตามความต้องการ สอดคล้องกับข้อมูลของ APO (2018) ที่กล่าวว่า ผลผลิตภาพแรงงานไทยน้อยกว่าสิงคโปร์ประมาณ 5 เท่าในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา มีระดับผลิตภาพใกล้เคียงและลดลง (เสาวณี จันทะพงษ์ และกัมพล พรพัฒน์ไพศาลกุล, 2562)

จากการวิเคราะห์การปฏิบัติงานมุ่งผลสัมฤทธิ์ของนโยบายดังกล่าว พบว่า 1) การวัดความประหยัดพิจารณาปัจจัยนำเข้า พบว่า ควรทบทวนนโยบายที่เกี่ยวข้องภารกิจหลักและความจำเป็นของการทำงานของหน่วยงานเพราะทำให้เกิดความซ้ำซ้อนของการใช้งบประมาณฝึกอบรมในหลักสูตรที่คล้ายกัน 2) การวัดประสิทธิภาพ พิจารณาความเหมาะสมในการใช้ทรัพยากร ประเด็นนี้ประเมินได้ยากเนื่องจากเป็นการบริการสาธารณะที่รัฐจำเป็นต้องลงทุน ซึ่งผู้วิจัยคาดว่าเกิดผลดีต่อแรงงาน โดยเฉพาะแรงงานในสถานประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่มีโอกาสน้อยกว่าสถานประกอบการขนาดใหญ่ 3) การวัดประสิทธิผล พิจารณาวัตถุประสงค์ที่ต้องการเพิ่มผลิตภาพแรงงานให้สูง กับผลที่เกิดขึ้นกับแรงงานในปัจจุบัน ยังคงจำเป็นต้องมีการทบทวนปรับปรุงนโยบาย แผนงาน โครงการ และความเหมาะสมของนโยบายที่เกี่ยวข้อง (Owen. 1993 และ Chelimsky. 1978 อ้างถึงใน สมบัติ อารังธัญวงศ์. 2549)

จากแนวนโยบายการพัฒนาผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พักที่เกี่ยวข้อง มาสู่การพิจารณาประสิทธิผลของนโยบาย แม้ว่าภาพรวมประสิทธิผลของนโยบาย ค่าเฉลี่ย 3.41 (มีระดับความคิดเห็นมาก) เมื่ออภิปรายเกณฑ์การประเมินประสิทธิผลของ Kelley (1992 อ้างใน วิเชียร วิทย์อุดม. 2558) ในแต่ละระดับ พบว่า

1. ประสิทธิผลของนโยบายต่อแรงงาน ค่าเฉลี่ย 3.39 (มีระดับความคิดเห็นปานกลาง) สอดคล้องกับข้อมูลผลิตภาพแรงงานต่อชั่วโมงทำงานในปี พ.ศ. 2561 พบว่า สาขาโรงแรมและภัตตาคารเป็นภาคที่มีผลิตภาพแรงงานต่อชั่วโมงทำงานสูงสุดในสาขาภาคบริการ (ธนาคารแห่งประเทศไทย.2562) แต่มีอัตราการขยายตัวของผลิตภาพแรงงาน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559- 2561 ทรงตัวเนื่องด้วยปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดในปี พ.ศ. 2561 พบว่ามีเหตุการณ์เรือโดยสารนักท่องเที่ยวล่มที่จังหวัดภูเก็ต ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดผลิตภาพแรงงานของ ILO (1969 อ้างถึงในกระทรวงแรงงาน. 2560) กล่าวว่า ปัจจัยทั่วไป (General Factor) อาทิ สภาพดินฟ้าอากาศ เงื่อนไขของธุรกิจมีความสัมพันธ์กับการเพิ่มผลิตภาพแรงงาน อีกทั้งจากการวิเคราะห์แบบสอบถาม พบว่า แรงงานยังคงมีปัญหา รายได้ยังไม่สอดคล้องกับความรู้ความสามารถ และสถานประกอบการกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 71.79 รับพนักงานไม่ตรงกับสาขาที่ทำงาน ส่วนหนึ่งมาจากปัญหาประสิทธิภาพของตลาดแรงงานที่ไม่ได้ให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับการทำงาน อาชีพ รวมทั้งความรู้ที่จำเป็นสำหรับการทำงานให้กับแรงงาน (ชวลิต สละ. 2551) อีกทั้ง Piriya Pholphirul (2017) พบว่า ความไม่สอดคล้องของการศึกษาส่งผลต่อแรงงานในแง่ของรายได้ พบว่าผู้ที่เปลี่ยนสายจากเรียนสายวิทยาศาสตร์เป็นสายสังคมศาสตร์ จะมีรายได้ต่ำกว่าผู้ที่ประกอบอาชีพตรงสายถึงประมาณร้อยละ 7.2 ส่วนผู้ที่ทำงานต่ำกว่าวุฒิการศึกษาที่จบจะมีรายได้ต่ำกว่าร้อยละ 18

2. ประสิทธิผลของนโยบายต่อสถานประกอบการ ค่าเฉลี่ย 3.42 (มีระดับความคิดเห็นระดับมาก) โดยเฉพาะสถานประกอบการความสามารถในการรักษาลูกค้าอย่างต่อเนื่อง มีภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจบริการจากพนักงานในช่วงรอบปี ตัวอย่างของภาพลักษณ์องค์กร และผู้บริการมีความพึงพอใจ

สอดคล้องกับ หลักการบริหารสถานประกอบการตามหลัก POSDCORB (Luther Gulick and L. Urwick, 1937) ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน และการจัดการองค์กร เป็นต้น รวมทั้งความสำเร็จสถานประกอบการในภาพรวมพิจารณาได้จากระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่พิกจจากเว็บไซต์ตัวกลางของโรงแรมที่เป็นของไทยและต่างประเทศ

3. ประสิทธิภาพของนโยบายต่อประเทศ ค่าเฉลี่ย 3.42 (มีระดับความคิดเห็นมาก) โดยเฉพาะรายได้จากธุรกิจบริการที่ส่งผลต่อรายได้ของประเทศที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ แบบปริมาณลูกโซ่ที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นเช่นกัน (สำนักงานคณะกรรมการสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562)

ทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่อยู่เบื้องหลังของประสิทธิผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติในการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พัก ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่า มีความสอดคล้องกับแนวคิดการเพิ่มผลิตภาพแรงงาน (ILO, 1969 อ้างถึงในกระทรวงแรงงาน, 2560) ดังนี้

1. ปัจจัยด้านแรงงานที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ คือ ปัจจัยย่อยด้านการพัฒนาทักษะ และปัจจัยด้านความสามารถในการทำงาน สอดคล้อง ILO (1969) APO (n.d.) สุมาลี สันติพลวุฒิ (2549) และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2551) อีกทั้งการศึกษาของสิริวีรา อินทนา (2548) ที่กล่าวว่า ตัวแปรสัดส่วนแรงงานที่ได้รับการฝึกอบรมทักษะฝีมือต่อแรงงานทั้งหมด มีนัยสำคัญทางสถิติต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเพิ่มผลิตภาพแรงงานในประเทศไทย Adam Blake (2006) กล่าวว่า การเพิ่มทุนมนุษย์ อาทิ การเข้ารับการอบรม การฝึกฝนทักษะ เป็นต้นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเพิ่มผลิตภาพแรงงาน

2. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ คือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางด้านสังคม สอดคล้องกับ พรเพ็ญ สดศรีชัย (2559) และ ยุทธศักดิ์ สุภสร (2560) ที่กล่าวว่า ลักษณะสังคมเกษตรกรรม ชื่อเสียงอาหารไทยที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก ลักษณะความใจกว้างของคนไทยในการต้อนรับคนทุกกลุ่ม นอกจากนี้ ปัจจัยอื่นๆ ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่เข้ามาสนับสนุนการท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรม

3. ปัจจัยสถานประกอบการที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ คือรูปแบบธุรกิจ ซึ่งรวมถึงการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และการพัฒนาพนักงาน ซึ่งสอดคล้องแนวคิด POSDCORB (Luther Gulick and L. Urwick, 1937) ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การกำหนดเป้าหมายที่จะทำให้องค์กรดำเนินต่อไปและประสบความสำเร็จ รวมทั้ง José Luis Sánchez-Ollero (2015) พบว่า ผลิตภาพแรงงานของสถานประกอบการจะเพิ่มขึ้น ถ้าองค์กรมีระบบการจัดการที่ได้รับการรับรองหรือมีมาตรฐานเฉพาะการบริหาร

ทั้งนี้การพัฒนานโยบายการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พัก กลยุทธ์ที่ควรเลือกใช้ คือ กลยุทธ์เชิงรับ เพื่อแก้ไขจุดอ่อนจากการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยเฉพาะการปรับบทบาทเป็นผู้ควบคุม หรือผู้สนับสนุน ส่วนการดำเนินงานพัฒนาแรงงานให้เป็นหน้าที่เอกชน หรือหน่วยงานอื่นที่มีศักยภาพ สอดคล้องกับข้อเสนอของ Tom Bauma & Edith Szivasb (2008) ที่กล่าวว่า ภาครัฐควรพัฒนางานด้านคำปรึกษาด้านนโยบาย และการพัฒนาโปรแกรมต่างๆ ที่จะช่วยส่งเสริมคุณภาพและผลิตภาพของคนในสายงานบริการ มากกว่าการบทบาทเป็นผู้ปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการนำนโยบายไปปฏิบัติของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พัก ได้แก่

1.1) ควรทบทวนภารกิจ/โครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเพิ่มผลิตภาพแรงงานสาขาบริการที่พัก จากหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่มีการดำเนินงานคล้ายกัน เพื่อไปสู่การประหยัดงบประมาณ การสร้างองค์ความรู้ให้กระชับ และสร้างความเท่าเทียมของสิทธิประโยชน์ที่แรงงานได้รับจากการอบรม

1.2) ควรส่งเสริมการนำนโยบายการเพิ่มผลิตภาพแรงงานไปปฏิบัติตั้งแต่ระดับบุคคล อันเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะส่งผลต่อประสิทธิภาพของสถานประกอบการและประสิทธิภาพของประเทศตามลำดับ

1.3) ควรเน้นทบทวนกระบวนการออกแบบโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มผลิตภาพแรงงานเพื่อให้แรงงานสามารถทำงานได้หลากหลาย เนื่องจากความไม่แน่นอนของปัจจัยสภาพแวดล้อม และเทคโนโลยีที่จะมีผลต่อการทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสาขาบริการที่พัก

1.4) ควรให้ความสำคัญลำดับต้นในประเด็นของการปรับบทบาทหน่วยงานการนำนโยบายปฏิบัติของภาครัฐเป็นผู้ควบคุมมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มผลิตภาพแรงงาน และสนับสนุน การสร้างเงื่อนไขที่เอื้ออำนวยให้สถานประกอบการทุกขนาดและแรงงานไม่มีอุปสรรคในการพัฒนาผลิตภาพแรงงาน

2. ข้อเสนอแนะต่อการวิเคราะห์ทางด้านสถิติ คือ ควรวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละปัจจัยและตัวแปรตามเพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ที่ชัดเจน ซึ่งจะมีผลต่อนำผลการศึกษาอธิบายปรากฏการณ์ และพัฒนานโยบายการเพิ่มผลิตภาพแรงงานภาคการท่องเที่ยว สาขาบริการที่พัก

3. ข้อเสนอแนะต่อการวิจัยครั้งต่อไปสำหรับผู้สนใจ ได้แก่

3.1) ควรเพิ่มการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานประกอบการขนาดต่างๆ ในแต่ละพื้นที่ อาทิ เมืองหลักและเมืองรอง มาประกอบการวิเคราะห์เพราะแต่ละพื้นที่มีปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

3.2) ควรมีการศึกษานโยบายด้านแรงงานในการเตรียมพร้อมคนช่วงรอยต่อการเปลี่ยนผ่านจากวัยเรียนสู่การทำงาน รวมทั้งมีการติดตามการใช้ประโยชน์จากกลุ่มที่เข้าสู่ตลาดแรงงาน เพื่อนำมาสู่กระบวนการจัดการศึกษาในสถานประกอบการ รวมทั้งพัฒนาหลักสูตรการพัฒนาแรงงานที่อยู่ในตลาดแรงงานแล้ว

เอกสารอ้างอิง

พรเพ็ญ สดศรีชัย. (2559). มุมมองด้านเศรษฐกิจมหภาคต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย. สืบค้นจาก :

http://intelligencecenter.tat.or.th/wp-content/uploads/2016/03/160309_ธนาคารแห่งประเทศไทย.pdf.

ยุทธศักดิ์ สุภสร. (2560). การนำเสนอทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ปี 2561. สืบค้นจาก

https://tatreview.files.wordpress.com/2017/11/tat42017_60-67-tourism-report.pdf.

เสาวณี จันทะพงษ์ และ กัมพล พรพัฒน์ไพศาล. (2562) . การยกระดับทักษะแรงงานไทย: โจทย์ใหญ่ในยุคเทคโนโลยี

เปลี่ยนโลก. สืบค้นจาก [https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_20](https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_20Feb2019.aspx)

Feb2019.aspx.

- Adam Blake. (2006). *Tourism productivity: Evidence from the United Kingdom*. Retrieved from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738306000661>
- Daniel L. Stufflebeam. (2003). *The CiPP Model for evaluation*. Retrieved from <https://www.scribd.com/document/58435354/The-Cipp-Model-for-Evaluation-by-Daniel-L-Stufflebeam>
- Holjevac I. A. (2001). *Labour productivity in the Croatian hotel industry : The source of prosperity and Poverty tourism hospitality management*. Retrieved from <https://hrcak.srce.hr/181711>
- James E. Anderson. (2002). *Public policy making : an introduction*. New York: Houghton mifflin.
- Pholphirul Piriya. (2017). Educational mismatches and labor market outcomes: Evidence from both vertical and horizontal mismatches in Thailand. *Education + Training*. **59** (5), pp.534-546. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/ET-11-2016-0173>
- José Luis Sánchez-Ollero , Alejandro García-Pozo, Macarena Marchante-Lara. (2015). Measuring the effects of quality certification on labour productivity: An analysis of the hospitality sector. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, **27** (6), 1100-1116. doi.10.1108/IJCHM-02-2014-0057
- Tom Bauma & Edith Szivasb. (2008). *HRD in tourism: A role for government?*. Retrieved from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S026151770700194X>

NBUS0005: การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม

PEOPLE PARTICIPATION IN CRIME PREVENTION AND SUPPRESSION IN THE RESPONSIBILITY AREA OF NAKHON CHAI SI POLICE STATION NAKHON PATHOM

กฤตวัฒน์ สังขวารี¹ วันจักร น้อยจันทร์²

¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

² คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับ การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม และเพื่อเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วม ของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจโดยวิธีการเก็บข้อมูลคือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในรายชื่อตามทะเบียนบ้านของอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม จำนวน 101,018 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ที่ระดับความคาดเคลื่อนที่ระดับ 0.01 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย 400 ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหา ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยกรณีตัวอย่าง 2 (t-test independent) และใช้สถิติแบบ F-test

ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.30$, $SD = .330$) 2) การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลในการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิฐานะ และระยะที่อยู่อาศัยต่างก็มีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วมของประชาชน, การป้องกันและปราบปราม,อาชญากรรม, สถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม

Abstract

The objective of this research is to study the level of people participation in fighting and suppressing crimes in the criminal liability area of Nakhon Chai Si Police Station, Nakhon Pathom Province, and to compare the level of people participation in Prevention and suppression of crimes in the area of responsibility of Nakhon Chai Si Police Station, Nakhon Pathom Province, classified by personal

factors The survey research methodology was based on data collection, consisting of 101,018 residents of Nakhon Chai Si District, Nakhon Pathom Province. The sample group was determined by using the formula of sample samples of Taro Yamane, who The 95 percent confidence level at the level of anticipation of 0.01 was 400 samples. The research instruments were a questionnaire and Data were analyzed by means of percentage, mean, standard deviation, comparison of mean values of case 2 (t-test independent) and using F-test statistics.

The results of the study showed that: 1. Participation levels Of people in prevention and suppression of crime in the responsibility area of Nakhon Chai Si Police Station, Nakhon Pathom Province, in overall, the high level ($X = 4.30$, $SD = 3.30$) 2.) Comparison of personal factors Regarding the participation of people in crime prevention and suppression in the responsibility area of Nakhon Chai Si Police Station, Nakhon Pathom Province classified by personal factors, it was found that people with different sex, age, education, occupation, domicile and residence period participated in The prevention and suppression of crimes in the responsibility area of Nakhon Chai Si Police Station, Nakhon Pathom Province are significantly different. Statistical significance at the level of 0.01

Keywords: people participation, crime prevention and suppression, Nakhon Chai Si Police Station, Nakhon Pathom Province

บทนำ

อาชญากรรมเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากการอยู่ร่วมกันในสังคมแต่จะมีความรุนแรงมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับ การแปรผัน และเป็นผลมาจากปัญหาที่เชื่อมโยงกันแต่ สถานการณ์ทางการเมืองเศรษฐกิจ และสังคมปัจจุบัน สถานการณ์ทุกด้านมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วเป็นเหตุให้เกิดทั้งผลดีและผลเสียผลเสียนั้นก่อให้เกิดวิกฤต เศรษฐกิจบริษัทหลายแห่งต้องล้มละลายปิดกิจการเกิดการว่างงานแรงงานส่วนหนึ่งกับชุมชนบทพร้อมกับความ ยากจนแย่งชิงทรัพยากรธรรมชาติเพื่อความอยู่รอดของตนเองเกิดปัญหาความขัดแย้งในผลประโยชน์นำไปสู่การ ประทุษร้ายต่อชีวิตร่างกายประทุษร้ายต่อทรัพย์สินส่งผลต่อการดำรงชีวิตประจำวันของประชาชนเป็นปัญหาสังคม โดยรวมเป็นเงื่อนไขนำไปสู่ปัญหาอาชญากรรมที่สร้างความสูญเสียต่อชีวิตทรัพย์สินและประชาชนและความเสียหาย แก่รัฐเป็นอย่างมากอาชญากรรมในปัจจุบันมีแนวโน้มของความรุนแรงและซับซ้อนมากขึ้นตามความเจริญของ เทคโนโลยี และความทันสมัยของการสื่อสารแขนงต่างๆ ซึ่งที่ยั่งยืนได้ก็คือสถิติคดีอาชญากรรมที่เพิ่มขึ้นในแต่ละ ปีข่าวอาชญากรรมตามหน้าหนังสือพิมพ์หรือจากสื่อต่างๆ หน่วยงานทางด้านกระบวนการยุติธรรมที่ตั้งขึ้นมาใหม่ หรือมีการปรับปรุงระบบการทำงานแบบใหม่เพื่อรองรับปัญหาอาชญากรรมและจำนวนนักโทษที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี จนเรียกได้ว่าล้นคุกขอบเขตและปริมาณความร้ายแรงของอาชญากรรมเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของบุคคล โดยทั่วไปเพราะขอบเขตของอาชญากรรมเป็นตัวบ่งชี้ถึงความร้ายแรงของอาชญากรรมที่ สามารถนำไปเปรียบเทียบ กับจำนวนอาชญากรรมในอดีตหรือคาดคะเนปัญหาอาชญากรรมในอนาคต จากสภาพ สถานการณ์ของสังคมในโลก ปัจจุบันทุกสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาประเทศไทยเป็นส่วนหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลง อย่างต่อเนื่องทำให้เกิดปัญหาสังคมขึ้นมากมาย ในสภาวะที่เศรษฐกิจกำลังปีบ รับตัวค่าครองชีพสูงขึ้นในขณะที่

รายได้ต่อหัวของบุคคลไม่ได้สูงขึ้นชีวิตความเป็นอยู่มีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะที่ต่างคนต่างอยู่ทำให้เกิดปัญหาขึ้น เช่น ปัญหาความยากจนปัญหาเศรษฐกิจปัญหาอาชญากรรมเป็นต้น (วิชัย นาวิณอนันต์. 2548) ปัญหาอาชญากรรมถือเป็นปัญหาสังคมทุกสังคมและเป็นปัญหาที่อยู่คู่สังคมมนุษย์มาโดยตลอดไม่มีสังคมใดที่ปราศจากอาชญากรรม เพราะอาชญากรรมเป็นปัจจัยหนึ่งของสังคมจึงไม่ปรากฏว่ามีสังคมใดที่ปราบปรามอาชญากรรมได้หมดสิ้นไปได้ ขึ้นอยู่เพียงแต่ว่าสถานการณ์ควบคุมอาชญากรรมได้อยู่ในขอบเขตจำกัดมีให้เป็นเชื้อโรดแพร่กระจายอันก่อให้เกิดอันตรายร้ายแรงต่อสังคม (ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์. 2556) จากสถิติ คดีอาชญากรรมทั่วราชอาณาจักรประจำปี พ. ศ. 2561 หน่วยงาน กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง จำนวนคดีที่รับคำร้องทุกข์ 1,554 คดีจับกุมได้ 554 คดี หน่วยงานกองบัญชาการตำรวจนครบาลจำนวนคดีที่รับคำร้องทุกข์ 57,480 คดีจับกุมได้ 48,040 คดีและหน่วยงาน ตำรวจภูธรภาค 1 -9 จำนวนคดีที่รับคำร้องทุกข์ 400,439 คดีจับกุมได้ 375,570 คดี (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. 2561) เมื่อมีพิจารณาในภาพรวมจะเห็นว่าคดีในกลุ่มต่างๆ ที่เกิดขึ้นจำนวนมากในขณะที่ยกเลิกการจับกุมต่ำเนื่องจาก ปัจจุบันหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ตำรวจในการป้องกันปราบปรามอาชญากรรมตลอดจนให้ความช่วยเหลือประชาชนในการกระจัดหรือบรรเทาปัญหาสังคมอื่นๆ มีสภาพความพร้อมในการดำเนินงานในระดับหนึ่งจึงเป็น ปัจจัยสำคัญที่ทำให้แนวโน้มของการเกิดอาชญากรรมยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่องและขยายกว้างมากขึ้นสำนักงานตำรวจแห่งชาติ royalthaipolice.go.th โดยเฉพาะตามชุมชนหรือหมู่บ้านต่างๆส่งผลให้เกิดปัญหาหลายอย่างตามมาจำเป็นอย่างยิ่ง ต้องแสวงหาความร่วมมือจากประชาชนในการร่วมมือการป้องกันปราบปรามอาชญากรรม ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์ (2526: 3) มีความเห็นว่าการศึกษอาชญากรรมเป็นเรื่องปัญหาของบุคคลและสังคม ดังนั้นควรให้ความสนใจในเรื่อง ความช่วยเหลือในการป้องกันและการมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมให้มากขึ้นชุมชนควรดำเนินปัญหา อาชญากรรมในรูปแบบต่างๆที่เกิดขึ้นไม่ได้หมายถึงภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ ต่อเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วน เกี่ยวข้อง ได้แก่ตำรวจหรือฝ่ายปกครองเพียงฝ่ายเดียวเท่านั้นที่จะแก้ปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสบความสำเร็จเพราะปัญหาที่เกิดจากหลายๆสาเหตุปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นย่อมไม่มี ผลดีต่อภาพรวม ของประเทศชาติเป็นอย่างยิ่งเพราะนั่นหมายความว่าสังคมนั้นนั้นไม่มีความปลอดภัยและมีความเสี่ยงสูงทำให้การพัฒนาในด้านอื่นๆ

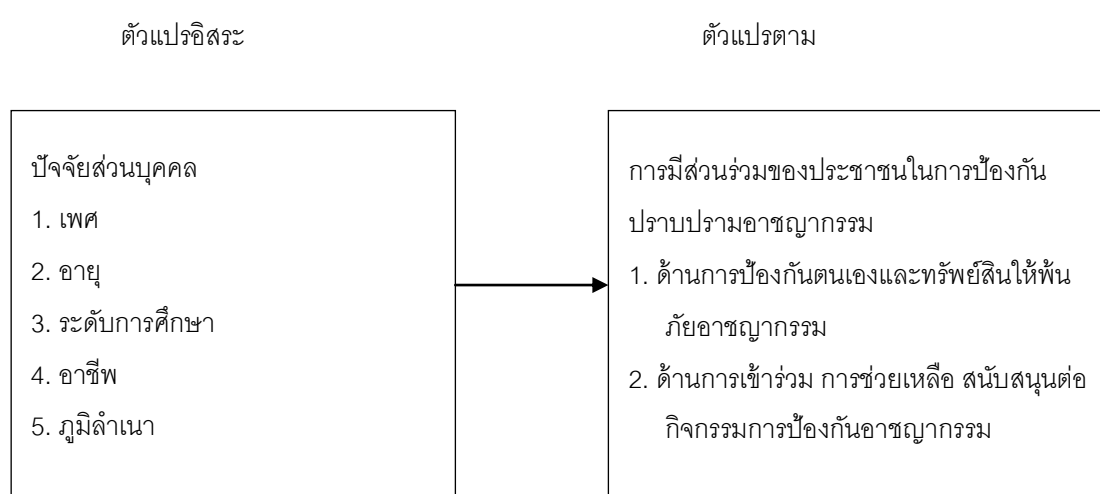
ในการนี้ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรมกรณีศึกษาสถานีตำรวจ ตำรวจภูธรนครชัยศรีวาระดับอาชญากรรมในพื้นที่ที่มีมากน้อยแค่ไหนและพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัย ศรีมีความสำคัญเพื่อนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมรวมทั้งการพัฒนาให้ ข้อเสนอแนะทางด้านอาชญากรรมแก่ชุมชนและประชาชนให้มีประสิทธิภาพการเกิดประโยชน์สูงสุด ต่อประชาชน และประเทศชาติอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในด้านการป้องกันในพื้นที่รับผิดชอบของสถานี ตำรวจภูธร นครชัยศรีจังหวัด นครปฐม
2. เพื่อเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในด้านการป้องกันในพื้นที่รับผิดชอบของสถานี ตำรวจภูธร นครชัยศรีจังหวัด นครปฐมจำแนกตามปัจจัยภูมิหลังส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาและข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในด้านการป้องกันปราบปราม อาชญากรรม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงระดับและผลการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยมาพัฒนาเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัย

ประชาชนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันจะมีระดับการมีส่วนร่วมในการป้องกันปราบปรามอาชญากรรมกรณีศึกษาสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรีแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นประชาชนในเขตชุมชนสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรีหรือหมู่บ้านจำนวน 101,018 คน (ระบบสถิติทางการทะเบียน สถิติประชากรและบ้าน <http://stat.dopa.go.th>: 2561)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นประชาชนในเขตชุมชนสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.01 (Taro Yammana. 1973: 725) มีวิธีการเลือกโดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ปรับปรุงขึ้นมาจากแบบสอบถามการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันปราบปรามอาชญากรรมของ สาโรจน์ กล่อมจิต (2747: 99 – 103) โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องแบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา แบบถามตอบ จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในด้านการป้องกันและปราบปรามในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี โดยแต่ละคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 5 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ด้วยการขอความร่วมมือจากชุมชนเพื่อทำการศึกษ เพื่อพบปะประชาชนและได้นำแบบสอบถามไปมอบให้กับกลุ่มประชากรตัวอย่างที่ทำการวิจัย ทำการตอบแบบสอบถามโดยใช้วิธีการกรอกแบบสอบถามและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมมาได้ทั้งหมดดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์อีกครั้งหนึ่ง หลังจากนั้นนำข้อมูลไปประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์ ดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา ระยะเวลาที่อยู่อาศัย เป็นลักษณะแบบถามตอบ จำนวน 5 ข้อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในด้านการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม จำนวน 2 ด้าน คือ ด้านการป้องกันทรัพย์สินให้พ้นภัย อาชญากรรมด้านการเข้าร่วม การช่วยเหลือ สนับสนุนต่อกิจกรรมการป้องกันอาชญากรรม วิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standerd Deviation) และมีลักษณะการประเมินผลระดับการมีส่วนร่วมกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งออกเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) 5 ระดับดังนี้

คะแนน	ระดับการมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม
4.50-5.00	หมายถึง การมีส่วนร่วมมากที่สุด
3.50-4.49	หมายถึง การมีส่วนร่วมมาก
2.50-3.49	หมายถึง การมีส่วนร่วมปานกลาง
1.50-2.49	หมายถึง การมีส่วนร่วมน้อย
1.00-1.49	หมายถึง การมีส่วนร่วมน้อยที่สุด

การทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ t-test และ F-test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทาง (Oneway Anova Analysis) และทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD กรณีที่พบความแตกต่าง

สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 1 การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม	$\bar{X}$	S.D	ระดับปฏิบัติ
1. ด้านการป้องกันทรัพย์สินให้พ้นภัยอาชญากรรม	4.40	.361	มาก
2. ด้านการเข้าร่วม การช่วยเหลือ สนับสนุนต่อกิจกรรมการป้องกันอาชญากรรม	4.20	.460	มาก
รวม	4.30	.330	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.30$, $SD = 0.330$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ดังนี้ด้านที่อยู่ในระดับมากคือด้านการป้องกันทรัพย์สินให้พ้นภัยอาชญากรรม ($\bar{X}=4.40$, $SD = 0.361$) และด้านการเข้าร่วม การช่วยเหลือ สนับสนุนต่อกิจกรรมการป้องกันอาชญากรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$, $SD = 0.460$)

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม

ตัวแปร	t/F	Sig	คู่ที่แตกต่าง
เพศ	-1.036**	.000	เพศชายแตกต่างกับเพศหญิง
อายุ	18.110**	.000	อายุ 20 – 30 ปี แตกต่างกับอายุ 41-50 อายุ 20 – 30 ปี แตกต่างกับอายุ 51 ปีขึ้นไป อายุ 31 – 40 ปี แตกต่างกับอายุ 41-50 ปี อายุ 31 – 40 ปี แตกต่างกับอายุ 51ปีขึ้นไป
ระดับการศึกษา	-12.254**	.000	ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีแตกต่างกับระดับ การศึกษาปริญญาตรี
ภูมิลำเนา	2.487**	.000	กรุงเทพมหานครแตกต่างกับอำเภอนครชัยศรี

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม (ต่อ)

ตัวแปร	t/F	Sig	คู่ที่แตกต่าง
อาชีพ	37.789**	.000	อาชีพข้าราชการ แตกต่างกับอาชีพค้าขาย อาชีพข้าราชการ แตกต่างกับนิสิต/นักศึกษา อาชีพพนักงานบริษัท แตกต่างกับอาชีพค้าขาย อาชีพพนักงานบริษัท แตกต่างกับ นิสิต/นักศึกษา อาชีพธุรกิจส่วนตัวแตกต่างกับอาชีพค้าขาย อาชีพธุรกิจส่วนตัว แตกต่างกับนิสิต/นักศึกษา อาชีพค้าขาย แตกต่างกับอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้าง อาชีพค้าขาย แตกต่างกับ นิสิต/นักศึกษา อาชีพค้าขาย แตกต่างกับ ผู้เกษียณ/ว่างงาน
ระยะเวลาที่อยู่ในชุมชน	30.455**	.000	ผู้ที่อยู่อาศัยน้อยกว่า3ปี แตกต่างกับ ผู้ที่อยู่อาศัย 3 – 5 ปี ผู้ที่อยู่อาศัยน้อยกว่า3ปี แตกต่างกับ 5 – 10 ปี ผู้ที่อยู่อาศัย 3 – 5 ปี แตกต่างกับผู้ที่อยู่อาศัย มากกว่า 10ปี ผู้ที่อยู่อาศัย 5 – 10 ปี แตกต่างกับผู้ที่อยู่อาศัย มากกว่า 10 ปี

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม (Sig = .000) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมอย่างน้อย 2 กลุ่ม (Sig = .000) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณารายคู่ พบว่า 1). อายุ 20 – 30 ($\bar{X}=4.168$) ปีแตกต่างกับอายุ 41-50 ($\bar{X}=4.410$) และ 51 ปีขึ้นไป ($\bar{X}=4.401$) 2). อายุ 31 – 40 ปี ($\bar{X}=4.200$)แตกต่างกับอายุ 41-50 ปี ($\bar{X}=4.410$) และ 51 ปีขึ้นไป ($\bar{X}=4.401$) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม (Sig = .000) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมอย่างน้อย 4 กลุ่ม (Sig = .000) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายคู่ พบว่า 1). ผู้ประกอบอาชีพข้าราชการ ($\bar{X}=4.500$) แตกต่างกับ อาชีพค้าขาย ($\bar{X}=4.054$) และ นิสิต/นักศึกษา ($\bar{X}=4.300$) 2). ผู้ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ($\bar{X}=4.515$) แตกต่างกับ ผู้ประกอบอาชีพค้าขาย ($\bar{X}=4.054$) และ นิสิต/นักศึกษา ($\bar{X}=4.300$) 3). ผู้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X}=4.478$) แตกต่างกับ ผู้ประกอบอาชีพค้าขาย ($\bar{X}=4.054$) และ นิสิต/นักศึกษา

($\bar{x}=4.300$) 4). ผู้ประกอบอาชีพค้าขาย ($\bar{x}=4.054$) แตกต่างกับ ผู้ประกอบอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้าง ($\bar{x}=4.400$) และนิสิต/นักศึกษา ($\bar{x}=4.300$) และ ผู้เกษียณ/ว่างงาน ($\bar{x}=4.400$) กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม (Sig = .000) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม (Sig = .000) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายค่ออย่างน้อย 3 กลุ่ม พบว่า 1). ผู้ที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 3 ปี ($\bar{x}=4.455$) แตกต่างกับ ผู้ที่อยู่อาศัย 3 – 5 ปี ($\bar{x}=4.065$) และ 5 – 10 ปี ($\bar{x}=4.165$) 2). ผู้ที่อยู่อาศัย 3 – 5 ปี ($\bar{x}=4.065$) แตกต่างกับ ผู้ที่อยู่อาศัย มากกว่า 10 ปี ($\bar{x}=4.395$) 3). ผู้ที่อยู่อาศัย 5 – 10 ปี ($\bar{x}=4.165$) แตกต่างกับ ปี แตกต่างกับ ผู้ที่อยู่อาศัย มากกว่า 10 ปี ($\bar{x}=4.395$)

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

จากการศึกษา การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี พบว่า โดยภาพรวมระดับของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี อยู่ในระดับมาก เนื่องจาก ประชาชนส่วนใหญ่ในอำเภอ นครชัยศรีให้ความสำคัญกับการป้องกันอาชญากรรมและรักษาชีวิตและทรัพย์สินให้พ้นภัยอาชญากรรมและให้ความร่วมมือกับสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรีในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในชุมชนของตนเองทำให้ผลออกมาในระดับมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยนายณฐกร คำประสิทธิ์ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรมกรณีศึกษา ตำบลเขาคันทรง อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรมกรณีศึกษาตำบลเขาคันทรง อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้วิจัยอภิปรายเป็นรายด้านได้ดังนี้ ผลการศึกษา พบว่า ด้านการป้องกันทรัพย์สินให้พ้นภัยอาชญากรรม การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากประชาชนมีความเข้าใจในเรื่องการป้องกันอาชญากรรมและมีความรู้ในการป้องกันตนเองและทรัพย์สินของตนเองให้ไม่ต้องตกเป็นเหยื่อของอาชญากรรมและมิจฉาชีพ และ ด้านการเข้าร่วมการช่วยเหลือ สนับสนุนต่อกิจกรรมการป้องกันอาชญากรรมการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากเนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่มีส่วนร่วมกับสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรีจึงได้เข้าร่วมโครงการต่างๆในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมที่สถานีตำรวจนครชัยศรีจัดทำขึ้นเพื่อรณรงค์ลดอาชญากรรมในพื้นที่สถานีตำรวจนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีชากรณ์ เหมอำพมาตร์ ศึกษาในเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันปัญหาอาชญากรรมในเขตพื้นที่ รับผิดชอบสถานีตำรวจนครบาลคลองตัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

การเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครชัยศรี ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่าประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นผู้ชายจึงห่วงความปลอดภัยในครอบครัวและทรัพย์สินภายในบ้านมากกว่าผู้หญิงและมีความคิดในการป้องกันอาชญากรรมที่จะเกิดขึ้นล่วงหน้า ซึ่งสอดคล้องกับ

งานวิจัย กฤษณ์ มีบำรุง (2556) ได้ทำการศึกษาการมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม: กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดมหานาค เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันปราบปรามอาชญากรรมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุอาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันปราบปรามอาชญากรรมไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศอาชีพ และระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันปราบปรามอาชญากรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เนื่องจากปัจจุบันประชาชนที่มีอายุน้อยอาจตกเป็นเหยื่อของอาชญากรรมและต้องหาหนทางที่จะป้องกันตนเองและทรัพย์สินให้พ้นภัยอาชญากรรม ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัย นฤกร คำประสิทธิ์ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรมกรณีศึกษาตำบลเขาคันทอง อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ศึกษา พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรม ภาพรวมและรายด้านทั้ง 2 ด้าน ไม่แตกต่างกัน

ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ในอำเภอนครชัยศรีมีการสนิทสนมกับเพื่อนบ้านมากพอสมควรจึงช่วยกันเป็นหูเป็นตาและเนื่องด้วยประชากรส่วนใหญ่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจึงทำให้อาชญากรรมไม่เป็นปัญหาต่อประชาชนในอำเภอนครชัยศรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย กฤษณ์ มีบำรุง (2556) ได้ทำการศึกษาการมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม: กรณีศึกษา ชุมชนมัสยิดมหานาค เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันปราบปรามอาชญากรรมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุอาชีพ รายได้ต่อเดือนและระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันปราบปรามอาชญากรรมไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศอาชีพ และระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันปราบปรามอาชญากรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ประชาชนที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เนื่องจากโดยส่วนมากประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอนครชัยศรีภูมิลำเนาอยู่ที่อำเภอนครชัยศรีจึงทำให้การป้องกันอาชญากรรมลดน้อยลง เพราะบุคคลในท้องที่ย่อมมีความเคยชินที่จะป้องกันตนเองและทรัพย์สินของตนให้พ้นภัยอาชญากรรม ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัย นฤกร คำประสิทธิ์ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรมกรณีศึกษาตำบลเขาคันทอง อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรม ภาพรวมและรายด้านทั้ง 2 ด้าน ไม่แตกต่างกัน

ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครชัยศรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เนื่องจากประชาชนในอำเภอนครชัยศรีมีอาชีพค้าขายมากที่สุดซึ่งอาชีพค้าขายจะออกจากบ้านหรือที่พักอาศัยไม่เป็นเวลาจึงยากต่อการก่อ

อาชญากรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุชัย จินดารัตน์ (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การให้ความร่วมมือของประชาชนต่อการ ป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมของข้าราชการตำรวจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ผลศึกษาพบว่า เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อให้ความร่วมมือของประชาชนในการป้องกัน และ ปราบปรามอาชญากรรมประชาชนที่มีเพศต่างกัน ให้ความร่วมมือของประชาชนในการป้องกันและ ปราบปรามอาชญากรรมโดยรวมไม่ต่างกัน และประชาชนที่มีอายุสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาที่พักอาศัย และ ความรู้ความเข้าใจต่างกันการให้ความร่วมมือของประชาชน ในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ประชาชนที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยต่างกัน มีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลศรี นครินทร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เนื่องจากประชาชนในอำเภอนครบาลศรีนครินทร์ส่วนมากมีระยะเวลาที่อยู่อาศัยมากกว่า10ปีและตกเป็นเหยื่อของอาชญากรรมหลายครั้งจึงมีวิธีที่จะป้องกันตนเองและคนในครอบครัวให้พ้นจากการตกเป็นเหยื่อของอาชญากรรมได้โดยวิธีใดบาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุชัย จินดารัตน์ (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การให้ความร่วมมือของประชาชนต่อการ ป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมของข้าราชการตำรวจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ผลศึกษาพบว่า เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อให้ความร่วมมือของประชาชนในการป้องกัน และ ปราบปรามอาชญากรรมประชาชนที่มีเพศต่างกัน ให้ความร่วมมือของประชาชนในการป้องกันและ ปราบปรามอาชญากรรมโดยรวมไม่ต่างกัน และประชาชนที่มีอายุสถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาที่พักอาศัย และความรู้ความเข้าใจต่างกันการให้ความร่วมมือของประชาชน ในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.01

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษา พบว่า ประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครบาลศรี นครินทร์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก จึงจำเป็นต้องพัฒนาระดับการมีส่วนร่วมซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเน้นการพัฒนาด้านการเข้าร่วม การช่วยเหลือ สนับสนุนต่อกิจกรรมการป้องกันอาชญากรรมได้มากขึ้น โดยการจัดกิจกรรมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการรณรงค์ความร่วมมือกันป้องกันอาชญากรรมในชุมชน

2. จากผลการเปรียบเทียบ พบว่า ประชาชนที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิฐานะ และระยะที่อยู่อาศัยต่างกันมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรนครบาลศรี นครินทร์แตกต่างกัน ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเน้นพัฒนา ประชาชนที่อายุ 20-30 ปี ประชาชนผู้ประกอบอาชีพค้าขายและประชาชนที่ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 3-5 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีส่วนร่วมน้อยที่สุด โดยจัดกิจกรรมให้มุ่งเน้นที่กลุ่มเป้าหมายที่มีส่วนร่วมน้อย

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณ์ มีบำรุง. (2556). การมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม: กรณีศึกษาชุมชนมัสยิดมหานาค เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร.
- นุฏกร คำประสิทธิ์. (2557). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรม : กรณีศึกษาดำบลคันทรอ อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี มหาวิทยาลัยรังสิต.
- นวลจันทร์ ทศนชัยกุล. (2548). อาชญากรรมการป้องกัน: การควบคุม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปรีชากรณ์ เหมอำพมาตย์. (2559). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันปัญหาอาชญากรรมในเขตพื้นที่รับผิดชอบสถานีตำรวจนครบาลคลองตัน กรุงเทพมหานคร
- ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์ (2526). การควบคุมอาชญากรรมจากสภาพแวดล้อม : หลักทฤษฎีและมาตรการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์
- วิชัยนาวัน อนันต์. (2548). ประสิทธิภาพของโครงการตำรวจชุมชนสัมพันธ์ ในกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 1 : กรณีศึกษาเฉพาะสถานีตำรวจภูธร ในจังหวัดนนทบุรี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.
- สาโรจน์ กล่อมจิต. (2547). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรม เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2561). สถิติคดีอาญา. สืบค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2562 จาก <http://pitc.police.go.th/dirlist/dirlist.php?dir=/crimes>.
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2561). ระบบสถิติทางทะเบียน. สืบค้นเมื่อ 28 พฤษภาคม 2562 จาก <http://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statTDD/>.
- อนุชัย จินดารัตน์. (2552). การให้ความร่วมมือของประชาชนต่อการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมของข้าราชการตำรวจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- Yamane, T. (1973). Statistics an introduction analysis. New York: Harper & Row

NBUS0006: คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม จังหวัด สมุทรสาคร
QUALITY OF WORKING LIFE OF PERSONNEL OF KHOK KHAM SUBDISTRICT ADMINISTRATIVE
ORGANIZATION

เนตรมณี คงนายศ¹ บุญวัฒน์ สว่างวงศ์² วันจักร น้อยจันทร์³

¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

² คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

³ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1.) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม 2.) เพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขามตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยใช้วิธีวิจัยเพื่อสำรวจประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ บุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม จำนวน 182 คน แบบมาตราส่วนประเมินค่าลักษณะ (Rating Scale) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า (t-test) และการทดสอบค่าเอฟ (F-test) ผลการศึกษาพบว่า 1.คุณภาพชีวิตการทำงานองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานโดยรวม อยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\mu = 1.50$, $\sigma = 0.48$) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีคุณภาพชีวิตการทำงานน้อยที่สุด 3 ด้านแรก คือ ด้านความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์กับสังคมอยู่ในระดับ น้อยที่สุด ($\mu = 1.36$, $\sigma = 0.49$) ด้านความสมดุลระหว่างหน่วยงานกับชีวิตส่วนตัวอยู่ในระดับ น้อยที่สุด ($\mu = 1.50$, $\sigma = 0.48$) ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน ($\mu = 0.51$, $\sigma = 0.53$) 2.เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับคุณภาพชีวิตการทำงานองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม พบว่า อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ พบว่า โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิตการทำงาน, องค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม, บุคลากร

Abstract

The objective of this study was 1.) to evaluate the quality of working life of personnel of Khok Kham subdistrict administrative organization 2.) to compare the quality of working life levels distributed by personal factors of personnel of Khok Kham subdistrict administrative organization. The quantitative research method was employed in this study. The samples were 182 staff . The data were collected using 5-point rating scale questionnaire (highest, high, moderate, less, and least) The data were statistically analyzed in average, standard deviation, T-test, F-test and Analysis of Variance (ANOVA).

The results illustrated that 1.) the overall quality of working life of personnel of Khok Kham subdistrict administrative organization was at least ($\mu = 1.50$, $\sigma = 0.48$) When considering each category,

these 3 categories were found at least level, relevant and beneficial to society ($\mu = 1.36$, $\sigma = 0.49$), balance between departments and life ($\mu = 1.50$, $SD = 0.48$), and social integration or collaboration ($\mu = 0.51$, $\sigma = 0.53$) respectively. When comparing the quality of working life levels distributed by personal factors of personnel of Khok Kham subdistrict administrative organization factor. 2.) Those who had different age, educational level, career position, and salary had different involvement in the levels of the quality of working life levels at significance level 0.05.

Keywords: Quality of working life, Subdistrict administrative organization, Personnel

บทนำ

มนุษย์ทุกคนที่เกิดมาบนโลกใบนี้ อาจจะพูดได้ว่าเกือบทุกคนจะต้องมีการดำเนินชีวิตในรูปแบบของตนเองแตกต่างกันออกไป ในการดำเนินชีวิตนั้นในส่วนใหญ่ของชีวิตก็ต้องมีการทำงานเข้ามาเป็นปัจจัยหลักเพื่อให้ชีวิตนั้นขับเคลื่อนต่อไปได้ (วัชรกานต์ นุ่นเกลี้ยง. 2555. หน้า4) ซึ่งการทำงานในแต่ละอย่างก็แตกต่างกันออกไป ตามโอกาสตามวาระ และตามความสามารถความถนัดของตนเอง และถือว่าการทำงาานนั้นเป็นการเปิดโลกกว้างให้กับตนเองและเป็นบันไดในการพัฒนาตนเองไปสู่เกียรติยศและความพึงพอใจในชีวิต

ดังนั้นคุณภาพชีวิตของบุคลากรจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการทำงานขององค์กร เพราะคนเป็นทรัพยากรที่สำคัญเป็นต้นทุนทางสังคมที่มีคุณค่า การทำให้บุคลากรมีคุณภาพชีวิตที่ดีจึงมีความจำเป็นและควรใส่ใจเป็นอย่างมาก เพราะในปัจจุบันยุคนี้มีการแข่งขันสูงการแสวงหาบุคลากรที่ดี มีความสามารถจึงเต็มไปด้วยทุกที่ทุกแห่งหน การให้คุณค่าแก่บุคลากร ให้สวัสดิการ และการดูแลเอาใจใส่บุคลากรจึงต้องแข่งขันและมากตามไปด้วย ไม่ว่าจะเป็นทำหน้าที่ใด หรือตำแหน่งไหนก็ตาม (สุนทร นามโคตรศรี. 2556. หน้า1) องค์การบริหารส่วนตำบลนับได้ว่าเป็นราชการบริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่ง ซึ่งจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสภาพัฒนาการและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2557มีอำนาจหน้าที่ในการพัฒนาตำบลในด้านต่างๆ และมีนโยบายโดยนายกองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นผู้กำหนดนโยบาย ภายในองค์กรจะมีการแบ่งเป็นหน่วยงานต่างๆ ได้เท่าที่จำเป็นตามภาระหน้าที่ของ อบต. แต่ละแห่งเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในแต่ละพื้นที่ที่รับผิดชอบต่างกันออกไป (รัตนดิกรณ จันบุตร ,2556,หน้า7) องค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม เป็นหนึ่งตำบลที่อยู่ใน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2538 พระราชบัญญัติสภาพัฒนาการและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 มีภารกิจที่สำคัญในการปฏิบัติงานเพื่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น ภายใต้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 โดยกำหนดกรอบความเป็นอิสระในการกำหนดนโยบายการปกครอง การบริหาร การบริหารงานบุคคล การเงินและการคลัง และอำนาจในการวางแผนการพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนในตำบลให้ครอบคลุมในทุกด้าน โดยเน้นการส่งเสริมและการพัฒนาสังคม และสร้างสังคมให้มีความเข้มแข็ง (เว็บไซต์องค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม)

ดังนั้นบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขามจึงถือเป็นกำลังหลักสำคัญในการบริหารและปฏิบัติของตำบลโคกขาม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาท้องถิ่นให้สำเร็จตามนโยบายและเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม เพื่อจะนำมาเป็น

แนวทางปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีขึ้นของบุคลากรสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม จ.สมุทรสาคร ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม ตามลักษณะประชากรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม

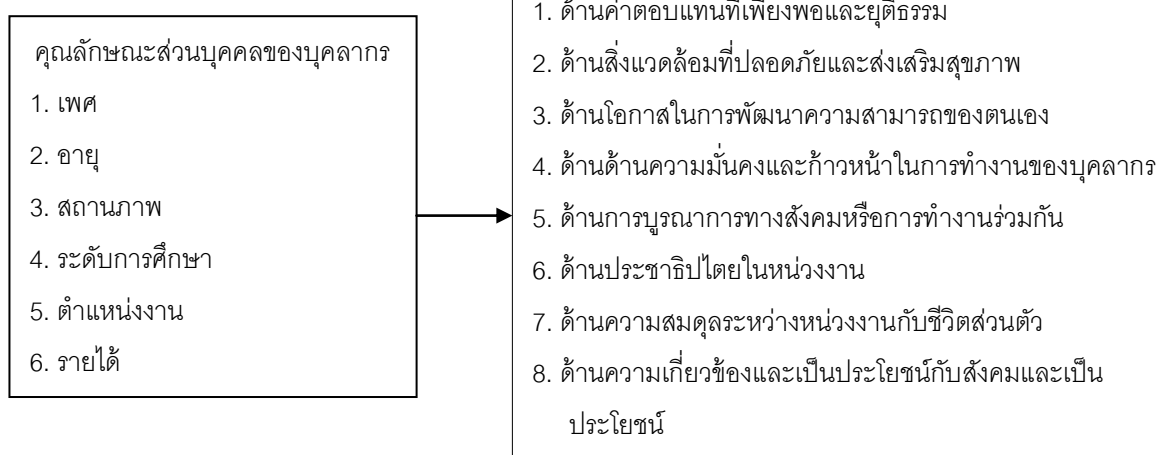
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม
2. เพื่อให้ทราบถึงระดับคุณภาพในการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขามมีจำนวนทั้งสิ้น 182 คน ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานที่เป็นข้าราชการจำนวน 43 คน ลูกจ้างประจำ 2 คน ลูกจ้างภารกิจ 58 คน ลูกจ้างทั่วไป 79 คน รวมทั้งสิ้น 182 คน โดยจะสำรวจทั้งหมด 182 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบ่งออกได้ 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และรายได้ มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามวัดระดับประสิทธิภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่าลักษณะ (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องแล้วทำการสรุป กรอบแนวคิดเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม 182 ฉบับแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ ข้อมูลดังนี้

1. ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) อธิบายระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรและการจัดลำดับความสำคัญของตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากร
2. เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากร และเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการจัดลำดับความสำคัญของตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรโดยการทดสอบ (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าแจกแจง ความถี่และร้อยละ
2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม ใช้ สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม

คุณภาพชีวิตการทำงาน	μ	σ	ระดับคุณภาพชีวิต
1. ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม	2.18	.903	น้อย
2. ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ	1.99	.660	น้อย
3. ด้านโอกาสในการพัฒนาความสามารถของตนเอง	1.59	.522	น้อยที่สุด
4. ด้านความมั่นคงและก้าวหน้าในการทำงานของบุคลากร	1.82	.658	น้อย
5. ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน	1.51	.538	น้อยที่สุด
6. ด้านประชาธิปไตยในหน่วยงาน	1.68	.614	น้อยที่สุด
7. ด้านความสมดุลระหว่างหน่วยงานกับชีวิตส่วนตัว	1.50	.488	น้อยที่สุด
8. ด้านความเกี่ยวข้องและประโยชน์กับสังคม	1.36	.491	น้อยที่สุด
รวม	1.70	.428	น้อยที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า บุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม มีคุณภาพชีวิตการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับ น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 1.70 เมื่อพิจารณารายละเอียดสรุปได้ดังนี้ ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม อยู่ในระดับ น้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.18 ด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ อยู่ในระดับ น้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 1.99 ด้านโอกาสในการพัฒนาความสามารถของตนเอง อยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.59 ด้านความมั่นคงและก้าวหน้าในการทำงานของบุคลากร อยู่ในระดับ น้อย คิดเป็นร้อยละ 1.82 ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน อยู่ในระดับ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.51 ด้านประชาธิปไตยในหน่วยงาน อยู่ในระดับ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.68 ด้านความสมดุลระหว่างหน่วยงานกับชีวิตส่วนตัว อยู่ในระดับ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.50 ด้านความเกี่ยวข้องและประโยชน์กับสังคม อยู่ในระดับ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.36

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม

ตัวแปร	t/F	P-value	คู่แตกต่าง
เพศ	1.096	0.274	-
อายุ	9.91	.000	อายุต่ำกว่า 30 ปี แตกต่างกับ อายุ 50 ปีขึ้นไป อายุ 31-40 ปี แตกต่างกับ อายุ 50 ปีขึ้นไป อายุ 41-50 ปี แตกต่างกับ อายุ 50 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม (ต่อ)

ตัวแปร	t/F	P-value	คู่แตกต่าง
สถานภาพ	.751	.474	-
ระดับการศึกษา	7.79	.001	ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี แตกต่างกับ ปริญญาตรี
ตำแหน่งงาน	5.60	.001	ข้าราชการ แตกต่างกับ ลูกจ้างประจำ ข้าราชการ แตกต่างกับ ลูกจ้างตามภารกิจ ลูกจ้างประจำ แตกต่างกับ ลูกจ้างตามภารกิจ ลูกจ้างประจำ แตกต่างกับ ลูกจ้างทั่วไป
รายได้	5.55	.001	ต่ำกว่า 15,000 บาท แตกต่างกับ 15,001-30,000 บาท ต่ำกว่า 15,000 บาท แตกต่างกับ 45,000 บาท รายได้ 15,001-30,000 บาท แตกต่างกับ 45,000 บาทขึ้นไป รายได้ 3,001-45,000 บาท แตกต่างกับ 45,000 บาทขึ้นไป

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.5

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เพศชาย ($\mu = 1.74, S.D. = 0.74$) และเพศหญิง ($\mu = 1.67, S.D. = 0.39$) มีระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในองค์กรมีอายุต่างกัน คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขามแตกต่างกัน ($P\text{-value} = .000$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเปรียบเทียบตารางความแตกต่างรายคู่ตามตารางต่อไปนี้ อายุต่ำกว่า 30 ปี ($\mu = 1.71$) แตกต่างกับ อายุ 50 ปีขึ้นไป ($\mu = 2.22$), อายุ 31-40 ปี ($\mu = 1.66$) แตกต่างกับ อายุ 50 ปีขึ้นไป ($\mu = 2.22$), อายุ 41-50 ปี ($\mu = 1.55$) แตกต่างกับ อายุ 50 ปีขึ้นไป ($\mu = 2.22$) พบว่ากลุ่มตัวอย่างในองค์กรที่มีสถานภาพไม่ต่างกัน คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขามไม่แตกต่าง ($P\text{-value} = .474$) พบว่า กลุ่มตัวอย่างในองค์กรมีระดับการศึกษาต่างกัน คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขามแตกต่างกัน ($P\text{-value} = .001$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเปรียบเทียบตารางความแตกต่างรายคู่ตามตารางต่อไปนี้ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ($\mu = 1.96$) แตกต่างกับ ปริญญาตรี ($\mu = 1.63$) พบว่า กลุ่มตัวอย่างในองค์กรมีตำแหน่งงานต่างกัน คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขามแตกต่างกัน ($P\text{-value} = .001$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเปรียบเทียบตารางความแตกต่างรายคู่ตามตารางต่อไปนี้ ข้าราชการ ($\mu = 1.69$) แตกต่างกับ ลูกจ้างประจำ ($\mu = 1.37$), ข้าราชการ ($\mu = 1.69$) แตกต่างกับ ลูกจ้างตามภารกิจ ($\mu = 1.84$), ลูกจ้างประจำ ($\mu = 1.37$) แตกต่างกับ ลูกจ้างตามภารกิจ ($\mu = 1.84$), ลูกจ้างประจำ ($\mu = 1.37$) แตกต่างกับ ลูกจ้างทั่วไป ($\mu = 1.70$) พบว่ากลุ่มตัวอย่างในองค์กรมีรายได้ต่างกัน คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลโคก

ข้ามแตกต่างกัน ($P\text{-value}=.001$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเปรียบเทียบตารางความแตกต่างรายคู่ตามตารางต่อไปนี้ ต่ำกว่า 15,000 บาท ($\mu =1.79$) แตกต่างกับ 15,001-30,000 บาท ($\mu =1.58$) , ต่ำกว่า 15,000 บาท ($\mu =1.79$) แตกต่างกับ 45,000 บาท ($\mu =2.36$) , 15,001-30,000 บาท ($\mu =1.58$) แตกต่างกับ 45,000 บาทขึ้นไป ($\mu =2.36$) , 30,001-45,000 บาท ($\mu =1.73$) แตกต่างกับ 45,000 บาทขึ้นไป ($\mu =2.36$)

อภิปรายผล

จากการศึกษาคุณภาพการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม พบว่า บุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม มีคุณภาพชีวิตการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับ น้อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขามยังมีปัญหาต่อการทำงานบ้างเล็กน้อย การดูแลในด้านต่างๆต่อบุคลากรยังไม่มากพอ เท่าที่บุคลากรต้องการ เช่น ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรมได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับปริมาณงานและความรับผิดชอบและเป็นธรรมเมื่อเทียบกับผู้ปฏิบัติงานกับหน่วยงานอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน แต่ยังไม่เพียงพอต่อค่าครองชีพในปัจจุบันที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับ (ศศิกานต์ โกมินทร์ 2555) ศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรในสังกัดสำนักงานสรรพมิต พื้นที่ชลบุรี 2 ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรในสังกัดสำนักงานสรรพมิตพื้นที่ชลบุรี 2 มีคุณภาพการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า คุณภาพชีวิตการทำงานในระดับมาก 4 ด้าน คือ ด้านลักษณะงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ด้านประชาธิปไตยในองค์การ ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตงานและชีวิตด้านอื่นๆ และด้านบูรณาการทางสังคมและการทำงานร่วมกัน ส่วนคุณภาพชีวิตในระดับปานกลาง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านโอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคคล ด้านสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ และด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม เนื่องจาก สำนักงานในพื้นที่ชลบุรี 2 มีการตอบสนองต่อความต้องการของพนักงานในทุกๆด้านที่ดี มีการจัดจรรยาบรรณและดูแลสอดส่องพนักงานอย่างทั่วถึง จึงทำให้ผลรวมในด้านต่างๆออกมาดีกว่า

จากการศึกษาคุณภาพการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม เพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่ากลุ่มตัวอย่างมี เพศ สถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีคุณภาพการทำงานไม่แตกต่างกัน เนื่องจาก บุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย แต่ตำแหน่งในการทำงานที่อยู่ในขั้นสูงจะเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง บุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขามมีสถานะโสด แต่โดยส่วนใหญ่สถานภาพสมรสมีความมั่นคงในอาชีพและครอบครัวมากกว่าสถานะโสด เพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมี อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้แตกต่างกัน เนื่องจาก พบว่าบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขามอยู่ในระดับ ปริญญาตรี แต่ผู้ที่การศึกษาอยู่ระดับที่สูงกว่าปริญญาตรีจะมีตำแหน่งที่สูงกว่าและโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งอาจจะมีมากกว่า ด้านตำแหน่งของงาน พบว่าบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม เป็นตำแหน่งข้าราชการ โดยผ่านการสอบบรรจุข้าราชการซึ่งมีความมั่นคงด้านความรู้ต่อการทำงานและทำงานได้อย่างดี ด้านรายได้ พบว่าบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท โดยส่วนใหญ่รายได้ที่ได้จะอยู่ตำแหน่งงานต่างๆรายได้ที่สูงขึ้นจะอยู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ (อนันต์ แม็กอง. 2558) ศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่มอยอ จังหวัดปัตตานี พบว่า ด้านเพศบุคลากร

องค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่มอย จังหวัดปัตตานี เพศชายมีคุณภาพชีวิตการทำงานมากกว่าเพศหญิง มีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ไม่แตกต่างกัน ด้านอายุ พบว่าบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่มอย จังหวัดปัตตานี มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ปัจจัยส่วนบุคคลมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันได้แก่อายุต่างก็มีคุณภาพชีวิตที่ต่างกัน ด้านสถานภาพการสมรส พบว่าบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่มอย จังหวัดปัตตานี มีสถานะโสดและหย่า/แยกกันอยู่ มีคุณภาพชีวิตการทำงานที่แตกต่างกัน ด้านระดับการศึกษา พบว่าบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่มอย จังหวัดปัตตานี มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับการศึกษาต่างกัน ระดับคุณภาพชีวิตการทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ 0.5 ด้านตำแหน่งงาน พบว่าบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่มอย จังหวัดปัตตานี เป็นข้าราชการ ตำแหน่งงานต่างกันคุณภาพชีวิตการทำงานแตกต่างกัน ด้านรายได้ พบว่า บุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่มอย จังหวัดปัตตานี มีรายได้อยู่ที่ มากกว่า 20,000ต่อเดือน มีเงินเดือนต่างกันคุณภาพชีวิตการทำงานต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. จากผลการวิจัย พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรมเรื่องความพอใจกับค่าตอบแทนและสวัสดิการอื่นๆที่ได้รับอยู่ในระดับ น้อย ดังนั้นผู้บริหารควรส่งเสริมและใส่ใจให้บุคลากรจัดการรายได้ที่ได้มาในแต่ละเดือนให้เพียงพอต่อการใช้จ่ายตามรายได้ในแต่ละเดือนให้เพียงพอต่อการใช้จ่ายตามอัตราของบุคลากรและครอบครัว

2. จากผลการวิจัย พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรด้านสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ เรื่องหน่วยงานมีระบบรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี อยู่ในระดับ น้อย ดังนั้นผู้บริหารควรจัดให้มีการตรวจสุขภาพประจำปีเพิ่มสวัสดิการต่างๆที่ตอบสนองความต้องการของบุคลากรการประกันชีวิตและประกันสุขภาพ อาจจะมีสวัสดิการให้ยืมเงินสำหรับกรณีผู้ป่วยและให้ความสำคัญในการดูแลบุคลากรมากขึ้น

3. จากผลการวิจัย พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรด้านโอกาสในการพัฒนาความสามารถของตนเอง เรื่องผู้บังคับบัญชาเปิดโอกาสให้แสดงศักยภาพในการทำงานอย่างเต็มที่ อยู่ในระดับ น้อย ที่สุด ดังนั้นผู้บริหารควรส่งเสริมและสนับสนุนให้นำความคิดใหม่ๆมาปรับปรุงในการทำงานโดยองค์การบริหารส่วนตำบลควรให้บุคลากรได้ศึกษาดูงานนอกสถานที่ให้บุคลากรได้เปิดโอกาสแสดงความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรมาประยุกต์ใช้ในองค์กรเพื่อให้บุคลากรมีแรงจูงใจในการทำงานมากยิ่งขึ้น

4. จากผลการวิจัย พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าของบุคลากร เรื่องท่านได้ปฏิบัติตำแหน่งหน้าที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถอยู่ในระดับ น้อยที่สุด ดังนั้นผู้บริหารควรสนับสนุนและคำนึงถึงสิทธิบุคลากรเพิ่มมากขึ้น เพราะถ้าว่าบุคลากรเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าอย่างยิ่งและเป็นหัวใจหลักที่เกื้อกูลให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จตามเป้าหมายซึ่งองค์กรควรพัฒนาและเสริมสร้างความรู้ความสามารถของบุคลากรอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ แลควรมีเกณฑ์มาตรฐานในการเลื่อนตำแหน่งพิจารณาผลงานอย่างเป็นธรรม

5. จากผลการวิจัย พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน เรื่องท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานและผู้บังคับบัญชาอยู่ในระดับ น้อยที่สุด ดังนั้นผู้บริหาร

ควรจัดให้มีการทำกิจกรรมสร้างสรรค์ร่วมกัน ทำงานร่วมกันเป็นทีมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆซึ่งกันและกัน โดยใช้หลักความไวใจเห็นใจ เต็มใจในการทำงานร่วมกัน และร่วมกันต่อยอดความสำเร็จซึ่งกันและกัน

6. จากผลการวิจัย พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรด้านประชาธิปไตยในหน่วยงานของท่านได้รับการปฏิบัติอย่างเสมอภาคเช่นเดียวกับผู้ร่วมงานทุกคน อยู่ในระดับน้อยที่สุด ดังนั้นผู้บริหารควรรับฟังความคิดเห็นปัญหาของบุคลากรทุกคนอย่างเป็นธรรม โดยใช้เกณฑ์ตามมาตรฐานขององค์กร รวมถึงเกณฑ์ในการเลื่อนตำแหน่งเช่นกัน ควรจะรักษาและส่งเสริมการทำงานด้านประชาธิปไตย และส่งเสริมการทำงานให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

7. จากผลการวิจัย พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรด้านความสมดุลระหว่างหน่วยงานกับชีวิตส่วนตัว เรื่องการทำงานของท่านไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินชีวิตอยู่ในระดับ น้อยที่สุด ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญต่อการพักผ่อนที่เพียงพอรวมทั้งการดูแลสุขภาพของบุคลากรให้มากยิ่งขึ้น เพื่อการทำงานที่ยั่งยืนและเต็มที่ของบุคลากรขององค์กรที่ดี

8. จากผลการวิจัย พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรด้านความเกี่ยวข้องและประโยชน์ต่อสังคม เรื่องภาพลักษณ์ของหน่วยงานเป็นที่ยอมรับสำหรับบุคคลภายนอกอยู่ในระดับ น้อยที่สุด ดังนั้นผู้บริหารควรสนับสนุนและจัดให้มีการรณรงค์ต่างๆที่ช่วยส่งเสริมองค์กรบริหารส่วนตำบลให้เป็นที่รู้จักและยอมรับต่อผู้มาใช้บริการ รวมถึงจัดภูมิทัศน์ให้ดูน่าใช้บริการ อบรมมารยาทและการบริการของบุคลากรให้ดูเป็นเอกลักษณ์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. จัดให้มีการเผยแพร่ผลการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อรับทราบผลการศึกษาวิจัย ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบล

2. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล

3. ศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล

เอกสารอ้างอิง

รัตนติกรณ จินบุตร. (2556). **ความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอโพธารามจังหวัดนครพนม**. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สกนศร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

วัชรกานต์ นุ่นเกลี้ยง. (2555). **ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการในจังหวัดปัตตานี ภายใต้สถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้**. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยมหิดล.

องค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม. (2560). **ข้อมูลองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร**. สืบค้นเมื่อ 23 เมษายน 2561. จาก <http://khokkhamlocal.go.th/public/>.

ศศิกันต์ โกมินทร์. (2555). **คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรในสังกัดสำนักงานสรรพมิต พื้นที่ชลบุรี 2**. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุนทร นามโคตรศรี. (2553). **คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา**. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

อนันต์ แม่กอง. (2558). **คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่อำเภอมายอ จังหวัดปัตตานี**. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. หาดใหญ่: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

NBUS0009: ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ

THE EFFECTS OF TOURISM MARKETING FACTORS (7Ps) ON THE FOREIGN DIVERS' DECISION TO A SCUBA DIVING IN THAILAND

ปรางนภริยา นพคุณ¹ ดร.มณีเนตร วรชนะนันท์²

^{1,2} คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ 2) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ 3) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็น นักดำน้ำชาวต่างชาติจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ F-test, Pearson Chi-square และ Multiple Regression Analysis โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

1. อายุ เชื้อชาติ รายได้ต่อเดือน หลักสูตรดำน้ำลึกที่สำเร็จ และประสบการณ์ดำน้ำลึกแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม เพศของนักดำน้ำชาวต่างชาติที่ต่างกันนั้น ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ

2. ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับกระบวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3. ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคคล ด้านการกำหนดราคาสินค้าและการบริการในแหล่งท่องเที่ยว และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps), การตัดสินใจท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึก, นักดำน้ำชาวต่างชาติ

Abstract

The purpose of this study aims to investigate the effects of tourism marketing factors (7Ps) on foreign divers' decision to scuba diving in Thailand. It has the objectives: 1) to study the demographic factors affecting the decision of the foreign divers visiting Thailand for a scuba diving; 2) to examine the

correlation between the effects of tourism marketing factors (7Ps) and their decision making; and 3) to identify dominant effects of the tourism marketing factors (7Ps) of those foreign scuba divers in Thailand.

The 400 samplings of population were collected via the questionnaire survey using descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation. The hypotheses of the study were statistically tested by F-test, Pearson Chi-square, and Multiple Regression Analysis. The significant level was set at 0.05; the results can then be summarized as follows:

1. The differences in age, race, monthly incomes, scuba diving program, and individual experience affected the decision making of the foreign divers in Thailand. While sex unveiled a non-significant effect on their decision.
2. The tourism marketing factors (7Ps) had a positive correlation to the foreign divers' decision in Thailand at a significant level of 0.05.
3. The tourism marketing factors (7Ps) relating to the physical condition of the tourist sites, human resources, prices, services, and selling channels influenced those foreign divers' decision to get the service in Thailand at a significant level of 0.05.

Keywords: tourism marketing factors (7Ps), decision making for scuba diving, foreign diver

บทนำ

การเดินทางท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่คนทั่วไปมักจะทำเพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจจากหน้าที่การงานที่เคร่งเครียด สภาวะเศรษฐกิจ และการใช้ชีวิตแบบเร่งรีบของสังคมในปัจจุบัน ดังนั้นอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวที่มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี จึงมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และในหลาย ๆ ประเทศมักจะให้ความสำคัญในการสนับสนุนนโยบายและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง สถิติการท่องเที่ยวของประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ.2560 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทั้งสิ้น 35,381,210 คน ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2559 ถึงร้อยละ 8.77 และก่อให้เกิดรายได้รวม 1,824,042.35 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.66 จากปี พ.ศ.2559 (พงษ์ภาณุ เศวตรุนทร์. 2561)

ประเทศไทยมีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย เช่น ทะเล ภูเขา ถ้ำ น้ำตก อีกทั้งยังมีวัฒนธรรมที่ชัดเจนและเป็นเอกลักษณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มากมาย ดังนั้นประเทศไทยจึงเป็นอีกหนึ่งจุดหมายปลายทางที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลซึ่งประเทศไทยมีจังหวัดชายทะเลมากถึง 23 จังหวัด มีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่ครบถ้วน สวยงาม มีพื้นที่ทางทะเลมากกว่า 350,000 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมทั้งฝั่งอันดามัน และฝั่งอ่าวไทย โดยในแต่ละฝั่งทะเลก็จะมีจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลมีอยู่ 2 รูปแบบหลัก คือ

1. การท่องเที่ยวในรูปแบบของการชมทัศนียภาพและความสวยงามของท้องทะเล ตลอดจนวิวทิวทัศน์ และหมู่เกาะต่าง ๆ
2. การท่องเที่ยวในรูปแบบของการดำน้ำ มี 2 ประเภท คือ การดำน้ำตื้น และการดำน้ำลึก

(“การท่องเที่ยวประเภทดำน้ำลึก”, 2555)

การดำน้ำลึกหรือ SCUBA ย่อมาจาก Self-Contained Underwater Breathing Apparatus ซึ่งหมายถึงรูปแบบการดำน้ำในลักษณะของการดำน้ำที่มีอุปกรณ์ช่วยให้หายใจได้เมื่ออยู่ใต้น้ำ โดยจะมีอุปกรณ์ที่ออกแบบมาเพื่อช่วยในการหายใจและการมองเห็นและทำให้เคลื่อนไหวได้อย่างเป็นอิสระ เช่น หน้ากากดำน้ำ ท่อหายใจ ตัวปรับแรงดัน ตีนกบ เสื้อคลุมการลอยตัว ถังอากาศ เข็มขัดตะกั่ว เครื่องช่วยคำนวณในการดำน้ำ และเสื้อดำน้ำ เป็นต้น โดยการดำน้ำลึกเป็นกิจกรรมที่จะต้องมีการเรียนรู้และฝึกฝนภายใต้การดูแลของครูสอนดำน้ำ (Scuba Diving Instructor) จากสถาบันดำน้ำต่าง ๆ เช่น SSI (Scuba School International), PADI (Professional Association of Diving Instructor), NAUI (National Association of Underwater Instructor) เป็นต้น (ธนิษฐ์ สังขดวง. 2016)

ทั้งนี้กิจกรรมการดำน้ำถือเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมทางน้ำที่นักท่องเที่ยวนิยมและเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง มีมูลค่าประมาณ 10,000 ล้านบาท แบ่งเป็นโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำร้อยละ 50 อุปกรณ์ดำน้ำร้อยละ 30 และค่าเรียนดำน้ำร้อยละ 20 ซึ่งในปัจจุบันมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมมาใช้บริการในประเทศไทยมากถึง 90% โดยในปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเรียนดำน้ำในประเทศไทยมากกว่า 1 แสนคน (ศักดิ์ชัย ภัทรปรีชากุล. 2560)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายของจุดดำน้ำ และมีจำนวนของแหล่งดำน้ำที่มาก ซึ่งถือว่าเป็นจุดเด่นของประเทศ หากเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในสายตาของนักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำ เช่น อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และออสเตรเลีย เป็นต้น เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งดำน้ำที่สามารถเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวดำน้ำได้ทั้งปี ตลอดจนมีจุดดำน้ำที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวในทุกระดับประสบการณ์ (โครงการศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มด้านการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำ. 2554)

จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ เพื่อเป็นข้อมูลและประโยชน์ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และในด้านของผู้ประกอบการภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวดำน้ำลึกสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาไปเป็นแนวทางในการประกอบการวางแผนกลยุทธ์สำหรับดำเนินธุรกิจและปรับใช้ให้เกิดมูลค่าเพิ่มต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ
2. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ
3. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ

คำถามของงานวิจัย

1. ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ของนักดำน้ำชาวต่างชาติที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยหรือไม่

2. ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) มีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำนํ้าลึกลงในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติหรือไม่

3. ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ด้านใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำนํ้าลึกลงในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ช่วยให้ทราบถึงปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของชาวต่างชาติ ว่าประชากรกลุ่มใดที่มีความนิยมในการท่องเที่ยวดำนํ้าลึกลงในประเทศไทย

2. ช่วยให้ทราบถึงปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) มีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำนํ้าลึกลงในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ

3. ช่วยให้ทราบถึงปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำนํ้าลึกลงในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ

4. ช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาและพัฒนาแหล่งดำน้ำไทย ได้นำความรู้ที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้มาปรับปรุง แก้ไข รักษา และพัฒนาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและตรงจุด

5. ช่วยให้ผู้ประกอบการภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดำน้ำลึกลง สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้เป็นแนวทางในการประกอบการวางแผนกลยุทธ์สำหรับดำเนินธุรกิจและปรับใช้ให้เกิดมูลค่าเพิ่มต่อไป

สมมติฐาน

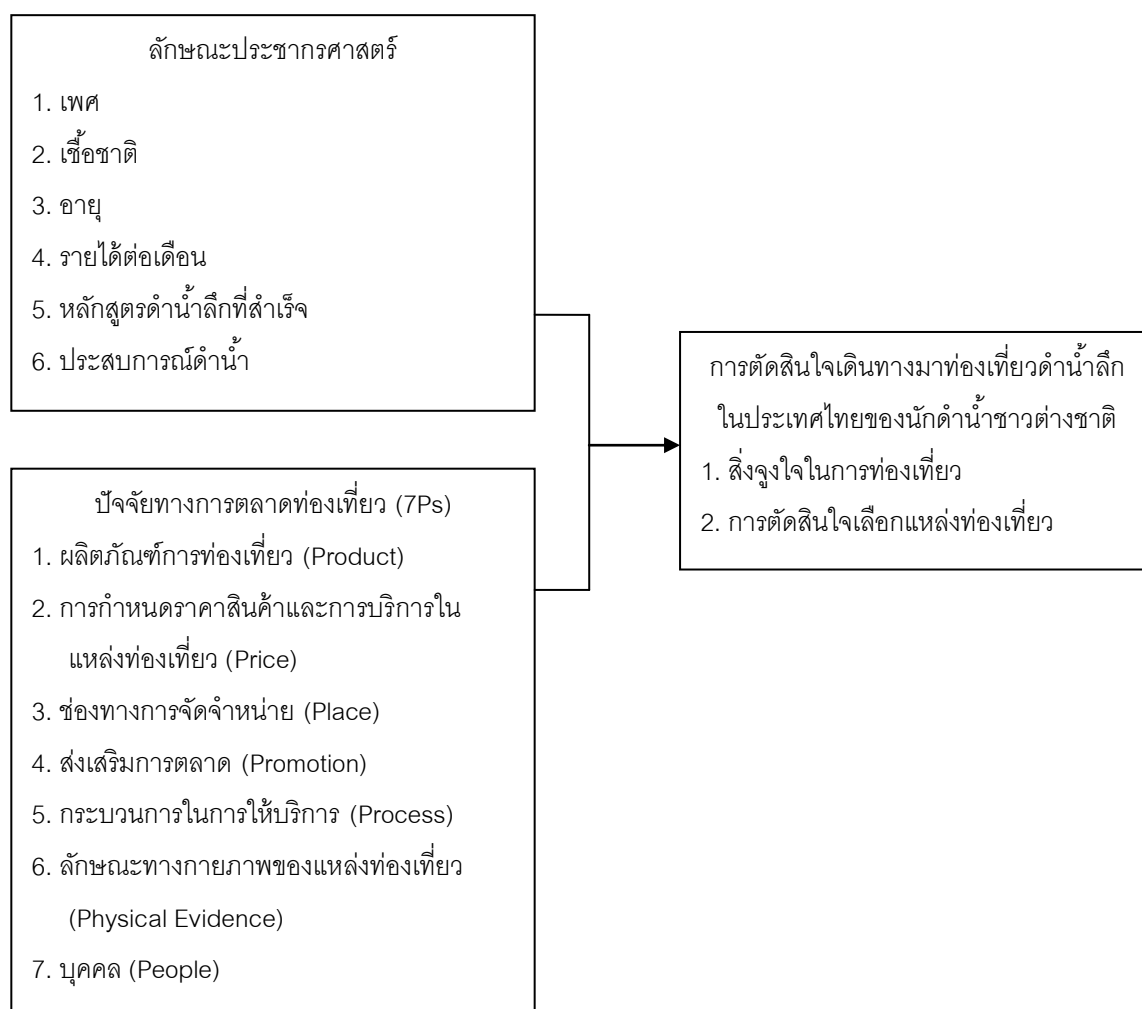
สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักดำน้ำชาวต่างชาติที่ต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำนํ้าลึกลงในประเทศไทยต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) สัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำนํ้าลึกลงในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำนํ้าลึกลงในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด่านน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้คือ กลุ่มตัวอย่างของนักดำน้ำชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวด่านน้ำลึกในประเทศไทย จำนวน 400 คน
2. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือน พฤศจิกายน 2561-ตุลาคม 2562
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด่านน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ 2 ด้าน คือ สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว และการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การกำหนดราคาสินค้าและการบริการในแหล่ง

ท่องเที่ยว ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว และบุคคล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Study) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือจำนวน 400 ชุด โดยเครื่องมือในการวิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรงด้วยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน และมีการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.914

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักดำน้ำชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึกภายในประเทศไทย ทั้งเพศชาย เพศหญิง และเพศทางเลือก เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้การหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตร Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจะได้เท่ากับ 384 คน ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจไว้กรณีแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ จำนวน 16 คน รวมเป็นจำนวนทั้งหมด 400 คน

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิง ด้วยการใช้วิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ด้วยค่าสถิติ One-Way Anova ค่าสถิติ Pearson Chi-square และค่าสถิติ Multiple Regression Analysis โดยใช้การทดสอบจากโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป

ผลการศึกษา

ผลการศึกษการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทย พบรายละเอียดดังนี้

การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว	3.68	0.62	มาก
การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว	3.62	0.66	มาก
รวม	3.65	0.61	มาก

ผลการศึกษการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทย โดยรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาทางด้านลำดับแรกคือ สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว รองลงมา คือ การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตามน้ำลึกในประเทศไทย

ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	3.64	0.70	มาก
การกำหนดราคาสินค้าและการบริการในแหล่งท่องเที่ยว	3.58	0.69	มาก
ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.63	0.72	มาก
ส่งเสริมการตลาด	3.62	0.70	มาก
กระบวนการในการให้บริการ	3.60	0.67	มาก
ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว	3.64	0.71	มาก
บุคคล	3.63	0.71	มาก
รวม	3.62	0.65	มาก

ผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตามน้ำลึกในประเทศไทย โดยรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาทางด้านลำดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เท่ากัน รองลงมา คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย และบุคคล เท่ากัน ส่งเสริมการตลาด กระบวนการในการให้บริการ และการกำหนดราคาสินค้าและการบริการในแหล่งท่องเที่ยวตามลำดับ

การวิเคราะห์และอภิปรายผล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของประชากรศาสตร์

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.25 อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 60.25 เชื้อชาติเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 62.75 รายได้ต่อเดือน US\$ 1,000-2,000 คิดเป็นร้อยละ 46.00 หลักสูตรดำน้ำที่สำเร็จ Advanced Open Water คิดเป็นร้อยละ 42.75 และประสบการณ์ดำน้ำลึก ตั้งแต่ 2 ปีแต่ไม่เกิน 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.50

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตามน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ

ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตามน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ ประกอบด้วย ด้านสิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว และด้านการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตามน้ำลึกในประเทศไทยโดยรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตามน้ำลึกในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก พิจารณารายด้าน ลำดับแรกคือ สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว รองลงมา คือ การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับรายละเอียดรายด้านดังนี้

สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านสิ่งจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อลำดับแรก คือ ต้องการเดินทางมาดำน้ำเพื่อพักผ่อนจากความเครียดในการใช้

ชีวิตประจำวัน รองลงมา คือ แหล่งดำนํ้าลึกของประเทศไทยมีความสวยงาม การเดินทางมาแหล่งดำนํ้าลึกในประเทศไทยมีความสะดวกต่อการเดินทาง มีช่วงวันหยุด แหล่งดำนํ้าลึกของประเทศไทยมีความหลากหลาย เห็นวีรกรรมดำนํ้าลึกของเพื่อน และท่านต้องการเดินทางมาดำนํ้าเพื่อรู้จักกับเพื่อนกลุ่มดำนํ้าใหม่ ๆ เท่ากัน และ แหล่งดำนํ้าลึกของประเทศไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ต่างจากแหล่งดำนํ้าที่อื่น ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อลำดับแรกคือ ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเนื่องจากภาพลักษณ์ของแหล่งดำนํ้าลึกที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเนื่องจากการเดินทางที่สะดวก เท่ากัน รองลงมา คือ ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเนื่องจากราคาของโปรแกรมดำนํ้าที่ดึงดูด และท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเนื่องจากราคาของค่าเรียนดำนํ้าที่ดึงดูด ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำนํ้าลึกในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำนํ้าลึกในประเทศไทย ประกอบด้วย ผลผลิตภัณฑการท่องเที่ยว การกำหนดราคาสินค้าและการบริการในแหล่งท่องเที่ยว ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด กระบวนการในการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว และบุคคล มีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำนํ้าลึกในประเทศไทย โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรกคือ ผลผลิตภัณฑการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เท่ากัน รองลงมาคือ ช่องทางการจัดจำหน่าย และบุคคล เท่ากัน ส่งเสริมการตลาด กระบวนการในการให้บริการ และการกำหนดราคาสินค้าและการบริการในแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ รายละเอียดรายด้านดังนี้

ด้านผลผลิตภัณฑการท่องเที่ยว โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อลำดับแรกคือ แหล่งดำนํ้าลึกของประเทศไทยมีอุณหภูมิของนํ้าทะเลที่พอเหมาะ รองลงมา คือ แหล่งดำนํ้าลึกของประเทศไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ต่างจากแหล่งดำนํ้าที่อื่น แหล่งดำนํ้าลึกของประเทศไทยมีความสวยงาม แหล่งดำนํ้าลึกของประเทศไทยมีความหลากหลาย และมีแหล่งดำนํ้าลึกที่สามารถดำนํ้าได้ทั้งปี เท่ากัน และแหล่งดำนํ้าลึกมีความหลากหลายของสัตว์ทะเล ตามลำดับ

ด้านการกำหนดราคาสินค้าและการบริการในแหล่งท่องเที่ยว โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อลำดับแรกคือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม รองลงมา คือ ราคาของโปรแกรมดำนํ้าลึกมีความเหมาะสม ราคาที่พักมีความเหมาะสม ราคาเช่าอุปกรณ์ดำนํ้าลึกมีความเหมาะสม และ ราคาของค่าเรียนดำนํ้าลึกมีความเหมาะสม ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อลำดับแรกคือ ความสะดวกในการเดินทางมาแหล่งดำนํ้าลึกในประเทศไทย รองลงมา คือ ท่านสามารถเลือกซื้อโปรแกรมดำนํ้าได้ง่ายจากหลายช่องทาง และท่านมีความสะดวกในการชำระเงินได้หลายช่องทาง เท่ากัน ตามลำดับ

ด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อลำดับแรก คือ ท่านสามารถค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวดำนํ้าลึกได้ง่ายจากสื่อออนไลน์ รองลงมา คือ มีโปรโมชั่นของโปรแกรมดำนํ้าลึกที่ดึงดูด และมีโปรโมชั่นของค่าเรียนดำนํ้าลึกที่ดึงดูด ตามลำดับ

ด้านกระบวนการในการให้บริการ โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อลำดับแรก คือ พนักงานมีการบริการที่มีความเสมอภาค รองลงมา คือ พนักงานให้การบริการที่รวดเร็ว แหล่งดำน้ำลึกในประเทศไทยมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ พนักงานให้การบริการที่ถูกต้อง ตรงกับความต้องการ และ พนักงานมีวิธีการแก้ปัญหาที่ดี ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อลำดับแรกคือ แหล่งดำน้ำลึกของประเทศไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ต่างจากแหล่งดำน้ำที่อื่น รองลงมา คือ แหล่งดำน้ำลึกของประเทศไทยมีความสวยงาม แหล่งดำน้ำลึกของประเทศไทยมีความหลากหลาย และ แหล่งดำน้ำลึกของประเทศไทยมีสาธารณูปโภคที่เพียงพอ ตามลำดับ

ด้านบุคคลท่องเที่ยว โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อลำดับแรกคือ คนไทยมีความเป็นมิตร และความสุข รองลงมา คือ พนักงานมีความสามารถในการสื่อสารที่ดี และพนักงานให้การบริการที่รวดเร็ว เท่ากัน และพนักงานมีความรู้และความสามารถในการบริการที่เพียงพอ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักดำน้ำชาวต่างชาติที่ต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยต่างกัน

พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ เชื้อชาติ รายได้ต่อเดือน หลักสูตรดำน้ำลึกที่สำเร็จ และประสบการณ์ดำน้ำลึกที่ต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทย ภาพรวม ที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทย ภาพรวม ที่ไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) สัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ

พบว่า ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การกำหนดราคาสินค้า และการบริการในแหล่งท่องเที่ยว ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด กระบวนการในการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว และบุคคล มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.847, 0.815, 0.785, 0.773, 0.791, 0.851 และ 0.827 ตามลำดับ)

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ

พบว่า ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 4 ตัวแปร โดยเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว บุคคล การกำหนดราคาสินค้าและการบริการในแหล่งท่องเที่ยว และ ช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยจากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำนํ้าลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ มีประเด็นสำคัญที่ได้ค้นพบจากการค้นคว้าอิสระ ซึ่งจะได้นำมาอภิปรายเพื่อสรุปให้ทราบถึงข้อเท็จจริง โดยมีการนำเอกสารทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิง สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ จากผลการวิจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักดำน้ำชาวต่างชาติในภาพรวม พบว่า ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างในด้าน อายุ เชื้อชาติ รายได้ต่อเดือน หลักสูตรดำน้ำลึกที่สำเร็จ และประสบการณ์ดำน้ำลึกแตกต่างกัน ซึ่งยอมรับตามสมมติฐานข้อที่ 1 ในส่วน เพศ ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 1 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สถาพร สิงหะ (2556) ได้ทำการศึกษาวินิจฉัยเรื่อง การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึกของนักดำน้ำชาวไทย ผลการวิจัย พบว่า เพศ อายุ ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จ ประสบการณ์ในการดำน้ำลึก ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึกแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม รายได้ ของนักดำน้ำชาวไทยที่แตกต่างกันนั้น ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึก

อีกทั้งงานวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิชญ์ชาดา มีใจเย็น. (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจแตกต่างกันในทุกด้าน

2. ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) สัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำนํ้าลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ ประกอบด้วย ผลิตภณท์การท่องเที่ยว การกำหนดราคาสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยว ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด กระบวนการในการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว และบุคคล มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำนํ้าลึกในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ บุษเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548) เรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวกล่าวว่า การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) นับว่าเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมาก เมื่อผู้ประสงค์จะเดินทางท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว เกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้งเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจ จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้นเพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงถึงความปลอดภัย ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย และความอริยมยมากที่สุดเป็นเกณฑ์ ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวอาจปรากฏทั้งใจลักษณะบวกหรือลบก็ได้

อีกทั้งงานวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิชญ์ชาดา มีใจเย็น. (2560) ทำการศึกษาวินิจฉัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และ เพ็ญญา เพ็งประไพ (2558) ทำการศึกษาวินิจฉัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านผลิตภณท์ ด้านบุคคล และด้านส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติต่อความต้องการในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมของเกาะพะงัน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านราคา และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความต้องการในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมของเกาะพะงัน

3. ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ คือ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว บุคคล การกำหนดราคาสินค้า และการบริการในแหล่งท่องเที่ยว และช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ ไมเคิล เอ็มโคลท์แมน (Michael M. Coltman. 1989) กล่าวว่า การตลาดการท่องเที่ยวเป็นปรัชญาการบริหารที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยให้สามารถบรรลุความต้องการได้โดยการวิจัย การพยากรณ์ และการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย ผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กรเพื่อทำกำไรสูงสุด และ นิคม (นิคม จารุมณี. 2535: 14) ได้ให้ความหมายของการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้คือ แนวคิดหรือปรัชญาทางการจัดการที่มุ่งเน้นไปสู่ความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยอาศัยการวิจัยตลาด การพยากรณ์ การคัดเลือกทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในความต้องการ เพื่อให้ธุรกิจได้รับผลประโยชน์สูงสุด ในการเสนอบริการแก่นักท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

อีกทั้งงานวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิชญ์ชาดา มีไยเย็น. (2560) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านราคาด้านการส่งเสริมการขายและผลลัพธ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ จัตรชนก สุทธิภาค. (2552) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญมากที่สุดในรายด้าน และวิเคราะห์ในรายข้อพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ และ เพ็ญภา เพ็งประไพ. (2558) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล และด้านส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความต้องการในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมของเกาะพะงัน โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยวด้านบุคคลมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายหรือทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้าที่ได้จากผลการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ในครั้งนี้ เช่น มีโปรโมชั่นสำหรับนักดำน้ำหญิงที่เดินทางมาดำน้ำแบบคนเดียวในราคาพิเศษ เป็นต้น

2. จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) คือ ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติสูงสุด ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด เช่น ด้านความสวยงามของแหล่งดำน้ำ ความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งดำน้ำ ความหลากหลายของแหล่งดำน้ำ และสาธารณูปโภคหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ เป็นต้น จำเป็นต้องมีการดูแลรักษาลักษณะทางกายภาพเหล่านี้ให้อยู่ในสภาพดั้งเดิม ไม่ชำรุดทรุดโทรม เพื่อสร้างบรรยากาศของการท่องเที่ยวที่ดี ควรมีการตรวจสอบและบำรุงรักษาแหล่งดำน้ำลึกให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ สวยงาม มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล เพื่อรณรงค์ให้มีการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว โดยต้องมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

3. จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว บุคคล การกำหนดราคาสินค้าและการบริการในแหล่งท่องเที่ยว และช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ ตามลำดับ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยวเหล่านี้มากเป็นพิเศษ เช่น การจัดโปรโมชั่นสำหรับกลุ่มนักดำน้ำชาวต่างชาติเป็นแบบแพ็คเกจท่องเที่ยวด้านน้ำร่วมกับที่พักและอาหาร เป็นต้น และจากการศึกษา พบว่า ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) สัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ ดังนั้น นอกจากผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว บุคคล การกำหนดราคาสินค้าและการบริการในแหล่งท่องเที่ยว และช่องทางการจัดจำหน่ายแล้ว ปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นองค์ประกอบของปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ก็มีความสำคัญไม่แพ้กัน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่น ๆ เหล่านี้ด้วยเช่นกัน

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษากลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจึงทำให้ได้ข้อมูลโดยรวมของชาวต่างชาติแต่ไม่ได้เจาะเจาะจงเพียงเชื้อชาติใดเชื้อชาติหนึ่ง ดังนั้นในงานวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาแบบเจาะจงเชื้อชาติ เพื่อผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์และพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น แบบสอบถามในครั้งนี้มีชาวเอเชียจำนวนมาก ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเฉพาะเจาะจงที่ชาวเอเชีย เป็นต้น อีกทั้งควรศึกษาตัวแปรอิสระอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทย เช่น กิจกรรมในการดำน้ำลึก การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล เป็นต้น และเนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดด้านเวลาและแบบสอบถาม การศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัยให้มีความหลากหลายและกว้างขึ้นนอกเหนือจากการใช้แบบสอบถามเพียงอย่างเดียว เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น เช่น การสัมภาษณ์หน่วยงานรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงนโยบายและประกอบกับข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนหนึ่งซึ่งจะส่งผลให้การศึกษาวิจัยเกิดความสมบูรณ์แบบมากขึ้น และที่สำคัญควรศึกษาเรื่องผลกระทบต่อระบบนิเวศทางทะเลที่เกิดจากการท่องเที่ยวด้านน้ำลึกจากหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวประเภทดำน้ำลึก. (2555). จาก <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2012/menu-2012-apr-ju/53-22555-diving>.

โครงการศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มด้านการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำ. (2554) จาก <https://issuu.com/etatjournal/docs/scuba/8>.

ฉัตรชนก สุทธิภาค. (2552). ปัจจัยทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ท่องเที่ยวดำน้ำโต 8%. (2560). สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/market/news/494396>.

ธนิษฐ์ สังขดวง. (2559). การพัฒนาการท่องเที่ยวดำน้ำไทยสู่ความยั่งยืน. (รายงานวิจัย). วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว. ตรัง: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง.

นิคม จารุมณี. (2535). การท่องเที่ยวและการจัดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: การศาสนา.

ศักดิ์ชัย ภัทรปรีชากุล. (2560). นีโอซีธุรกิจดำน้ำหมื่นล้านโต8%จัดเอ็กซ์โปหนุนจับจ่าย. จาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/754537>.

บุษเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

พงษ์ภาณุ เสวตรนทร์. (2561). ปี 2560 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 35.38 ล้านคน อุตฯท่องเที่ยวสร้างรายได้รวม 2.75 ล้านบาท. จาก <http://www.362degree.com/2018/01/16>.

พิชญ์ชาดา มีใจเย็น. (2560). การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์. การค้นคว้าอิสระ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เพ็ญนภา เพ็งประไพ. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของเกาะ

สถาพร สิงหะ. (2556). การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึกของนักดำน้ำชาวไทย. การค้นคว้าอิสระ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Cochran, W.G. (1953). Sampling Techniques. New York: John Wiley & Sons. Inc.

Coltman Michael M, (1989). Tourism Marketing. New York: Van Nostrand Reinhold.

NBUS0010: การสะท้อนความคิดผ่านการส่งภาพที่ใช้สื่อสารกันในแอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุ
REFLECTION OF THINKING THROUGH PICTURES SENT VIA LINE APPLICATION OF THE ELDERLY

อรวลี เหลืองอุษากุล¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมมา สตะเวทิน²

¹ นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

² อาจารย์ประจำหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ที่ปรึกษาปริญญาโท)

บทคัดย่อ

งานวิจัยเชิงคุณภาพเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาประเภทของรูปภาพที่ผู้สูงอายุเลือกใช้ในการสื่อสารกันบนแอปพลิเคชันไลน์ และ 2) ศึกษาความคิดที่ถูกระบายออกมาผ่านการส่งภาพของผู้สูงอายุในแอปพลิเคชันไลน์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ภาพจากการถ่ายทอดความคิด สัญลักษณ์จากภาพ (Semiology Analysis) ที่รวบรวมมาได้ จัดประเภทหมวดหมู่ทำความเข้าใจวิเคราะห์ และสรุปผล โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากรูปภาพที่ผู้สูงอายุเลือกใช้ในการสื่อสารกันบนแอปพลิเคชันไลน์ ใน 2 กลุ่ม คือ กลุ่ม "Best Friend" เป็นตัวแทนของความสัมพันธ์แบบมิตรภาพ และกลุ่ม "สังสรรค์เชียงใหม่" เป็นตัวแทนของความสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจการค้า

ผลการศึกษา พบว่า ประเภทและความหมายของรูปภาพที่ใช้ในการสื่อสารกันบนแอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุ ได้แก่ 1) ความหมายเชิงสัญลักษณ์ของดอกไม้ 2) ความหมายเชิงสัญลักษณ์ของสัตว์ต่าง ๆ 3) ความหมายเชิงความเชื่อ ความศรัทธา ศาสนา 4) ความหมายเชิงอวยพร 5) ความหมายเชิงคำคมและให้กำลังใจ 6) ความหมายเชิงประเพณี วิถีชีวิตและวันสำคัญ 7) ความหมายเชิงตลกขบขัน 8) ความหมายเชิงข้อมูล สถานการณ์ปัจจุบัน 9) ความหมายเชิงเตือนภัย ระวังภัย ในขณะเดียวกัน ความคิดที่ถูกระบายออกมาผ่านการส่งภาพของผู้สูงอายุในแอปพลิเคชันไลน์ประกอบด้วยประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ 1) เหงา โดดเดี่ยว 2) การมีตัวตน 3) ยึดติดกับความเชื่อ 4) ปลง อนิจจัง สังขาร 5) มิตรภาพที่ขาดไม่ได้ 6) เพียงพอและพอเพียง 7) ภูมิใจที่ได้ทำและทำได้ และ 8) สุขสงบ มองโลกในแง่บวก ผลการศึกษาช่วยให้นักสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัลสามารถออกแบบการสื่อสารทางการตลาดให้เหมาะสมในแต่ละธุรกิจ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการ และความคิดของผู้สูงอายุ

คำสำคัญ: แอปพลิเคชันไลน์, การถ่ายทอดความคิด, ผู้สูงอายุ, สัญลักษณ์

Abstract

The objectives of this qualitative research were: 1) to study the types of the pictures communicated by the elderly via line application; and 2) to study their thoughts reflected through pictures on line application. The study employed semiology analysis for classifying, understanding, and concluding such delivered pictures. The data were collected from the pictures sent by the elderly via two line groups including "Best Friend" group, a representative of friend relationship and "Sangsang Chiangkong" group, a representative of business relationship.

The results revealed that the types and meaning of pictures distributed by the elderly were 1) symbolic meaning of flower; 2) symbolic meaning of animals; 3) meaning on belief, faith, and religion; 4) meaning on blessing; 5) meaning on quotes and encouragement; 6) meaning on tradition, way of life, and important days; 7) humorous meaning; 8) meaning on current information and situations; and 9) meaning for warning. Likewise, their thoughts reflected through such pictures could be interpreted as 1) loneliness; 2) identity; 3) attachment to belief; 4) realization on the transitoriness of all things; 5) indispensable friendship; 6) sufficiency; 7) pride; and 8) peace and optimism. The results enabled digital marketing communicators to design marketing communication campaigns appropriately in order to respond to the elderly's demands and needs.

Keywords: Line Application, Thinking Process, the Elderly, Semiology

บทนำ

ปัจจุบันโลกมีประชากรสูงอายุหรือคนที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปมากถึง 962 ล้านคนจากทั้งหมด 7,550 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 13 เรียกได้ว่า โลกได้กลายเป็นสังคมสูงอายุแล้ว (บรรลุ ศิริพานิช และคณะ, 2561) สำหรับประเทศไทยก็กำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ในปี 2561 พบว่ามีจำนวนผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวน 10.6 ล้านคน จากประชากรทั้งหมด 66.4 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 16.1 สำนักงานสถิติแห่งชาติคาดการณ์ว่าในปี 2564 ประเทศไทยจะกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ซึ่งจะมีปริมาณผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด และสัดส่วนนี้มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2561)

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อและการส่งต่อข้อมูลของผู้สูงอายุ พบว่า มีการสื่อสารผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือเป็นจำนวนมากที่สุดร้อยละ 74.5 (กิรณา สมวาทธรรม, 2559) และใน 1 วัน ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการใช้สื่อแบบดั้งเดิม ได้แก่ โทรศัพท์ เพื่อเปิดวิดีโอข่าว ดูรายการ ดูละคร สำหรับหนังสือพิมพ์และวิทยุ เป็นสื่อที่ถูกลดบทบาทความสำคัญลง เนื่องจากปัจจุบันมีการใช้สื่อดิจิทัลเข้ามาทดแทนอย่างมาก นอกจากนี้ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล ได้แก่ แอปพลิเคชันไลน์ ในช่วงเช้าจะสูงมาก เพื่อเช็คข้อมูล ข่าวสาร และติดต่อสื่อสาร ดูว่าเพื่อนส่งอะไรมาบ้าง ต่อด้วยช่วงกลางวันกับเฟสบุค (Facebook) ไปกับการดูข่าวสาร อัปเดตสังคม ติดต่อสื่อสารและดูเพจต่าง ๆ อีกทั้งยังมีการใช้สื่อยูทูบ (YouTube) เพื่อดูละคร หรือรายการย้อนหลัง ฟังเพลง ดูคลิปในบางช่วงเวลา ส่วนช่องทางในการค้นหาข้อมูล (Google) สามารถหาข้อมูลได้ง่าย บอกได้ทุกอย่างที่อยากรู้ (คณะผู้จัดทำ นักศึกษาวิทยาลัยการจัดการมhidล สาขาการตลาด รุ่น MK19C, 2561)

สื่อที่ผู้สูงอายุมีการใช้งานมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ แอปพลิเคชันไลน์ รองลงมาคือ โทรศัพท์ และ เฟสบุค (Facebook) เหตุผลที่แอปพลิเคชันไลน์มาเป็นอันดับแรก เนื่องจากใช้งานง่ายและรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ไม่ซับซ้อนและสามารถเรียนรู้ด้วยตนเอง ผู้สูงอายุไม่ถนัดในการพิมพ์อักษรที่ละตัว แต่ผู้สูงอายุสามารถส่งต่อรูปภาพ สติกเกอร์ และเนื้อหาที่ชื่นชอบได้อย่างรวดเร็ว (คณะผู้จัดทำ นักศึกษาวิทยาลัยการจัดการมhidล สาขาการตลาด รุ่น MK19C, 2561) รวมทั้งเพื่ออยากให้คนอื่นมองว่าเป็นคนที่ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ ในแต่ละครั้งใช้งาน 30 นาที - 1 ชั่วโมง และนิยมติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกหลานญาติพี่น้องมากที่สุด (กิรณา สมวาทธรรม, 2559) แต่ในทางกลับกัน จากพฤติกรรมของผู้สูงอายุในเรื่องการเปิดรับสื่อทางการตลาด แอปพลิเคชันไลน์มาเป็นอันดับ 2 รองจากโทรศัพท์

เนื่องจากผู้สูงอายุจะใช้แอปพลิเคชันไลน์เฉพาะเรื่องราวที่ตนเองสนใจและเกี่ยวข้องกับตัวเองเท่านั้น ต่างจากโทรศัพท์ที่ผู้สูงอายุจะเปิดทิ้งไว้ ดูไปเรื่อย ๆ ไม่เปลี่ยนช่อง ทำให้ได้รับข้อมูลทางการตลาดโดยการฟัง หรือการมองเห็นภาพนั้นมีมากกว่าสื่ออื่น ๆ (คณะผู้จัดทำ นักศึกษาวิทยาลัยการจัดการมhidล สาขาการตลาด รุ่น MK19C. 2561)

ภาพ เนื้อหา และข้อมูลข่าวสารที่ผู้สูงอายุใช้ในการสื่อสารกันในแอปพลิเคชันไลน์มากที่สุด คือ เนื้อหาดอกไม้และคำทักทายประจำวันมากที่สุด 33.66% รองลงมา คือ เนื้อหาแสดงความคิดเห็น แสดงความรัก แสดงความห่วงใย 25.14% กีฬาและการเมืองน้อยที่สุด 0.08% ผู้สูงอายุจะชอบภาพดอกไม้ที่ดูเป็นธรรมชาติ ดูเสมือนจริง ในส่วนของสีของข้อความที่ผู้สูงอายุชอบ คือ สีหวาน ๆ สีสดใส สีสบถุ่น และให้ความสำคัญกับความหมายของสี ผู้สูงอายุไม่ชอบส่งข้อความที่มีเนื้อหาไม่ดี เศร้าหมอง รู้สึกหดหู่ น่ากลัว และผู้สูงอายุไม่ส่งข้อความประเภทที่แสดงความรู้สึกโกรธ รู้สึกไม่พอใจ (สุริรัตน์ ปานพรม. 2561)

จากข้อมูลอ้างอิงดังที่ปรากฏข้างต้นผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาประเภทของรูปภาพที่ผู้สูงอายุใช้ส่งหากัน และในการศึกษาการแสดงออกทางความคิดผ่านการสะท้อนภาพที่ผู้สูงอายุส่งให้กันทุกวันในแอปพลิเคชันไลน์ โดยศึกษาในลักษณะเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลและความหมายที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังภาพ เพื่อทำให้เข้าใจรอบความคิดการรับรู้ และความเชื่อของผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล นอกจากการวิจัยในครั้งนี้มีประโยชน์ในการเพิ่มความเข้าใจในการแสดงออกทางความคิดของผู้สูงอายุแล้ว ยังมีประโยชน์ต่อบุคคลหรือองค์กรที่ต้องการนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ และปรับใช้ในการสื่อสารการตลาดดิจิทัลเพื่อให้เข้าถึงผู้สูงอายุในยุคที่กำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาประเภทของรูปภาพที่ผู้สูงอายุเลือกใช้ในการสื่อสารกันในแอปพลิเคชันไลน์
2. เพื่อศึกษาความคิดที่ถูกสะท้อนออกมาผ่านการส่งภาพของผู้สูงอายุในแอปพลิเคชันไลน์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้เข้าใจความคิดที่ถูกสะท้อนออกมาผ่านการส่งภาพของผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นและสามารถนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี
2. เพื่อให้ นักสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัลทราบถึงลักษณะของการนำเสนอรูปภาพในการสื่อสาร และเข้าใจการแสดงออกทางความคิดของผู้สูงอายุในปัจจุบัน อีกทั้งยังสามารถนำไปปรับใช้ในการสื่อสารทางการตลาดให้เหมาะสมในแต่ละธุรกิจเพื่อให้เกิดความคล้อยตามและได้ผลทางการตลาดสูงสุด

กรอบแนวคิด

สัญญาณวิทยา นอกเหนือจากทางด้านภาษาแล้วมีระบบสัญญาณรูปแบบอื่น ๆ ที่สามารถจะแสดง ความหมายและความคิดของผู้ส่งสารได้ เช่น สัญญาณทวาร สัญญาณจรรยาแล้ว นั่นคือทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถสื่อความหมายได้ถือเป็นสัญญาณ นอกจากนี้มีองค์ประกอบ ตัวอย่างเช่น ขวดน้ำเปล่า ส่วนที่เป็นของจริง (Reference) คือ ขวดที่เป็นขวดจริง ๆ ส่วนที่ตัวหมาย (Signifier) คือ ในแต่ละวัฒนธรรมจะสร้างสัญญาณขึ้นแทนตัวที่เป็นของจริง เช่น สังคมไทยจะเขียนว่า ขวด ในสังคมอังกฤษจะเขียนว่า Bottle และตัวหมายถึง (Signified) คือ เมื่อคนในแต่ละ

วัฒนธรรมได้ผ่านการเรียนรู้สัญญาณ เช่น อ่านออก เมื่อเห็นสัญญาณ "ขวดหรือBottle" ในสมองหรือความคิดของเขาก็จะเกิดการจินตนาการภาพของขวดขึ้นมา ที่เราเข้าใจว่าเป็นภาพในใจหรือในความคิด (กาญจนา แก้วเทพ. 2542)

พัฒนามโนทัศน์เกี่ยวกับสัญญาณ เพื่อนำมาวิเคราะห์ความคิดความเชื่อที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับโดยไม่ตั้งคำถาม เมื่อตัวสัญญาณตัวหนึ่งกลายเป็นตัวสัญญาณสำหรับสารสัญญาณอย่างอื่น ๆ เช่น รูปนกพิราบ ในระดับหนึ่งให้สารสัญญาณอย่างธรรมดาว่าเป็นนกพิราบ แต่ในอีกระดับหนึ่งแสดงถึงสันติภาพ อีกตัวอย่างหนึ่ง คือ รูปเด็กในระดับหนึ่งคือภาพของเด็กแต่ในอีกระดับหนึ่งแสดงถึง ความไร้เดียงสาหรือความสุขในครอบครัว แม้กระทั่งอาหารชนิดต่าง ๆ ย่อมมีความหมายทางสังคม นอกเหนือไปจากที่อาหารที่มีไว้กินเพื่ออิ่มท้องเท่านั้น (จิรัช วิระสย. 2556)

ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมที่หลากหลายแตกต่างกันไป ผู้สูงอายุที่มีอายุเท่ากันหรือใกล้เคียงกัน ก็จะมีพฤติกรรมการใช้ชีวิต (Lifestyle) ที่แตกต่างกันออกไป จึงทำให้มีการแบ่งพฤติกรรมการใช้ชีวิต (Lifestyle) ของผู้สูงอายุ เป็นวัยเก่าหลายแบบ เช่น วัยเก่าสายซิด เน้นความสะดวกสบาย เน้นพักผ่อน เทียบตามธรรมชาติ ไม่เน้นกิจกรรมหนัก ๆ วัยเก่าสายบุญ ชอบมองหาที่พึ่งทางใจ หรือสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ เพื่อให้ตนเองมีความสุข วัยเก่าสายลุย ชอบทำอะไรรวดเร็ว มีกิจกรรมที่ทำให้รู้สึกถึงความสนุกสนานผ่อนคลาย ตื่นเต้นผจญภัย ท่องเที่ยว ได้ใช้ชีวิตที่ได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ แต่ทำอะไรต้องมีความปลอดภัย วัยเก่าสายสังสรรค์ เป็นคนที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี เข้ากับคนอื่นได้ง่าย สามารถเข้าสังคมใหม่ ๆ ได้ วัยเก่าสายเปย์ ยอมจ่ายเพื่อแลกกับความสะดวกสบายให้กับชีวิต ไม่ว่าจะท่องเที่ยว ช็อปปิ้ง หรือไปร้านหรูหราก็ใช้ชีวิตสบาย ๆ ใช้นานาน ๆ กับเพื่อน ๆ แต่จะใส่ใจในรายละเอียดข้อมูลอยู่เสมอ (คณะผู้จัดทำ นักศึกษาวิทยาลัยการจัดการมhidล สาขาการตลาด รุ่น MK19B. 2561)

สายพิณ ไชยนันท์ (2561) บทความในประเด็น ผู้สูงอายุกับปัญหาสุขภาพทางใจ เกี่ยวกับการเรียนรู้และเข้าใจถึงปัญหาสุขภาพทั้งทางกายและใจที่อาจเกิดขึ้นในผู้สูงอายุ ซึ่งในปัจจุบันเป็นปัญหาที่พบได้บ่อย โดยปัญหาสุขภาพทางใจ มีดังนี้ 1. ผู้สูงอายุมีความวิตกกังวลกลัวว่าจะต้องพึ่งลูกหลาน 2. เกิดการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ของผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุบางคนเป็นโรคซึมเศร้า 3. การเปลี่ยนแปลงทางความคิด ผู้สูงอายุมักจะคิดซ้ำซาก ลังเล ระวังหมกมุ่นเรื่องของตัวเอง 4. การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม ผู้สูงอายุมักเอาแต่ใจตัวเอง จู้จี้ ขี้บ่น ชอบยุ่งเรื่องคนอื่น 5. การเปลี่ยนแปลงของความจำ ผู้สูงอายุมักจำปัจจุบันไม่ค่อยได้ และชอบย้ำคำถามซ้ำ ๆ

บุญเรือง ไตรเรืองวรวัฒน์ (2561) ได้วางแนวคิดเพื่อให้ผู้สูงอายุไทยสามารถสร้างความสุขความพึงพอใจในชีวิตให้เกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืน ด้วยการยอมรับและปรับตัวให้ได้กับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นใช้ชีวิตอยู่อย่างพอดี และมีคุณค่า ยึดหลักความสุข 5 มิติในการดำเนินชีวิต ได้แก่ สุขสบาย (Happy Health) สุขสนุก (Recreation) สุขสง่า (Integrity) สุขสว่าง (Cognition) สุขสงบ (Peacefulness)

อาภาวรรณ โสภณธรรมรักษ์ (2559) แนวคิดเกี่ยวกับ 8 หนทางสู่การเป็นผู้สูงอายุที่มีความสุข ดังนี้ ผู้สูงอายุมีอารมณ์เหงา ว้าเหว่ ย้อนคิดถึงความหลัง อารมณ์เศร้าจากการพลัดพราก การสูญเสียคนที่รัก วิตกกังวล โกรธเมื่อมีความขัดแย้งและลูกหลานที่ไม่ยอมรับความคิดเห็น รู้สึกกลัวถูกทอดทิ้ง เนื่องจากช่วยเหลือตัวเองได้น้อยลง บ่อยครั้งขึ้นใจ คิดว่าตัวเองไร้ค่า และอาจจะหงุดหงิด เนื่องจากความเสื่อมของร่างกาย ใครทำอะไรก็ไม่ถูกใจ เลยมักจะหงุดหงิดและจู้จี้ขี้บ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

ประเภทของงานวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ภาพจากการถ่ายทอดความคิด สัมภาษณ์จากภาพ (Semiology Analysis) ที่รวบรวมมาได้และจัดประเภทหมวดหมู่ทำความเข้าใจวิเคราะห์และสรุปผล

กลุ่มตัวอย่างและเครื่องมือที่ใช้วิจัย

แหล่งข้อมูลที่ใช้ทำการวิจัยเป็นประเภทรูปภาพ การรวบรวมรูปภาพจากในแอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุที่ส่งหากันจำนวน 50 ภาพ ประกอบด้วย 2 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่ม "Best Friend" ผู้วิจัยเลือกกลุ่มนี้เนื่องจาก มีจำนวนสมาชิกในกลุ่ม 21 คน สมาชิกในกลุ่มมีอายุระหว่าง 60-75 ปี กลุ่มนี้ตั้งกลุ่มขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 สมาชิกทั้งหมดนี้มีความสนิทสนมกันเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นเพื่อนสนิทกันมากกว่า 20 ปี ผ่านช่วงชีวิตทั้งทุกข์และสุขร่วมกันมา ในทุกวันตั้งแต่เวลา 6 โมงเช้าจะมีการติดต่อสื่อสารกันด้วยการส่งทั้งภาพและข้อความหากัน และจะมีการนัดพบปะสังสรรค์ในวันเสาร์แรกของทุกเดือน ดังนั้นภาพจากกลุ่มดังกล่าวที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้จึงมีความหมายลึกซึ้งถึงความคิด มุมมองจากการเป็นเพื่อนสนิทกัน เสมือนเป็นคนในครอบครัว มีความหมายหลากหลายรูปแบบที่น่าสนใจในการนำมาทำการวิจัย

2. กลุ่ม "สังสรรค์เซียงกง" ผู้วิจัยเลือกกลุ่มนี้เนื่องจาก มีจำนวนสมาชิกในกลุ่ม 63 คน ผู้สูงอายุที่อยู่ในกลุ่มมีอายุระหว่าง 60-75 ปี กลุ่มนี้ตั้งขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 เป็นกลุ่มเพื่อนร่วมธุรกิจเดียวกัน มีจำนวนสมาชิกเยอะ เป็นธุรกิจการค้าเกี่ยวกับการซื้อขายอะไหล่รถยนต์มือสอง โดยส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ บางส่วนเกษียณแล้วให้ลูกหลานสืบทอดกิจการต่อ และจะมีการติดต่อสื่อสารกันทุกวันตั้งแต่เวลา 8 โมงเช้า ซึ่งนอกจากจะคุยเรื่องธุรกิจการค้าแล้วกลุ่มผู้สูงอายุก็ยังส่งภาพหากันทุกวัน โดยแต่ละภาพมีการสะท้อนความคิดในแง่มุมต่างๆ แต่ละภาพมีความหมายหลากหลายรูปแบบในความคิด มุมมองของเพื่อนร่วมธุรกิจเดียวกัน จึงเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่น่าสนใจในการนำภาพมาใช้ในการวิจัยในครั้งนี้

นอกจากนี้กลุ่ม "Best Friend" นี้จะเป็นตัวแทนของความสัมพันธ์แบบมิตรภาพ และกลุ่ม "สังสรรค์เซียงกง" จะเป็นตัวแทนของความสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจการค้า ดังนั้นผู้วิจัยสนใจในการศึกษาความสัมพันธ์ทั้ง 2 เรื่องนี้ จึงเลือก 2 กลุ่มดังกล่าวขึ้นมาศึกษาเท่านั้น ซึ่งจะทำให้การเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากรูปภาพดังกล่าวตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2561 จนถึงวันที่ 16 เมษายน พ.ศ. 2562

โดยทั้ง 2 กลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มที่ผู้วิจัยมีสมาชิกในครอบครัวอยู่ในแต่ละกลุ่มและผู้วิจัยสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้ ผู้วิจัยได้ทำการขออนุญาตในการเข้าไปขอใช้ข้อมูลในทั้ง 2 กลุ่ม โดยที่ให้สมาชิกในครอบครัวที่เป็นสมาชิกในแต่ละกลุ่ม แจ้งขออนุญาตในการนำรูปภาพที่ใช้สื่อสารกันในกลุ่มแอปพลิเคชันไลน์เพื่อนำมาทำงานวิจัยฉบับนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นการเก็บข้อมูลประเภทรูปภาพ โดยจะทำการเลือกเก็บข้อมูลเฉพาะรูปภาพที่ส่งหากันในแอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุ 2 กลุ่มนี้เท่านั้น ในการเก็บข้อมูลจะเลือกศึกษาและรวบรวมรูปภาพที่ผู้สูงอายุทั้ง 2 กลุ่ม มีขึ้นตอนดังนี้

1. เปิดแอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุ 2 กลุ่ม "Best Friend" และ "สังสรรค์เชียงใหม่"
2. โดยเก็บรวบรวมภาพใช้สื่อสารกันในแต่ละวัน ตั้งแต่วันจันทร์ ถึง วันอาทิตย์ รวบรวมภาพทั้งหมดตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2561 จนถึงวันที่ 16 เมษายน พ.ศ. 2562
3. คัดเลือกรูปภาพที่รวบรวมมาจากแอปพลิเคชันไลน์ทั้ง 2 กลุ่ม จำนวน 200 ภาพ แต่ตัดภาพที่เหมือนหรือคล้ายกันออกเพื่อให้ได้รูปภาพที่มีความหลากหลาย
4. นำมาคัดให้เหลือ 50 ภาพ และมาจัดหมวดหมู่
5. นำภาพทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล
6. หาแหล่งอ้างอิงข้อมูลเพื่อมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลจากรูปภาพต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการเก็บรวบรวมรูปภาพจากการคัดเลือกและจัดหมวดหมู่ แล้วจึงนำมาตีความและวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่วางไว้ วิเคราะห์ความหมายที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังของแต่ละภาพที่เป็นการสะท้อนถึงการแสดงออกทางความคิดของผู้สูงอายุและสรุปประเด็นจากรูปภาพที่ปรากฏอยู่ในการสื่อสารกันในกลุ่ม รวมทั้งการนำเสนอศึกษาเป็นข้อมูลหลักในการช่วยวิเคราะห์ความหมายเชิงลึกในแต่ละรูปภาพ ซึ่งข้อมูลของสัณนิษฐานจากเว็บไซต์ต่าง ๆ เป็นแหล่งข้อมูลที่ทำให้ความรู้ธิบายและให้ความหมายของสัตว์ประเภทต่าง ๆ ดอกไม้ประเภทต่าง ๆ สิ่งของประเภทต่าง ๆ อาคาร การส่งสัญญาณ และสัญลักษณ์ที่เกิดขึ้นในรูปภาพ และการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) โดยแบ่งเป็นหมวดหมู่จากรูปภาพซึ่งใช้วิธีอธิบายข้อมูลโดยนำความคิดเห็น ประเด็นที่น่าสนใจ

ผลการวิจัย

ประเภทของรูปภาพที่ใช้ในการสื่อสารกันในแอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุมีการส่งรูปภาพหากันในหลากหลายประเภท ลักษณะและสิ่งที่ประกอบอยู่ในภาพที่มีความหลากหลายในแต่ละวัน ซึ่งจากการวิจัยจะพบว่า มีประเภทของรูปภาพที่สื่อความหมายในเชิงต่าง ๆ คือ

1. ประเภทสื่อความหมายในเชิงสัญลักษณ์ของดอกไม้ เป็นประเภทรูปภาพที่ผู้สูงอายุใช้ส่งหากันเป็นจำนวนมากที่สุด ซึ่งในรูปภาพจะมีดอกไม้แต่ละชนิดที่สื่อถึงความหมายในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงสีของดอกไม้จะตรงกับสีของวันนั้น ๆ ดอกไม้จะเป็นรูปดอกไม้เสมือนจริง ไม่ใช่ดอกไม้ภาพวาด
2. ประเภทสื่อความหมายในเชิงสัญลักษณ์ของสัตว์ต่าง ๆ เป็นรูปภาพอีกประเภทหนึ่งซึ่งผู้สูงอายุใช้ส่งหากันมีจำนวนรูปภาพรองมาจากจำนวนของประเภทดอกไม้ ซึ่งสัตว์ต่าง ๆ ที่อยู่ในรูปภาพจะบ่งบอกถึงความหมายที่ผู้สูงอายุต้องการจะสื่อสารกัน
3. ประเภทสื่อความหมายในเชิงความเชื่อ ความศรัทธา ศาสนา รูปภาพประเภทนี้แสดงให้เห็นถึงความเชื่อ ความศรัทธา และการนับถือศาสนาของคนไทยมาตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบันไม่เคยเสื่อมคลาย อีกทั้งยังเป็นหนึ่งในทางแสดงถึงการมอบสิ่งดี ๆ ไปให้แก่ผู้รับ
4. ประเภทสื่อความหมายในเชิงอวยพร คำอวยพรที่เขียนอยู่ในรูปภาพจะมีแต่ความหมายดี ๆ ความหมายในเชิงบวก สื่อถึงผู้สูงอายุอยากมอบสิ่งดี ๆ ความสุข สมหวัง สมปรารถนาให้แก่ผู้รับอย่างจริงใจ
5. ประเภทสื่อความหมายในเชิงคำคมและให้กำลังใจ เป็นรูปภาพประเภทที่ผู้สูงอายุต้องการมอบแนวคิด แรงคิด มุมมองต่าง ๆ ไปให้ผู้รับ อีกทั้งยังเป็นการให้กำลังใจกันและกันให้ผ่านเรื่องราวต่าง ๆ ในชีวิตได้อย่างมีความสุข

6. ประเภเสื้อความหมายในเชิงประเพณี วิถีชีวิตและวันสำคัญ ตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน จากรุ่นสู่รุ่น คนไทยให้ความสำคัญกับการจัดงาน จัดกิจกรรม ประเพณีปฏิบัติ งานประเพณีและวันสำคัญสืบทอดต่อกันมา ผู้สูงอายุจึงส่งรูปภาพเพื่อแสดงถึงการให้ความสำคัญกับการสืบทอดประเพณี วันสำคัญต่างๆและวิถีชีวิตเพื่อให้ทุกคนเข้าใจและรับทราบในการปฏิบัติต่อไปเรื่อย ๆ

7. ประเภเสื้อความหมายในเชิงตลกขบขัน ผู้สูงอายุชอบรูปภาพในเชิงบวกและต้องการผ่อนคลายความเครียด จึงชอบส่งรูปภาพที่มีความตลกขบขันเพื่อให้ผู้รับได้รับความบันเทิง ได้รับรูปภาพที่ทำให้ผ่อนคลายและยังเป็นการมอบความสุข เสี่ยงหัวเราะให้แก่กันอีกด้วย

8. ประเภเสื้อความหมายในเชิงข้อมูล สถานการณ์ปัจจุบัน ผู้สูงอายุต้องการรับข้อมูลข่าวสารให้ทันสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อต้องการสื่อสารกันให้เข้าใจในเรื่องเดียวกันกับผู้อื่น และไม่ต้องการเป็นผู้อื่นมองว่าตนเองเป็นคนที่ดูล้าหลัง ล้าสมัย จึงพยายามอัปเดตข้อมูล อัปเดตสถานการณ์กันในทุก ๆ วัน

9. ประเภเสื้อความหมายในเชิงเตือนภัย ระวังภัย รูปภาพประเภทนี้เป็นประเภทที่ผู้สูงอายุส่งหากันจำนวนน้อยที่สุด เนื่องจากผู้สูงอายุไม่ต้องการสื่อสารกันด้วยรูปภาพที่มีความรุนแรงหรือทำให้รู้สึกสะเทือนใจ โดยส่วนใหญ่รูปภาพประเภทนี้จะเกี่ยวกับการเตือนภัยในเรื่องสุขภาพ เพื่อให้ตระหนักถึงโรคต่างๆที่อาจจะเกิดขึ้นได้

ความคิดที่ถูกสะท้อนออกมาผ่านการส่งรูปภาพของผู้สูงอายุในแอปพลิเคชันไลน์

จากการวิเคราะห์ความหมายที่ซ่อนอยู่ในรูปภาพและจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า ผู้สูงอายุมีการแสดงออกทางความคิดที่สื่อความหมายออกมาในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. เหงา โดดเดี่ยว แสดงความรู้สึกนี้ออกมาเพื่ออยากให้ผู้อื่นรับรู้และใส่ใจ
2. การมีตัวตน แสดงความคิดเห็นออกมาเพื่อให้ผู้อื่นรับรู้ว่ามีชีวิตอยู่ ยังสบายดีและอยากให้ใส่ใจกัน เห็นคุณค่ากันและกันด้วย มองเห็นภาพลักษณ์ที่ดี ๆ ของตน
3. ยึดติดกับความเชื่อ แสดงออกถึงความเชื่อที่ยึดถือกันมาตั้งแต่ในอดีต และยังคงเชื่อต่อไป
4. ปลง อดใจจ้ง สังขาร สภาพร่างกายที่เปลี่ยนไปส่งผลให้สภาพจิตใจที่เปลี่ยนไปด้วย เวลาที่ผ่านมานาน จึงทำให้เกิดความเข้าใจในชีวิต พยายามสร้างความสุขให้เกิดขึ้นจนถึงเวลาสุดท้ายของชีวิต
5. มิตรภาพที่ขาดไม่ได้ ไม่ว่าจะอยู่ในสังคมไหน ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับมิตรภาพในรูปแบบต่าง ๆ เสมอ ทั้งครอบครัว ญาติมิตร ลูกหลาน เพื่อนและทุก ๆ สังคม ก็จะมอบความสุข มิตรภาพที่ดีๆให้กันเสมอ
6. เพียงพอและพอเพียง เวลาในการใช้ชีวิตได้ผ่านมานานในสถานการณ์ทั้งดีและไม่ดี และจากประสบการณ์ที่สั่งสมมาจึงทำให้รับรู้ถึงความพอดี พอเพียงในชีวิตที่จะทำให้เกิดความสุขมากที่สุดในช่วงเวลาที่เหลืออยู่
7. ภูมิใจที่ได้ทำและทำได้ ผู้สูงอายุมีเวลารว่างในการทำสิ่งต่าง ๆ และจะรู้สึกภูมิใจมากเมื่อได้ลงมือทำด้วยตัวเอง และถ้าสิ่งที่ลงมือทำด้วยตัวเองนั้นประสบผลสำเร็จก็จะยิ่งภูมิใจที่ได้ทำ ยังบ่งบอกถึงให้ผู้อื่นรับรู้และอยากให้ชื่นชมในสิ่งที่ผู้สูงอายุลงมือทำด้วยตนเองอีกด้วย
8. สุข สงบ มองโลกในแง่บวก ผู้สูงอายุเจอประสบการณ์ที่ผ่านมามากมาย จึงทำให้เวลาที่เหลืออยู่ในการใช้ชีวิตจะเปิดรับแต่สิ่งต่าง ๆ ในแง่ดีเข้ามา ซึ่งจะทำให้ผู้สูงอายุเป็นคนคิดบวก มีมุมมองบวก เพื่อความสุข สงบกับชีวิตที่เหลืออยู่

สรุปผลการวิจัย

ทั้ง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ชื่อ “สังสรรค์เชียงใหม่” เป็นตัวแทนของความสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจการค้า และกลุ่มที่ชื่อ “Best Friend” เป็นตัวแทนของความสัมพันธ์แบบมิตรภาพ ความคิดของทั้ง 2 กลุ่มที่ถูกสะท้อนออกมาในแง่ที่เหมือนกันคือ รูปภาพที่เกี่ยวกับการตกท้ายหัวไปทุกวัน การมองโลกในแง่ดี เข้าใจชีวิต ความตลกขบขัน การอวยพร และต้องการมอบความสุข สิ่งที่ดีๆ ให้แก่ผู้รับ

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาและวิเคราะห์จากทั้ง 2 กลุ่มก็มีผลการนำเสนอความคิดในแง่มุมมองที่แตกต่างกัน คือ กลุ่ม “สังสรรค์เชียงใหม่” เป็นตัวแทนของความสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจการค้า มีผลในการนำเสนอความคิดในแง่เกี่ยวกับเงินเป็นส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นรูปภาพประเภทคำอวยพร สัตว์ต่าง ๆ หรือความเชื่อ ก็จะเป็นในเชิงการเงิน ความมั่งคั่ง ความร่ำรวย ตัวอย่างเช่น รูปภาพปลาอะโรวาน่า ซึ่งสื่อความหมายเกี่ยวกับให้มีโชคลาภ มีความมั่งคั่ง ร่ำรวย หรือรูปภาพความเชื่อ ซึ่งจะสื่อความหมายในการทำอย่างไรให้มีกินมีใช้ โดยมีอาจารย์ชื่อดังบอกถึงเคล็ดลับดี ๆ เกี่ยวกับการเงิน หรือมีเกจิอาจารย์ชื่อดังที่หลายคนศรัทธาเพื่ออวยพรให้เกิดความมั่งมีเงินทอง

ทั้งนี้ตรงกันข้ามกับกลุ่ม “Best Friend” เป็นตัวแทนของความสัมพันธ์แบบมิตรภาพ มีผลในการนำเสนอความคิดในแง่มุมมองเกี่ยวกับมิตรภาพ ความหวังดี สุขสมหวัง ให้กำลังใจกันและอวยพรให้มีสุขภาพแข็งแรง เช่น เป็นรูปภาพที่แสดงถึงการอยากให้ตกท้ายทุกวัน รู้ว่ายังมีชีวิตอยู่ อยากให้ติดต่อกันบ่อย ๆ ใส่ใจกันในเรื่องความรู้สึกเป็นอย่างมาก และที่สำคัญที่สุดคือมีการใส่ใจกันในเรื่องเกี่ยวกับมิตรภาพที่ขาดกันไม่ได้

เมื่อกลุ่มผู้สูงอายุแต่ละกลุ่มใช้ชีวิตในสังคมที่แตกต่างกัน และมีประสบการณ์การใช้ชีวิตที่ผ่านมาแตกต่างกัน จึงทำให้ความคิดที่ถูกสะท้อนผ่านการส่งภาพที่ใช้ในการสื่อสารกันของผู้สูงอายุแต่ละกลุ่มเกิดความแตกต่างกัน โดยแต่ละรูปภาพที่ส่งหากันจะมีความหมายที่สื่อสารออกมาได้หลากหลาย เช่น กลุ่มที่เป็นตัวแทนของความสัมพันธ์แบบเพื่อนทอ้งเที่ยว รูปภาพที่แสดงออกมาก็จะเกี่ยวกับการพักผ่อน การผ่อนคลาย รูปภาพสถานที่ที่มีความสวยงาม เป็นต้น

อภิปรายผลการวิจัย

1. พฤติกรรมและการสื่อสารกันบนแอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุ

จากการวิจัย พบว่า ผู้สูงอายุใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารในชีวิตประจำวันทุกวัน และยังสามารถเข้าถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งพบได้จากรูปภาพจำนวนมากที่ส่งหากันในกลุ่มทั้ง 2 กลุ่มของงานวิจัยนี้ และเนื่องจากการส่งรูปภาพหากันในแอปพลิเคชันไลน์เป็นการสื่อสารที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว และยังสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย รวมถึงรับรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ทัน จึงทำให้ผู้สูงอายุหันมาเรียนรู้วิธีการใช้แอปพลิเคชันไลน์และสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ยังสอดคล้องกับ คณะผู้จัดทำ นักศึกษาวิทยาลัยการจัดการมธิดา สาขาการตลาด รุ่น MK19B (2561) วิจัยในเรื่อง “AWUSO Society 4.0 แก่แต่วัย หัวใจยังเก๋า” ซึ่งเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ชีวิต (Lifestyle) ที่แตกต่างกันออกไปของวัยเก๋า ซึ่งวัยเก๋าสายสังสรรค์เป็นผู้สูงอายุที่รู้สึกเหงาจึงต้องไปทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อน ๆ และยังเป็นคนที่เปิดรับข้อมูลข่าวสาร ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอผ่านสื่อออนไลน์อีกด้วย

2. ประเภทของรูปภาพที่ใช้ในการสื่อสารกันบนแอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุ

จากการวิเคราะห์รูปภาพที่สื่อความหมายในเชิงประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสารกันบนแอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุ แสดงให้เห็นถึงความหมายที่ซ่อนอยู่ในรูปภาพต่าง ๆ ที่แสดงออกมาจากความคิดของผู้ส่งในการสื่อสารไปถึงผู้รับ สอดคล้องกับ จิรโชค วีระสย (2556) ที่แสดงถึงความคิดความเชื่อที่คนส่วนใหญ่ในสังคม

ยอมรับโดยไม่ตั้งคำถาม ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ (2542) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ องค์ประกอบของสัญญาของ Saussure และ Peirce ในส่วนที่เป็น ตัวหมายถึง (signified) คือเมื่อเห็นสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ได้ผ่านกระบวนการเรียนรู้ สัญญาแล้ว ในสมองและความคิดก็จะเกิดการจินตนาการขึ้นมา ทำให้สามารถคิดและเข้าใจได้ในทันทีว่าสิ่งที่เห็นเป็นภาพในใจหรือในความคิดหมายถึงอะไร

ในส่วนของประเทศรูปภาพต่าง ๆ ที่ผู้สูงอายุส่งหากัน เป็นสิ่งที่ผู้สูงอายุใช้ในการสื่อสารไปยังผู้รับ อีกทั้งเป็นการมอบสิ่งที่ดี ความหมายดี ๆ และเป็นการมอบความสุขให้แก่ผู้รับ จึงทำให้ทั้งผู้ส่งและผู้รับจะได้มีความสุข สมหวัง มีสุขภาพจิตที่ดี และยังเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ช่วยให้ผ่อนคลายและสร้างสัมพันธ์อันดีกับเพื่อน ครอบครัว คนในสังคมเดียวกันในช่วงชีวิตที่เหลืออยู่ สอดคล้องกับ สายพิน ไซนันนท์ (2561) การเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ของผู้สูงอายุ ควรจะหากิจกรรมให้ผู้สูงอายุทำเพื่อความเพลิดเพลินและเกิดประโยชน์ โดยอย่าปล่อยให้ผู้สูงอายุอยู่คนเดียว ซึ่งสอดคล้องกับ บุญเรือง ไตรเรืองวรวัฒน์ (2561) แนวทางเรื่อง สุขภาพ 5 มิติ ในการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ ในเรื่องสุขสนุก (recreation) มีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับเพื่อน พุดคุยกับคนในครอบครัวหรือคนในสังคม รวมทั้งทำกิจกรรมที่ทำให้จิตใจแจ่มใส

3. ความคิดที่ถูกสะท้อนออกมาผ่านการส่งรูปภาพของผู้สูงอายุในแอปพลิเคชันไลน์

เหงา โดดเดี่ยว แสดงความรู้สึกนี้ออกมาเพื่ออยากให้ผู้อื่นรับรู้และใส่ใจ กลัวกับสิ่งต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นเมื่ออยู่คนเดียว สอดคล้องกับ อาภาวรรณ โสภณธรรมรักษ์ (2559) รู้ถึงสาเหตุของอารมณ์เหงา ว่าเหว่ เศร้าจากการพลัดพรากและกลัวการทอดทิ้งของผู้สูงอายุ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและจิตใจ และยังสอดคล้องกับ สายพิน ไซนันนท์ (2561) โดยปัญหาสุขภาพทางใจทำให้ผู้สูงอายุมีความวิตกกังวลกลัวว่าจะต้องพึ่งลูกหลาน โดยแสดงออกในลักษณะขาดความเชื่อมั่น ด้วยความหวาดกลัว กลัวถูกทอดทิ้ง กลัวถูกรังเกียจ

การมีตัวตน แสดงความคิดเห็นออกมาเพื่อให้ผู้อื่นรับรู้ว่ามีชีวิตอยู่ ยังสบายดีและอยากให้ใส่ใจกัน เห็นคุณค่ากันและกันด้วย มองเห็นภาพลักษณ์ที่ดี ๆ ของตน และยังอยากให้ผู้อื่นเห็นถึงการมีตัวตนของผู้สูงอายุในสังคม สอดคล้องกับ สายพิน ไซนันนท์ (2561) ผู้สูงอายุจะมีสุขภาพจิตใจที่ดีได้นั้น ต้องทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกว่ามีคุณค่า มีความสำคัญในสังคม สร้างแรงจูงใจให้ผู้สูงอายุลุกขึ้นมาใส่ใจในตัวเอง

ยึดติดกับความเชื่อ แสดงออกถึงความเชื่อที่ยึดถือกันมาตั้งแต่ในอดีต และยังคงเชื่อต่อไป เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในความคิด ในจิตใจ และการกระทำ ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อที่สืบทอดกันมาแต่โบราณตามประเพณี ความเชื่อทางศาสนา หรือความเชื่อที่ได้รับจากประสบการณ์ สอดคล้องกับ คณะผู้จัดทำ นักศึกษาวิทยาลัยการจัดการมhidล สาขาการตลาด รุ่น MK19B (2561) วิจัยในเรื่องพฤติกรรมการใช้ชีวิต (Lifestyle) ของวัยเก๋าสายบุญ มีพฤติกรรมที่ชอบมองหาที่พึ่งทางใจ หรือสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ เพื่อให้ตนเองมีความสุข ปราศจากทุกข์ ชอบเข้าวัด ไหว้พระ

ปลง อดทน สัจจะ สภาพร่างกายที่เปลี่ยนไปส่งผลให้สภาพจิตใจที่เปลี่ยนไปด้วย ประสบการณ์ที่ผ่านมาจึงทำให้ผู้สูงอายุมีความเข้าใจในชีวิต พยายามสร้างความสุขให้เกิดขึ้นจนถึงเวลาสุดท้ายของชีวิต สอดคล้องกับ บุญเรือง ไตรเรืองวรวัฒน์ (2561) ผู้สูงอายุไทยสามารถสร้างความสุขความพึงพอใจในชีวิตให้เกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืน ด้วยการยอมรับและปรับตัวให้ได้กับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นใช้ชีวิตอยู่อย่างพอดี และมีคุณค่า ยึดหลักความสุข 5 มิติ ในการดำเนินชีวิต

มิตรภาพที่ขาดไม่ได้ ไม่ว่าจะอยู่ในสังคมไหน ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับมิตรภาพในรูปแบบต่างๆ เสมอ ทั้งครอบครัว ญาติมิตร ลูกหลาน เพื่อนและทุก ๆ สังคม ก็จะมอบความสุข มิตรภาพที่ดี ๆ ให้กันเสมอ สอดคล้องกับ บุญเรือง ไตรเรืองวรวัฒน์ (2561) ยึดหลักความสุข 5 มิติในการดำเนินชีวิต เรื่อง สุขสนุก (Recreation)

มีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อน พุดคุยกับคนในครอบครัว ทำกิจกรรมที่ทำให้จิตใจแจ่มใส เช่น เล่นกีฬา ดนตรี กิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ จะทำให้อายุยืนกว่าคนที่ไม่มีสังคมถึง 7 ปี และสอดคล้องกับ คณะผู้จัดทำ นักศึกษาวิทยาลัยการศึกษามหิดล สาขาการตลาด รุ่น MK19B (2561) วิจัยในเรื่องพฤติกรรมการใช้ชีวิต (Lifestyle) ของวัยเก๋าสายสังสรรค์ เป็นคนที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี เข้ากับคนอื่นได้ง่าย สามารถเข้าสังคมใหม่ ๆ ได้

เพียงพอและพอเพียง เวลาในการใช้ชีวิตได้ผ่านมานั้นนานในสถานการณ์ทั้งดีและไม่ดี และจากประสบการณ์ที่สั่งสมมาจึงทำให้รับรู้ถึงความพอดี ความพอเพียงในชีวิตที่จะทำให้เกิดความสุขมากที่สุดในช่วงเวลาที่เหลืออยู่ ซึ่งสอดคล้องกับ บุญเรือง ไตรเรืองวรวัฒน์ (2561) ยึดหลักความสุข 5 มิติในการดำเนินชีวิต เรื่องสุขสง่า (Integrity) เป็นความรู้สึกรับรู้พอใจ และการให้ที่ไม่หวังผลตอบแทน

ภูมิใจที่ได้ทำและทำได้ ผู้สูงอายุมีเวลารว่างในการทำสิ่งต่าง ๆ และจะรู้สึกภูมิใจมากเมื่อได้ลงมือทำด้วยตัวเอง และถ้าสิ่งที่ลงมือทำด้วยตัวเองนั้นประสบผลสำเร็จก็จะยิ่งภูมิใจที่ได้ทำ ยิ่งบ่งบอกถึงให้ผู้อื่นรับรู้และอยากให้เห็นชมในสิ่งที่ผู้สูงอายุลงมือทำด้วยตนเองอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ บุญเรือง ไตรเรืองวรวัฒน์ (2561) ยึดหลักความสุข 5 มิติในการดำเนินชีวิต เรื่องสุขสง่า (Integrity) ภาคภูมิใจ เช่นเป็นที่ปรึกษาของครอบครัว ลูกหลาน เป็นจิตอาสา และสุขสว่าง (Cognition) เป็นความสามารถของสมองทั้งด้านความจำ ความคิดอย่างมีเหตุผล โดยอย่าหยุดยั้งที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เช่นเรียนภาษา ฟังคิดเลข หรือสวดมนต์โดยไม่ต้องอ่านจากหนังสือ จำเบอร์โทรศัพท์คนใกล้ชิด

สุขสงบ มองโลกในแง่บวก ผู้สูงอายุเจอประสบการณ์ที่ผ่านมามากมาย จึงทำให้เวลาที่เหลืออยู่ในการใช้ชีวิตจะเปิดรับแต่สิ่งต่าง ๆ ในแง่ดีเข้ามา ซึ่งจะทำให้ผู้สูงอายุเป็นคนคิดบวก มีมุมมองบวก เพื่อความสุข สงบกับชีวิตที่เหลืออยู่ สอดคล้องกับ บุญเรือง ไตรเรืองวรวัฒน์ (2561) ยึดหลักความสุข 5 มิติในการดำเนินชีวิต เรื่องสุขสงบ (Peacefulness) ผู้สูงอายุสามารถเข้าใจและจัดการอารมณ์เพื่อให้เกิดความสงบทางใจ เช่น ผีกลสดี ผีกลสมาธิ บริหารจิตอย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. การสื่อสารการตลาด โฆษณา หรือกล่องผลิตภัณฑ์ ในการใช้รูปภาพนำเสนอผู้สูงอายุเพื่อสื่อสารให้เข้าใจและสามารถเข้าถึงผู้สูงอายุได้ ควรเป็นรูปภาพที่มีสีสันสดใส แสดงออกมาในเชิงบวกแต่แฝงไปด้วยความหมายดี ๆ และสิ่งที่เป็นความเชื่อของผู้สูงอายุ เช่น ความเชื่อทางด้านศาสนา โหราศาสตร์ โชคลาง สิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือ ความเชื่อตามธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต วันสำคัญที่สืบทอดต่อ ๆ กันมา สิ่งสำคัญคือ ทำให้ผู้สูงอายุเห็นแล้วรู้สึกมีความสุข มีรอยยิ้ม อาจจะอยู่ทั้งบนกล่องผลิตภัณฑ์ โฆษณา หรือสื่อต่าง ๆ ได้

2. ปัจจุบันมีสินค้ามากมายออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ แต่สินค้ายังมีจำนวนน้อยที่คำนึงถึงความรู้สึกนึกคิดในเบื้องลึกของผู้สูงอายุ เช่น ปัจจุบันมีที่อยู่อาศัยมากมายสำหรับผู้สูงอายุ มีทั้งความสะดวกสบาย การออกแบบเพื่อผู้สูงอายุใช้งาน (Universal Design) แต่อาจจะเพิ่มในส่วนพื้นที่ที่ให้พบปะเพื่อน มี Community ส่วนกลางที่มีกิจกรรมที่ให้ผู้สูงอายุสามารถทำกิจกรรมที่ชอบ กิจกรรมที่สนใจ ทำพร้อมกับเพื่อนๆ เพราะนอกจากผู้สูงอายุจะได้ทำสิ่งต่างๆด้วยตนเองแล้ว ยังทำให้มีมิตรภาพเกิดขึ้นมาด้วย ผู้สูงอายุจะได้ไม่รู้สึกเหงา เศร้า แต่จะมีความสุขเพิ่มมากขึ้น

3. ทำสื่อการเรียนการสอนดิจิทัลและชุมชนที่สามารถพบปะ พุดคุย สอบถาม อัพเดทสถานการณ์ ผ่านแอปพลิเคชันหรือโปรแกรมออนไลน์ที่ใช้งานง่าย สะดวก มีการช่วยเหลืออย่างเต็มที่จากผู้รู้ ในการสอนใช้งานผ่าน

ออนไลน์ และผู้สูงอายุมีโอกาส ชักถาม เรียนรู้ ทันโลก ทันสถานการณ์ เพื่อให้ผู้สูงอายุเข้าใจและใช้งานเป็น ซึ่งจะทำให้ผู้สูงอายุไม่เหงา ไม่โดดเดี่ยว มีสุขภาพจิตที่ดี มีความสุข ต่อยอดช่วยเหลือผู้อื่นได้และไม่ถูกหลอกลวง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาความต้องการ พฤติกรรม ความรู้สึนึกคิด มุมมองต่าง ๆ และรูปแบบการใช้ชีวิตจากรูปภาพที่ใช้สื่อสารกันในแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ 2 กลุ่มเท่านั้น คือ กลุ่มผู้สูงอายุเป็นตัวแทนของความสัมพันธ์แบบมิตรภาพ และ กลุ่มที่เป็นตัวแทนของความสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจการค้า ดังนั้นการวิจัยในครั้งต่อไปสามารถเพิ่มเติมในกลุ่มผู้สูงอายุที่เป็นตัวแทนในด้านอื่นๆได้

2. งานวิจัยในครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะรูปภาพที่สื่อสารกันในแอปพลิเคชันไลน์เท่านั้น ซึ่งการทำวิจัยในครั้งต่อไปสามารถศึกษาวิเคราะห์รูปภาพในการสื่อสารของผู้สูงอายุในสื่อออนไลน์หรือแอปพลิเคชันอื่น ๆ ได้

เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2561). **จำนวนและอัตราผู้สูงอายุปีพ.ศ.2551-2561**. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2562.

จาก http://social.nesdb.go.th/SocialStat/StatReport_Final.aspx?reportid=3491&template=1R1C&yeartype=M&subcatid=27.

กาญจนา แก้วเทพ. (2542). **การวิเคราะห์สื่อแก่นความคิดและเทคนิค**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอดิสันเพรส โปรดักส์.

ภิรดา สมวาทสรณ์. (2559). **การศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารกับการส่งต่อข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

คณะผู้จัดทำ นักศึกษาวิทยาลัยการจัดการมิตติ สาขาการตลาด รุ่น MK19B. (2561). **AWUSOSociety4.0แก่แต่วัยหัวใจยังเก่า**. สืบค้นเมื่อ 16 เมษายน 2562. จาก <http://www.cmmu.mahidol.ac.th/cmmu/index.php/9-college-news/540-awuso-society-4.0>.

คณะผู้จัดทำ นักศึกษาวิทยาลัยการจัดการมิตติ สาขาการตลาด รุ่น MK19C. (2561). **สื่อสารโดนใจรุ่นใหญ่วัยสี่ เงิน**. สืบค้นเมื่อ 16 เมษายน 2562. จาก www.cmmu.mahidol.ac.th/cmmu/index.php/about/more-about/archive-news/9-college-news/614-marketing-conference-silver-age-content-marketing.

จิรัช วิระชัย. (2556). **ปรัชญาเชิงศาสตร์ว่าด้วยมรดกทางปัญญานานาชาติ**. โครงการปรัชญาดุสิตบัณฑิต ทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

บรรลุ ศิริพานิช, รัตดา ดำริการเลิศ, ศศิพัฒน์ ยอดเพชร, อุบล หลิมสกุล, วิชัย เอกพลาก, สัมฤทธิ์ ศรีธำรงสวัสดิ์. (2561). **สถานการณ์ผู้สูงอายุไทยพ.ศ.2560**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย.

บุญเรือง ไตรเรืองวรวัฒน์. (2561). **ความสุข5มิติ**. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2562. จาก <http://www.prdmh.com/1070>

สายพิน ไชยนันท์. (2561). **ผู้สูงอายุกับปัญหาสุขภาพทางใจ**. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2562. จาก <https://www.dmh.go.th/news-dmh/view.asp?id=27565>.

สุรรัตน์ ปานพรม. (2561). **การวิเคราะห์เนื้อหาข้อความและความต้องการข่าวสารผ่านไลน์ของผู้สูงอายุ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

อภาววรรณ โสภณธรรมรักษ์. (2559). **8หนทางสู่การเป็น'ผู้สูงอายุ'ที่มีความสุข**. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2562. จาก <https://www.thaihealth.or.th/Content/31008-8>.

NBUS0011: แนวทางการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ

GUIDELINES FOR POTENTIAL DEVELOPMENT IN WORKING OF THE POLICE OFFICIALS OF ROYAL POLICE CADET ACADEMY

จักราวุธ จุฑาธิปไตย¹

¹วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินระดับการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ในปัจจุบันของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ 2) ประเมินความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ 3) เปรียบเทียบความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและ 4) เสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี ในการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างคือข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจจำนวน 234 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการวิเคราะห์ค่าที่ และค่าความแปรปรวนทางเดียว ในการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ข้าราชการตำรวจชั้นสัญญาบัตรระดับหัวหน้างาน จำนวน 8 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัย

ผลการวิจัย พบว่า 1) โรงเรียนนายร้อยตำรวจมีการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 2) ข้าราชการตำรวจมีความต้องการในการพัฒนาศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 โดยมีความต้องการด้านการฝึกอบรมอยู่ในระดับมากที่สุด 3) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความต้องการในการพัฒนาศักยภาพพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีความต้องการพัฒนาศักยภาพไม่แตกต่างกัน และ 4) แนวทางการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ ประกอบด้วย (ก) ด้านการฝึกอบรม ควรมีการสนับสนุนให้มีการสำรวจความต้องการและจัดให้มีการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอและจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอต่อความต้องการ (ข) ด้านการศึกษา ควรส่งเสริมให้มีการศึกษาต่อในคุณวุฒิที่สูงขึ้นเพื่อพัฒนาตนเอง สนับสนุนทุนการศึกษา และ (ค) ด้านการพัฒนา ควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาองค์กรเพื่อเสริมสร้างทักษะด้านภาษาอังกฤษ และด้านคุณธรรม จริยธรรม

คำสำคัญ: การพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่, ข้าราชการตำรวจโรงเรียนนายร้อยตำรวจ

Abstract

The purposes of this study were to 1) assess the current level of potential development on operations for police officers in the Royal Police Cadet Academy, 2) assess the needs for potential development on operations, 3) compare the needs for potential development on operations by personal

factors, and 4) offer a potential development guideline on operations for police officers in the Royal Police Cadet Academy.

This study employed a mixed-methods design. Quantitative data were collected through questionnaires. The sample included 234 police officers in the Royal Police Cadet Academy. The data were statistically analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and one-way ANOVA. Qualitative data were collected from relevant documents and in-depth interviews. Eight key informants included commissioned police officers with an administrative rank. The obtained data were analyzed with an inductive analysis.

Findings revealed that 1) the overall level of potential development on operations for police officers in the Royal Police Cadet Academy was moderate ($\bar{X}=3.25$), 2) the overall level of needs for potential development on operations among the police officers was extremely high ($\bar{X}=4.35$) and the need on training was the highest, 3) the comparison analysis on the needs for potential development on operations indicated that different personal factors yielded indifferent potential-development needs, and 4) the potential development guideline on operations comprised (a) training which included needs assessment being supported, training being consistently provided, and budgets being adequately allocated, (b) education which included further education for higher qualifications being supported as self-development as well as scholarships being granted, and (c) development which included organizational development being encouraged through the enhancement of English language skills, morality, and ethics.

Keywords: Potential development on operations, police officers in the Royal Police Cadet Academy

บทนำ

ในปัจจุบันโลกได้มีการเปลี่ยนแปลงและมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ไปอย่างก้าวกระโดดซึ่งการเปลี่ยนแปลงย่อมส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมในการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ในสังคมอย่างแน่นอน เมื่อการพัฒนาของเทคโนโลยีมีมากขึ้นทำให้การดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ซึ่งอาจจะนำมาใช้ทั้งในทางที่เป็นผลดีและผลเสีย ดังนั้นอาชญากรรมก็จะเกิดขึ้นได้ง่ายมากขึ้นตามไปด้วย เพราะเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการติดต่อสื่อสารของมนุษย์ให้เป็นไปได้ง่ายมากขึ้นซึ่งในสังคมที่มีขนาดใหญ่มีประชากรเป็นจำนวนมากย่อมมีปัญหาต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการระเบียบข้อบังคับ เพื่อเป็นกติกาของสังคมทำให้เกิดบรรทัดฐานเดียวกัน มีข้อตกลงเดียวกัน ที่ทุกคนในสังคมมีความเข้าใจตรงกันว่าสิ่งใดกระทำได้สิ่งใดกระทำแล้วจะมีความผิดมีบทลงโทษตามมาสิ่งเหล่านี้เพื่อป้องกันปัญหาต่าง ๆ ในสังคมและช่วยให้สังคมอยู่ร่วมกันได้อย่างดีโดยมีกฎระเบียบ กติกา ข้อบังคับ หรือที่เราเรียกว่า กฎหมาย ก็จะต้องมีหน่วยงานที่เข้ามามีบทบาทหน้าที่ในการรับผิดชอบ ในการบังคับใช้กฎหมายให้มีประสิทธิภาพประสิทธิผลอย่างที่สุด หน่วยงานดังกล่าวก็คือ “ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ” โดยมีบุคลากรในการปฏิบัติหน้าที่ ภารกิจของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ก็คือ “ ข้าราชการตำรวจ ” ในการปฏิบัติหน้าที่ของ ข้าราชการตำรวจ มีหลายด้านแบ่งกันไปตามภาระหน้าที่ของแต่ละฝ่าย โดยหลัก ๆ จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ ที่

ชัดเจนที่สุดคือ ฝ่ายอำนวยการสนับสนุนและฝ่ายป้องกันและปราบปราม แต่ทั้งหมดนี้ก็ปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้ภารกิจของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ได้วางเอาไว้เพื่อประโยชน์และความสงบเรียบร้อยของประเทศไทยและประโยชน์สุขของประชาชน (สำนักวิชาการ สำนักเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. 2562)

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ได้กำหนดให้มีการปฏิรูปประเทศด้านกระบวนการยุติธรรม การปฏิรูปสำนักงานตำรวจแห่งชาตินั้นก็ได้รับความสนใจอย่างมากจากประชาชนและสังคมอย่างเป็นวงกว้าง ซึ่งการปฏิรูปสำนักงานตำรวจแห่งชาตินั้นก็ได้รับการปฏิรูปจากรัฐบาลมาอย่างต่อเนื่องหลายยุคหลายสมัย บางด้านอาจจะได้รับการดำเนินการไปบ้างในบางส่วนแล้ว แต่ก็ไม่อาจจะเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้และยังไม่เป็นที่พอใจตามความคาดหวังของประชาชนที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากพอในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจในประเทศไทย จนมีประสิทธิภาพมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน ตลอดจนด้านขวัญและกำลังใจ สวัสดิการต่าง ๆ และค่าตอบแทน ในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจในประเทศไทย และความเจริญก้าวหน้าทางราชการในวิชาชีพเฉพาะอย่างข้าราชการตำรวจยังมีไม่มากพอเท่าที่ควรจะเป็นให้มีความเหมาะสมกับปัจจุบัน (แผนพัฒนาโรงเรียนนายร้อยตำรวจ พ.ศ.2560-2564. 2562)

เมื่อสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากและมีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดดนั้น โรงเรียนนายร้อยตำรวจ เป็นสถานศึกษาที่มีหน้าที่มุ่งผลิตนักเรียนนายร้อยตำรวจ เพื่อมารับราชการเป็นกำลังหลักสำคัญในสังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติและข้าราชการตำรวจในประเทศไทยก็ถือได้ว่าเป็นต้นทางที่มีความสำคัญของการบวนการยุติธรรม โรงเรียนนายร้อยตำรวจที่ได้รับมอบหมายให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจของ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ ยังพบว่าปัญหาเรื่องศักยภาพในด้านต่าง ๆ ในการปฏิบัติหน้าที่อาจจะต้องมีการพัฒนาอยู่เสมอเพื่อให้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม อีกทั้งภาระหน้าที่ต่าง ๆ ที่รับผิดชอบและต้องปฏิบัติหน้าที่นั้นมีจำนวนและในบางครั้งมากเกินไปกำลังพลของข้าราชการตำรวจของ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ จนทำให้เกิดความล่าช้าในการปฏิบัติหน้าที่ไม่ทันตามเวลาที่กำหนด ไม่มีเวลาให้กับครอบครัว ขาดความสุขในการดำรงชีวิตประจำวัน อีกทั้งมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลในการปฏิบัติหน้าที่อีกมากที่ยังไม่ทราบถึงสาเหตุและบ่อยครั้งที่ไม่ได้รับการแก้ไขหรือพัฒนาให้ดีขึ้น ดังนั้นจึงมีความสำคัญอย่างมากถ้าจะมีการสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ เพื่อให้ข้าราชการตำรวจของ โรงเรียนนายร้อยตำรวจสามารถปฏิบัติหน้าที่ให้ดีขึ้นตลอดจนได้รับการพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาในด้านต่าง ๆ ภายในหน่วยงาน เพราะภาครัฐโดยเฉพาะสำนักงานตำรวจแห่งชาติที่มีข้าราชการตำรวจปฏิบัติหน้าที่ใกล้ชิดประชาชน ซึ่งมีผลต่อการเคารพสิทธิและอำนาจของประชาชน ทั้งกาย วาจา ใจ โดยเข้าใจและยอมรับในเนื้อหาของสิทธิเสรีภาพที่สมบูรณ์ มีความเป็นธรรมเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกันของปวงชน (สำนักวิชาการ สำนักเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. 2562)

ในส่วนของผู้วิจัยซึ่งเป็นข้าราชการตำรวจที่ปฏิบัติหน้าที่ในโรงเรียนนายร้อยตำรวจ มีความต้องการที่จะศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ ความละเอียดดังแจ้งแล้วนั้น ซึ่งผลที่จะได้จากการวิจัยที่ผ่านการวิเคราะห์มาแล้ว เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ ให้เกิดประโยชน์แก่ข้าราชการตำรวจในสังกัดและหน่วยงานต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

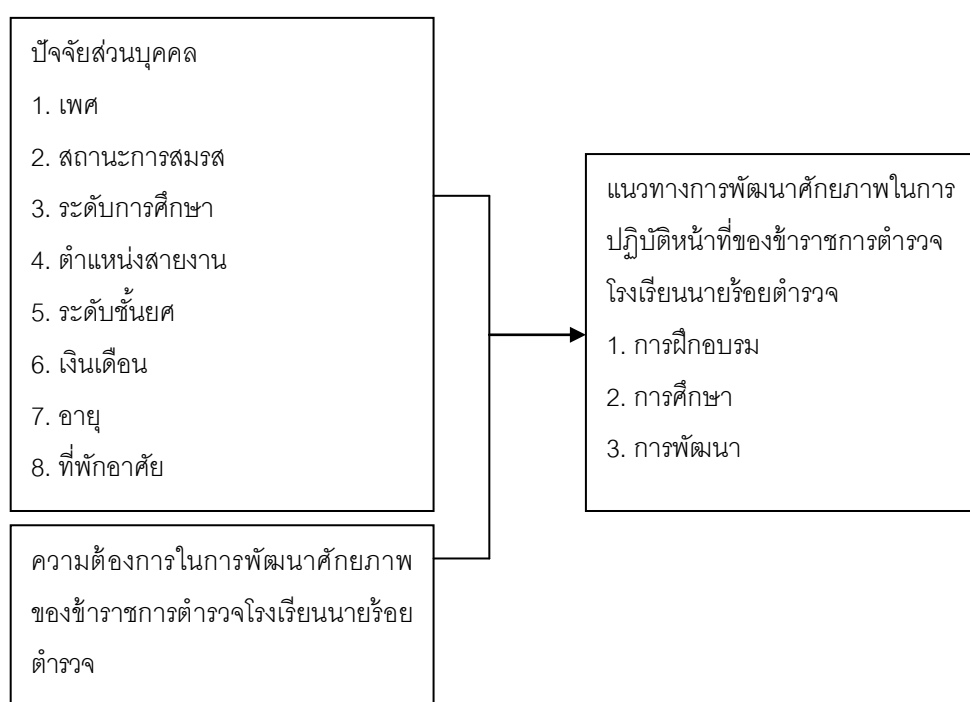
1. เพื่อศึกษาระดับการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ในปัจจุบันของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ
2. เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจโรงเรียนนายร้อยตำรวจ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นประโยชน์ในการพัฒนาข้าราชการตำรวจให้มีความครอบคลุมด้านการฝึกอบรม การศึกษา และการพัฒนาอย่างทั่วถึง ชัดเจนต่อเรื่องอย่างมีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดผลทางการปฏิบัติหน้าที่ให้มีความถูกต้อง
2. เป็นแนวทางในการกำหนด นโยบายสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาศักยภาพของข้าราชการตำรวจในการปฏิบัติหน้าที่ให้มีความเหมาะสมกับการปฏิบัติหน้าที่ตามสภาพจริง
3. เป็นประโยชน์ในการติดตาม ประเมินผลการพัฒนาศักยภาพข้าราชการตำรวจจริง มีการกำหนดระยะเวลา รูปแบบการติดตามประเมินผลที่ชัดเจน เพื่อให้เกิดการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ซึ่งมาจากการผสมผสานความรู้หลากหลายสาขาร่วมกันของ ลีโอนาร์ด เนดเลอร์ (Leonard Nadler : 1980) ซึ่งจะประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ คือ 1. การฝึกอบรม (Training) 2. การศึกษา (Education) 3. การพัฒนา (Development) ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีดังกล่าวมากำหนดเพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เชิงปริมาณ

1. ข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจจำนวน 564 คน

2. นำจำนวนประชากรข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจไปหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยผู้วิจัยใช้ตามวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ Taro Yamane (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 234 คน

เชิงคุณภาพ

ประชากรผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการวิจัยครั้งนี้โดยเป้าหมายที่ใช้ซึ่งได้แก่บุคคลที่เกี่ยวข้องกับระบบราชการในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจซึ่งเป็นข้าราชการตำรวจชั้นสัญญาบัตรของโรงเรียนนายร้อยตำรวจ โดยผู้วิจัยได้สัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ ฝ่ายกำลังพล (บริหารงานบุคคล) 3 คน ฝ่ายงานแผน 2 คน ฝ่ายงบประมาณ (การคลัง) 2 คน และกลุ่มงานคณาจารย์ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ 1 คนรวมเป็นจำนวน 8 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เป็นข้อมูลที่ค้นหาและรวบรวมจากตำราเรียน บทความและข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

2. เป็นข้อมูลที่รวบรวมเองโดยตรง ซึ่งได้จากการสำรวจ โดยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ ที่ใช้ในการวิจัย คือ จำนวน 234 คน ตามที่กล่าวมาข้างต้นได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะทั้งที่เป็น แบบสอบถามปลายเปิด (Open- end question) และแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended question) แบ่งเป็น 4 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ คำถามข้อที่ 1 – 9 คือ เพศ สถานะการสมรส บุตร ระดับการศึกษา ตำแหน่งสายงาน ระดับชั้นยศ เงินเดือน อายุ และที่พักอาศัย

ตอนที่ 2 สอบถามถึงระดับการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจในปัจจุบัน และสอบถามถึงระดับความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โดยใช้เทคนิคการวัด ความคิดเห็นแบบ (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์กำหนดการใช้คะแนนดังนี้ ความคิดเห็น ระดับมากที่สุดให้คะแนนเท่ากับ 5 และระดับน้อยที่สุด ให้คะแนนเท่ากับ 1

ตอนที่ 3 สอบถามถึงข้อเสนอแนะการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ (คำถามปลายเปิด) อยู่ด้านท้ายสุดของแบบสอบถาม

3. เป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาด้วยวิธีการเชิงคุณภาพ โดยให้การสัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่ ข้าราชการตำรวจชั้นสัญญาบัตร โรงเรียนนายร้อยตำรวจจำนวน 7 คน และอาจารย์ประจำกลุ่มงานคณาจารย์ โรงเรียนนายร้อยตำรวจจำนวน 1 คน รวมเป็นจำนวน 8 คน ซึ่งประกอบด้วยการสัมภาษณ์ 3 ด้านได้แก่ ด้านการฝึกอบรม ด้านการศึกษาและด้านการพัฒนา ซึ่งมีวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการกำหนดประเด็นของคำถามให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ความเที่ยงตรงในการวิจัย ตลอดจนครอบคลุมในส่วนของเนื้อหาความถูกต้องให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

1. นำร่างแบบสอบถามพบอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อแก้ไขตามคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา
2. นำร่างแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและแก้ไขตามคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว มาหาค่าความสอดคล้องและความเหมาะสมของข้อคำถามรายข้อกับนิยามเชิงปฏิบัติการ (Item-Objective Congruence: IOC) รวมทั้งข้อเสนอแนะ โดยผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบจำนวน 3 ท่าน โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.6 – 1.0 มาใช้ในแบบสอบถาม
3. ทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญและจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอรับหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการทำวิจัยจากมหาวิทยาลัยนำไปติดต่อประสานงานกับหน่วยงานก่อนที่จะเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูล
2. กำหนดจำนวนแบบสอบถามจากข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ ซึ่งมีประชากรจำนวน 564 คน ซึ่งเป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 234 คน
3. ขอความร่วมมือจากข้าราชการตำรวจในหน่วยงานที่ต้องการแจกแบบสอบถามและชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อเก็บข้อมูลต่อไป
4. รวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์และครบถ้วนตามจำนวนก่อนที่จะนำไปหาค่าทางสถิติ
5. วิเคราะห์ทางสถิติโดยการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เป็นหลักโดยวิธีดำเนินการคือ เมื่อรับข้อมูลแบบสำรวจแล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสำรวจแล้วจึงบันทึกลงเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยโปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป เมื่อเก็บข้อมูลเสร็จเป็นการนำข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น แบบสอบถามปลายเปิด การสัมภาษณ์ เป็นต้น มาทำการวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ มีเทคนิคที่สำคัญในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะนำคำสัมภาษณ์หรือบันทึกมาเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างบุคคล จัดลำดับความสำคัญและนำข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมมาทำการวิเคราะห์ร่วมกันอย่างเป็นระบบจากนั้นจะนำข้อมูลมาเชื่อมโยงแล้วหาความสัมพันธ์ของข้อมูลที่ได้รับมาให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อประกอบความคิดเห็นที่ได้ทำการสอบถามจากแบบสอบถามหรือข้อมูลเชิงปริมาณ ดังนั้นข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะเป็นข้อมูลที่มีความละเอียดและครอบคลุมทั้งด้านการให้เหตุผลและข้อเท็จจริง ซึ่งการวิเคราะห์จะออกมาในรูปแบบเชิงพรรณนา เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และสามารถตอบความคิดเห็นต่อระดับการพัฒนาศักยภาพข้าราชการตำรวจในปัจจุบันและความคิดเห็นต่อระดับความต้องการในการพัฒนาศักยภาพข้าราชการตำรวจ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจได้อย่างชัดเจน สมบูรณ์สอดคล้องกับกรอบแนวคิดในงานวิจัยที่กำหนดไว้ต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- ร้อยละ (Percentage) เป็นลักษณะของประชากรที่ใช้สถิติพรรณนา
- ใช้สถิติพรรณนา ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ย เพื่อให้ได้ข้อมูลโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพื่ออธิบายถึงระดับการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจในปัจจุบันและระดับความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โดยค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ความคิดเห็นระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ความคิดเห็นระดับมาก ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ความคิดเห็นระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ความคิดเห็นระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ความคิดเห็นระดับน้อยที่สุด
- ใช้สถิติ T-test เพื่อวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ
- ใช้สถิติ F-test (One-way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความต้องการการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 60.3 รองลงมาเป็นเพศหญิง ร้อยละ 39.7 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 56.4 และสถานภาพโสด ร้อยละ 43.6 โดยมีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ได้แก่ ปริญญาตรี ร้อยละ 50.4 รองลงมาได้แก่ ม.6/ปวช. 31.6 ปริญญาโท ร้อยละ 15 ปวส./เทียบเท่า ร้อยละ 50.4 และน้อยที่สุดได้แก่ ปริญญาเอก ร้อยละ 1.3 ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามนั้นมีตำแหน่งสายงานหรือหน่วยงานที่สังกัดมากที่สุดได้แก่ กองบังคับการอำนวยการ ร้อยละ 26.1 รองลงมาได้แก่ คณะตำรวจศาสตร์ ร้อยละ 17.1 กองบังคับการปกครอง ร้อยละ 13.7 ศูนย์บริการทางการศึกษา ร้อยละ 12.4 ศูนย์ฝึกตำรวจ ร้อยละ 11.5 คณะสังคมศาสตร์ ร้อยละ 6.0 สำนักเทคโนโลยี ร้อยละ 5.6 คณะนิติวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 4.3 และน้อยที่สุดได้แก่ สำนักประกันศึกษา ร้อยละ 3.4 ตามลำดับ ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับชั้นยศส่วนใหญ่ในชั้นสัญญาบัตร ร้อยละ 57.3 และชั้นประทวน ร้อยละ 42.7 โดยส่วนใหญ่มีระดับเงินเดือนที่ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 29.5 รองลงมาได้แก่ 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 26.9 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 22.2 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 11.5 ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 7.7 และน้อยที่สุดได้แก่ เงินเดือนมากกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 2.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และ 21-30 ปี ร้อยละ 25.6 และ 25.2 ตามลำดับ รองลงมาได้แก่ผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 22.2 มากกว่า 50 ปี ร้อยละ 20.9 และน้อยที่สุดได้แก่ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 21 ปี ร้อยละ 6.0 โดยจากการสอบถามแล้วนั้นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีที่พักอาศัย เป็นที่พักสวัสดิการของข้าราชการ ร้อยละ 80.8 และที่พักอาศัยภายนอก ร้อยละ 19.2

ผลการวิเคราะห์ระดับการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจโรงเรียนนายร้อยตำรวจ ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 พบว่า ระดับการพัฒนาศักยภาพในปัจจุบันในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$) และเมื่อนำมาพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับการพัฒนาศักยภาพในปัจจุบันในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจมากที่สุดคือ ด้านการฝึกอบรม ($\bar{X} = 3.39$) รองลงมา คือ ด้านการศึกษา ($\bar{X} = 3.24$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ ด้านการพัฒนา ($\bar{X} = 3.13$)

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ สถานะการสมรส ระดับการศึกษา หน่วยงานที่สังกัด ระดับชั้นยศ เงินเดือน อายุ ที่พักอาศัย

(n=234)		
รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	141	60.3
หญิง	93	39.7
2. สถานะการสมรส		
โสด	102	43.6
สมรส	132	56.4
3. ระดับการศึกษา		
ม.6/ปวช.	74	31.6
ปวส./เทียบเท่า	4	1.7
ปริญญาตรี/เทียบเท่า	118	50.4
ปริญญาโท	35	15
ปริญญาเอก	3	1.3
4. ตำแหน่งสายงาน/หน่วยงานที่สังกัด		
กองบังคับการอำนวยการ	61	26.1
กองบังคับการปกครอง	32	13.7
คณะตำรวจศาสตร์	40	17.1
คณะนิติวิทยาศาสตร์	10	4.3
ศูนย์บริการทางการศึกษา	29	12.4
ศูนย์ฝึกตำรวจ	27	11.5
สำนักเทคโนโลยี	13	5.6
สำนักประกันการศึกษา	8	3.4
5. ระดับชั้นยศ		
ชั้นประทวน	100	42.7
ชั้นสัญญาบัตร	134	57.3
6. เงินเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	18	7.7
10,000-20,000 บาท	69	29.5
20,001-30,000 บาท	52	22.2

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ สถานะการสมรส ระดับการศึกษา หน่วยงานที่สังกัด ระดับชั้นยศ เงินเดือน อายุ ที่พักอาศัย (ต่อ)

(n=234)		
รายการ	จำนวน	ร้อยละ
40,001-50,000 บาท	27	11.5
มากกว่า 50,000 บาท	5	2.1
7. อายุ		
ต่ำกว่า 21 ปี	14	6
21-30 ปี	59	25.2
31-40 ปี	60	25.6
41-50 ปี	52	22.2
มากกว่า 50 ปี	49	20.9

ผลการวิเคราะห์ระดับความต้องการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 พบว่า ระดับความต้องการในการพัฒนาศักยภาพ ในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$) และเมื่อนำมาพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจมากที่สุดคือ ด้านการฝึกอบรม ($\bar{X} = 4.36$) รองลงมาคือ ด้านการศึกษา ($\bar{X} = 4.35$) และด้านที่น้อยที่สุดคือ ด้านการพัฒนา ($\bar{X} = 4.34$)

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความต้องการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

1. ข้าราชการตำรวจจำแนกตามเพศ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้าราชการตำรวจที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจโดยรวม ไม่แตกต่างกัน

2. ข้าราชการตำรวจจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด มีความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้าราชการตำรวจที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจโดยรวม ไม่แตกต่างกัน

3. ข้าราชการตำรวจจำแนกตามระดับชั้นยศ มีความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้าราชการตำรวจที่มีระดับชั้นยศต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจด้านการอบรมและการศึกษา ไม่แตกต่างกัน

4. ข้าราชการตำรวจจำแนกตามเงินเดือน มีความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้าราชการตำรวจที่มีเงินเดือนต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจโดยรวม ไม่แตกต่างกัน

5. ข้าราชการตำรวจจำแนกตามอายุ มีความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้าราชการตำรวจที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจด้านการอบรมและด้านการศึกษา ไม่แตกต่างกัน อีกทั้ง ข้าราชการตำรวจที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจด้านการพัฒนา แตกต่างกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน และการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานที่	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	สถิติทดสอบ	ค่าระดับนัยสำคัญ	ผลการทดสอบสมมติฐานยอมรับ	ปฏิเสธ
1	เพศ	ด้านการฝึกอบรม	F-test	Sig.	-	✓
		ด้านการศึกษา	F-test	Sig.	-	✓
		ด้านการพัฒนา	F-test	Sig.	-	✓
2	ระดับการศึกษา	ด้านการฝึกอบรม	F-test	Sig.	-	✓
		ด้านการศึกษา	F-test	Sig.	-	✓
		ด้านการพัฒนา	F-test	Sig.	-	✓
3	ระดับชั้นยศ	ด้านการฝึกอบรม	F-test	Sig.	-	✓
		ด้านการศึกษา	F-test	Sig.	-	✓
		ด้านการพัฒนา	F-test	-	✓	-
4	เงินเดือน	ด้านการฝึกอบรม	F-test	Sig.	-	✓
		ด้านการศึกษา	F-test	Sig.	-	✓
		ด้านการพัฒนา	F-test	Sig.	-	✓
5	อายุ	ด้านการฝึกอบรม	F-test	Sig.	-	✓
		ด้านการศึกษา	F-test	Sig.	-	✓
		ด้านการพัฒนา	F-test	-	✓	-

ผลการศึกษานหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 4

1. ด้านการฝึกอบรม ควรมีการสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ จัดให้มีหลักสูตรให้เลือกเข้ารับการฝึกอบรมตามความเหมาะสมตรงตามความต้องการและการปฏิบัติหน้าที่รับผิดชอบ มีความชัดเจนของการฝึกอบรม มีการศึกษาหาความรู้ใหม่ ๆ สร้างองค์ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับตนเองและการปฏิบัติหน้าที่เป็นสำคัญ วิเคราะห์และจัดทำข้อมูลข้าราชการตำรวจในสังกัดว่าขาดทักษะการปฏิบัติหน้าที่ในด้านใดบ้างและอยู่ระดับมากน้อยเพียงใด มีส่วนร่วมในการจัดรูปแบบของหลักสูตรการฝึกอบรม มีตัวอย่างของปัญหาที่เกิดขึ้นให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมใช้วิธีวิเคราะห์เป็นหลัก จัดสรรงบประมาณให้เพียงพอต่อความต้องการ มีการติดตามประเมินผลการฝึกอบรมอย่างเหมาะสมตรงตามวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของตัวข้าราชการตำรวจเองและหน่วยงานอีกด้วย

2. ด้านการศึกษา ควรส่งเสริมให้ข้าราชการตำรวจได้ศึกษาต่อระดับที่สูงขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้ที่จะต้องใช้ในการปฏิบัติงานและความรู้ด้านการบริหารงาน เพื่อเป็นการส่งเสริมข้าราชการตำรวจอย่างทั่วถึงและครอบคลุม ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับทางราชการ มีการจัดโครงการสร้างองค์ความรู้ให้กับข้าราชการตำรวจ ให้มีความรู้ทันต่อเหตุการณ์ในโลกปัจจุบัน ส่งเสริมให้มีการศึกษาต่อในคุณวุฒิที่สูงขึ้นเพื่อพัฒนาตนเองและนำความรู้กลับมาพัฒนาการปฏิบัติหน้าที่ของตนเอง โดยการจัดหาทุนการศึกษาต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ให้รางวัลตอบแทนให้กับผู้ปฏิบัติงานทั้งในทาง ด้านชื่อเสียง ด้านผลตอบแทนพิเศษ ซึ่งจะทำให้เกิดแรงจูงใจ เกิดการต่อยอด และศึกษาเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง

3. ด้านการพัฒนา ควรส่งเสริมให้จัดโครงการต่าง ๆ ที่เป็นการพัฒนาข้าราชการตำรวจเช่น การพัฒนาด้านภาษาอังกฤษ ภาษาจีน หรือด้านคอมพิวเตอร์เป็นต้น มุ่งเน้นการพัฒนาด้านคุณธรรมจริยธรรมเป็นอันดับแรก ให้มีความตระหนักว่ามีหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคมและตนเองเป็นสำคัญมากน้อยแค่ไหนและพิจารณาด้านอื่น ๆ พัฒนาก้าวไปข้างหน้าให้เป็นหลักสากลเพื่อส่งเสริมสิ่งใหม่ๆ ให้กับข้าราชการตำรวจและจะต้องไม่ยึดติดกับแนวทางการปฏิบัติเก่า กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และนโยบายให้ชัดเจนในด้านการพัฒนาศักยภาพของข้าราชการตำรวจ โดยการระดมความคิดเห็นจากหัวหน้าหน่วยฝ่ายต่าง ๆ นำมาจัดทำเป็นแผนการพัฒนา จะต้องให้มีการปฏิบัติในด้านรูปธรรม ลงมือปฏิบัติได้อย่างชัดเจนเพื่อให้เกิดเป็นรูปธรรมที่ตมมองเห็นได้ชัดเจนขึ้นมาไม่ใช่เพียงแค่เป็นนามธรรม จะต้องมีความต่อเนื่องและได้รับการสนับสนุนงบประมาณที่เพียงพอ

สรุปผลการวิจัย

1. ระดับการพัฒนาศักยภาพในปัจจุบันในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ พบว่าทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการฝึกอบรม ด้านการศึกษา และด้านการพัฒนา นั้นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

2. ความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจทั้ง 3 ด้าน ด้านการฝึกอบรม ด้านการศึกษา และด้านการพัฒนา นั้นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

3. สรุปแนวทางการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ ซึ่งมีแนวทางในการพัฒนาทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการฝึกอบรม ด้านการศึกษาและด้านการพัฒนา ดังนี้

3.1 ด้านการฝึกอบรม ควรมีการสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ จัดให้มีหลักสูตรให้เลือกเข้ารับการฝึกอบรมตามความเหมาะสมตรงตามความต้องการและการปฏิบัติหน้าที่รับผิดชอบ มีความชัดเจนของการ

ฝึกอบรม มีการศึกษาหาความรู้ใหม่ ๆ สร้างองค์ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับตนเองและการปฏิบัติหน้าที่เป็นสำคัญ วิเคราะห์ และจัดทำข้อมูลข่าวสารการตำรวจในสังกัดว่าขาดทักษะการปฏิบัติหน้าที่ในด้านใดบ้างและอยู่ระดับมากน้อยเพียงใด มีส่วนร่วมในการจัดรูปแบบของหลักสูตรการฝึกอบรม เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของตัวข้าราชการตำรวจเองและหน่วยงานอีกด้วย

3.2 ด้านการศึกษา ควรส่งเสริมให้ข้าราชการตำรวจได้ศึกษาต่อสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้ที่จะต้องใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อเป็นการส่งเสริมข้าราชการตำรวจอย่างทั่วถึงและครอบคลุม ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับทางราชการ มีการจัดโครงการสร้างองค์ความรู้ให้กับข้าราชการตำรวจให้มีความรู้ทันต่อเหตุการณ์ในโลกปัจจุบัน เพื่อพัฒนาตนเองและนำความรู้กลับมาพัฒนาการปฏิบัติหน้าที่ของตนเอง โดยการจัดหาทุนการศึกษาต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งจะก่อให้เกิดแรงจูงใจ เกิดการต่อยอดและศึกษาเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง

3.3 ด้านการพัฒนา ควรส่งเสริมให้จัดโครงการต่าง ๆ ที่เป็นการพัฒนาข้าราชการตำรวจเช่น การพัฒนาด้านภาษาอังกฤษ ภาษาจีน หรือด้านคอมพิวเตอร์เป็นต้น มุ่งเน้นการพัฒนาด้านคุณธรรมจริยธรรมเป็นอันดับแรก ให้มีความตระหนักว่ามีหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคมและตนเองเป็นสำคัญมากน้อยแค่ไหนและพิจารณาด้านอื่น ๆ พัฒนาก้าวไปข้างหน้าให้เป็นหลักสากลเพื่อส่งเสริมสิ่งใหม่ๆ ให้กับข้าราชการตำรวจและจะต้องไม่ยึดติดกับแนวทางการปฏิบัติเก่า กำหนดนโยบายให้ชัดเจนในด้านการพัฒนาศักยภาพของข้าราชการตำรวจ โดยการระดมความคิดเห็นจากหัวหน้าหน่วยฝ่ายต่าง ๆ นำมาจัดทำเป็นแผนการพัฒนา จะต้องให้มีการปฏิบัติในด้านรูปธรรม ลงมือปฏิบัติไม่ใช่เพียงแค่เป็นนามธรรม จะต้องมีความต่อเนื่องและได้รับการสนับสนุนงบประมาณที่เพียงพอ

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการอภิปรายผลตามกรอบแนวคิดทางการศึกษาวิจัยและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งจากการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ โดยศึกษาทั้งในการพัฒนาศักยภาพในปัจจุบันและความต้องการในการพัฒนาศักยภาพเพื่อใช้เป็นแนวทางในการอภิปรายผล โดยสามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1. ระดับการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ 3 ด้านคือ

1.1 ด้านการฝึกอบรม จากผลการศึกษาระดับการพัฒนาศักยภาพในปัจจุบันในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจด้านการฝึกอบรม พบว่า โรงเรียนนายร้อยตำรวจจะสามารถพัฒนาศักยภาพของข้าราชการตำรวจนั้นจะต้องมุ่งเน้นในกาปฐมนิเทศและการฝึกอบรมก่อนการปฏิบัติหน้าที่ที่มีความเหมาะสมกับหน้าที่ที่รับผิดชอบเพื่อทำให้ข้าราชการตำรวจมีศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและส่งเสริมให้สร้างองค์ความรู้ที่ทันสมัยและเป็นประโยชน์กับหน่วยงานสอดคล้องกับแนวคิด วิสัย โสสุวรรณจินดา (2556) กล่าวว่า การฝึกอบรม(Training) คือ การทำให้บุคคลนั้น ๆ มีความเหมาะสมกับงาน โดยจะมุ่งเน้นการพัฒนาบุคคลให้ไปสู่ตำแหน่งหน้าที่หรืออาชีพนั้น ซึ่งจะถือได้ว่าเป็นวิธีการในการเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรทั้งในด้านความคิด ด้านการกระทำ ด้านความสามารถ มีความรู้ความชำนาญและมีการแสดงออก ซึ่งที่เป็นกระบวนการที่ใช้เสริมสร้างความรู้ (Knowledge) ทักษะการปฏิบัติงาน (Skill) ความสามารถ (Capacity) ของบุคลากรให้สามารถปฏิบัติงานได้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

1.2 ด้านการศึกษา จากผลการศึกษาระดับการพัฒนาศักยภาพในปัจจุบันในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจด้านการศึกษาพบว่า โรงเรียนนายร้อยตำรวจจะต้องให้ความสำคัญด้าน

การศึกษาเพราะเป็นสิ่งที่สำคัญของข้าราชการตำรวจในการพัฒนาศักยภาพเพื่อปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับการศึกษาควรส่งเสริมให้ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เมื่อองค์กรมีบุคลากรที่มีคุณภาพย่อมส่งผลให้องค์กรมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นสอดคล้องกับแนวความคิด จำเนียร จวงตระกูล (2553) กล่าวว่า การศึกษา เป็นการดำเนินการเพื่อให้เกิดความรู้ทั่ว ๆ ไปซึ่งเป็นความรู้ที่เป็น พื้นฐานที่จะนำไปใช้ในการดำรงอยู่ในสังคมได้ ฉะนั้นการศึกษาจึงเป็นเรื่องแบบกว้าง ๆ กว่าการศึกษาและการ พัฒนา ซึ่งมีผลต่อเนื่องกับตัวบุคคลและสามารถนำไปใช้ได้ ซึ่งมุ่งเน้นที่ตัวบุคคลเป็นสำคัญ การศึกษาตามปกติแล้ว จะไม่ใช้การดำเนินการเพื่อที่จะได้มาซึ่งความรู้หรือเกิดการเรียนรู้อย่างใดอย่างหนึ่ง ไม่ว่าจะด้วยเพื่อตัวบุคคลหรือ รวมไปถึงที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานก็ตาม นอกจากนี้ที่ตามปกติแล้วองค์กรจะมีส่วนเกี่ยวข้องในการเข้าไปกำหนด ทิศทางในการดำเนินตามการกระบวนการศึกษา

1.3 ด้านการพัฒนา จากผลการศึกษาในระดับการพัฒนาศักยภาพในปัจจุบันในการปฏิบัติหน้าที่ของ ข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจด้านการพัฒนาพบว่า โรงเรียนนายร้อยตำรวจเห็นว่าการพัฒนาศักยภาพ ในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจจะต้องสนับสนุนงบประมาณด้านการพัฒนาให้เพียงพอเพื่อเป็นการส่งเสริม การพัฒนาของข้าราชการตำรวจและการพัฒนาหน่วยงานให้มีความทันสมัยมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่

2. ความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อย ตำรวจ 3 ด้าน ได้แก่

2.1 ด้านการฝึกอบรม จากผลการศึกษาในระดับความต้องการในการพัฒนาศักยภาพ ในการปฏิบัติ หน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจด้านการฝึกอบรมพบว่า จากผลการศึกษาหาแนวทางการพัฒนา ศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจพบว่า ควรมีการสนับสนุนการฝึกอบรม อย่างสม่ำเสมอ โดยจัดให้มีหลักสูตรให้มีการเลือกเข้ารับการฝึกอบรมตามความเหมาะสมและตรงตามความต้องการ ในการปฏิบัติหน้าที่ที่รับผิดชอบ ซึ่งมีความสอดคล้องกับการข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามจากผู้กรอก แบบสอบถามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น รวมถึงการฝึกอบรม การพัฒนาความรู้ใหม่ๆ การสร้างองค์ความรู้เพิ่มเติม การ นำตัวอย่างที่เกิดปัญหาเป็นแนวทางในการแก้ไขโดยการคิดวิเคราะห์และแบ่งปันข้อมูล มีการติดตามและ ประเมินผลอย่างเหมาะสมตามวัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจและต่อ หน่วยงานอีกด้วยสอดคล้องกับแนวความคิดของ นักรบ ระวังการณ์ (2539) กล่าวว่า การอบรมเป็นกระบวนการหนึ่งในการ พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development : HRD) ซึ่งมีขอบข่ายของการพัฒนามนุษย์รวมถึง ตั้งแต่การวางแผนในการจัดทำโครงการในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้กับบุคลากรในองค์กรและเพื่อให้บุคลากรมี ความรู้ความเข้าใจ ทักษะในการทำงานและมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะต้องมีการปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของ การทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

2.2 ด้านการศึกษา จากผลการศึกษาในระดับความต้องการในการพัฒนาศักยภาพ ในการปฏิบัติหน้าที่ ของข้าราชการตำรวจ ด้านการฝึกอบรมพบว่า จากผลการศึกษาหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจพบว่า ควรส่งเสริมให้ข้าราชการตำรวจได้มีโอกาสในการศึกษาต่อ สูงขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการบริหาร การจัดการงาน เพื่อให้เกิดประโยชน์กับทางการมากที่สุด และมีรางวัลใจ มีทุนการศึกษาให้ข้าราชการที่สำเร็จการศึกษา ไม่ว่าจะระดับการศึกษาชั้นใดก็ตามเป็นการตอบแทน ผลตอบแทนต่อ องค์กร เพื่อให้ข้าราชการทุกระดับมีขวัญและกำลังใจในการทำงานพัฒนาองค์กรของตนเองต่อไปซึ่งสอดคล้องกับ แนวความคิด ไพศาล ไกรสิทธิ์ (2559) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการศึกษา จึงจำเป็นจะต้องให้ความสำคัญ ใน

การสร้างหลักสูตรหรือโปรแกรมเพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรหนึ่งองค์กรใด จะต้องมีการประเมินความต้องการกำลังคนในระดับต่าง ๆ เป็นการคาดคะเนการใช้กำลังคนในอนาคต

2.3 ด้านการพัฒนา จากผลการศึกษาระดับความต้องการในการพัฒนาศักยภาพ ในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจด้านการฝึกอบรมพบว่า จากผลการศึกษานหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โรงเรียนนายร้อยตำรวจพบว่า ควรส่งเสริมให้มีการจัดโครงการต่าง ๆ ที่เป็นการพัฒนาข้าราชการตำรวจ เช่น พัฒนาภาษาอังกฤษและด้านคอมพิวเตอร์ พร้อมกับมุ่งเน้นด้านจริยธรรมให้มีความตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคม และตนเอง พัฒนาไม่ให้อยึดติดกับความคิดตนเองมากเกินไป พิจารณาตามการพัฒนาตามหลักสากลเพื่อส่งเสริมสิ่งใหม่ ๆ ให้เข้ากับหน่วยงาน และองค์กรของข้าราชการตำรวจ ลงมือปฏิบัติอย่างจริงจังและชัดเจน เพื่อให้เกิดเป็นรูปธรรมที่จับต้องมองเห็นได้ ทั้งนี้จะต้องได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณที่เพียงพอซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กมลรัตน์ แสนใจงาม (2557) การพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะสูงเป็นสิ่งที่จำเป็น การพัฒนาสมรรถนะอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องจึงเป็นสิ่งที่ควรดำเนินต่อไป ข้อเสนอแนะในงานวิจัยนี้กล่าวว่าสำหรับบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ควรปรับปรุงและพัฒนาตนเองให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสมรรถนะหลักและสมรรถนะประจำกลุ่มงานเพื่อให้เกิดการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งควรนำเสนอเอาสมรรถนะหลักและสมรรถนะประจำกลุ่มงานไปประยุกต์ใช้กับระบบการบริหารงานบุคคลนอกเหนือจากการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. ควรส่งเสริมการพัฒนาข้าราชการตำรวจของโรงเรียนนายร้อยตำรวจให้มีความครอบคลุมด้านการฝึกอบรม การศึกษา และการพัฒนาอย่างทั่วถึง โดยมีการจัดการฝึกอบรมทุกปี มีความชัดเจนและต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล เพื่อก่อให้เกิดผลทางการปฏิบัติหน้าที่ให้มีความถูกต้อง
2. ควรสนับสนุนงบประมาณด้านการศึกษาเพื่อเพิ่มคุณวุฒิให้มีโอกาสในการสร้างผลงานและรับผิดชอบต่องานตนเองให้มีคุณภาพโดยพัฒนาศักยภาพของข้าราชการตำรวจในการปฏิบัติหน้าที่ให้มีความเหมาะสมกับการปฏิบัติหน้าที่ตามสภาพจริง
3. ควรติดตาม ประเมินผลการพัฒนาศักยภาพข้าราชการตำรวจจริง มีการกำหนดระยะเวลา รูปแบบการติดตามประเมินผลที่ชัดเจน ปรับเปลี่ยนและสรรหาแนวทางผู้มีประสบการณ์ตรงมาฝึกอบรมให้การศึกษาต่อไป เพื่อให้เกิดการดำเนินการอย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพสูงสุด
4. ควรมีการเก็บข้อมูลความต้องการของข้าราชการตำรวจในทุก ๆ ด้านเพื่อให้ทราบถึงปัญหาอุปสรรคที่แท้จริง รวมทั้งประเมินความก้าวหน้าด้านการพัฒนาบุคลากรและหน่วยงาน อย่างสม่ำเสมอ เร่งรัด แก้ไขปัญหาและอุปสรรคนั้นให้ทันทั่วถึง เพื่อรักษาขวัญและกำลังใจของข้าราชการตำรวจอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยควรกำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลที่ชัดเจนให้เพียงพอต่อการเก็บข้อมูล เพื่อป้องกันการเก็บข้อมูลที่ไม่ครอบคลุมขอบเขตการวิจัยเท่าที่ควร

2. ควรติดตามปัญหา อุปสรรค ตลอดจนความต้องการของบุคลากรจากหน่วยงานนั้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทราบถึงปัญหาที่แท้จริงและทิศทางของการดำเนินการวิจัยให้ตรงต่อปัญหา อุปสรรค เพื่อให้ได้ผลการวิจัยออกมาที่ถูกต้องและแก้ไขปัญหาและอุปสรรคนั้นได้

3. การดำเนินการวิจัยควรมีการเปรียบเทียบกับหน่วยงานที่มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อให้ได้ผลการวิจัยจากแต่ละหน่วยงานมาวิเคราะห์เปรียบเทียบหาความแตกต่างและทิศทางของปัญหาของแต่ละหน่วยงานได้

เอกสารอ้างอิง

กมลรัตน์ แสนใจงาม. (2557). รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

วิทยานิพนธ์ ปร.ม. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

จำเนียร จวงตระกูล. (2553). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทฤษฎีและการปฏิบัติ. กรุงเทพฯ :มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต
 นักรบ ระวังการณ์. (2539). การจัดการอบรมและการเป็นวิทยากร. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์
 และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

แผนพัฒนาโรงเรียนนายร้อยตำรวจ พ.ศ.2560-2564 (ฉบับปรับปรุง). สืบค้นเมื่อ 6 มิถุนายน 2562,
 จาก http://www.rpca.ac.th/images/news/plan/plan_develop_rpca_60-64.pdf.

ไพศาล ไกรสิทธิ์. (2559). การศึกษากับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. จาก: [http:// paisarnkr.blogspot.com/2016/10/blog-post_24.html](http://paisarnkr.blogspot.com/2016/10/blog-post_24.html).

วิชัย โสสุวรรณจินดา. (2556). การบริหารทรัพยากรมนุษย์. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ โพธิ์เพชร.

สำนักวิชาการ สำนักเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2560). ปฏิรูปตำรวจไทยกับความคาดหวังของประชาชน.
 สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2562, จาก www.parliament.go.th.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed). New York: Harper and Row Publication.

NBUS0012: คุณภาพการให้บริการรถไฟโดยสาร ของสถานีรถไฟอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

SERVICE QUALITY PASSENGER TRAINS OF AYUTTAYA RAILWAY STATION AMPHOE PHRA NAKHON SI AYUTTAYA DISTRICT IN PHRA NAKHON SI AYUTTAYA PROVINCE

ธนภัทร์ พงษ์สถิตย์¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์²

¹ คณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² คณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการรถไฟ สถานีรถไฟอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการรถไฟโดยสาร สถานีรถไฟอยุธยา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการทดสอบที (Independent t-Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) และ ทดสอบรายคู่ โดยวิธี Least-Significant Different (LSD)

ผลการวิจัย พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 21-30 ปี มีสถานภาพโสดมากที่สุด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท และมีระยะเวลาในการใช้บริการรถไฟ 6-10 ปี ระดับคุณภาพการให้บริการรถไฟโดยสาร รวมทุกด้าน พบว่า ในภาพรวมอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความไว้วางใจ รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความปลอดภัย ด้านความเอาใจใส่ดูแล ด้านลักษณะทางกายภาพมีคุณภาพการให้บริการน้อยที่สุด

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการรถไฟโดยสารสถานีอยุธยา พบว่า ด้านเพศ ด้านอายุ และด้านรายได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนด้าน สถานภาพ อาชีพ และระยะเวลาในการใช้บริการรถไฟโดยสาร ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ, สถานีรถไฟอยุธยา

Abstract

This research has the objective of this research. To study the quality of train services Ayutthaya Railway Station Amphoe Phra Nakhon Si Ayutthaya District in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province And compare service quality levels The sample group used in this research is passenger train users. Ayutthaya Railway Station, consisting of 400 people. The research instrument was a questionnaire. Analyze the data

by using Frequency, Percentage, Mean ($\bar{X}$) and Standard Deviation (S.D.) for hypothesis testing. The researcher used data analysis. Independent t-Test, One-Way Analysis of Variance, in the case of finding statistically significant differences at the level of .01 and .05 or at the level of confidence 95. % Researchers used paired testing methods by Least-Significant Different (LSD) methods.

The research finding.

The majority of the samples were female, aged between 21-30 years, having the most single status. Bachelor's degree Job Employee/Company private company. The average monthly income is less than 15,000 baht and the duration of the train service is between 6-10 years. The level of quality of passenger train services in all aspects was found to be in a high level. When considering from the most to the least, it was found that the aspect with the highest mean was trust, followed by reliability. Responsiveness Security Care Regarding physical characteristics, service quality was least.

Hypothesis testing found that comparing personal factors with opinion levels towards The quality of the Ayutthaya train service, found that gender, age and income Differences were significant at the .05 level. Regarding the occupational status and duration of passenger train services not different.

Keywords: Service quality.

บทนำ

ปัจจุบันการเดินทางคมนาคมมีหลายรูปแบบ ไม่จะเป็นทางอากาศ ทางบก หรือทางน้ำ และแต่ละประเทศ จะมีการวางแผนเส้นทางคมนาคม เพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการ รถไฟฟ้าเป็นเส้นทางที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก ในประเทศไทย การรถไฟแห่งประเทศไทยเป็นรัฐวิสาหกิจในกระทรวงคมนาคมดูแลกิจการด้านการรถไฟของประเทศไทย ปัจจุบันมีทางรถไฟอยู่ภายใต้ขอบเขตดำเนินการทั้งหมด 4,070 กิโลเมตร การรถไฟไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อ ตุลาคม 2433 โดยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สถาปนากรมรถไฟขึ้นเป็นครั้งแรก ในสังกัดกระทรวงโยธาธิการจนกระทั่งในปี พ.ศ.2494 ได้มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติ จัดตั้งองค์การรถไฟขึ้น เรียกว่า "การรถไฟแห่งประเทศไทย" โดยให้องค์การของกรมรถไฟให้โอนกิจการนี้ทั้งหมด โดย คณะรัฐมนตรีได้แต่งตั้งคณะกรรมการรถไฟขึ้น ดูแลควบคุมกิจการขององค์การ (การรถไฟแห่งประเทศไทย. ม.ป.ป.) กิจการของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีการเติบโตขึ้นตามกาลเวลา ปัจจุบันเส้นทางเดินรถของการรถไฟแห่งประเทศไทย ที่เปิดให้บริการหลัก ๆ มีอยู่ทั้งสิ้น 5 เส้นทาง ได้แก่ สายเหนือ สายตะวันออกเฉียงเหนือ สายตะวันออกเฉียงใต้ และสาย แม่กลองรถไฟในประเทศไทยมีการแบ่งรูปแบบ ของการเดินทางออกเป็นหลายลักษณะ จำแนกได้ตามนี้ประเภทของ ขบวนรถ มีทั้งหมด 6 ชนิด ได้แก่ ขบวนรถด่วนพิเศษ ขบวนรถด่วน ขบวนรถเร็ว ขบวนรถธรรมดา ขบวนรถชานเมือง ขบวนรถท้องถิ่น ซึ่งในแต่ละขบวนรถจะมีชนิดรถตู้โดยสารที่แตกต่างกัน ซึ่งชนิดรถตู้โดยสารที่แตกต่างกันนั้นมีทั้งหมด 7 ชนิด ได้แก่ รถนอนปรับอากาศชั้น 1, รถนอนปรับอากาศชั้น 2, รถนอนชั้น 2, รถนั่งชั้น 2 รถดีเซลรางปรับอากาศชั้น 2, สปริงเตอร์, รถดีเซลรางปรับอากาศชั้น 2 และรถนั่งชั้น 3 (การรถไฟแห่งประเทศไทย. ม.ป.ป.)

จากประเมินผลการดำเนินการตามแผนวิสาหกิจการรถไฟฯ (พ.ศ. 2555-2559) ที่ผ่านมา พบว่า การรถไฟฯ ยังคงมีปัญหาด้านการขาดทุนอย่างต่อเนื่อง และไม่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากรัฐบาลในการให้บริการเชิงสังคม

อย่างเต็มที่ส่วนหนึ่งเนื่องจากการมีปัญหาด้านการจัดทำระบบบัญชีให้ข้อมูลมีความถูกต้อง และเป็นไปตามกำหนดเวลา ทำให้ไม่มีข้อมูลที่ใช้ในการบริหารจัดการ ขณะที่การผลักดันงานตามแผนวิสาหกิจ และแผนฟื้นฟูกิจการการรถไฟแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558-2567 ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ทำให้การดำเนินงานแผนงานโครงการของแต่ละแผนยุทธศาสตร์ไม่สามารถเชื่อมโยงระดับผลผลิต/ผลลัพธ์กับเป้าหมาย ระดับยุทธศาสตร์ของการรถไฟฯ ในภาพรวมได้ ข้อมูลจากการศึกษาได้นำไปวิเคราะห์ SWOT และวิเคราะห์ผลเพื่อวางกลยุทธ์ตามแนวคิด Business Model Canvas (BMC) ซึ่งการมองภาพกิจกรรมตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำจะทำให้ทราบสาเหตุและปัจจัย (Enabling factors) จากกิจกรรมต้นน้ำที่ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมปลายน้ำ และผลการดำเนินงาน (Performance) การมองทั้งห่วงโซ่คุณค่าจะทำให้เห็นมุมมองในการขับเคลื่อนองค์กรที่เชื่อมต่อกันอย่างบูรณาการระหว่างปัจจัยสนับสนุน และสาเหตุและปัจจัย (Enabling factors) สำคัญที่เป็นตัวขับเคลื่อนองค์กร นำมา ซึ่งการกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญภายใต้แผนวิสาหกิจครั้งนี้ และเมื่อนำผลการศึกษาต่าง ๆ มาวิเคราะห์ ผลรวมกับผลจากการสัมภาษณ์พนักงานระดับผู้บริหาร ผู้แทนของทุกฝ่าย/สำนักงานที่เกี่ยวข้องกับการ ดำเนินการตามแผนฯ และผลการประชุมระดมสมองในการพิจารณากลยุทธ์ในมิติต่าง ๆ ของการบริหารงาน ของการรถไฟฯ นั้น คณะที่ปรึกษาได้กำหนดพันธกิจ วัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ ภายใต้ แผนวิสาหกิจการรถไฟแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2560-2564 “ยกระดับคุณภาพการให้บริการขนส่งทางรางที่ทันสมัยและการบริหารจัดการที่ดี ส่งเสริมการแข่งขันของประเทศ” โดยการรถไฟฯ มุ่งเน้นการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างรายได้ และผลกำไรให้แก่องค์กร รวมถึงการพัฒนาประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นทางเลือกในการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ 2) การรถไฟฯ ดำเนินการให้บริการขนส่งในเชิงสังคม เพื่อประโยชน์ส่วนรวมของประชาชนและประเทศ และตอบสนองนโยบายในการให้บริการขนส่งราคาต่ำและมีประสิทธิภาพของภาครัฐ 3) ตอบสนองนโยบายของรัฐในการพัฒนา ขยาย และเชื่อมโยงโครงข่ายการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าสถานีรถไฟอยุธยา ภายใต้การดำเนินงานของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีประชาชนมาใช้บริการในแต่วันเป็นจำนวนมาก การที่จะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการโดยพนักงานจำนวนหนึ่ง หรือการให้บริการเรื่องใดเรื่องหนึ่งถือเป็นเรื่องยากในการที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจหรือไม่ตรงกับความต้องการ อาจทำให้ผู้ใช้บริการคิดว่าคุณภาพของการให้บริการไม่เพียงพอ ในบางครั้งแม้ว่าจะมีการบริการในภาพรวมที่ดีมีคุณภาพ แต่ในทางกลับกันบางมุมมองของผู้ใช้บริการแต่ละคน การให้บริการบางอย่างอาจจะไม่เพียงพอต่อความต้องการและยังไม่สามารถตอบโต้ได้ เนื่องจากผู้ใช้บริการมีความแตกต่างกันตามสภาพแวดล้อม บรรทัดฐานในการรับรู้ และยอมรับถึงบริการของแต่ละคนย่อมแตกต่างกันไปตามปัจจัยต่าง ๆ แลปัญหาเหล่านี้เองนับเป็นปัญหาหลักในการตอบสนองการบริการโดยภาพรวม แต่หากผู้ใช้บริการได้ทราบถึงความต้องการต่าง ๆ เหล่านั้นก็ย่อมจะสามารถจัดหาหรือแก้ไขข้อขัดข้องในการให้บริการต่าง ๆ โดยอาจเป็นการเพิ่มเติมหรือปรับปรุงลักษณะการให้บริการให้ครอบคลุมทั่วถึง ประกอบกับสภาวะเศรษฐกิจในทุกวันนี้ ธุรกิจทุกประเภทมีการแข่งขัน และมีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสูง โดยเฉพาะธุรกิจบริการมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากยิ่งขึ้น เพื่อโอกาสการเติบโตและความก้าวหน้าขององค์กร การรถไฟแห่งประเทศไทยต้องปรับกลยุทธ์ด้านบริการ เพื่อให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสารให้มากที่สุด เนื่องจากผู้โดยสารเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินกิจการปัจจัยสำคัญที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อธุรกิจในปัจจุบัน คือ คุณภาพการบริการ ที่ให้ผู้ใช้บริการส่งมอบความประทับใจของการบริการที่ดีให้แก่ผู้โดยสารโดยกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนจรรยาบรรณให้ผู้โดยสารมีความจงรักภักดีกับการให้บริการของการรถไฟฯ ตลอดไป ดังนั้นการให้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งของการรถไฟแห่งประเทศไทย การรถไฟฯ ได้ปรับกลยุทธ์ในการรักษาสถานลูกค้าเดิมไว้ให้มากที่สุดพร้อมทั้งพยายามสร้างลูกค้าใหม่ขึ้นมา เนื่องจากการรถไฟเป็นหน่วยงาน

หนึ่งที่ได้รับผลกระทบกับสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน จึงต้องปรับทิศทางการทำงานของการรถไฟฟ้า มีการปรับปรุงระบบการทำงาน การพัฒนาเทคโนโลยีและสารสนเทศการให้บริการต่าง ๆ ที่หลายหลายและตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร (การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย. 2560)

ด้วยเหตุผลและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัย จึงได้ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้าโดยสาร สถานีรถไฟฟ้าอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่ได้รับจากการบริการ และส่งผลให้มาใช้บริการรถไฟฟ้า หรือบอกต่อและสามารถนำไปเป็นส่วนหนึ่งในการบริหารจัดการ รูปแบบ วิธีการ ในการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

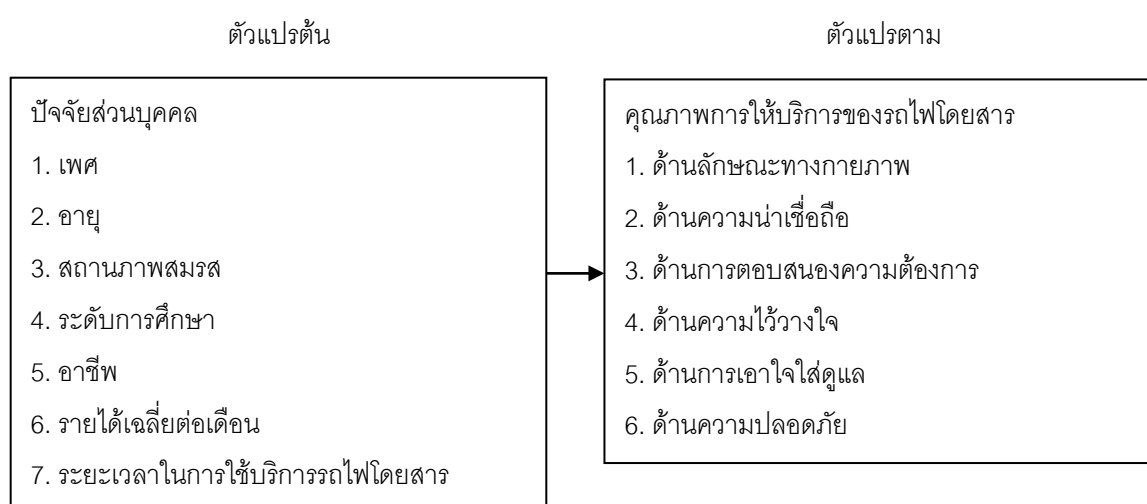
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้าโดยสาร ของสถานีรถไฟฟ้าอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้าโดยสาร ของสถานีรถไฟฟ้าอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้า สถานีรถไฟฟ้าอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการของรถไฟฟ้า และสถานีรถไฟฟ้าอยุธยา

กรอบแนวคิด



สมมุติฐาน

1. ประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการรถไฟสถานีนีโออยุธยา ด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน
2. ประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการรถไฟสถานีนีโออยุธยา ด้านความน่าเชื่อถือ แตกต่างกัน
3. ประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการรถไฟสถานีนีโออยุธยา ด้านการตอบสนองความต้องการแตกต่างกัน
4. ประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการรถไฟสถานีนีโออยุธยา ด้านความไว้วางใจแตกต่างกัน
5. ประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการรถไฟสถานีนีโออยุธยา ด้านการเอาใจใส่ดูแลแตกต่างกัน
6. ประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการรถไฟสถานีนีโออยุธยา ด้านความปลอดภัยแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนผู้มาใช้บริการรถไฟโดยสาร สถานีรถไฟอยุธยา เนื่องจากไม่ทราบขนาดที่แท้จริงของประชากรและคาดว่าขนาดของประชากรมีขนาดใหญ่ จึงใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนผู้มาใช้บริการรถไฟโดยสาร สถานีรถไฟอยุธยา เนื่องจากไม่ทราบขนาดที่แท้จริงของประชากรและคาดว่าขนาดของประชากรมีขนาดใหญ่ จึงใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากรจึงใช้สูตรประชาชนผู้มาใช้บริการรถไฟโดยสาร สถานีรถไฟอยุธยา เนื่องจากไม่ทราบขนาดที่แท้จริงของประชากรและคาดว่าขนาดของประชากรมีขนาดใหญ่ จึงใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากรจึงใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากร ขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W. G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549) ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{(E)^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (ใช้สัดส่วน 50% หรือ 0.50)

Z คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนด Z (เท่ากับ 1.96) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

E คือ ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น ระดับความเชื่อมั่น 95% (สัดส่วนค่าความคลาดเคลื่อน = 0.05)

$$\text{แทนค่า } n = \frac{0.50(1-0.50)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$= 384.16$$

ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 385 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่ เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

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

1. ศึกษา เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ
2. ศึกษาการสร้างแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ให้ครอบคลุมเนื้อหา
3. เมื่อได้ปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้แนะนำตรวจสอบความเรียบร้อยนำแบบสอบถามไปหาคุณภาพเครื่องมือ
4. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลอง (Try-out) กับประชาชนที่ใช้บริการสถานีรถไฟบางปะอิน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (α -Coefficient) ของครอนบาค เท่ากับ 0.989
5. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)
 - ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของรถไฟโดยสาร สถานีรถไฟอยุธยา ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ
 - ตอนที่ 3 ทดสอบสมมุติฐาน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำแบบสอบถามไปสอบถามประชาชนผู้มาใช้บริการรถไฟโดยสาร สถานีรถไฟอยุธยา จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) เพื่อบรรยายตัวแปรตามลักษณะข้อมูล

2. การวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้าโดยสาร สถานีรถไฟฟ้าอยุธยา โดยใช้สถิติความถี่, ร้อยละ, ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3. การทดสอบสมมติฐานใช้ค่าสถิติ (t-test) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศ กับคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้าโดยสาร สถานีรถไฟฟ้าอยุธยา และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการใช้บริการรถไฟฟ้าโดยสาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และเมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี LSD (Least Significant Difference)

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้า สถานีรถไฟฟ้าอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 21-30 ปี มีสถานภาพโสดมากที่สุด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท และมีระยะเวลาในการใช้บริการรถไฟฟ้า 6-10 ปี

ระดับคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้าโดยสารสถานีรถไฟฟ้าอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า ในภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.80) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความไว้วางใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.74) รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.77) และน้อยที่สุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.88) ตามลำดับ ดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้าโดยสารสถานีรถไฟฟ้าอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมแต่ละด้าน ดังนี้

คุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้าโดยสาร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.49	0.88	มาก
2. ด้านความน่าเชื่อถือ	3.84	0.77	มาก
3. ด้านการตอบสนองความต้องการ	3.79	0.78	มาก
4. ด้านความไว้วางใจ	3.88	0.74	มาก
5. ด้านความเอาใจใส่ดูแล	3.73	0.82	มาก
6. ด้านความปลอดภัย	3.77	0.79	มาก
รวม	3.75	0.80	มาก

1. ระดับคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้าโดยสารสถานีรถไฟฟ้าอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า ในภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.80) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความไว้วางใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.74) รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.77) ด้านการตอบสนองความต้องการ ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.78) ด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.79) ด้านความเอาใจใส่ดูแล ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.82) และน้อยที่สุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.88) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้าโดยสาร พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน มีความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้าโดยสารของสถานีรถไฟฟ้าอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนสถานการณ์ภาพสมรส อาชีพ ระยะเวลาในการใช้บริการรถไฟฟ้า ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

คุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้าโดยสารของสถานีรถไฟฟ้าอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($= 3.72$, S.D. = 0.80) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความไว้วางใจ อยู่ในระดับมาก ($= 3.88$, S.D. = 0.74) รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก ($= 3.84$, S.D. = 0.77) และน้อยที่สุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ($= 3.49$, S.D. = 0.88) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การบริการให้บริการรถไฟฟ้าโดยสารของสถานีรถไฟฟ้าอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุวดี วรสิทธิ์; และ เอก ชุนหัชชาชัย (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยด้านคุณภาพบริการ และพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านคุณภาพบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีทัศนคติเกี่ยวกับรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ บรรเจิดสุข (2555) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาคุณภาพการบริการรถไฟฟ้าโดยสารแห่งประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อการให้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยในภาพรวมทุกด้านในระดับมาก โดยที่พบว่าด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่อง ตัวโดยสารที่มีความชัดเจนและถูกต้องมากที่สุด ด้านความไว้วางใจ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่อง เมื่อใช้บริการรถไฟฟ้าจะมีความรู้สึกปลอดภัยในการเดินทางมากที่สุด ด้านการตอบสนอง ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่อง สถานีรถไฟฟ้าตั้งอยู่ในสถานที่ที่เหมาะสมสะดวกต่อการใช้บริการมากที่สุด ด้านความเอาใจใส่ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่อง มีการประกาศชื่อสถานีที่ขบวนรถกำลังจะเข้าเทียบชานชาลาที่ชัดเจนมากที่สุด และด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่อง สถานีรถไฟมีป้ายบอกข้อมูลการเข้าและออกของขบวนรถไฟฟ้าที่ชัดเจน มากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณพล ธนาวรรกุล (2553) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล พบว่า ผู้ใช้บริการ

รถไฟฟ้ามหานครมีความคาดหวังต่อการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง โดยความคาดหวังด้านความเชื่อมั่นในการบริการมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมมากที่สุด ส่วนด้านภาพลักษณ์มีความคาดหวังโดยเฉลี่ยต่ำที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. สถานีรถไฟฟ้าอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา สามารถนำข้อมูลดังกล่าวมากำหนดกลุ่มเป้าหมายวางแผนนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเน้นไปในด้านคุณภาพการให้บริการและสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อการบริการของสถานีรถไฟฟ้าอยุธยาที่มีความโดดเด่นเป็นที่ต้องการของผู้ใช้บริการ รวมทั้งเพื่อเป็นแรงกระตุ้นและดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการที่จะใช้บริการ เป็นการสร้างแรงจูงใจต่อการใช้บริการของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้จำนวนผู้ใช้บริการสูงขึ้น ซึ่งเป็นการเกิดผลดีต่อสถานีรถไฟฟ้าอยุธยา และยังเป็นสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องอีกด้วย

2. สถานีรถไฟฟ้าอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา ควรมีการปรับปรุงห้องน้ำให้มีความสะอาดและเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ และมีความพร้อมสำหรับการให้บริการผู้ใช้บริการที่พิการ

3. สถานีรถไฟฟ้าอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา ควรมีการปรับปรุงเวลาให้ตรงเป็นไปตามเวลาที่ตารางรถไฟกำหนด

4. สถานีรถไฟฟ้าอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา ควรมีการเพิ่มตู้โดยสาร เนื่องในวันสำคัญต่าง ๆ หรือขบวนที่ผู้โดยสารใช้บริการเป็นจำนวนมาก เช่น เวลาเดินทางไปทำงาน หรือโรงเรียน เป็นต้น

5. สถานีรถไฟฟ้าอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา ควรมีการติดตั้งอุปกรณ์เตือนภัยเมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน เช่น มีป้ายบอกที่ชัดเจน มีจุดบริการที่สามารถเห็นได้เด่นชัด เป็นต้น

6. สถานีรถไฟฟ้าอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา ควรจัดเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลการบริการสำหรับสอบถามให้กับผู้โดยสารบนรถไฟ และบริเวณสถานีรถไฟ ที่เห็นได้ชัด หรือมีเบอร์โทรติดต่อประสานงานในกรณีเร่งด่วนตามจุดต่าง ๆ

7. สถานีรถไฟฟ้าอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา ควรมีจุดปฐมพยาบาลเบื้องต้นแก่ผู้ใช้บริการ ที่ชัดเจน หรือมีหน่วยบริการกู้ชีพฉุกเฉินบริเวณใกล้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรทำวิจัยในภาพรวมของการใช้รถไฟทุกระดับ ตั้งแต่ชั้น 1 ชั้น 2 และ ชั้น 3 เพื่อหา สาเหตุหรือข้อบกพร่องที่การรถไฟไทยควรปรับปรุงหรือพัฒนาให้มากขึ้น

2. ทำการวิจัยในจังหวัดอื่น ๆ หรือเส้นทางการเดินรถไฟสายอื่น เพื่อยกระดับคุณภาพและเพิ่มประสิทธิภาพในด้านต่างๆของการรถไฟแห่งประเทศไทย

3. ควรศึกษาเปรียบเทียบการให้บริการรถไฟ กับบริการรถโดยสารประจำทาง เพื่อหาข้อแตกต่าง และประเมินกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการสร้างการได้เปรียบในการแข่งขัน

4. ในการทำวิจัยด้านคุณภาพการบริการ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ควรมีการจัดทำวิจัยต่อเนื่อง ทุก 3 ปี เนื่องจากเกิดการเปลี่ยนแปลงในวิถีการดำเนินชีวิตของผู้ใช้บริการซึ่งจะนำไปสู่การรับรู้ในการบริการ

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ. การรถไฟแห่งประเทศไทย. (2560). ข้อมูลทั่วไปของการรถไฟแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2561, จาก <http://www.railway.co.th/>.
- _____. (ม.ป.ป.). สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2561, จาก <http://www.railway.co.th>.
- จุฑามาศ บรรเจิดสุข. (2555). การศึกษาคุณภาพการบริการ กรณีศึกษาการรถไฟแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณพล ธนาวัชรากุล. (2553). การศึกษาคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ยุวดี วรสิทธิ์; และ เอก ชุมหัทธราชัย. (2559). ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ และพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสแตมฟอร์ด.
- Cochran, W. G. (1997). *Sampling Techniques*. 3rd ed., New York: Wiley & Sons.

NBUS0016: การมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีภูธรบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

THE SUPPORT PUBLIC PARTICIPATION ON CRIME PREVENTION AND SUPPRESSION OF BANG PA HAN POLICE STATION IN PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE

วสุกาญจน์ บวกสิน¹ วันจักร น้อยจันทร์²

¹ สาขาวิชาการบริหารงานตำรวจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

² สาขาวิชาการบริหารงานตำรวจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีภูธรบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมสถานีภูธรบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเพื่อเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมสถานีภูธรบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ได้จากการสุ่มจากประชากร โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ ทาโร ยามาเน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 341 คน และเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเพื่อป้องกันการคลาดเคลื่อนของข้อมูลอีก 19 คน รวมเป็น 360 คน แล้วทำการสุ่มให้กระจายไปยังหมู่บ้านต่าง ๆ ตามสัดส่วนโดยวิธีการสุ่มอย่างแบบง่าย (Simple random sampling)

ผลการศึกษาพบว่า

1. ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน ตำบลบางปะหัน อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรมอยู่ในระดับน้อย และด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปราบปรามอาชญากรรมอยู่ในระดับน้อย

2. การเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีภูธรบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับ การศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อายุ ระดับ การศึกษา แตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยยะระดับสถิติ .05

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม การสนับสนุน การป้องกันและปราบปราม

Abstract

The purposes of this study were designed to 1) study the support on public participation on crime prevention and suppression of Bang Pa Han police station in Phra Nakhon Si Ayutthaya province, and 2) to compare the support on public participation in crime prevention and suppression of Bang Pa Han police station in Phra Nakhon Si Ayutthaya province. The random sample firstly included 341 people

calculated by using Taro Yamane formula, and adding 19 samples to reduce the error, the total was 360 samples. Then randomly distributed to various villages by simple random sampling method.

The findings revealed as follows.

1. The overall level of the support on public participation in crime prevention and suppression of Bang Pa Han police station in Phra Nakhon Si Ayutthaya province was at less level. When considering each category, both of public participation in crime prevention category and public participation in crime suppression were at less level.

2. The most comments and suggestions were to solve the problems of quarreling among the teenagers at the entertainment events in various festivals. Next, more strictly inspect in villages and communities, and providing the knowledge on crime prevention and suppression to the people in those villages and communities.

The findings on public participation in crime suppression revealed that the overall level of the people in the area of Bang Pa han Police Station in Phra Nakhon Si Ayutthaya province was at less level. Since most of them perceived that the responsibilities on crime suppression was a duty of the police, and lacking a lot of understanding of the role on crime suppression

Keywords: Participation Support Prevention and Suppression

บทนำ

ประเทศไทยมีรัฐธรรมนูญมาแล้วถึง 20 ฉบับ ทุกฉบับมีหลักการที่ตรงกันประการหนึ่ง คือ ประชาชนเป็นเจ้าของอำนาจอิสระที่เรียกว่า อำนาจอธิปไตย แม้ว่าในอดีตที่ผ่านมาประชาชนชาวไทยจะได้มีส่วนร่วมในการเมืองการปกครองเท่าที่ควร แต่เมื่อกระแสการเป็นประชาธิปไตยของโลกได้เข้าสู่ประเทศไทยก็ทำให้ประชาชนรู้ถึงการที่ตนควรมีสติ เสรีภาพ และมีส่วนร่วมในทางการเมืองมากขึ้น นำมาสู่การปฏิรูประบบการเมืองไทยที่ได้ชัดในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ต่อเนื่องมาจนถึงรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน ซึ่งให้ความสำคัญกับกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นอย่างมาก ปัจจุบันการเกิดอาชญากรรมมักเกิดควบคู่ไปกับวิกฤตการณ์ทางด้านเศรษฐกิจ เมื่อเกิดปัญหาสภาวะเศรษฐกิจถดถอย มีการว่างงานเพิ่มมากขึ้น บริษัท ห้างร้าน โรงงานและผู้ประกอบการต่าง ๆ เลิกกิจการ จึงมีการเลิกจ้างแรงงาน ซึ่งมีแนวโน้มว่าอัตราการว่างงานจะทวีความรุนแรงมากขึ้น ปัญหาอาชญากรรมก็ยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงและนับวันความรุนแรงยิ่งเพิ่มขึ้นจนเป็นปัญหาแก่ประชาชน (เกียรติขจร วัจนะสวัสดิ์. 2550)

สำนักงานตำรวจแห่งชาติ เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม ในการกำหนดยุทธศาสตร์และยุทธวิธีการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมที่ผ่านมาได้ให้ความสำคัญหรือแสวงหาความร่วมมือและแสวงหาความร่วมมือร่วมกับประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมค่อนข้างน้อย โดยมีการมุ่งเน้นปฏิบัติงานเฉพาะหน่วยงานตำรวจและใช้ยุทธวิธีเป็นการเฉพาะเช่นการตรวจท้องที่ การตั้งจุดตรวจ การระดมกวาดล้างอาชญากรรมแม้ว่าจะได้เคยดำเนินการเพื่อแสวงหาความร่วมมือจากประชาชนโดยการติดต่อสื่อสารโดยเน้นในเรื่องการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจ ความมั่นใจในการให้ประชาชนสนับสนุนภารกิจของตำรวจ

ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารทางเดียว ทำให้ไม่ได้รับความร่วมมือจากประชาชนเท่าที่ควรเนื่องจากประชาชนมีความหวงเกรงที่จะตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม (พันตำรวจโทปรมาโทย์ จันทร์: 2558)

ซึ่งจะทำให้ประชาชนเดือดร้อนและได้รับความเสียหายเป็นอย่างมาก หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันหาแนวทางในการป้องกันและแก้ไขให้เบาบางลงและในบางเรื่องก็ควรจะไม่ให้เกิดขึ้นได้อีก โดยเฉพาะในส่วน of สำนักงานตำรวจแห่งชาติมีหน้าที่ในการบำบัดทุกข์และบำรุงสุขให้กับประชาชนโดยตรงนั้นก็พยายามอย่างยิ่งที่จะหาวิธีการในการช่วยเหลือเพื่อเป็นการปกป้องชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนมิให้เกิดความเดือดร้อนและความเสียหาย โดยมีการสั่งให้ทุกสถานีตำรวจต่าง ๆ ทั่วประเทศดำเนินการตามมาตรการเร่งด่วนในการป้องกันภัยที่จะเกิดขึ้นกับประชาชนเช่น นโยบาย 6 หลักและนโยบาย 9 เวง เพื่อให้ทุกสถานีตำรวจยึดถือเป็นแนวทางการปฏิบัติเพื่อเป็นประสิทธิภาพการป้องกัน และแก้ไขความเดือดร้อนที่จะเกิดขึ้นกับประชาชนในโอกาสต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม สถานีภูธรบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม สถานีภูธรบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

ทบทวนวรรณกรรม

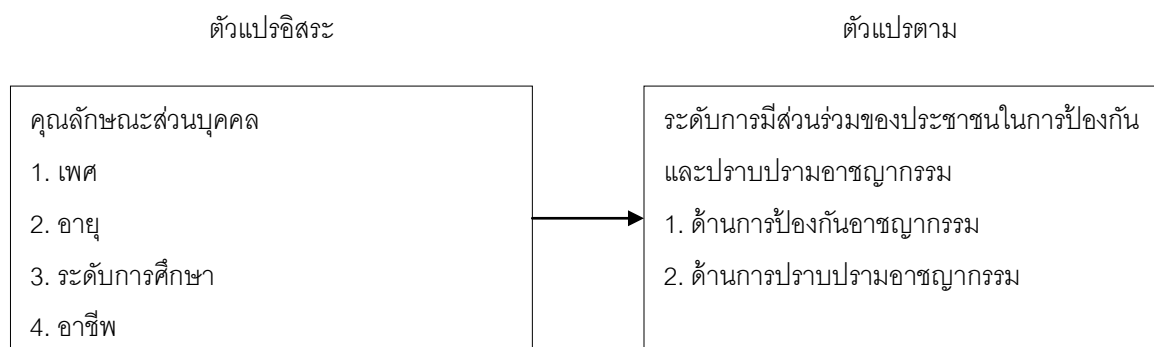
การศึกษามีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน ตำบลบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม แนวคิดทฤษฎีของการมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมและค้นคว้างานวิจัยต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยขอนำมากล่าวเพื่อกำหนดกรอบในการวิจัย ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (จินตนา สุจจาพันธ์. 2547) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกระบวนการดำเนินงานรวมพลังประชาชนกับองค์กรของรัฐหรือองค์กรเอกชนเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาหรือแก้ปัญหาของชุมชน โดยให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมวางแผนปฏิบัติและประเมินงานเพื่อแก้ไขของชุมชน และยังให้ความสำคัญของการมีแผนปฏิบัติ และประเมินงาน เพื่อแก้ปัญหาส่วนร่วมของประชาชน ดังนี้

1. ช่วยให้ประชาชนยอมรับโครงการมากขึ้น เนื่องจากเป็นโครงการที่ตรงกับปัญหาเพื่อการพัฒนา
2. ประชาชนมีความรู้สึกผูกพัน ลึกเป็นเจ้าของโครงการมากขึ้น
3. การดำเนินงานของโครงการได้รับความร่วมมือจากประชาชนมากขึ้น
4. โครงการให้ประโยชน์แก่ประชาชนมากขึ้นและมีการระดมทรัพยากรเพื่อการพัฒนา
5. ช่วยพัฒนาขีดความสามารถของประชาชนมากขึ้น

กล่าวโดยสรุปการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นมีความหมายว่า การที่ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมกับองค์กร ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชนเพื่อพัฒนาหาทางแก้ไขปัญหาของชุมชนและเข้าไปมีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตัดสินใจ ร่วมวางแผนและร่วมประเมินผลในกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสังคม

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่มีปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันจะมีระดับการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมที่แตกต่างกันส่งผลให้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอาชญากรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้จากการสุ่มจากประชากร โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ ยามาเน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 341 คน และเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเพื่อป้องกันการคลาดเคลื่อนของข้อมูลอีก 19 คน รวมเป็น 360 คน แล้วทำการสุ่มให้กระจายไปยังหมู่บ้านต่าง ๆ ตามสัดส่วนโดยวิธีสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple random sampling)

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมา แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ โดยมีลักษณะสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ เป็นแบบตรวจสอบรายการ(Check List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม ในเขตรับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ซึ่งคำถามครอบคลุมเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม 2 ด้าน คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมและด้านการมีส่วนร่วมในการปราบปรามอาชญากรรมแบ่งระดับเป็น 6 ระดับ คือ มีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมอยู่ในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และ ไม่มีส่วนร่วม

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open Form) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอแนะความคิดเห็นเพิ่มเติม เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม ในเขตรับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม ในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน ตำบลบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการ ดังนี้

ศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage)

ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน ตำบลบางปะหัน อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา วิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และจัดอันดับการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยแยกเป็นรายข้อ รายด้านและโดยภาพรวมเกณฑ์ในการแปลความหมายข้อมูล การแปลความหมายค่าเฉลี่ย (Mean) ได้กำหนดขอบเขตของค่าเฉลี่ย ดังนี้ (กานดา พูนลาภทวี) การเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน ตำบลบางปะหัน อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้สถิติ t-test สำหรับเปรียบเทียบตัวแปรที่มี 2 กลุ่ม คือ เพศ และใช้สถิติ F test (One-way ANOVA) สำหรับตัวแปรที่มี 3 กลุ่ม ขึ้นไป ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นคำถามปลายเปิด ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยการจัดคำตอบเข้าประเด็นเดียวกันแล้วแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ เสนอข้อมูลเป็นตารางประกอบคำอธิบาย

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ ครอนบาค (Cronbach)

สถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ร้อยละ (Percentage)

ค่าเฉลี่ย (Mean)

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviate)

ผลการวิจัย

จากจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 360 คน เป็นเพศชาย 203 คน คิดเป็นร้อยละ 56.4 เป็นเพศหญิง จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6

จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ช่วงอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 ส่วนสูงกว่าปริญญาตรีมี 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1

จำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม อาชีพพนักงานจ้าง/ลูกจ้างเอกชน มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 รองลงมาคือ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 และที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 23 คนคิดเป็นร้อยละ 6.4

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม ในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน ตำบลบางปะหัน อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมและรายด้าน

ข้อคำถาม	ระดับการมีส่วนร่วม		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
การมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม			
1. การมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรม	3.48	.709	น้อย
2. การมีส่วนร่วมในการปราบปรามอาชญากรรม	2.26	1.298	น้อยที่สุด
รวมเฉลี่ย	2.99	.753	น้อย

จากตารางพบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม ในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน ตำบลบางปะหัน อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.99$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 3.48$) และด้านการมีส่วนร่วมในการปราบปรามอาชญากรรมอยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.26$)

การมีส่วนร่วมของประชาชน ในการป้องกันอาชญากรรมในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน ตำบลบางปะหัน อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านการป้องกันอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 3.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อ 4. การดำเนินการติดตั้งโคมไฟเพื่อให้แสงสว่างใน บริเวณที่พักอาศัย เพื่อป้องกันอาชญากรรม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อยู่ที่ ($\bar{X} = 4.64$) ซึ่งอยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นความสำคัญในการดูแลรักษาทรัพย์สิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.61$) และวางแผนป้องกันการโจรกรรมในบ้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.51$)

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน ตำบลบางปะหัน อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.26$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อ 3 ถึงข้อ 10 อยู่ในระดับน้อยที่สุด ส่วนข้ออื่น ๆ อยู่ในระดับน้อย โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 ท่านเคยแจ้งเบาะแสตำนานรูปพรรณของคนร้ายกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ ($\bar{X} = 3.03$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ท่านเคยแจ้งข่าวว่าจะมีการกระทำความผิดกฎหมายเกิดขึ้นให้กับเจ้าหน้าที่ตำรวจ ($\bar{X} = 2.52$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด คือ ข้อ 8 ท่านเคยออกสืบสวนหาข่าวการกระทำความผิดกฎหมายกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 1.92$)

ตาราง 2 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม จำแนกตามเพศ

เพศ	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig
ชาย	203	3.52	.724	-.196	.845
หญิง	157	3.44	.688		

จากตารางเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมจำแนกตามเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมไม่แตกต่างกัน

ตาราง 3 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม จำแนกตามอายุ

ตัวแปร	N	X	S.D.	F	Sig
อายุ					
18-30 ปี	48	3.03	.845	1.926	.106
31-40 ปี	75	2.93	.764		
41-50 ปี	120	2.99	.761		
51-60 ปี	84	3.14	.687		
60 ปี	33	2.74	.668		
รวม	360	2.99	.753		

จากตารางเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมจำแนกตามอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมไม่แตกต่างกัน

ตาราง 4 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปร	N	X	S.D.	F	Sig
ระดับการศึกษา					
ประถมศึกษา	48	2.89	.693	1.011	.402
มัธยมศึกษา/ปวช	118	2.96	.740		
อนุปริญญา/ปวส	46	3.05	.757		
ปริญญาตรี	126	3.07	.785		
สูงกว่าปริญญาตรี	22	2.82	.742		
รวม	360	2.99	.753		

จากตารางเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมไม่แตกต่างกัน

ตาราง 5 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปร	N	X	S.D.	F	Sig
อาชีพ					
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	110	3.13	.866	1.407	.231
พนักงานจ้าง/ลูกจ้างเอกชน	119	2.97	.696		
อาชีพส่วนตัว/ค้าขาย	82	2.92	.674		
นักเรียน/นักศึกษา	23	2.85	.761		
เกษตรกร	26	2.89	.689		
รวม	360	2.99	.753		

จากตารางเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมจำแนกตามอาชีพพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมไม่แตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน ตำบลบางปะหัน อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับ การศึกษา แตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยยะระดับสถิติ .05 ไม่แตกต่างกัน สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน ตำบลบางปะหัน อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรมอยู่ในระดับน้อย และด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปราบปรามอาชญากรรมอยู่ในระดับน้อย
2. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีจำนวนมากที่สุด ได้แก่ ต้องการให้เจ้าหน้าที่ตำรวจแก้ไขปัญหากลุ่มวัยรุ่นก่อเหตุทะเลาะวิวาทในงานมหรสพช่วงเทศกาลต่างๆ รองลงมาคือ ต้องการให้เจ้าหน้าที่ตำรวจออกตรวจในหมู่บ้านและชุมชนให้มากขึ้น และจัดให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้เรื่องการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมให้กับประชาชนและหมู่บ้าน

อภิปรายผล

จากการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน ตำบลบางปะหัน อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้ง 2 ด้าน ทำให้ทราบถึงระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน ตำบลบางปะหัน อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจอันจะเป็นข้อมูลให้สถานีตำรวจภูธรบางปะหัน ตำบลบางปะหัน อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นำไปวางแผนปรับปรุงการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่อยู่เขตพื้นที่การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน ตำบลบางปะหัน อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนร่วมในการมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย อาจเนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความคิดว่าการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมนั้น เป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ตำรวจ และยังไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของบทบาทหน้าที่ในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมหมาย อุปถัมภ์ (2547) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม ศึกษากรณี ในเขตสถานีตำรวจภูธรนครบาลบางนา กรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับการมีส่วนร่วม ในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมของประชาชนที่พักอาศัยในเขตพื้นที่ของสถานีตำรวจภูธรนครบาลบางนา กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับปานกลาง แต่ไม่สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ชรินทร์ เคหะ (2541) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมของประชาชนในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรเมืองสงขลาและอำเภอกาบังใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมนั้นอยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะอยู่ในบริบทต่างกัน อันเนื่องจากอำเภอกาบังใหญ่เป็นเมืองธุรกิจขนาดใหญ่เป็นเมืองขนาดใหญ่เป็นเมืองท่องเที่ยว ประชาชนไม่ค่อยมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของตำรวจ

การเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามเพศ อายุ ระดับ การศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อายุ ระดับ การศึกษา แตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยยะระดับสถิติ .05 ไม่แตกต่างกันเนื่องจากการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษาไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับวิจัยของ กุสุมา เขียวเพกา ได้ศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่นจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาท้องถิ่นกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นของประชาชนในองค์การบริหารส่วนตำบลร่อนทอง อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์มากที่สุด รองลงมาคือ มีส่วนร่วมในการปฏิบัติมีส่วนร่วมในการประเมิน และมีส่วนร่วมในการวางแผน ตามลำดับ และมี ส่วนร่วมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในการพัฒนาท้องถิ่นในระดับปานกลาง สำหรับผลการทดสอบ สมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้แต่กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยพบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน ตำบลบางปะหัน อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมให้มีความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนและให้ความสำคัญในการเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมให้มากขึ้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางแก้ไข ดังต่อไปนี้

1. ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันอาชญากรรม จากผลการวิจัย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การติดตามข่าวสารการเกิดอาชญากรรม ทั่วไป จากสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์วิทยุ หนังสือพิมพ์ ดังนั้น สถานีตำรวจภูธรบางปะหัน อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปราบปรามอาชญากรรม จากผลการวิจัยพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การมีส่วนร่วมในการตั้งจุดตรวจ จุดสกัดเพื่อจับกุมคนร้ายร่วมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจและได้รับการร้องขอจากเจ้าหน้าที่ตำรวจให้ช่วยจับกุมผู้กระทำความผิดกฎหมาย ดังนั้น สถานีตำรวจภูธรบางปะหัน อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์อย่างสูงจาก อาจารย์ชั้นทอง ใจดี ที่ปรึกษางานวิจัย อาจารย์วันจักร น้อยจันทร์ และนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าแก่ผู้วิจัย เพื่อให้คำปรึกษาและคำแนะนำตลอดจนการตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความเมตตาของอาจารย์เป็นอย่างยิ่งและใคร่ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมของสถานีตำรวจภูธรบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับวิจัยการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนการป้องกันและปราบปราม และขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำวิจัยของท่าน ที่สนับสนุนจนเกิดเป็นงานวิจัยนี้ หากงานวิจัยที่มีความผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัย ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

กองบังคับการวิชาการ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ. (2551). การป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมการปฏิบัติการ

ตามยุทธวิธีตำรวจ การบริหารงานยุติธรรมทางอาญา. นครปฐม: โรงพิมพ์โรงเรียนนายร้อยตำรวจ.

กองสารนิเทศ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2553). นโยบายของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ. สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2553, จาก <http://www.saranitet.police.go.th>.

_____. (2553). อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในสถานีตำรวจ. สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2553, จาก <http://www.saranitet.police.go.th>.

มงคล สงวนศักดิ์. (2549). การมีส่วนร่วมของราษฎรอาสาสมัครในการดำเนินการของตำรวจชุมชนตำบล

จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา. นครราชสีมา:

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนครราชสีมา.

- สมคิด เลิศไพฑูรย์. (2550). รัฐธรรมนูญฉบับใหม่ต้องดีกว่าเดิม ข้อเสนอเพื่อการปฏิรูปการเมืองโดยการ
จัดทำรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ รวมบทความและข้อเสนอประกอบการจัดทำร่างรัฐธรรมนูญ.
กรุงเทพฯ: วิทยาลัยพัฒนาการปกครองท้องถิ่น สถาบันพระปกเกล้า.
- อังคณา เมืองแสน. (2551). การมีส่วนร่วมในการป้องกันปัญหาอาชญากรรมของชุมชนเมืองพัทยา. งานนิพนธ์
รปม. การบริหารงานยุติธรรมและสังคม. ชลบุรี: คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สมหมาย อุดมภ์. (2547). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม: ศึกษา
เฉพาะกรณีในเขตสถานีตำรวจนครบาลบางนา กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ รป.ม. นโยบาย
สาธารณะ. ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เอกทัศน์ ชัยพรหม. (2545). การประเมินผลโครงการตำรวจชุมชนประจำตำบลในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่.
การค้นคว้าแบบอิสระปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองการปกครอง. เชียงใหม่: บัณฑิต-
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

NBUS0025: การประเมินช่องว่างสมรรถนะการปฏิบัติงานของหัวหน้างานสายการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร

COMPETENCY GAP ASSESSMENT OF PRODUCTION SUPERVISOR IN FOOD INDUSTRY

ประสิทธิ์ เดชนครินทร์¹ สานิต ศิริวิศิษฐ์กุล² ชัยวุฒิ จันมา³

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

³ อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาช่องว่างระหว่างสมรรถนะปัจจุบันกับสมรรถนะที่คาดหวังของหัวหน้างานสายการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและลำดับความสำคัญในการพัฒนา เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ หัวหน้างานสายการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารที่ผลิตเครื่องปรุงรสหรือเครื่องประกอบอาหาร จำนวน 220 คน การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณของ เครซีและมอร์แกน สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลได้แก่แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ช่องว่างระหว่างสมรรถนะโดยใช้ดัชนีเรียงลำดับความสำคัญในการพัฒนา (PNI)

ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะของผู้บริหารระดับต้นในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร มีความคิดเห็นต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงาน สมรรถนะปัจจุบันมีความต่างกับสมรรถนะที่คาดหวัง โดยมีช่องว่างในภาพรวมเท่ากับ 0.91 (PNI 0.26) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ดัชนีเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการพัฒนา ลำดับ 1 ช่องว่าง 0.98 (PNI = 0.28) คือสมรรถนะบริหาร ลำดับ 2 ช่องว่าง 0.82 (PNI = 0.23) คือสมรรถนะในงาน ลำดับสุดท้ายช่องว่าง 0.79 (PNI = 0.22) คือสมรรถนะหลัก ตามลำดับ

คำสำคัญ: สมรรถนะ , อุตสาหกรรมอาหาร

Abstract

The objectives of the study were to examine competency of production supervisor in food industry in terms of the human resource development factors for forecast effect to competency, survey research was applied. A sample was selected from 220 person of production supervisor in seasoning or food ingredients industry and applying the Krejci and Morgan. Research tool was questionnaire, Statistics including's Mean, standard deviation and Priority Need Index (PNI) was used for data analysis competency gap.

The results of the study were as follows, the opinions of the production supervisor in food industry toward competency, current competencies had difference with the expected competencies total gap 0.91 (PNI 0.26). Considering each aspect order the findings revealed PNI of need assessment in desirable development from the highest to the least the First was Management Competency gap 0.98 (PNI = 0.28)

the second was functional competency gap 0.82 (PNI = 0.23) and the last gap 0.79 (PNI = 0.22) was Core Competency respectively.

Keywords: Competency, Foods industry

บทนำ

ในปัจจุบันสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจมีความผันผวนอย่างรุนแรง ทำให้องค์กรธุรกิจหลายแห่งพยายามหาทางพัฒนาองค์กรเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและสร้างความยั่งยืนในระยะยาว (สุธินี ฤทธิ์ข้า. 2554) โดยกลยุทธ์การบริหารจัดการคนนั้นเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่มีความสำคัญเนื่องจากทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพจะนำความมั่นคงไปสู่องค์กรตลอดจนทำให้การดำเนินการขององค์กรเป็นไปอย่างราบรื่น (Fong; & Kleiner. 2002) โดยแนวคิดสมรรถนะ (Competency) เป็นอีกแนวคิดหนึ่งด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่ซึ่งได้รับความนิยมและได้รับการยอมรับว่ามีบทบาทในการช่วยบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ การประเมินช่องว่างสมรรถนะของบุคลากรเป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้องค์กรทราบว่าจำเป็นต้องพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านใดก่อนหลัง

อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ และเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานของประเทศในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตร เป็นแหล่งรองรับแรงงานส่วนใหญ่ของภาคอุตสาหกรรม เป็นอุตสาหกรรมที่กระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค และเป็นแหล่งเสริมสร้างรายได้ของครัวเรือนเกษตรกรและชุมชน ในชนบทไม่น้อยกว่า 10 ล้านคน โดยปัจจุบันสินค้าอาหารของไทยสามารถส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ มากกว่า 200 ประเทศ คิดเป็นมูลค่าสินค้าอาหารและเกษตรแปรรูปเฉลี่ยมากกว่าปีละ 800,000 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนใน GDP เฉลี่ยร้อยละ 8 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10.6 ต่อปี ประเทศไทยรัฐบาลมีนโยบายพัฒนาอาหารไทยไปสู่ครัวโลก (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2560)

หัวหน้างานสายการผลิต (Production supervisor) คือ ผู้บริหารระดับปฏิบัติการที่ทำหน้าที่ดูแลหน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์กร เป็นผู้มีอำนาจหน้าที่และรับผิดชอบโดยตรงในการควบคุมดูแลให้พนักงานปฏิบัติงานทำงานให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนด มีความใกล้ชิดกับพนักงานในระดับปฏิบัติงานและรู้ปัญหาของการทำงานในระดับปฏิบัติงานอย่างลึกซึ้ง หัวหน้างานแผนกผลิตจึงต้องทำหน้าที่แก้ปัญหาในงาน และเป็นแหล่งข้อมูลเบื้องต้นขององค์กรทั้งด้านบุคลากรปฏิบัติงาน และด้านเทคนิคในการทำงาน มีหน้าที่ให้คำแนะนำในการทำงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย ที่องค์กรกำหนด (Daft. 2006) ดังนั้นจึงเป็นตำแหน่งงานที่มีความสำคัญเพื่อเตรียมความพร้อมบุคลากรให้กับอุตสาหกรรม ไปสู่ยุค 4.0 อย่างมั่นคง

จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาวิจัย เรื่องการประเมินช่องว่างสมรรถนะของหัวหน้างานสายการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารเพื่อนำไปพัฒนาสมรรถนะของหัวหน้างานสายการผลิต อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่ออุตสาหกรรมอาหารโดยรวมของประเทศไทยและส่งผลต่อการพัฒนาประเทศโดยรวม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินช่องว่างระหว่างสมรรถนะปัจจุบันกับสมรรถนะที่คาดหวังของหัวหน้างานสายการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร และลำดับความสำคัญในการพัฒนา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. โรงงานอุตสาหกรรมอาหารนำไปเป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจและกำหนดสมรรถนะของหัวหน้างานสายการผลิต
2. โรงงานอุตสาหกรรมอาหารนำช่องว่างสมรรถนะไปพัฒนาบุคลากรตำแหน่งหัวหน้างานสายการผลิตให้มีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้นและได้มาตรฐานเดียวกัน

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเพื่อประเมินช่องว่างระหว่างสมรรถนะปัจจุบันกับสมรรถนะที่คาดหวังของหัวหน้างานสายการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร และลำดับความสำคัญในการพัฒนา

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ การศึกษาวิจัยในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารที่ผลิตเครื่องปรุงรสและเครื่องประกอบอาหารทั่วประเทศไทย
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กรอบสมรรถนะของ เดวิด แมคเคลแลนด์ (McClelland, 1973) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับสมรรถนะ
3. ขอบเขตด้านประชากร คือ หัวหน้างานสายการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารที่ผลิตเครื่องปรุงรสและเครื่องประกอบอาหาร จำนวน 490 คน
4. การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ เครซี; และ มอร์แกน (Krejci; & Morgan) เพื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ที่มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ได้ตัวอย่างมา 220 คน

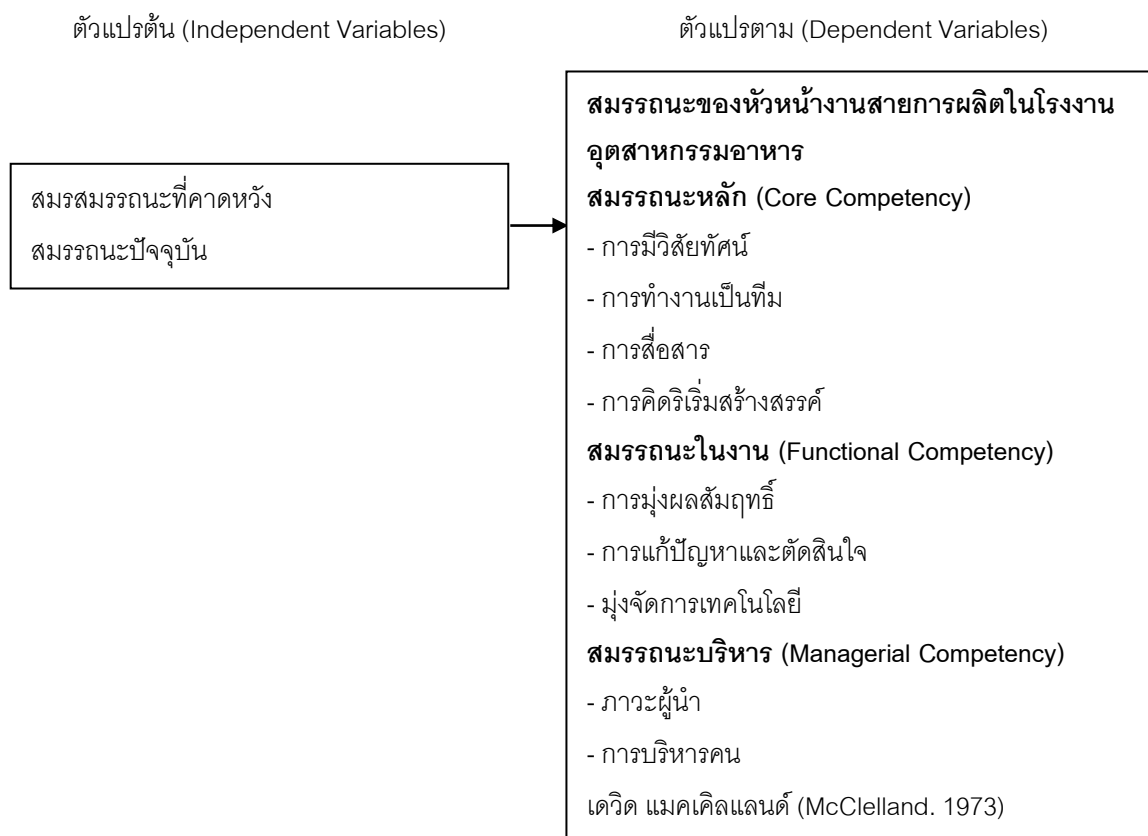
การทบทวนวรรณกรรม

เดวิด แมคเคลแลนด์ (McClelland, 1973) ให้ความหมายของสมรรถนะ คือ บุคลิกลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายในปัจเจกบุคคล ซึ่งสามารถผลักดันให้ปัจเจกบุคคลนั้น สร้างผลการปฏิบัติงานที่ดีหรือตามเกณฑ์ที่กำหนดในงานที่ตนรับผิดชอบ สอดคล้องกับ โบยาตซีส (Boyatzis, 1982) ให้ความหมายว่า สมรรถนะคือคุณลักษณะที่อยู่ภายในของแต่ละบุคคล คุณลักษณะนี้อาจหมายถึง แรงจูงใจ บุคลิกที่ค่อนข้างถาวร บทบาททางสังคมหรือการรับรู้เกี่ยวกับตนเอง ทักษะ หรือองค์ความรู้ ที่บุคคลต่าง ๆ ต้องนำมาใช้ ควินน์; และคณะ (Quinn; et al. 1990) ได้ให้ความหมายสมรรถนะ หมายถึง ความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการดำเนินการในภาระหน้าที่หรือบทบาทที่ชัดเจน ขณะเดียวกัน Spencer; & Spencer (1993) ได้สนับสนุนการเชื่อมโยงระหว่างสมรรถนะกับผลงานที่เหนือกว่า เป็นการพิจารณาถึงคุณลักษณะของคนแต่ละคน ลักษณะของพฤติกรรมและทักษะที่สำคัญ นักวิชาการไทย ดนัย เทียนพุ่ม (2550) สมรรถนะ (Competency) ให้ความหมายคือ การบูรณาการความรู้ ทักษะ ทศคติ และคุณลักษณะส่วนบุคคล (Personal Attributes) มาใช้ได้ดีในบทบาทนั้น ๆ จนกระทั่งเกิดผลงานที่คุณค่าสูงสุด (Superior Performance) หรือมีประสิทธิภาพมากที่สุด

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อารมณ์ ภูวพิพนธ์ (2550), ณรงค์วิทย์ แสงทอง (2550) และ กฤตชน วงศ์รัตน์ (2553) แบ่งสมรรถนะเป็น 3 ประเภท คือ 1) สมรรถนะหลัก (Core Competency) ความสามารถหลักที่พนักงานทุกคนจะต้องมีเหมือนกันไม่จำเป็นต้องมีมาก ควรจะเป็นสมรรถนะหลัก ๆ ที่กำหนดมาจากวิสัยทัศน์ภารกิจ กลยุทธ์ และเป้าหมายขององค์กร เช่น การมีวิสัยทัศน์ การทำงานเป็นทีม การสื่อสาร และการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 2) สมรรถนะในงาน (Functional Competency) ประกอบด้วยความรู้ ผลสัมฤทธิ์ การแก้ปัญหาและตัดสินใจ มุ่งจัดการ

เทคโนโลยี 3) สมรรถนะด้านการบริหารจัดการ (Managerial Competency) ประกอบด้วยการบริหารคน ภาวะผู้นำ เป็น โดยนำเสนอเป็นกรอบความคิดในการวิจัยดังนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย หัวหน้างานสายการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับเครื่องปรุงรสหรือเครื่องประกอบอาหาร จำนวนโรงงาน 490 โรงงาน (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2560)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ หัวหน้างานสายการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับเครื่องปรุงรสหรือเครื่องประกอบอาหาร จำนวน 220 คน จากจำนวนโรงงาน 490 โรงงาน โดยใช้สูตร Krejcie; & Morgan (1970) และสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ลักษณะของแบบสอบถามมีทั้งคำถามประมาณค่า (Rating Scales) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุดโดยการสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์ และกรอบแนวคิดของการวิจัยโดยเกณฑ์การหาค่าเฉลี่ยตามแนวคิดของ เบสท์; และ คาห์น (Best; & Kahn)

Kahn. 1986) ผลการทดสอบค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญมีค่า IOC เท่ากับ .87 และผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Caecilian of Alpha) มีค่าเท่ากับ .86

สถิติที่ใช้ในวิเคราะห์สภาพปัญหาของหัวหน้างานสายการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับ เครื่องปรุงรส หรือเครื่องประกอบอาหารโดยพรรณนาผลวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากค่าสถิติพรรณนาและจากการวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จาก หัวหน้างานสายการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจำนวน 220 คน การแปลผลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ เกี่ยวกับระดับสมรรถนะหัวหน้างานแผนกผลิตในอุตสาหกรรมอาหาร โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และวิเคราะห์ความคิดเห็นช่วงของค่าเฉลี่ยตามแนวคิดของ เบสท์; และ คานัน (Best; & Kahn. 1986: 181-182) และการประเมินความต้องการจำเป็นการพัฒนา (สุวิมล ว่องวาณิช. 2548: 62) ได้ให้ความหมายคำว่า “การประเมินความต้องการจำเป็น” ไว้ว่าการประเมินความต้องการจำเป็นเป็นกระบวนการประเมินเพื่อกำหนดความแตกต่างของสภาพที่เกิดขึ้นกับสภาพที่ควรจะเป็น โดยระบุสิ่งที่ต้องการให้เกิดว่ามีลักษณะเช่นใด และประเมินสิ่งที่เกิดขึ้นจริงว่ามีลักษณะเช่นใด จากนั้นนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ประเมินสิ่งที่เกิดขึ้นจริงว่าสมควรเปลี่ยนแปลงอะไรบ้าง การประเมินความต้องการจำเป็นทำให้ได้ข้อมูลที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงกระบวนการจัดการศึกษาหรือการเปลี่ยนแปลงผลที่เกิดขึ้นปลายทาง การเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการประเมินความต้องการจำเป็นจึงเป็นการเปลี่ยนแปลงในเชิงสร้างสรรค์และเป็นการเปลี่ยนแปลงทางบวก คำดัชนีความต้องการจำเป็นที่ได้จากเทคนิควิธี PNI สูตรการคำนวณมีดังนี้

$$(PNI_{Modified}) = \frac{(I-D)}{D}$$

เมื่อ $(PNI_{Modified})$ แทน ดัชนีเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการ

I แทน ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) สมรรถนะที่ควรจะเป็น

D แทน ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) สมรรถนะที่ปฏิบัติจริง

ผลการศึกษาวิจัย

ช่องว่างระหว่างสมรรถนะปัจจุบันกับสมรรถนะที่คาดหวังของหัวหน้างานสายการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร และลำดับความสำคัญในการพัฒนา ผลวิเคราะห์ระดับสมรรถนะปัจจุบันกับสมรรถนะที่คาดหวังของหัวหน้างานสายการผลิตในอุตสาหกรรมอาหาร ตามความคิดเห็นของหัวหน้างานสายการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ระดับสมรรถนะทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ สมรรถนะหลัก สมรรถนะในงานและสมรรถนะบริหาร ผู้วิจัยวิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งผลวิเคราะห์ปรากฏรายละเอียดตามตารางข้างล่าง

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับสมรรถนะปัจจุบัน ระดับสมรรถนะที่คาดหวัง และดัชนีเรียงลำดับ
 ความสำคัญของความจำเป็นในการพัฒนาสมรรถนะของหัวหน้างานสายการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร

สมรรถนะของผู้บริหาร	ระดับสมรรถนะที่คาดหวัง			ระดับสมรรถนะปัจจุบัน			I-D	PNI I-D/D	ลำดับ
ระดับต้นในโรงงาน	(I)			(D)					
อุตสาหกรรมอาหาร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล			
1. สมรรถนะหลัก	4.34	.466	มาก	3.55	.692	มาก	0.79	0.22	3
2. สมรรถนะในงาน	4.34	.498	มาก	3.52	.750	มาก	0.82	0.23	2
3. สมรรถนะบริหาร	4.41	.522	มาก	3.43	.534	ปานกลาง	0.98	0.28	1
รวม	4.41	.522	มาก	3.50	.595	มาก	0.91	0.26	

จากตาราง 1 พบว่า หัวหน้างานสายการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารมีความคิดเห็นต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานโดยรวมสมรรถนะปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 3.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.595 สมรรถนะที่คาดหวังมีค่าเฉลี่ย 4.41 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.522 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า สมรรถนะปัจจุบันด้านสมรรถนะหลักมีค่าเฉลี่ย 3.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.692 สมรรถนะที่คาดหวังมีค่าเฉลี่ย 4.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.466 สมรรถนะปัจจุบันด้านสมรรถนะในงานมีค่าเฉลี่ย 3.52 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.750 สมรรถนะที่คาดหวังมีค่าเฉลี่ย 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.498 และสมรรถนะปัจจุบันด้านสมรรถนะบริหาร มีค่าเฉลี่ย 3.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.534 สมรรถนะที่คาดหวังมีค่าเฉลี่ย 4.41 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.522

เมื่อพิจารณาสมรรถนะปัจจุบันมีช่องว่างต่างกับสมรรถนะที่คาดหวังในภาพรวมเท่ากับ 0.91 (PNI 0.26) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ดัชนีเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการพัฒนา ลำดับ 1 ช่องว่าง 0.98 (PNI = 0.28) คือสมรรถนะบริหาร ลำดับ 2 ช่องว่าง 0.82 (PNI = 0.23) คือสมรรถนะในงาน ลำดับสุดท้ายช่องว่าง 0.79 (PNI = 0.22) คือสมรรถนะหลัก ตามลำดับ

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับสมรรถนะปัจจุบัน ระดับสมรรถนะที่คาดหวัง และดัชนีเรียงลำดับ
 ความสำคัญของความจำเป็นในการพัฒนาสมรรถนะของหัวหน้างานสายการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร
 รายด้าน ด้านสมรรถนะหลัก

สมรรถนะของผู้บริหาร ระดับต้นในโรงงาน อุตสาหกรรมอาหาร	ระดับสมรรถนะที่คาดหวัง			ระดับสมรรถนะปัจจุบัน			I-D	PNI I-D/D	ลำดับ
	(I)			(D)					
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล			
1. การมีวิสัยทัศน์	4.29	.498	มาก	3.61	.727	มาก	0.68	0.18	4
2. การทำงานเป็นทีม	4.36	.480	มาก	3.56	.775	มาก	0.80	0.22	3
3. การสื่อสาร	4.35	.519	มาก	3.48	.753	ปานกลาง	0.87	0.25	1

ตาราง 2 (ต่อ)

สมรรถนะของผู้บริหาร ระดับต้นในโรงงาน อุตสาหกรรมอาหาร	ระดับสมรรถนะที่คาดหวัง			ระดับสมรรถนะปัจจุบัน			I-D	PNI I-D/D	ลำดับ
	(I)			(D)					
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล			
4. การคิดริเริ่ม									
สร้างสรรค์	4.38	.495	มาก	3.54	.767	มาก	0.81	0.23	2
รวม	4.34	.466	มาก	3.55	.692	มาก	0.79	0.22	

จากตาราง 2 พบว่า หัวหน้างานสายการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารมีความคิดเห็นต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานโดยรวมสมรรถนะปัจจุบันด้านสมรรถนะหลัก มีค่าเฉลี่ย 3.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.692 สมรรถนะที่คาดหวัง มีค่าเฉลี่ย 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.466 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า สมรรถนะปัจจุบันด้านสมรรถนะหลักการมีวิสัยทัศน์มีค่าเฉลี่ย 3.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.727 สมรรถนะที่คาดหวังมีค่าเฉลี่ย 4.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.498 สมรรถนะปัจจุบันด้านสมรรถนะหลักการทำงานเป็นทีมมีค่าเฉลี่ย 3.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.775 ด้านสมรรถนะที่คาดหวังมีค่าเฉลี่ย 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.480 สมรรถนะปัจจุบันด้านสมรรถนะหลักการสื่อสารมีค่าเฉลี่ย 3.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.753 สมรรถนะที่คาดหวังมีค่าเฉลี่ย 4.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.519 และสมรรถนะปัจจุบันด้านสมรรถนะหลักการคิดริเริ่มสร้างสรรค์มีค่าเฉลี่ย 3.54 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.767 สมรรถนะที่คาดหวังมีค่าเฉลี่ย 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.495

เมื่อพิจารณาสมรรถนะปัจจุบันมีช่องว่างต่างกับสมรรถนะที่คาดหวัง ด้านสมรรถนะหลักในภาพรวมเท่ากับ 0.79 (PNI 0.22) เมื่อพิจารณารายด้านของสมรรถนะหลัก พบว่า ดัชนีเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการพัฒนา ลำดับ 1 ช่องว่าง 0.87 (PNI = 0.25) คือการสื่อสาร ลำดับ 2 ช่องว่าง 0.81 (PNI = 0.23) คือการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ลำดับที่ 3 ช่องว่าง 0.80 (PNI = 0.22) คือการทำงานเป็นทีม ลำดับสุดท้ายช่องว่าง 0.68 (PNI = 0.18) คือการมีวิสัยทัศน์ ตามลำดับ

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับสมรรถนะปัจจุบัน ระดับสมรรถนะที่คาดหวัง และดัชนีเรียงลำดับความสำคัญของความจำเป็นในการพัฒนาสมรรถนะของหัวหน้างานสายการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารด้านสมรรถนะในงาน

สมรรถนะของผู้บริหาร ระดับต้นในโรงงาน อุตสาหกรรมอาหาร	ระดับสมรรถนะที่คาดหวัง			ระดับสมรรถนะปัจจุบัน			I-D	PNI I-D/D	ลำดับ
	(I)			(D)					
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล			
1. การมุ่งผลสัมฤทธิ์	4.42	.551	มาก	3.65	.835	มาก	0.77	0.21	3
2. การแก้ปัญหาและตัดสินใจ	4.29	.518	มาก	3.49	.824	ปานกลาง	0.80	0.23	2

ตาราง 3 (ต่อ)

สมรรถนะของผู้บริหาร ระดับต้นในโรงงาน อุตสาหกรรมอาหาร	ระดับสมรรถนะที่คาดหวัง			ระดับสมรรถนะปัจจุบัน			I-D	PNI I-D/D	ลำดับ
	(I)			(D)					
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล			
3. มุ่งจัดการเทคโนโลยี	4.30	.548	มาก	3.41	.783	ปานกลาง	0.89	0.26	1
รวม	4.34	.498	มาก	3.52	.750	มาก	0.82	0.23	

จากตาราง 3 พบว่า หัวหน้างานสายการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารมีความคิดเห็นต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานโดยรวมสมรรถนะปัจจุบันด้านสมรรถนะในงาน มีค่าเฉลี่ย 3.52 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.750 สมรรถนะที่คาดหวังมีค่าเฉลี่ย 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.498 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า สมรรถนะปัจจุบันด้านสมรรถนะในงานการมุ่งผลสัมฤทธิ์ มีค่าเฉลี่ย 3.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.835 สมรรถนะที่คาดหวังมีค่าเฉลี่ย 4.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.551 สมรรถนะปัจจุบันด้านสมรรถนะในงาน การแก้ปัญหาและตัดสินใจมีค่าเฉลี่ย 3.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.824 สมรรถนะที่คาดหวังมีค่าเฉลี่ย 4.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.518 และสมรรถนะปัจจุบันด้านสมรรถนะในงาน การมุ่งจัดการเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ย 3.41 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.783 สมรรถนะที่คาดหวังมีค่าเฉลี่ย 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.548

เมื่อพิจารณาสมรรถนะปัจจุบันมีช่องว่างต่างกับสมรรถนะที่คาดหวัง ด้านสมรรถนะในงาน ในภาพรวมช่องว่าง 0.82 (PNI 0.23) เมื่อพิจารณารายด้านของสมรรถนะหลัก พบว่า ดัชนีเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น ลำดับ 1 ช่องว่าง 0.89 (PNI = 0.26) คือมุ่งจัดการเทคโนโลยี ลำดับ 2 ช่องว่าง 0.80 (PNI = 0.23) คือการแก้ปัญหาและตัดสินใจ ลำดับสุดท้ายช่องว่าง 0.77 (PNI = 0.21) คือ การมุ่งผลสัมฤทธิ์ตามลำดับ

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับสมรรถนะปัจจุบัน ระดับสมรรถนะที่คาดหวัง และดัชนีเรียงลำดับความสำคัญของความจำเป็นในการพัฒนาสมรรถนะของหัวหน้างานสายการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารด้านสมรรถนะบริหาร

สมรรถนะของผู้บริหาร	ระดับสมรรถนะที่คาดหวัง			ระดับสมรรถนะปัจจุบัน			I-D	PNI I-D/D	ลำดับ
ระดับต้นในโรงงาน	(I)			(D)					
อุตสาหกรรมอาหาร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล			
1. ภาวะผู้นำ	4.44	.540	มาก	3.58	.603	มาก	0.86	0.24	2
2. การบริหารคน	4.38	.527	มาก	3.29	.575	ปานกลาง	1.09	0.33	1
รวม	4.41	.522	มาก	3.43	.534	ปานกลาง	0.98	0.28	

จากตาราง 4 พบว่า หัวหน้างานสายการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารมีความคิดเห็นต่อสมรรถนะในการปฏิบัติงานโดยรวมสมรรถนะปัจจุบันด้านสมรรถนะบริหาร มีค่าเฉลี่ย 3.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.534 ด้านสมรรถนะที่คาดหวังมีค่าเฉลี่ย 4.41 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.522 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า สมรรถนะปัจจุบันสมรรถนะบริหารด้านภาวะผู้นำ มีค่าเฉลี่ย 3.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.603 สมรรถนะที่คาดหวังมีค่าเฉลี่ย 4.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.540 และสมรรถนะปัจจุบันด้านสมรรถนะบริหาร การบริหารคน มีค่าเฉลี่ย 3.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.575 สมรรถนะที่คาดหวังมีค่าเฉลี่ย 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.527

เมื่อพิจารณาสมรรถนะปัจจุบันมีช่องว่างต่างกับสมรรถนะที่คาดหวัง ด้านสมรรถนะบริหาร ในภาพรวมช่องว่าง 0.98 (PNI 0.28) เมื่อพิจารณารายด้านของสมรรถนะบริหาร พบว่า ดัชนีเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น ลำดับ 1 ช่องว่าง 1.09 (PNI = 0.33) คือการบริหารคน และช่องว่าง 0.86 (PNI = 0.24) คือภาวะผู้นำตามลำดับ

สรุปอภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่าผลของการวิจัยพบว่าช่องว่างระหว่างสมรรถนะปัจจุบันกับสมรรถนะที่คาดหวังของหัวหน้างานสายการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารมีความแตกต่างกันในภาพรวมโดยมีช่องว่าง 0.91 (PNI 0.26) เมื่อพิจารณาดัชนีเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการพัฒนา ลำดับแรกคือสมรรถนะบริหาร เพราะยุคนี้เป็นยุค Thailand 4.0 และ Industry 4.0 “ทักษะสำคัญของผู้จัดการยุค 4.0” เป็นสิ่งจำเป็นเร่งด่วนของอุตสาหกรรมทั่วไปและอุตสาหกรรมอาหาร ดังนั้นผู้บริหารมีความท้าทายมากยิ่งขึ้นเพราะเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หัวหน้างานสายการผลิตต้องมีความรู้ความสามารถในการบริหารและสามารถจัดการให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรกำหนด สอดคล้องกับ อาภรณ์ ภูวพิทยพันธ์ (2552) กล่าวว่าสมรรถนะที่มีความสามารถเกี่ยวกับการบริหารให้ประสบความสำเร็จมุ่งเน้นการบริหารงานและบริหารจัดการคนตำแหน่งงานที่ให้ผลงานงานที่ดีที่สุดคือ หัวหน้างานเพราะเป็นตำแหน่งใกล้ชิดพนักงานมากที่สุด เพราะเป็นผู้มอบหมายงานและจัดการ สั่งการ ติดตามและควบคุม สอดคล้องกับแนวคิดของ ทองพันชั่ง พงษ์วารินทร์ (2552), สาคร สุขศรีวงศ์ (2548), รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2549), มินท์เบิร์ก (Mintzberg, 1979), Batemen; & Snell (2004) ที่กล่าวว่า คุณสมบัติหัวหน้างานที่ต้องมี คือ ภาวะผู้นำและบริหารคน

จากผลการศึกษาพบว่า สมรรถนะปัจจุบันกับสมรรถนะที่คาดหวังของหัวหน้างานสายการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารมีความแตกต่างกัน เพราะในปัจจุบันเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ในอุตสาหกรรมทั่วไปรวมถึงอุตสาหกรรมอาหารได้นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้มากขึ้น เช่น หุ่นยนต์ ดังนั้นความคาดหวังของธุรกิจและเจ้าของกิจการมีความคาดหวังมากขึ้นทักษะของบุคลากรต้องมีการปรับเปลี่ยนตามยุคดังนั้นจึงเกิดช่องว่างของสมรรถนะมากขึ้นตามปัจจัยดังกล่าว สอดคล้องกับ LinkedIn (2019) ได้ทำการวิเคราะห์ว่าในปัจจุบันปัญหาเทคโนโลยีก้าวเร็วทำให้เกิดช่องว่าง (Skill Gap) ขึ้นในองค์กรทั่วโลก ทำให้คนทำงานมีทักษะไม่สอดคล้องกับที่องค์กรต้องการ เพราะความรู้ที่เรียนมาล้าสมัยแล้วกับการเปลี่ยนแปลงยุคปัจจุบัน ซึ่งจำเป็นต้องนำผลวิเคราะห์เรื่องช่องว่างมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนา หัวหน้างานสายการผลิตในอุตสาหกรรมอาหาร

ข้อเสนอแนะ**ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้**

1. ผู้บริหารระดับสูงของโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร ควรนำผลการวิจัยไปต่อยอดเพื่อนำไปพัฒนาสมรรถนะของหัวหน้างานสายการผลิตอย่างเป็นรูปธรรม
2. โรงงานอุตสาหกรรมอาหารควรมีการพัฒนาสมรรถนะของหัวหน้างานสายการผลิตอย่างต่อเนื่อง และควรนำกระบวนการวิจัยมาทำการศึกษากรณีศึกษาของกลุ่มให้เป็นรูปธรรม
3. ผู้บริหารระดับสูงของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารควรติดตามผลการนำความรู้ทักษะที่ได้รับจากการพัฒนาสมรรถนะของหัวหน้างานสายการผลิตมาพัฒนางานด้านการผลิตให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาช่องว่างสมรรถนะของตำแหน่งงานอื่นในอุตสาหกรรมอาหารเพื่อนำไปกำหนดแนวทางในการพัฒนาพัฒนาบุคลากรในตำแหน่งนั้นในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารต่อไป
2. ควรศึกษาช่องว่างสมรรถนะของหัวหน้างานสายการผลิตในอุตสาหกรรมอื่นเพื่อเป็นการตรวจสอบผลของการวิจัยว่าไปในทางเดียวกันไหม

เอกสารอ้างอิง

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2559). สถิติสะสมจำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการ โรงงานตาม พ.ร.บ. 2535 ณ สิ้นปี 2559. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2561, จาก <http://www.diw.go.th/hawk/content.php?mode=spss56>.
- กฤตชน วงศ์รัตน์. (2553). การพัฒนาสมรรถนะในการปฏิบัติงานของผู้จัดการฝ่ายผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนารัฐกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์ ภาควิชาสังคมศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ณรงควิทย์ แสงทอง. (2550). Training Road Map: เส้นทางการฝึกอบรมบุคลากร. กรุงเทพฯ: เอช อาร์ เซ็นเตอร์.
- ดนัย เทียนพุฒ. (2550). ความสามารถในการทรงสนะ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เอ.อาร์.อินฟอร์เมชั่น แอนด์ พับลิเคชั่น.
- ทองพินช้าง พงษ์วารินทร์. (2552). การพัฒนา 10 ความสามารถหลักเพื่อก้าวสู่สุดยอดหัวหน้างาน. กรุงเทพฯ: ริงค์ ปียอนด์.
- รังสรรค์ ประเสริฐศรี. (2549). ภาวะผู้นำ. กรุงเทพฯ: ธนัชาการพิมพ์
- สาคร สุขศรีวงศ์. (2550). การจัดการจากมุมมองผู้บริหาร. กรุงเทพฯ: จี.พี.ไซเบอร์พริ้นท์, 2548.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สุธาสินี โพธิจันทร์. (2560). คนต้องพร้อมสำหรับองค์กรยุค 4.0. สืบค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2561, จาก <http://www.ftip.or.th>.
- สุวิมล ว่องวาณิช. (2548). การวิจัยการประเมินความต้องการจำเป็น. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- อาภรณ์ ภูววิทย์พันธ์. (2552). *Competency Based HRM/HRD Case Study*. กรุงเทพฯ: บริษัทเอช อาร์ เซนเตอร์ จำกัด.
- Batemen, S. T.; & Snell, A. S. (2004). *Management: The New Competitive Landscape*. Irwin: McGraw-Hill.
- Best, J.; & Kahn, J. V. (1993). *Research in Education*. 7th ed., Boston: Allyn and Bacon.
- Boyatzis, R. E. (1982). *The Competent Manager: A Model of Effective Performance*. New York: John Wiley and Sons Inc.
- Daft, L. R. (2006). *The NEW Era of Management*. Ohio: South-Western Thomson.
- Fong, W.; & Kleiner, B. (2002). *How to Hire Employees Effectively*. Management Research New.
- Krejcie, R. V.; & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*. 30(3): 607-610.
- LinkedIn. (2019). *Why 2019 is the Breakout Year for the Talent Developer*. Retrieved February 25, 2019, from <http://learning.linkedin.com> (2019). 3rd Annual 2019 Workplace Learning Report, California USA.
- McClelland, C. David. (1973). *Testing for Competence rather than for Intelligence*. New Jersey: American Psychologist.
- Mintzberg, Henry. (1979). *The Structuring of Organizations*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Quinn, Robert E.; et al. (1990). *Becoming a Master Manager, a Competency Framework*. United States of America: John Wiley & Sons Inc.

NBUS0029: พฤติกรรมการตัดสินใจเช่ารถจักรยานยนต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

BEHAVIOR OF THE DECISION TO RENT A MOTORBIKE ENGINE OF THAI TOURISTS IN PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA HISTORICAL PARK PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE

กีก้อง พงษ์สถิตย์¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์²

¹ คณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² คณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเช่ารถจักรยานยนต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการทดสอบที (Independent t-Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผู้วิจัยใช้วิธีการทดสอบรายคู่ โดยวิธี Least-Significant Different (LSD)

ผลการวิจัย พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท พฤติกรรมการเช่ารถจักรยานยนต์ของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการเช่ารถจักรยานยนต์ของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเช่ารถจักรยานยนต์ของนักท่องเที่ยว พบว่า ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ และด้านอาชีพ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้าน ระดับการศึกษา ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: พฤติกรรม, ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด

Abstract

This research has the objective of this research. To study the behavior of the motorbike rental decision of Thai tourists In Phra Nakhon Si Ayutthaya Historical Park Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. And compare service quality levels. The sample group used in this research is passenger train users. Thai

tourists In Phra Nakhon Si Ayutthaya Historical Park Phra Nakhon Si Ayutthaya, consisting of 400 people. The research instrument was a questionnaire. Analyze the data by using Frequency, Percentage, Mean ($\bar{X}$) and Standard Deviation (S.D.) for hypothesis testing. The researcher used data analysis. Independent t-Test, One-Way ANOVA, in the case of finding statistically significant differences at the level of .01 and .05 or at the level of confidence 95. % Researchers used paired testing methods by Least-Significant Different (LSD) methods.

The research finding.

The respondents were female. Age Below 20 years old, single status, have a bachelor's degree They are students and students, with an 15,000-25,000 baht income in the average. Motorcycle rental behavior of tourists in overall, at a high level, considering each aspect in descending order, it was found that the product, price, Channel of Distribution, Marketing promotion. Affecting the motorcycle rental behavior of tourists at a high level.

The hypothesis test results Comparing the personal factors with the motorbike rental behavior of tourists, it was found that gender, age, status and occupation were not different, while education level. The average monthly income Statistically significant difference at the .05 level.

Keywords: Behavior, product, price, Channel of Distribution, Marketing promotion

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวมีความหลากหลายและแตกต่างจากเดิม ซึ่งเป็นผลมาจากสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งจากนโยบายของภาครัฐที่หันมาส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองและการท่องเที่ยววิถีไทย ขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ก็ทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ขึ้น กอปรกับ บทบาทของเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลมากขึ้นทั้งการเป็นเครื่องมือในการทำธุรกิจ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวคงจะต้องมีการปรับแผนทางธุรกิจให้สอดคล้องไปกับปัจจัยแวดล้อมที่เกิดขึ้น เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวรองอาจใช้โอกาสจากนโยบายภาครัฐในการทำตลาดการท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวผสมผสานวิถีชีวิตของชุมชนหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นกับ นวัตกรรมสมัยใหม่ การทำตลาดโดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี ผ่านช่องทางออนไลน์ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ หรือ การใช้เพื่อบอกเส้นทางของสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น

การเช่ารถขับเองนั้นจะทำให้ได้เปิดประสบการณ์ใหม่ที่กว้างขึ้น ได้ออกไปผจญภัยเต็มรูปแบบในรูปแบบที่ไม่เคยได้สัมผัสมาก่อน เมื่อเปรียบเทียบกับการเดินทางด้วยเครื่องบินหรือรถทัวร์ การเช่ารถนั้นย่อมมีข้อดีมากกว่าทั้งในแง่ของการแวะเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ และความปลอดภัยเพราะเราขับเอง เช่ารถเอง ก็ต้องย่อมต้องมีความระมัดระวังในการขับที่ และรักษาความปลอดภัยมากกว่าอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นความปลอดภัย การเช่ารถขับไปเที่ยวเองสิ่งที่คุณจะได้รับแน่ ๆ ก็คือความปลอดภัย (จากการขับรถไม่ประมาท) เพราะเราไม่รู้ว่าหากโดยสารด้วยการขนส่งอื่น ๆ เช่น รถทัวร์ รถตู้ หรือแม้แต่เครื่องบิน ระบบการทำงานของยานพาหนะนั้น ๆ จะเกิดเหตุขัดข้องอะไรหรือไม่ ดังนั้นการเช่ารถ

จะทำให้คุณช่วยลดความกังวลใจในข้อนี้ไปได้เมื่อคุณตัดสินใจ และเช่ารถขับไปเที่ยวเองอย่างปลอดภัย ควบคุมค่าใช้จ่ายได้ การเลือกเช่ารถจะทำให้คุณสามารถควบคุมในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการเดินทางระหว่างท่องเที่ยวได้มาก เพราะหากสถานที่ที่ไปต้องมีการต่อรถคุณก็ไม่ต้องจ่ายค่ารถหลาย ๆ รอบ เพราะเมื่อคุณเช่ารถขับเองคุณก็สามารถเข้าสู่ทุกจุดหมายได้อย่างรวดเร็ว ง่ายตาย ไม่ต้องเสียเวลารอขึ้นรถขนส่งสาธารณะเป็นรอบ ๆ แถมยังได้เอาเวลาที่เหลือไปใช้กับการเที่ยวเพิ่มมากขึ้นด้วย เลือกลองรถได้หลายประเภท ข้อดีของการเช่ารถคือ ก่อนการเช่ารถคุณจะได้เลือกทดลองขับได้หลายประเภท หรือหากจะเลือกจองผ่านออนไลน์ คุณก็สามารถดูประเภท แบรนด คุณสมบัติของรถรุ่นนั้น ๆ ที่ต้องการว่าเหมาะกับทริปของคุณหรือไม่ ก่อนตัดสินใจเลือกเช่ารถได้ เพื่อที่จะเช่ารถให้เหมาะกับสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมลงตัวมากที่สุด มีความเป็นส่วนตัว การเช่ารถจะทำให้คุณมีความเป็นอิสระ และมีความเป็นส่วนตัวที่สุด อยากจะเสียบหรือเผ่นกระฉาย ระหว่างเดินทางก็ไม่ต้องพูดกระซิบกระซาบหรือไม่ต้องเกรงใจใคร อยากจะกินขนมบนรถ จะแวะพัก หรือจะแวะเข้าห้องน้ำก็ทำได้ทันที เพราะเราเช่ารถมาใช้ส่วนตัว เรื่องเกรงใจคนอื่นก็ตัดทิ้งไปได้เลย ความสะดวกสบาย เมื่อคุณเช่ารถแล้วจะทำให้ทริปการเดินทางครั้งนั้นสะดวกที่สุด เพราะหากต้องใช้บริการแท็กซี่ขนส่งสาธารณะการเดินทางก็ต้องเป็นเวลายืดหยุ่นได้ไม่มากนัก แต่หากเช่ารถขับเองจะทำให้คุณเต็มที่กับการท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้นกว่า อยากจะแวะเที่ยวตรงไหน อยากจะไปหรือกลับเวลาใดก็ทำได้ง่าย ๆ อีกทั้งบางพื้นที่การท่องเที่ยวรถสาธารณะก็หายากหรืออาจจะไม่มีให้บริการเลย ดังนั้นการเช่ารถเที่ยวจะเป็นคำตอบสุดท้ายได้ดีที่สุด

ปัจจุบันธุรกิจการเช่ารถในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้รับความสนใจอย่างมากจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ต้องการเช่ารถจักรยานยนต์เพื่อใช้ในการท่องเที่ยวชั่วคราวในอุทยานประวัติศาสตร์อยุธยา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจรถจักรยานยนต์เช่า ผลของการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจรถจักรยานยนต์เช่ายังส่งผลให้ผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องนำข้อมูล และผลการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการให้บริการของธุรกิจรถจักรยานยนต์เช่า ส่งผลต่อภาพลักษณ์อันดีของธุรกิจ

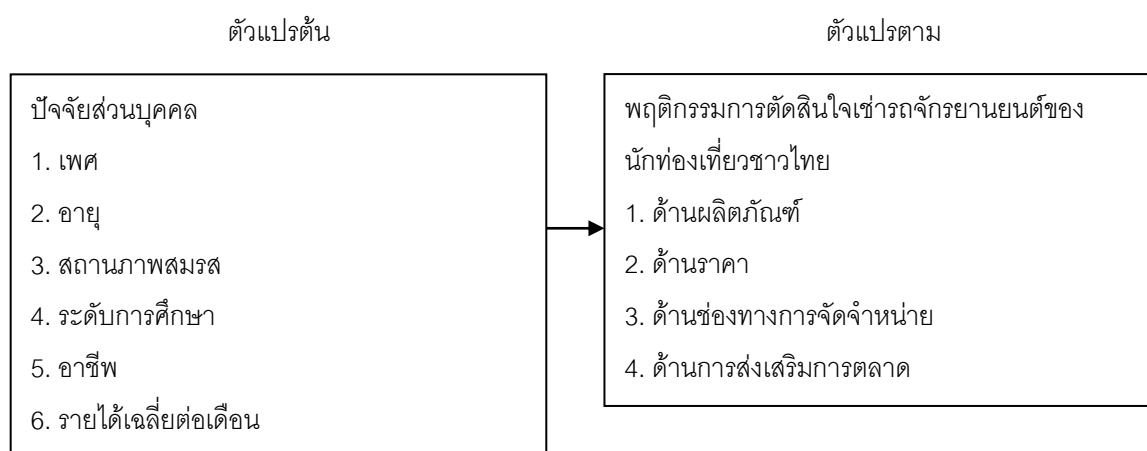
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานยนต์ให้เช่าของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานยนต์ให้เช่าของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงคุณภาพการบริการ ของธุรกิจบริการรถจักรยานยนต์เช่าของผู้ประกอบการ
2. ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงด้านกลยุทธ์ด้านการตลาดของธุรกิจบริการรถจักรยานยนต์เช่าของผู้ประกอบการได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย
3. ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดของธุรกิจบริการรถจักรยานยนต์เช่าของผู้ประกอบการ เพื่อตอบสนองได้ตรงตามพฤติกรรมของลูกค้า

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมุติฐาน

1. นักท่องเที่ยวที่เช่ารถจักรยานยนต์ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการเช่ารถจักรยานยนต์ ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่เช่ารถจักรยานยนต์ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการเช่ารถจักรยานยนต์ ด้านราคาแตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่เช่ารถจักรยานยนต์ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการเช่ารถจักรยานยนต์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวที่เช่ารถจักรยานยนต์ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการเช่ารถจักรยานยนต์ ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากไม่ทราบขนาดที่แท้จริงของประชากร และคาดว่าขนาดของประชากรมีขนาดใหญ่ จึงใช้สูตร การคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากไม่ทราบขนาดที่แท้จริงของประชากรและคาดว่าขนาดของประชากรมีขนาดใหญ่ จึงใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากร ขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W. G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2549) ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{(E)^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (ใช้สัดส่วน 50% หรือ 0.50)

Z คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนด Z (เท่ากับ 1.96) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

E คือ ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น ระดับความเชื่อมั่น 95% (สัดส่วนค่าความคลาดเคลื่อน = 0.05)

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{0.50(1-0.50)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 385 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาด ไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่ เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

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

1. ศึกษา เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ
2. ศึกษาการสร้างแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ให้ครอบคลุมเนื้อหา
3. เมื่อได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้แนะนำตรวจสอบความเรียบร้อยนำแบบสอบถามไป

หาคุณภาพเครื่องมือ

4. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลอง (Try-out) กับนักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (α -Coefficient) ของครอนบาค เท่ากับ 0.814

5. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม การตัดสินใจเช่ารถจักรยานยนต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ทดสอบสมมุติฐาน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำแบบสอบถามไปสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 ชุด เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) เพื่อบรรยายตัวแปรตามลักษณะข้อมูล
2. การวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจเช่ารถจักรยานยนต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้สถิติความถี่, ร้อยละ, ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
3. ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ ค่าสถิติ (t-test) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศ กับพฤติกรรมการตัดสินใจเช่ารถจักรยานยนต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และเมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี LSD (Least Significant Difference)

สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน จำแนกเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.80 ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 42.00 มีสถานภาพการสมรสโสด ร้อยละ 65.30 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 51.00 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงาน/นักศึกษา ร้อยละ 41.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท ร้อยละ 42.30

พฤติกรรมการเช่ารถจักรยานยนต์ของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการเช่ารถจักรยานยนต์ของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น ได้ดังนี้

ระดับพฤติกรรมการตัดสินใจเช่ารถจักรยานยนต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ($\bar{X}$ = 4.03, S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.05, S.D. = 0.75) รองลงมา คือ ด้านราคา ($\bar{X}$ = 4.03, S.D. = 0.78) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.03, S.D. = 0.76) และน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.00, S.D. = 0.80) ตามลำดับ ดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการตัดสินใจเช่ารถจักรยานยนต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมแต่ละด้าน ดังนี้

พฤติกรรมการตัดสินใจเช่ารถจักรยานยนต์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.05	0.75	มาก
2. ด้านราคา	4.03	0.78	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.03	0.76	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.00	0.80	มาก
รวม	4.03	0.77	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ระดับพฤติกรรมการตัดสินใจเช่ารถจักรยานยนต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า ในภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.75) รองลงมา คือ ด้านราคา ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.78) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.76) และน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.80) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเช่ารถจักรยานยนต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า เพศ อายุ สถานภาพการสมรสด้านอาชีพ มีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมเช่ารถจักรยานยนต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน มีเฉพาะระดับการศึกษา และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมเช่ารถจักรยานยนต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในภาพรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

การศึกษา พฤติกรรมการเช่ารถจักรยานยนต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีรายละเอียดเพื่ออภิปรายผลในการวิจัย ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ จิรภา ทองเครือ (2560) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้บริการธุรกิจรถเช่าในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายฝั่ง กรณีศึกษาจังหวัดกระบี่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 26-35 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ เป็นพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-30,000 บาท และ หนึ่งฤทัย คมกฤต (2558) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เช่าของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-30 ปี มี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน มีรายได้ส่วน

บุคคลโดยเฉลี่ย 10,001-20,000 บาท และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนวิทย์ นาทิพย์ (2554) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรถเช่า ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุระหว่าง 30-39 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อ เดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจเช่ารถจักรยานยนต์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.75) รองลงมา คือ ด้านราคา ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.78) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.76) และน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.80) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้บริการให้เช่ารถมีประเภทของรถจักรยานยนต์ให้ท่านเลือกเช่าหลากหลาย เช่น Family, Scooter, Touring, Sport bike เป็นต้น ราคาเช่าเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับร้านบริการอื่น มีราคาเช่าสามารถต่อรองกันได้ ราคาเช่ารถ มีความคงที่ ไม่ขึ้นราคาช่วงเทศกาล ราคาเช่าถูกกว่าการให้บริการของร้านอื่น ค่าใช้จ่ายตลอดการเช่ารถไม่มีค่าใช้จ่ายแฝง มีการรับชำระเงินสดด้วยบัตรเครดิต การจ่ายค่าบริการด้วยเงินสดจะได้รับส่วนลดพิเศษ ป้ายที่แสดงราคาเช่าที่ชัดเจน ราคาเช่ารวมค่าบริการต่าง ๆ แล้วเป็นราคาที่ยุติธรรม และราคาเช่ารวมค่าบริการต่าง ๆ แล้วเป็นราคาที่ยุติธรรมสามารถเดินทางมาติดต่อขอใช้บริการเช่ารถจักรยานยนต์ที่หน้าร้านด้วยตนเอง สถานที่ให้เช่ารถจักรยานยนต์เดินทางสะดวก อยู่ใจกลางเมือง สามารถติดต่อได้ทุกครั้งเมื่อเกิดปัญหา ท่านสามารถเลือกติดต่อขอใช้บริการเช่ารถจักรยานยนต์ผ่านเว็บไซต์ ไลน์ หรือทางโทรศัพท์ สถานที่บริการสะอาด มีการจัดเรียงรถจักรยานยนต์ เป็นระเบียบ เลือกดูได้ง่าย แหล่งที่เช่ารถจักรยานยนต์มีความน่าเชื่อถือและมีหลายสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ มีการเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง มีบริการส่งรถจักรยานยนต์เช่าถึงที่พัก ช่องทางการเช่ารถจักรยานยนต์สามารถ ติดต่อผ่านทางโรงแรม หรือบริษัททัวร์ได้ และมีการบริการที่รวดเร็วทันใจ มีการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ มีการแจกบัตรสมนาคุณ ของขวัญ แก่ผู้ที่มาขอใช้บริการเช่ารถจักรยานยนต์ มีการให้ส่วนลดค่าเช่าสำหรับช่วงระยะเวลาที่จัดโปรโมชั่น หรือ ช่วง Low season มีการทดลองให้ขับรถจักรยานยนต์ก่อนเช่าจริง มีการให้คำแนะนำรถจักรยานยนต์ที่เหมาะสม ในการขับขี่ ของแต่ละบุคคล มีการแจกคู่มือสะสมแต้ม เพื่อแลกกับของรางวัล หรือส่วนลดค่าเช่าเมื่อใช้บริการครบจำนวน พนักงานให้เช่า รถจักรยานยนต์ มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีจุดบริการนั่งรอ ชา กาแฟ มุมพักผ่อน สำหรับลูกค้า มีการให้คะแนนสะสมแต้มแทนเงินสด และมีประกันภัยอุบัติเหตุสำหรับผู้ใช้เช่ารถจักรยานยนต์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตรพี ทันดร (2553) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการรถเช่าของบริษัท รุคาร์เร็นท์ทัล จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการรถเช่าของบริษัท รุคาร์เร็นท์ทัล จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจในระดับมาก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สมรรถนะในการขับขี่ เช่นเครื่องยนต์เดินเรียบ ช่วงล่างดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนวิทย์ นาทิพย์ (2554) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรถเช่า ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รถมีสมรรถนะในการขับขี่ และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพิชฌาย์ ขจรชัยกุล (2553) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจรถเช่า: กรณีศึกษา บริษัทรถเช่าแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ผลจากการศึกษา พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ของกลุ่มลูกค้า

ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการดำเนินงาน ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทาง ภายนอก ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ เนื่องจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เน้นการศึกษาลูกค้าที่เป็นนิติบุคคลเข้าเพื่อ การดำเนินงานทั้งระยะสั้นและ ระยะยาว ไม่เน้นบุคคลธรรมดา ระยะสั้นเน้นเข้าเพื่อการท่องเที่ยวภาพรวมของการศึกษา พบว่า ปัญหาเกิดจากข้อมูลเชิงลึกของแต่ละบริษัทเนื่องจากธุรกิจที่ไม่ค่อยมีข้อมูลเปิดเผย ยกเว้นบาง บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ หนึ่งฤทัย คมกฤส (2558) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เข้าของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เข้า ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ไม่แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนประสม ทางทางการตลาดด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริม การตลาด มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ รถจักรยานสาธารณะให้เข้าของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจในเรื่องของการบำรุงรักษาตัวรถจักรยานยนต์ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในการใช้บริการให้กับผู้บริโภค
2. ด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญในส่วนของการได้รับราคาในการให้บริการที่มีความเป็นธรรม เมื่อเทียบกับบริการตอบแทนและผู้ประกอบการอื่น ดังนั้น ในการให้เช่ารถจักรยานยนต์ควรมีราคากลาง ที่มาตรฐาน และชัดเจน
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการเดินทางมาใช้บริการที่สะดวก ทำเลที่ตั้งของผู้ประกอบการ ควรอยู่ในใกล้แหล่งที่พัก หรือใกล้แหล่งสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อที่ผู้ใช้บริการจะได้เดินทางมา สะดวก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์มากที่สุด เนื่องจากผู้บริโภคสามารถศึกษาข้อมูลในการใช้บริการได้ง่าย และสามารถติดต่อผู้ประกอบการได้อย่างรวดเร็วและมีความน่าเชื่อถือ ผู้ประกอบการควรมีการประชาสัมพันธ์กิจการอย่างต่อเนื่องและหลากหลายช่องทาง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการรถจักรยานยนต์ ในจังหวัดใกล้เคียง เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในเรื่องของรูปแบบการให้บริการรถจักรยานยนต์และการบริการด้านอื่น ๆ ซึ่ง จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนการให้บริการต่อไปในอนาคตได้
2. ผู้วิจัยควรศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการรถจักรยานยนต์เพื่อ ประโยชน์ในการปรับปรุงการให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตรพี ทันดร. (2553). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการรถเช่าของบริษัท รูคาร์เร็นท์ทอลล์ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทิพชญา พิงชาญชัยกุล. (2556). พฤติกรรมการเช่ารถยนต์ที่สนามบินสุวรรณภูมิของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธนวิทย์ นาทิพย์. (2554). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการรถเช่าในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- หนึ่งฤทัย คมกฤต. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถจักรยานสาธารณะให้เช่าของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Cochran, W. G. (1997). *Sampling Techniques*. 3rd ed., New York: Wiley & Sons.

NBUS0031: ปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

THE IMPORTANT FACTORS FOR DECIDING TO DO BUSINESS OF ACCOMMODATION FOR TOURISTS AT CHIANG KAN IN LOEI PROVINCE

พัฒนกุล ศรีอรัญ ¹ ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ ² ดร. สานิต ศิริวิศิษฐ์กุล ³

¹ นักศึกษา

² อาจารย์ที่ปรึกษา

³ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย 2) ศึกษาปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจในการประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ ประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยสำรวจผู้ประกอบการธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 150 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการบรรยายข้อมูลเชิงอนุมาน เลือกใช้การทดสอบค่า t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศ ชาย คิดเป็นร้อยละ 52.5 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 47.5 ส่วนมากอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.5 ส่วนมากมีสถานภาพ โสด คิดเป็นร้อยละ 65 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 35 ส่วนมากมีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35.0 ส่วนมากประกอบอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาประกอบอาชีพค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 25.0 ส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมา มีรายได้ 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.5 ผลการศึกษพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.23$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับดีมาก สองด้าน อยู่ในระดับดี สองด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความสำเร็จ ($\bar{X} = 4.47$) ด้านความอยู่รอดได้ตลอดไป ($\bar{X} = 4.23$) ด้านการลงทุน ($\bar{X} = 4.18$) ด้านความต้องการกำไร ($\bar{X} = 4.03$)

คำสำคัญ: ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจ , ธุรกิจประเภทที่พัก , อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

Abstract

The purpose of this research about the important factors for deciding to do business of accommodation for tourists at Chiang Khan District, Loei Province, were 1) to study about personal factors that have affecting on decision to business of accommodation for tourists In the area of Chiang Khan District, Loei Province, and 2) To study about the important factors to making a decision to do a business of accommodation for tourists in Chiang Khan District, Loei Province.

A sample was selected from 150 people who were an operator of accommodation business for tourists in Chiang Khan district ,Loei Province, The instruments used in this study were self-administered questionnaires which analyzed by computer software. The statistics used for analyzed data were percentage, and standard deviation. For the descriptive statistics was analyzed by using the t-test and the analysis of one-way ANOVA.

The results of the research showed that most of respondents are males, representing 52.5%. Female, accounting for 47.5%. Most of them were 31-40 years of age, accounting for 47.5%, next were 21-30 years old, representing 27.5 percent. Most of them were single, representing 65%. Married status, representing for 35%. Most of them have higher education than bachelor's degree, representing for 57.5%, bachelor's degree, accounting for 35.0%, most of them are employees ,representing for 62.5%, and followed are the seller, representing for 25.0%, with average monthly income between 20,001-30,000 baht, representing 47.5%, next monthly income between 30,001-40,000 baht, representing 37.5%. The findings indicated that respondents have opinions about the important factors for making a decision to do a business of accommodation for tourists in Chiang Khan District, Loei Province. There were very good level ($\bar{X} = 4.23$). When considering in each aspect, it was found that there were very good are two aspect and there were good are two aspect. by in order of average from highest to lowest as follows: success ($\bar{X} = 4.47$), for survival forever ($\bar{X} = 4.23$), investment ($\bar{X} = 4.18$), need profit ($\bar{X} = 4.03$).

Keywords: The important factors for making decisions to do business of accommodation in Chiang Khan District, Loei Province

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้าของประเทศเป็นอย่างมาก การเดินทางท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมธรรมชาติของมนุษย์ที่มีมาแต่โบราณกาล และได้พัฒนาการมาเป็นลำดับ ยิ่งมีความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาเกี่ยวข้องทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะการคมนาคมขนส่งก็ยิ่งทำให้การเดินทางท่องเที่ยวขยายวงกว้างออกไป อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังช่วยรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างดี และเป็นที่เชื่อกันว่าความสำคัญของการท่องเที่ยวจะมีมากขึ้นในอนาคต เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง และการท่องเที่ยวกลายเป็นแหล่งที่มาของ

เงินตราต่างประเทศที่สำคัญที่สุด ทำให้เกิดการสร้างงานการกระจายรายได้สู่ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวและประชาชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังมีส่วนต่อการปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวการสร้างระบบบริการพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกและรองรับการท่องเที่ยวในทุก ๆ ปี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) รายงานผลการดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำปี 2550)

ในปัจจุบันธุรกิจที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่สำคัญคือธุรกิจโรงแรมและที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งได้มีการพัฒนาทั้งทางด้านโครงสร้างและรูปแบบการบริการเข้าสู่มาตรฐานสากล การบริหารจัดการ โรงแรมและที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวเข้าสู่มาตรฐานสากลนั้นถือว่ามีผลสำคัญสำหรับธุรกิจโรงแรมและที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก นอกจากจะสามารถสนองตอบได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ยังเป็นการสร้างจุดเด่นและความไว้วางใจให้กับนักท่องเที่ยวอีกด้วย เพื่อให้ตอบรับตามความต้องการที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่เดินทางไปเพื่อจุดมุ่งหมายอื่น ๆ ที่เพิ่มมากขึ้น

เมืองเชียงคานเป็นเมืองที่มีบรรยากาศและสุนทรีภาพของเมืองที่สวยงาม มีองค์ประกอบการท่องเที่ยวครบครันทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ทำให้เมืองเชียงคานได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มมากขึ้น ซึ่งข้อดีของเชียงคานคือชุมชนคนเชียงคานมีความเข้มแข็ง เพราะเมื่อเชียงคานเริ่มต้นมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่แสดงออกสู่สายตาสาธารณะชนในหลาย ๆ ด้าน ทำให้เชียงคานเป็นเมืองที่ผู้คนให้ความสนใจ และเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในแต่ละปี (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเชียงคาน)

จากข้อมูลข้างต้นเป็นเหตุให้ผู้ศึกษามีแนวคิดที่จะศึกษาถึง ปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เพื่อนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจสำหรับผู้สนใจประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจในการประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งหมด จำนวน 150 ราย ที่ขึ้นทะเบียนเป็นนิติบุคคล ในเขตพื้นที่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย (ที่มา: สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเลย, ธันวาคม 2562)

2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจในการประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ประกอบด้วย

- ปัจจัยด้านความสำเร็จ

- ปัจจัยด้านความอยู่รอดได้ตลอดไป
 - ปัจจัยด้านความต้องการกำไร
 - ปัจจัยด้านการลงทุน
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา
- การศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลา ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2562 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2563

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ที่แตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การศึกษาครั้งนี้ใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อประกอบการตัดสินใจในการวางแผนธุรกิจ และพัฒนาธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
2. การศึกษาครั้งนี้ใช้เป็นแนวทางในการลดความเสี่ยงของการลงทุนประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตอนที่ 2 ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบค่า t-test และ F test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกรณีพบว่า ค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ทดสอบมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) แปลความหมายและสรุปผลในการวิเคราะห์ด้วยตาราง

สรุปผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท
2. ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยภาพรวมอยู่ในระดับ ดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับ ดีมาก สองด้าน อยู่ในระดับดี สองด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความสำเร็จด้านความอยู่รอดได้ตลอดไป ด้านการลงทุน ด้านความต้องการกำไร โดยสรุปผลการวิจัยในแต่ละด้าน ดังนี้
 - 2.1 ด้านปัจจัย ด้านความสำเร็จ อยู่ในระดับดีมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับดีมาก สี่ข้อ อยู่ในระดับดี หนึ่งข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีการวางแผนและกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน มีการปรับปรุงพัฒนางานอย่างสม่ำเสมอ มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเอง มีความมุ่งมั่นที่จะประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย มีพฤติกรรมที่ชอบท้าทายความสามารถของตนเอง
 - 2.2 ด้าน ปัจจัยด้านความอยู่รอดได้ตลอดไป อยู่ในระดับดีมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับดีมาก สามข้อ อยู่ในระดับดี สองข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ สถานะของธุรกิจในปัจจุบัน ค่าความนิยมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน การสนับสนุนจากรัฐบาลด้านการท่องเที่ยวความต่อเนื่องในการทำการตลาดความสม่ำเสมอของผู้เข้าใช้บริการ
 - 2.3 ด้าน ปัจจัย ด้านความต้องการกำไร อยู่ในระดับดี เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับดีมาก สองข้อ อยู่ในระดับดี สองข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความสมดุลของ รายรับ-รายจ่ายของกิจการ ความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจประเภทเดียวกัน ส่วนต่างของกำไรเพิ่มขึ้น ความสามารถในการลดต้นทุน
 - 2.4 ด้าน ปัจจัยด้านการลงทุน อยู่ในระดับ ดี เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับดีมาก หนึ่งข้อ อยู่ในระดับดี สองข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีบุคลากรเพียงพอในการดำเนินการ มีเงินทุนเพียงพอต่อการประกอบธุรกิจมีสถานที่สำหรับการลงทุนหรือก่อตั้งกิจการ

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่อำเภอ เชียงคาน จังหวัดเลย โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วอนวิไล แก้วดวงดี (2562) ศึกษา เรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดดาวเรือง เมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผลการวิจัย พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับ ดีมาก เช่นกัน เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน สามารถ อภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1.1 ด้านความสำเร็จ อยู่ในระดับ ดีมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วตสัน; และ นิวิบี (Watson; & Newby. 2005) ศึกษา เรื่อง ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันตกของออสเตรเลีย ผล การศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันตกของออสเตรเลีย มีความคิดเห็นต่อ ปัจจัยด้านความสำเร็จ อยู่ในระดับ ดีมาก เช่นกัน และจากประสบการณ์ของผู้วิจัย มีความเห็นสนับสนุนผลการวิจัย ดังกล่าวว่า สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดีมาก เนื่องจาก ผู้ประกอบการธุรกิจ ไม่ว่าจะ เป็นธุรกิจใด ๆ ก็ตาม ย่อมต้องการประสบความสำเร็จในธุรกิจนั้น ๆ ในระดับ ดีมาก

1.2 ด้านความอยู่รอดได้ตลอดไป อยู่ในระดับ ดีมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิชาภา สายทอง (2559) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี มีความคิดเห็นต่อบ้างปัจจัยด้านความอยู่รอดได้ตลอดไป อยู่ใน ระดับดีมาก เช่นกัน และจากประสบการณ์ของผู้วิจัย มีความเห็นสนับสนุนผลการวิจัยดังกล่าวว่า สาเหตุที่ทำให้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดีมาก เนื่องจากการประกอบธุรกิจ ย่อมต้องอาศัยผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น ในระยะยาว เพื่อที่จะเกิดความคุ้มค่าในการลงทุน และมุ่งหวังให้ธุรกิจอยู่ตัวได้ในระยะยาว มีความมั่นคงและเพื่อส่ง ต่อธุรกิจสู่รุ่นต่อไปได้

1.3 ด้านความต้องการกำไร อยู่ในระดับ ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิชนันท์ ชัยชนะ (2554) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบอาชีพสัตว์แพทย์ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบอาชีพสัตว์แพทย์ในจังหวัดเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อบ้างปัจจัยด้านความต้องการกำไร อยู่ในระดับดี เช่นกัน และจากประสบการณ์ของผู้วิจัย มีความเห็นสนับสนุนผลการวิจัยดังกล่าวว่า สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมี ความคิดเห็นในระดับ ดี เนื่องจาก สถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันค่อนข้างถดถอย จึงส่งผลให้ผลประโยชน์ประกอบ การของ ธุรกิจต่าง ๆ ไม่ได้ประสบผลสำเร็จอย่างที่ควร เพียงแค่ประกอบธุรกิจนั้นไปได้อย่างต่อเนื่อง

1.4 ด้านการลงทุน อยู่ในระดับ ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริญา บรรจงมณี (2554) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยในการประกอบธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการชาวญี่ปุ่นใน จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการ ธุรกิจนำเที่ยวชาวญี่ปุ่นใน จังหวัดเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อบ้างปัจจัยด้านการลงทุน อยู่ในระดับดี เช่นกัน และจาก ประสบการณ์ของผู้วิจัย มีความเห็นสนับสนุนผลการวิจัยดังกล่าวว่า สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น ในระดับ ดี เนื่องจาก ผู้ประกอบการชาวญี่ปุ่นเอง มีเงินทุนมากที่จะมาใช้ในการประกอบธุรกิจ และยังมีฐานลูกค้าที่เป็น คนญี่ปุ่นเองที่อยากมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่นเดียวกันกับการประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของที่ดินเอง จึงค่อนข้างมีต้นทุนในการประกอบ ธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ**ข้อเสนอแนะของผู้วิจัยครั้งนี้**

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่ อำเภอ เชียงคาน จังหวัดเลย ผู้วิจัยพบว่า การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดเลย ยังเป็นการท่องเที่ยวตามฤดูกาลอยู่ ซึ่งในช่วง ฤดูหนาวในช่วงเดือน ตุลาคมถึงกุมภาพันธ์ เป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวและเข้าพักที่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เป็นอย่างมาก แต่หลังจากช่วงฤดูหนาวหมดไป ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวลดลงมาก จนทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวประสบปัญหา ในเรื่อง รายรับ-รายจ่าย ต่อเดือน ผู้วิจัย เห็นว่า อยากให้ภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมการสนับสนุนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว นอกฤดูการ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่อำเภอเชียงคานจังหวัดเลย เพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติม ดังนี้

1. ควรศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวพื้นที่อื่น ๆ เพื่อหาความแตกต่าง ซึ่งอาจเป็นความแตกต่างในด้านประชากรศาสตร์หรือปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนาปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในทุก ๆ พื้นที่ได้อย่างถูกต้อง
2. ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจประเภทที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
3. ควรศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

เอกสารอ้างอิง

- ณิชาภา สายทอง. (2559). **แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี. การจัดการมหบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.**
- นิชนันท์ ชัยชนะ. (2554). **แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบอาชีพสัตวแพทย์ในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น.**
- ปริญญญา บรรจงมณี. (2554). **ปัจจัยในการประกอบธุรกิจนำเที่ยวของผู้ประกอบการชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น.**
- วอนวิไล แก้วดวงดี. (2562). **แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดดาวเรือง เมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.**
- วัตสัน; และ นิธิ. (2005). **ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันตกของออสเตรเลีย. The Australian National University.**
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเลย. (2562). สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2562, จาก <https://loe1.mots.go.th/>.**
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเลย. (2562). สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2562, จาก <https://www.dit.go.th/region/LOEI/ContactUs>.**

NBUS0032: ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจประกอบธุรกิจอู่ซ่อมตัวถังและสี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

วัชรวิญา โพธิ์ประดิษฐ์¹ ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ² ผศ.ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล³

^{1,2,3} สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจอู่ซ่อมตัวถังและสี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาลักษณะโดยทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจอู่ซ่อมตัวถังและสีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจอู่ซ่อมตัวถังและสีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่เป็นผู้ประกอบธุรกิจอู่ซ่อมตัวถังและสีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี โดยสุ่มสำรวจผู้ประกอบธุรกิจ จำนวน 100 คน เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศ ชาย จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 90.0 เพศหญิง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ส่วนมากอายุ 31-40 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาอายุ 41-50 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 ส่วนมากมีสถานภาพสมรส จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 สถานภาพโสด จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 ส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมามีมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ส่วนมากประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมาประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 รองลงมาได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจอู่ซ่อมตัวถังและสี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับดี ทั้ง 5 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านสิ่งจูงใจในการประกอบธุรกิจ ($\bar{X} = 4.00$) ด้านความสำเร็จ ($\bar{X} = 3.99$) ด้านความสามารถ ($\bar{X} = 3.65$) ด้านการลงทุน ($\bar{X} = 3.50$) และด้านปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงในการลงทุน ($\bar{X} = 3.37$)

คำสำคัญ: การตัดสินใจประกอบธุรกิจ, อู่ซ่อมตัวถังและสี, อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

Abstract

Factors affecting to decision making for the body and point garage business at Mueang District, Nonthaburi Province The objective is 1) to study the general characteristics of the body shop and paint garage operators in Mueang District, and 2) to study the factors of investment decision in making body and paint garage business in Mueang District Nonthaburi Province.

A Sample was People who are the business of repairing body and paint in Muang district Nonthaburi Province, by randomly surveying 100 business operators as a sample group by specific sampling.

The results of the research showed that most of the 45 respondents are males, representing 90%. Female are 5 persons, accounting for 10%. Most of them were 31-40 years of age amount 28 persons, accounting for 56%, next were 41-50 years old are 12 persons, accounting for 24%. Most of them were Married are 21 people, representing 42%. Single statuses are 19 people, representing for 38%. Most of them have bachelor's degree are 27 people, representing for 54%, High school are 8 people, accounting for 16%, most of them are Freelance 34 persons, representing for 68%, Company employee are 15 persons, representing for 30%, with average monthly income between 30,001-40,000 baht are 21 people, representing 21%, next monthly income between 20,001-30,000 baht are 12 people, representing 12%. The study found that Respondents responded to the opinions of important factors affecting the decision to operate the body and paint garage. In Mueang District Nonthaburi Province Ranked at a good level in all 5 areas, ranked by average order from highest to lowest, as follows: Business incentives ($\bar{X} = 4.00$), success ($\bar{X} = 3.99$), ability ($\bar{X} = 3.65$), investment ($\bar{X} = 3.50$), and the factors that cause investment risk ($\bar{X} = 3.37$).

Keywords: Business decision, body and point garage, Mueang District, Nonthaburi

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันรถยนต์เปรียบเสมือนปัจจัยที่ห้าที่สำคัญต่อการดำรงชีวิต และเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งต่อระบบธุรกิจ เนื่องจากรถยนต์เป็นพาหนะที่สำคัญในการคมนาคมขนส่งและการขนส่งถือเป็นต้นทุนหลักอย่างหนึ่งของต้นทุนในการประกอบธุรกิจต่าง ๆ ดังนั้น อุตสาหกรรมรถยนต์จึงถือเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อประเทศไทย โดยจะเห็นได้จากการที่รัฐบาลให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมนี้มาโดยตลอด ดังเช่นนโยบายในการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์ในภูมิภาคเอเชีย (Detroit of Asia) เนื่องจากอุตสาหกรรมรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยอุตสาหกรรมต้นน้ำจำนวนมาก เพราะการผลิตรถยนต์นั้นต้องอาศัยชิ้นส่วนจากผู้ผลิตชิ้นส่วนจำนวนมากต่างกว่า 3,000 ชิ้น และปัจจุบันในประเทศไทยยังพื้นฐานการผลิตรถยนต์บางประเภทในการส่งออกไปขายยังต่างประเทศอีกด้วย ดังนั้น ปริมาณการขายรถยนต์จึงถือเป็นตัวชี้วัดหนึ่งที่สำคัญในการสะท้อนสภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในแต่ละช่วงเวลาด้วย

จังหวัดนนทบุรีเป็นพื้นที่ที่มีปริมาณรถที่ถูกรื้อแบบให้เป็นเมืองรองรับการขยายตัวและการเจริญเติบโตของกรุงเทพมหานคร และในปัจจุบันจังหวัดนนทบุรีมีอัตราการขยายตัวของชุมชนอย่างต่อเนื่อง ทำให้ภาวะสังคมของจังหวัดนนทบุรีอยู่ในลักษณะ “สังคมเมือง” เนื่องจากการขยายตัวของอาคารบ้านเรือนมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งบ้านจัดสรรและคอนโดมิเนียม นอกจากนี้จังหวัดนนทบุรี ยังเป็นพื้นที่ขยายเส้นทางคมนาคมรองรับการเดินทางเข้า-ออกกรุงเทพมหานคร มีการก่อสร้างถนนสายหลักและเส้นทางรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน จังหวัดนนทบุรี จัดเป็นพื้นที่ใน

เขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร มีขนาดเนื้อที่ใหญ่เป็นอันดับที่ 75 ของประเทศ (รวมกรุงเทพมหานคร) แต่มีประชากรหนาแน่นที่สุดเป็นอันดับที่ 2 รองจากกรุงเทพมหานคร ในปัจจุบันมีการใช้พาหนะเพื่อการเดินทางและการติดต่อธุรกิจเป็นจำนวนมากโดยดูข้อมูลรายงานสถิติจำนวนรถจดทะเบียนใหม่ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ ปีพ.ศ. 2557-2561 เมื่อพิจารณาสถิติจำนวนรถจดทะเบียนใหม่ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์แล้วจะพบว่า สัดส่วนรถยนต์มีปริมาณที่สูง

สัดส่วนสถิติจำนวนรถจดทะเบียนใหม่ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ ปีพ.ศ. 2557-2561

ประเภทรถ	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561
รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน	1,793	2,068	1,915	1,734	1,832
รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน	172	173	284	156	164
รวม	1,965	2,241	2,199	1,890	1,996

ที่มา: สำนักงานขนส่งจังหวัดนนทบุรี ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2562

เนื่องจากการใช้รถยนต์จำเป็นต้องมีการรักษาสภาพรถให้คงอยู่ในสภาพที่ดีพร้อมใช้งานตลอดเวลา ดังนั้น การให้บริการซ่อมรถยนต์จึงมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมรถยนต์ด้วยเช่นกันทางด้านของช่างซ่อมตัวถังและสีนั้น นอกจากจะมีการแข่งขันทางด้านคุณภาพงานซ่อมแล้ว ยังมีการแข่งขันกันในเรื่องของการให้บริการหลังการขายของช่างซ่อมตัวถังและสีด้วย การซ่อมตัวถังและสีของรถยนต์จะพบว่าศูนย์บริการต่าง ๆ ยังมีการให้บริการด้านนี้ไม่มากนักจึงเป็นโอกาสที่ทำให้มีช่างสีรถยนต์จำนวนมากเข้ามาแข่งขันกับศูนย์บริการของค่ายรถยนต์ในการให้บริการซ่อมตัวถังและสีนี้

ดังนั้น จึงเป็นที่น่าสนใจว่าปัจจัยสำคัญใดที่มีผลต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจช่างซ่อมตัวถังและสีของผู้ลงทุน เพื่อใช้เป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจช่างซ่อมตัวถังและสีได้วางแผนกลยุทธ์และตั้งรับในการประกอบธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะโดยทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจช่างซ่อมตัวถังและสีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจช่างซ่อมตัวถังและสีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

วิธีการศึกษาและขอบเขตการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะการตัดสินใจของผู้ประกอบการ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

วิธีการศึกษาในงานวิจัยนี้ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการที่จะลงทุน และนำข้อมูลที่ได้มารวบรวมและประมวลผล เพื่อใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ถึงปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจประกอบธุรกิจช่างซ่อมตัวถังและสี

ประโยชน์ของการศึกษา

1. การศึกษาครั้งนี้ใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อประกอบการตัดสินใจในการวางแผนธุรกิจ และพัฒนาธุรกิจของผู้ช้และผู้เกี่ยวข้องต่อไป
2. การศึกษาครั้งนี้ใช้เป็นแนวทางในการลดความเสี่ยงของการลงทุนประกอบธุรกิจของผู้ช้และผู้เกี่ยวข้องที่ร่

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหาการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายในการศึกษาปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจประกอบธุรกิจของผู้ช้และผู้เกี่ยวข้องในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจของผู้ช้และผู้เกี่ยวข้องในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรีโดยสุ่มสำรวจผู้ประกอบการธุรกิจ จำนวน 100 คน

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจของผู้ช้และผู้เกี่ยวข้อง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่แบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยมีขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

1. การศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 2. การจัดทำโครงสร้างของแบบสอบถาม ให้มีเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการ วิจัยครั้งนี้
- แบบสอบถามมี 2 ตอน คือ

ตอนที่หนึ่ง ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการ ของศูนย์บริการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ภูมิการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่สอง ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจอยู่ซ่อมตัวถังและสีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของ ลิเคิร์ท (Likert) จำนวน 18 ข้อ

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้กรรมการควบคุมการศึกษาค้นคว้าอิสระได้ตรวจสอบ ความสอดคล้องของเนื้อหา กับจุดประสงค์ของการวิจัย เป็นการศึกษาความเที่ยงตรง (validity) ของแบบสอบถาม แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้คำถามชัดเจนสามารถสื่อความหมายได้ตรง ประเด็นและเหมาะสมยิ่งขึ้น

4. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้ประกอบธุรกิจอยู่ซ่อมตัวถังและสีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 50 คนแล้วนำข้อมูลหาความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจะนำมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ทุกชุดและ นำมาลงรหัสประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปหาความถี่ร้อยละค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F test ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ความถี่ และร้อยละ
2. วิเคราะห์ปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจอยู่ซ่อมตัวถังและสีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรีโดยใช้ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
3. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ของคะแนนปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจอยู่ซ่อมตัวถังและสีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ของผู้ประกอบการ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยใช้ t-test และ F test
4. เปรียบเทียบพหุคูณ เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ของคะแนนปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจอยู่ซ่อมตัวถังและสีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน โดย วิธีของ Tukey (Tukey's HSD test)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้นำหลักสถิติมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ดังนี้

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ การหาความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจอยู่ซ่อมตัวถังและสีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย (Means) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานเพศใช้ t-test (Independent variables) ส่วนจำแนกตาม อายุ สถานภาพการศึกษา อาชีพ และ รายได้โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวใช้สถิติ F test (One-way)

ANOVA) และเมื่อพบความแตกต่างจะใช้เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยโดยการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe')

สรุปผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพอิสระ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท

2. ความคิดเห็นต่อปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจประกอบธุรกิจอยู่ซ่อมตัวถังและสีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นต่อปัจจัยปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจประกอบธุรกิจอยู่ซ่อมตัวถังและสีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ลำดับแรก คือ ด้านสิ่งจูงใจในการประกอบธุรกิจอยู่ซ่อมตัวถังและสี รองลงมา คือ ด้านความสำเร็จ และลำดับสุดท้าย คือ ด้านความสามารถ ตามลำดับ โดยสรุปผลการวิจัยในแต่ละด้าน ดังนี้

2.1 ด้านการลงทุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นลำดับแรก คือ มีจำนวนบุคลากรเพียงพอในการดำเนินธุรกิจ รองลงมาคือ มีเงินลงทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ และลำดับสุดท้ายคือ มีสถานที่สำหรับการลงทุนหรือก่อตั้งอยู่ซ่อมตัวถังและสี ตามลำดับ

2.2 ด้านความสามารถ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นลำดับแรก คือ มีทักษะในการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยี รองลงมา คือ มีความคิดสร้างสรรค์ในการปรับใช้กลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ และลำดับสุดท้าย คือ มีความรู้ในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างดี ตามลำดับ

2.3 ด้านสิ่งจูงใจในการประกอบธุรกิจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นลำดับแรก คือ เป็นธุรกิจที่น่าสนใจ รองลงมา คือ เห็นว่าธุรกิจอยู่ซ่อมตัวถังและสีสามารถเติบโตได้ในอนาคตเนื่องจากในปัจจุบันมีการใช้รถในการดำเนินชีวิตมากขึ้น และลำดับสุดท้ายคือ ได้รับแรงสนับสนุนจากครอบครัวหรือคนรอบข้าง หรือมีการสืบทอดกิจการต่อจากครอบครัว ตามลำดับ

2.4 ด้านความสำเร็จ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นลำดับแรก คือ มีความมุ่งมั่นที่จะประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย รองลงมา คือ มีการวางแผนและกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน และลำดับสุดท้าย คือ มีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ตามลำดับ

2.5 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงในการลงทุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นลำดับแรก คือ คู่แข่งในการดำเนินธุรกิจและพนักงานขาดทักษะและประสบการณ์ในการทำงาน รองลงมา ผู้ประกอบการขาดสภาพคล่องทางการเงิน และลำดับสุดท้าย คือ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ตามลำดับ

3. การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยภูมิหลังของผู้ประกอบการกับระดับความคิดเห็นที่เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจประกอบธุรกิจอยู่ซ่อมตัวถังและสี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี พบว่าเพศที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจ

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจประกอบธุรกิจของผู้ชื้อตัวถึงและสี่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจประกอบธุรกิจของผู้ชื้อตัวถึงและสี่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งสอดคล้องกับ นิชาภา สายทอง (2557) ทำการศึกษา “แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี” ผลการวิจัย พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน เมื่อจำแนกเป็นรายด้านสามารถอภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1.1 ด้านการลงทุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะภพ สุขะพัฒน์ (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการเลือกลงทุนประกอบธุรกิจเสื้อผ้ามือสอง ของผู้ประกอบการใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลการศึกษาพบว่า สาเหตุหลักที่ตัดสินใจเลือกประกอบธุรกิจเสื้อผ้ามือสอง โดยส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการเป็นเพราะเป็นมีเงินลงทุนมาใช้ในการประกอบธุรกิจ

1.2 ด้านความสามารถ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ วิเศษ (2555) ศึกษาปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน ในด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี Dollinger (1984) ยืนยันว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่ามีสัมพันธกับแนวโน้มที่จะขยายขอบเขตการทำงานได้มากกว่า มีความอดทนต่อความคลุมเครือไม่แน่นอนได้สูงกว่า และนำเสนอสิ่งที่มีความสลับซับซ้อนหลายประการรวมกันได้มากกว่า

1.3 ด้านสิ่งจูงใจในการประกอบธุรกิจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะภพ สุขะพัฒน์ (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการเลือกลงทุนประกอบธุรกิจเสื้อผ้ามือสอง ของผู้ประกอบการใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ได้แก่ อาชีพของบิดา มารดาและสามีสถานภาพสมรส

1.4 ด้านความสำเร็จ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนดา พิทักษา (2557) ศึกษาข้อมูลเส้นทางสู่การเป็นนักธุรกิจแอมเวย์ที่ประสบผลสำเร็จในจังหวัดเชียงราย จากการศึกษา พบว่า ประชากรส่วนใหญ่ใหญ่ มีการตั้งเป้าหมายมีผลต่อความสำเร็จในและผู้ที่อยากประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีทัศนคติทางบวก รองลงมาได้แก่การใช้สินค้า

1.5 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงในการลงทุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นาซอรี เต๊ะกาแซ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์กับผลตอบแทนจากการลงทุนของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (ยะลา ปัตตานี นราธิวาส) ผลการศึกษาพบว่า การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยผู้ลงทุน จำเป็นต้องพิจารณาถึงอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับกับความเสี่ยงในการลงทุนควบคู่กันไปด้วย ซึ่งในการลงทุนที่มีความเสี่ยงสูงผู้ลงทุนขอต้องการอัตราผลตอบแทนที่สูงขึ้นเพื่อชดเชยความเสี่ยงนั้น

ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาเฉพาะผู้ชื้อตัวถึงและสี่เท่านั้น ทำให้อาจได้ผลที่มีความเฉพาะเจาะจง และอาจนำไปประยุกต์กับกลุ่มทั่วไปหรือศูนย์บริการชื้อตัวถึงและสี่ได้ไม่เหมาะสมนัก ดังนั้น ควรทำ

การขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง อาทิเช่น คู่มือตัวถังและสีในเครื่องของบริษัทประกันภัยหรือขยายขนาดพื้นที่ไปยังกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอื่น หรือศึกษาในระดับภาค เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีความหลากหลายหรือมีความแตกต่างกับงานวิจัยฉบับนี้

2. งานวิจัยต่อเนื่องในอนาคตควรมีการเพิ่มปัจจัยที่นอกเหนือจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเข้ามาวิจัยร่วมด้วย อาทิเช่นปัจจัยทางเศรษฐกิจที่อาจมีผลการเลือกซื้อ เช่น สภาพเศรษฐกิจ นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐ ปัจจัยทางสังคมที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ เช่น การขยายตัวของชุมชน สภาพสังคม และวัฒนธรรม เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการขนส่งนทบุรี. (2562). สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2562, จาก https://www.dlt.go.th/th/public-news/view.php?_did=2345.
- เกศินี คำสาร. (2555). แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตอุตสาหกรรมซ่อมและเคาะพ่นสีรถยนต์. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: คณะธุรกิจอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- คงชลัช เทศแพทย. (2558). การศึกษาแนวโน้มและแนวทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดธุรกิจซ่อมรถยนต์ใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: คณะการจัดการเทคโนโลยีอาชีวศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ณัฐพล พูนประสิทธิ์; และ ชุตีวรรณ โชติวงษ์. (2560). การพัฒนาผู้ประกอบการอาชีพอิสระด้านการซ่อมบริการรถยนต์ในเขตชายแดนลุ่มน้ำโขงไทย-ลาว. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ณัฐภูมิ วิเศษ. (2555). ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดนนทบุรี. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- ณิชาภา สายทอง. (2557). แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: คณะการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ปิยะภพ สุขะพัฒน์. (2557). ปัจจัยในการเลือกลงทุนประกอบธุรกิจเสื้อผ้ามือสอง ของผู้ประกอบการใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. ยะลา: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- พรวิดี จันตะนา. (2556). อิทธิพลของการเลือกทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบการศูนย์บริการงานซ่อมเคาะ พ่นสีรถยนต์. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: คณะจัดการงานวิศวกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร.

NBUS0033: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการเลือกซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

FACTORS THAT INFLUENCE THE ONLINE SHOPPING SELECTION PROCESS OF CONSUMERS IN THE DIGITAL AGE IN BANGKOK.

พิมพ์พิชชา กระจำรังรัตน์¹ ดร.ชัยวุฒิ จันมา² ดร.ปัญญาวัฒน์ จุฑามาศ³

^{1, 2, 3} สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการเลือกซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาการเลือกซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จากการสุ่มตัวอย่างประชากรทั้งเพศชายและหญิงที่ซื้อสินค้าและบริการทางแอปพลิเคชันออนไลน์ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล จำนวน 400 คน และรวบรวมข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติพหุคูณ (Multiple Regression) ในการทดสอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6P) ที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าและบริการทางแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย พบว่า

ผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6P) ได้แก่ ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.34 ตามลำดับ สำหรับการเลือกซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ ได้แก่ ด้านการหาข้อมูลของผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ด้านการรับรู้ถึงปัญหาและความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ด้านการประเมินทางเลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (6P) ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2) ปัจจัยด้านราคา 3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: พฤติกรรมการซื้อสินค้า, แอปพลิเคชันออนไลน์, ผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

Abstract

Research on “Factors influencing the online shopping application process of digital consumers In Bangkok, “The objective of this research were 1) to study the personal characteristics of the consumer in a digital age. 2) To study the marketing mix factors that affect the purchases of goods and services in the digital age consumer online applications. In Bangkok, and 3) to study the selection of products in a digital age consumer online Application from the sampling of both male and female population, purchases of goods and services in a certain online application. By using questionnaires to collect data the number of 400 people and aggregated data to be analyzed using statistics. Frequency Percentage mean and standard deviation and Multiple Regression statistics in an online marketing mix factor (6P) test that affects the purchase of goods and services in a digital age consumer application. In Bangkok, by defining a statistical level at the level 0.05 to test the assumption.

The findings indicated that the majority of the participants were single females aged 21-30 years old, finished at least a Bachelor's Degree, worked as private companies' employees and generated an income less of 15,000 baht per month, Factors that influenced their purchasing decision were the 6P marketion-mix factors, which ranked as privacy ($\bar{X} = 4.53$), followed by place ($\bar{X} = 4.52$), personal service ($\bar{X} = 4.49$), price ($\bar{X} = 4.48$), product ($\bar{X} = 4.35$), and promotion ($\bar{X} = 4.34$), respectively.

The tested hypothesis identified that the 6P marketing-mix purchassig decision in the digital era. With statistical significance at the level of 0.05

Keywords: buying behavior, applications and applications online, consumer digital age

บทนำ

ในปัจจุบันโลกดิจิทัล สื่อออนไลน์หรือ เว็บไซต์ออนไลน์ เป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค เพื่อทำตลาดและการโฆษณา เพราะเป็นสื่อที่มีความสอดคล้องและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี บริษัทโฆษณา ผู้ประกอบการต่าง ๆ จึงเลือกใช้วิธีการขายสินค้า หรือการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบัน โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีการสื่อสารออนไลน์ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่สามารถนำไปใช้ภายในองค์กร และการพัฒนาด้านเทคโนโลยี อุปกรณ์การสื่อสารแบบพกพาหรือสมาร์ทโฟน ที่มีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งยังเข้ามามีอิทธิพลต่อประชากร มีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของประชากรในปัจจุบันเป็นอย่างมาก นอกจากนั้นยังมีอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยนการดำเนินชีวิตของประชากรให้มีการสื่อสารกันที่ง่ายมากขึ้น การใช้ชีวิตสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น เทคโนโลยีต่าง ๆ เหล่านี้จะเข้ามาช่วยเหลือและแก้ปัญหาสามารถดำเนินชีวิตได้ง่ายมากขึ้น

ในปัจจุบันผู้บริโภคเลือกบริโภคสินค้าและบริการทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น โดยธุรกิจออนไลน์ มีการปรับตัวโดยการพึ่งพาเทคโนโลยีและเลือกใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ในการเป็นตัวขับเคลื่อนดำเนินธุรกิจ ในรูปแบบธุรกิจออนไลน์ หรือรูปแบบการขายสินค้าผ่านตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace) ซึ่งเป็นธุรกิจรูปแบบหนึ่งที่จะเน้นไปในส่วนของการซื้อมาขายไป และกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ในส่วนสถานประกอบการมีการพัฒนาภายในองค์กรให้เข้ากับเทคโนโลยี เข้ากับสื่อประเภทออนไลน์ต่าง ๆ ยังมีการพัฒนาไปถึงตัวของเว็บไซต์เพื่อการขายสินค้าการให้ข้อมูลกับผู้บริโภค ทั้งในส่วนของรูปภาพ เสียง คลิปวิดีโอ ราคาสินค้าที่ชัดเจน ปรับปรุงขั้นตอนและวิธีการสั่งซื้อและชำระเงินให้มีความสะดวกและง่ายมากยิ่งขึ้นเหมือนกับการซื้อสินค้าผ่านทางร้านค้าทั่วไป

ทั้งนี้ จากข้อมูลยังพบอีกว่า ยอดการใช้จ่ายออนไลน์ของคนไทยในปี 2559 อยู่ที่ 3.25 แสนล้านบาท เติบโตร้อยละ 19 จากปี 2558 โดยคนไทยที่ซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์มีสูงถึงเกือบ 8 ล้านคน จำแนกในรายละเอียดลงไปอีกจะพบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ประมาณ 4.12 หมื่นบาท โดยในจำนวนคนไทยที่ซื้อสินค้าผ่านออนไลน์มี 2 ล้านคนซื้อขายออนไลน์ข้ามประเทศ โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนราว 3.08 หมื่นบาท คิดเป็นยอดใช้จ่ายรวมกว่า 6 หมื่นล้านบาท

ขณะที่ปี 2560 ที่ผ่านมา ตัวเลขการใช้จ่ายคาดว่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 16 จากปีก่อน มาอยู่ที่ 3.76 แสนล้านบาท ส่วนคาดการณ์ในปี 2561 ยังเป็นทิศทางที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการประเมินจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ว่าผู้บริโภคชาวไทยจะมียอดการใช้จ่ายผ่านระบบออนไลน์ปรับเพิ่มขึ้นเป็น 4.26 แสนล้านบาท

ตัวเลขที่ปรากฏดังกล่าวเป็นตัวสะท้อนได้เป็นอย่างดีว่า ปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างมาก จากที่เคยเดินทางไปซื้อสินค้าถึงร้านค้า หรือห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ก็เปลี่ยนเป็นใช้เทคโนโลยีตามยุคตามสมัยตอบสนองความต้องการ และความความสะดวกสบายของตัวเองมากขึ้น

ทั้งนี้ พบว่าปัจจัยที่สนับสนุนพฤติกรรมผู้บริโภคให้หันไปใช้จ่ายออนไลน์มากขึ้น คือความสะดวกสบายของการช้อปปิ้งออนไลน์เป็นประเด็นสำคัญ ถัดมาคือการส่งของที่รวดเร็ว เพราะปัจจุบันพบว่าธุรกิจเกี่ยวกับโลจิสติกส์ต่าง ๆ ในประเทศไทยได้รับความนิยมและถูกพัฒนาให้มีบริการที่หลากหลายมากขึ้น เพราะไม่ได้มีแค่เจ้าตลาดของธุรกิจโลจิสติกส์แบบตายตัว นี่จึงกลายเป็นอีกเหตุผลที่ว่า “การช้อปปิ้งออนไลน์” ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน

ดังนั้น เมื่อเทคโนโลยี และอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทภายในชีวิตประจำวันของประชาชนในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น ก็จะเป็นส่วนที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค และพฤติกรรมในการซื้อสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไป จึงส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจที่จะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับการตลาดออนไลน์มากยิ่งขึ้น หรือที่เรียกว่าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ e-Commerce ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องปรับกลยุทธ์ต่าง ๆ การนำเสนอขายสินค้าและบริการ การสื่อสาร ให้แก่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้มากยิ่งขึ้น และตรงตามความต้องการของลูกค้า ภาคธุรกิจจึงจำเป็นที่จะต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปเพื่อสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้

ผู้วิจัยจึงมองเห็นถึงปัญหาและโอกาสในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการเลือกซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยนำเอาปัจจัยส่วนประสมทางตลาดออนไลน์ 6P มาทำการวิจัยถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อการซื้อสินค้าทางออนไลน์ เพื่อที่จะนำมาพัฒนาระบบการขายสินค้าทางออนไลน์ภายในองค์กรให้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะทางช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านแอปพลิเคชัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าและบริการทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

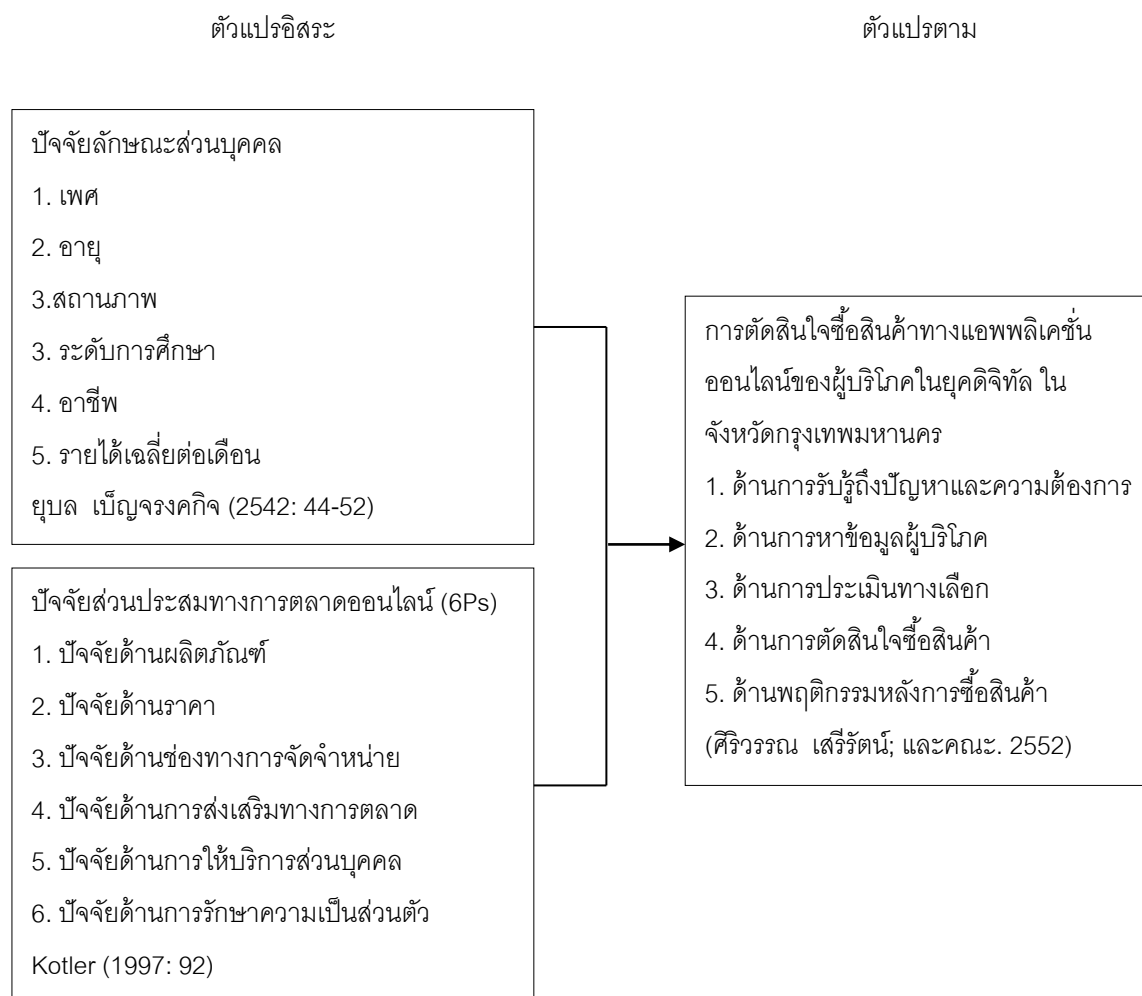
สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อกระบวนการเลือกซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6P) ที่ส่งผลต่อกระบวนการเลือกซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นักวิชาการ นักวิจัย หรือผู้ที่สนใจและต้องการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางให้กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาต่อไป
2. ผลการศึกษาในครั้งนี้ เป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่สนใจจะเลือกใช้แอปพลิเคชันเป็นช่องทางในการขายสินค้าและบริการ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการปฏิบัติงานการพัฒนาส่งเสริมธุรกิจการขายสินค้าและบริการผ่านทางแอปพลิเคชันให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด
3. ผลจากการศึกษานี้ จะเป็นประโยชน์ต่อประชากร ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน เนื่องจากยุคสมัยปัจจุบันที่เรียกว่า “ยุคดิจิทัล” ทำให้เกิดความสะดวกสบายในการซื้อขายสินค้าเพิ่มมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ เพื่อการบริการของผู้ขายสินค้าและประโยชน์ต่อผู้ซื้อสินค้าในด้านต่าง ๆ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการเลือกซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ศึกษาโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล

ขอบเขตของการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างและประชากรที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรทั้งเพศชายและหญิงที่ซื้อสินค้าและบริการทางแอปพลิเคชันออนไลน์แน่นอน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้สูตรการคำนวณของ W. G. Cochran (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2549: 74) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% หรือความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6P) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล และปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย เป็นแบบให้เลือกตอบที่ตรงกับความเป็นจริงเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6P) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล และปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว โดยเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) แสดงระดับการให้ความสำคัญ 5 ระดับ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงปัญหาและความต้องการ ด้านการหาข้อมูลผู้บริโภค ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อสินค้า โดยเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) แสดงระดับการให้ความสำคัญ 5 ระดับ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามและรับกลับคืนด้วยตนเอง โดยการรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยและทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง จำนวน 400 ชุด ทำการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามอีกครั้ง หลังจากนั้นนำไปประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย โดยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6P) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล และปัจจัยด้านการ

รักษาความเป็นส่วนตัว โดยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

การตัดสินใจซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงปัญหาและความต้องการ ด้านการหาข้อมูลผู้บริโภค ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อสินค้า โดยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6P) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis-MRA) ในการทดสอบ

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.00 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 37.00 อายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 65.75 รองลงมา อายุไม่น้อยกว่าหรือเทียบเท่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.75 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 49.25 รองลงมา สมรส คิดเป็นร้อยละ 44.25 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.25 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 27.25 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 54.25 รองลงมา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 19.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมารายได้ระหว่าง 15,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.00 ตามลำดับ

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6P) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ตามลำดับ

3. การตัดสินใจซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงปัญหาและความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ในเรื่องการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์เนื่องจากความสะดวกรวดเร็ว, สามารถทำการสั่งซื้อได้ตลอดเวลา

3.1 ด้านการหาข้อมูลของผู้บริโภค โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่อง เครื่องมือในการซื้อสินค้า เช่น แอปพลิเคชัน LAZADA, Shopee, JD Central, AliExpress มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

3.2 ด้านการประเมินทางเลือก โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่อง การใช้เวลาในการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ เนื่องจากช่วยประหยัดเวลาในการเดินทาง

3.3 ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่อง วิธีการชำระเงินในการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์นั้นสามารถทำได้หลากหลายวิธี

3.4 ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่อง ความพอใจกับการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงปัญหาและความต้องการได้ดีที่สุดคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Beta = 0.195) และด้านราคา (Beta = 0.148) ซึ่งได้รูปแบบสมการ ดังนี้ $Y = 3.437 + 0.136 (\text{ด้านราคา}) + 0.182 (\text{ด้านการส่งเสริมการตลาด})$

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอย (b)	Beta	t	Sig.
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	-0.057	-0.053	1.07	0.285
2. ปัจจัยด้านราคา	0.136	0.148	2.393	0.017*
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-0.021	-0.016	-0.314	0.753
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.182	0.195	3.417	0.001*
5. ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล	-0.049	-0.053	-1.014	0.311
6. ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	0.036	0.038	0.775	0.439
ค่าคงที่	3.437		6.581	0.000*
$R = 0.323, R^2 = 0.104, SEE = 0.243, F = 7.630, Sig. = 0.000^*$				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในกรุงเทพมหานคร ด้านการหาข้อมูลของผู้บริโภค ได้ดีที่สุดคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Beta = 0.171) ซึ่งได้รูปแบบสมการ ดังนี้ $Y = 3.518 + 0.161 (\text{ด้านการส่งเสริมการตลาด})$

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอย (b)	Beta	t	Sig.
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	0.007	0.006	0.126	0.9
2. ปัจจัยด้านราคา	0.006	0.007	0.107	0.915
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.038	0.029	0.548	0.584
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.161	0.171	2.891	0.004*
5. ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล	0.004	0.005	0.085	0.933
6. ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	0.030	0.032	0.626	0.532
ค่าคงที่	3.518		6.447	0.000*
R = 0.176, R ² = 0.031, SEE = 0.254, F = 2.106, Sig. = 0.000*				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในกรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินทางเลือก ได้ดีที่สุดคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Beta = 0.107) ซึ่งได้รูปแบบสมการ ดังนี้ $Y = 5.965 + (-0.169)$ (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอย (b)	Beta	t	Sig.
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	-0.116	-0.091	-1.788	0.075
2. ปัจจัยด้านราคา	-0.014	-0.012	-0.195	0.845
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-0.169	-0.107	-2.062	0.040*
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.123	0.110	1.883	0.06
5. ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล	-0.083	-0.075	-1.394	0.164
6. ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	-0.093	-0.082	-1.63	0.104
ค่าคงที่	5.965		9.340	0.000*
R = 0.233, R ² = 0.054, SEE = 0.297, F = 3.761, Sig. = 0.001*				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในกรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า ได้ดีที่สุดคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ด้านผลิตภัณฑ์ (Beta = 0.121) ซึ่งได้รูปแบบสมการ ดังนี้ $Y = 2.888 + 0.161$ (ด้านผลิตภัณฑ์)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอย (b)	Beta	t	Sig.
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	0.161	0.121	2.345	0.020*
2. ปัจจัยด้านราคา	0.026	0.023	0.355	0.722
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.068	0.041	0.786	0.432
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	-0.063	-0.055	-0.922	0.357
5. ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล	0.116	0.101	1.844	0.066
6. ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	0.038	0.032	0.632	0.528
ค่าคงที่	2.888		4.277	0.000*
R = 0.179, R ² = 0.032, SEE = 0.314, F = 2.170, Sig. = 0.045*				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในกรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อสินค้า ได้ดีที่สุดคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Beta = 0.165) และด้านผลิตภัณฑ์ (Beta = 0.100) ตามลำดับ ซึ่งได้รูปแบบสมการ ดังนี้ $Y = 5.418 + (-0.121)$ (ด้านผลิตภัณฑ์) + (-0.173) (ด้านการให้บริการส่วนบุคคล)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอย (b)	Beta	t	Sig.
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	-0.121	-0.1	-1.994	0.047*
2. ปัจจัยด้านราคา	0.065	0.063	0.998	0.319
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.025	0.016	0.32	0.749
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.093	0.089	1.535	0.125
5. ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล	-0.173	-0.165	-3.097	0.002*
6. ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	-0.091	-0.086	-1.717	0.087
ค่าคงที่	5.418		9.078	0.000*
R = 0.276, R ² = 0.076, SEE = 0.278, F = 5.422, Sig. = 0.000*				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6P) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล และปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคใน

ยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงปัญหาและความต้องการ ด้านการหาข้อมูลของผู้บริโภค ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อสินค้า สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จุฑารัตน์ เกียรติศิริ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่ายและการยอมรับเทคโนโลยี 2) ปัจจัยด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ 3) ปัจจัยด้านราคา คุณภาพและความหลากหลายของสินค้าในแอปพลิเคชัน และความตรงต่อเวลาในการจัดส่งสินค้า 4) ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารกับผู้บริโภค และความมีชื่อเสียงของแอปพลิเคชัน รวมถึงสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุทามาศ จันทรวาร (2556) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าบน Facebook ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านสินค้า ราคา และการบริการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบน Facebook ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุณิสรา ตรังจิตร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) พบว่า มีเพียงประชากรศาสตร์ ด้านการศึกษาเท่านั้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ควรเน้นการทำกลยุทธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6P) ในด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว แม้จะไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ในการศึกษาครั้งนี้ แต่ในความเป็นจริงแล้วปัจจัยด้านนี้ผู้ซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ควรให้ความสำคัญ เนื่องจากข้อมูลส่วนตัวของผู้ซื้ออาจถูกนำไปใช้ในทางที่ไม่ถูกต้อง และผู้ให้บริการหรือผู้ขายสินค้าเองต้องมีระบบรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างเข้มงวด เพื่อป้องกันการโจรกรรมข้อมูลไปใช้อย่างผิดกฎหมาย
2. จากการศึกษาในครั้งนี้จะเห็นได้ว่าโดยรวมแล้ว ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6P) ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้ขายสินค้าหรือให้บริการในช่องทางของแอปพลิเคชันออนไลน์ควรศึกษาและทำความเข้าใจในปัจจัยเหล่านี้ เพื่อนำเสนอสินค้าหรือบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด ซึ่งจะทำให้มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดของแอปพลิเคชันออนไลน์ที่มีความรุนแรงและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มตัวแปรด้านการยอมรับเทคโนโลยีในการศึกษาในครั้งต่อไปเพื่อครอบคลุมในมิติอื่น ๆ ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์
2. ควรเพิ่มพื้นที่การศึกษาและกลุ่มตัวอย่างให้กว้างขึ้นเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าทางแอปพลิเคชันออนไลน์

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2549). พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงธุรกิจ.
- จุฑารัตน์ เกียรติวิเศษ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ ของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: คณะ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนิสา ตรงจิตร. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลาง พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace). การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: คณะ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุทมาศ จันทธาวร. (2556). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าบน Facebook ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Kotler, P.; & Ketler, L. K. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning Implementation and Control*. 9th ed., New Jersey: A Simon & Schuster.

NBUS0034: ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานี**FACTORS AFFECTING THE DECISION TO BUY HOUSING (PRICE 3-10 MILLION BAHT) OF GENERATION Y CONSUMER IN PATHUMTHANI PROVINCE**

อนันต์ เจนเลื้อย¹ ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ² ผศ.ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล³

^{1, 2, 3} สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) 2) ศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท)

กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภค จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติวิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการหาค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ลำดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และลำดับสุดท้าย คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ นอกจากนี้ กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ลำดับแรก คือ ด้านการค้นหาข้อมูล รองลงมาคือ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านความรู้สึกภายหลังการซื้อ และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการรับรู้หรือตระหนักถึงความต้องการ ตามลำดับ การทดสอบสมมติฐานการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจ ซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตจังหวัดปทุมธานี ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร ด้านการค้นหาข้อมูล และความรู้สึกภายหลังการซื้อ ส่วนด้านราคามีความสัมพันธ์กับด้านการประเมินทางเลือกและด้านการตัดสินใจซื้อและด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับด้านการตัดสินใจซื้อ

คำสำคัญ: กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, ราคา 3-10 ล้านบาท, จังหวัดปทุมธานี

Abstract

The objective of this research are 1) to study factors affecting the decision to buy housing (price 3-10 million baht), 2) to study the decision process to buy housing (price 3-10 million baht) and 3) to study the relationship between marketing mix factors and the decision to buy housing (price 3-10 million baht).

The samples in this research are 400 people. The analytical statistics consisted of percentage, mean, standard deviation, and correlation coefficient by using statistical package.

The results revealed that the marketing mix factors in general are at the high level. When classifying each aspect, it is found that the first was the product, followed by price, marketing promotion and the last one is the channel of distribution, respectively. In addition, the buy decision process of the housing estates of consumers in overall is in high level. When classified in each aspect, it found that the first is data searching, followed by alternative evaluation, post buying decision feel and the last one is the cognitive or awareness needs, respectively.

The hypothesis testing found that marketing mix factors in general that related to the buying decision process housing (price 3-10 million baht) of Generation Y consumers in Pathumthani province found that the product aspect relate to the information search aspect and the post buying decision feel. Price relate to the evaluation of alternatives and the buying decision, and the marketing promotion relate to the buying decision.

Keywords: Decision to buying housing, marketing mix factors price 3-10 million baht, Pathumthani province

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันที่อยู่อาศัยหรือบ้านเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของทุกคน การเลือกและตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยจึงเป็นเรื่องสำคัญ นอกจากจะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นของชีวิตแล้ว ยังเป็นเครื่องชี้วัดคุณภาพของชีวิต ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจของประชาชนด้วย รวมถึงเป็นการกระตุ้นการออมและเป็นการลงทุนในระยะยาวรูปแบบหนึ่ง ดังนั้น พฤติกรรมในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นทรัพย์สินที่มีราคาสูงจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายด้าน เช่น การพิจารณาทำเลที่ตั้งโครงการ การเลือกโครงการและราคาที่เหมาะสม การเลือกตำแหน่งที่ดินและแบบบ้าน เป็นต้น แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์รูปแบบหนึ่งโดยเฉพาะ “โครงการบ้านจัดสรร” จึงเกิดขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งด้านความสะดวกสบาย สภาพแวดล้อม ความปลอดภัยแก่ผู้บริโภคในอนาคตทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อที่อยู่อาศัยมากขึ้น จากภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับแผนการดำเนินธุรกิจอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันต่อสภาพการแข่งขันในตลาดที่เกิดขึ้น (วีณา ธีระโสภณ. 2558)

สัดส่วนของประชากรไทยที่มีมากที่สุดในตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ได้ประมาณ 4 กลุ่ม กลุ่มแรก คือ กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ มีอายุอยู่ในช่วง 51-69 ปี เป็นกลุ่มที่เริ่มออกจากตลาดแรงงาน กลุ่ม เจนเนอเรชั่น เอ็กซ์ ซึ่งมีช่วงอายุระหว่าง 36-50 ปี เป็นกลุ่มที่อยู่ในตลาดแรงงานต่อมาคือ กลุ่ม เจนเนอเรชั่นวายมีช่วงอายุระหว่าง 25-35 ปี เป็นกลุ่มที่เพิ่งจะเข้ามาในตลาดแรงงานทดแทนกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ และกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซด ซึ่งอยู่ในช่วงวัยของการศึกษามีช่วงอายุตั้งแต่แรกเกิดจนถึง 24 ปี ดังนั้น การวางแผนการตลาดในอนาคตนั้น ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเพราะเป็นกลุ่มที่มีความต้องการซื้อสินค้าและบริการสูงเนื่องจากเป็นกลุ่มที่กำลังก้าวเข้ามาในตลาดแรงงาน ซึ่งมีบทบาทสำคัญในตลาดผู้พัฒนาสินค้าและบริการ

ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานี เพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการและปัจจัยที่มีผลต่อ

การตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย เพื่อให้สามารถเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคและสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดบ้านจัดสรรในจังหวัดปทุมธานีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานี

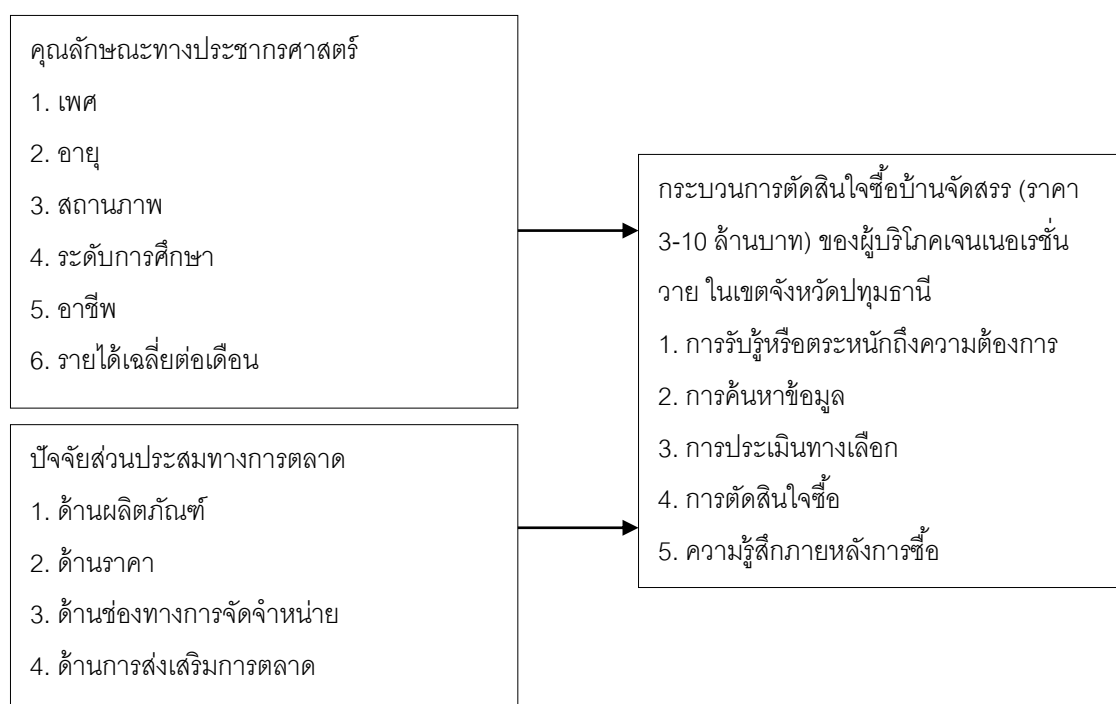
ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง
ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดขนาดตัวอย่าง คือ เป็นประชาชนที่เป็นเจ้าของบ้านจัดสรรในช่วงราคา 3-10 ล้านบาทในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 ตัวอย่าง จากสูตรของ Cochran (1977) ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา
การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานี
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา
การศึกษานี้ใช้ระยะเวลา ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2562 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2563

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิด โดยนำแนวคิด คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ จาก กิติมา สุรสนธิ (2548) และ ปรมะ สตะเวทิน (2546) ด้าน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จาก Kotler (2000: 14) และตัวแปรเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ จาก วรพรรณ ประนอมเชย (2551)



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้ประกอบการเนอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานี ในภาพรวม

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้ประกอบการเนอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานี ในด้านการรับรู้หรือตระหนักถึงความต้องการ

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้ประกอบการเนอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานี ในด้านการค้นหาข้อมูล

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้ประกอบการเนอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานี ในด้านการประเมินทางเลือก

สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้ประกอบการเนอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานี ในด้านการตัดสินใจซื้อ

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้ประกอบการเนอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานี ในด้านความรู้สึกภายหลังการซื้อ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางการตัดสินใจที่จะเลือกบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานี

2. เป็นประโยชน์ต่อบริษัทหรือนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่จะได้เข้าใจความต้องการของกลุ่มลูกค้าในอนาคต และกำหนดเป้าหมายการวางกลยุทธ์การตลาด และตำแหน่งของสินค้าได้อย่างถูกต้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามปัจจัยคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และ ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานี

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) เป็นการวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัว และทดสอบขนาดหรือระดับของความสัมพันธ์

สรุปผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย มีอายุ 36 ปี ขึ้นไป สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท
2. ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวม

(n = 400)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ด้านผลิตภัณฑ์	4.08	0.32	มาก
2. ด้านราคา	4.01	0.17	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.81	0.14	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.93	0.19	มาก
รวม	3.96	0.21	มาก

เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดลำดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และลำดับสุดท้าย คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ โดยสรุปผลการวิจัยในแต่ละด้านดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความเห็นลำดับแรก คือ คุณภาพการก่อสร้างมีคุณภาพดีได้มาตรฐาน รองลงมาคือ ขนาดของที่พัก

อาศัยมีความเหมาะสม ที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง ภายในโครงการฯ มีสภาพแวดล้อมที่ดีมีความสะอาดและความปลอดภัย และลำดับสุดท้ายคือ การออกแบบบ้านมีความสวยงามทันสมัย ตามลำดับ

2.2 ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นลำดับแรก คือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของบ้าน รองลงมาคือ การชำระเงินดาวน์น้อยกว่าโครงการอื่น ๆ สามารถผ่อนชำระค่าบ้านได้ในระยะเวลานานสูงสุด 30 ปี อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระถูกกว่าโครงการอื่น และลำดับสุดท้าย คือ ราคาก่อนของโครงการมีราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับโครงการอื่น ๆ ตามลำดับ

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นลำดับแรก คือ ช่องทางในการติดต่อลงชื่อจองโครงการสามารถทำได้หลากหลายช่องทาง เช่น ผ่านทางสำนักงานทางโทรศัพท์ ทางสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น รองลงมาคือ การสอบถามข้อมูลโครงการฯ สามารถทำได้หลากหลายช่องทาง การทำสัญญาซื้อ ได้รับความสะดวก รวดเร็ว มีการจัดบูธเปิดขายโครงการในงานแสดงสินค้า เพื่อที่จะทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย และลำดับสุดท้าย คือ ผู้รับบริการมีความสะดวกในการติดต่อสำนักงานโครงการ ตามลำดับ

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นลำดับแรก คือ มีการชิงโชค จับฉลากรางวัลในการส่งมอบบ้าน รองลงมาคือ มีการจัดโปรโมชั่น ฟรีค่าธรรมเนียมการโอน มีการจัดโปรโมชั่น แคมเปญรีโนเวทหรือเครื่องปรับอากาศ มีการจัดโปรโมชั่นมีส่วนลดเงินดาวน์ และลำดับสุดท้าย คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่หลากหลาย เช่น วิทยุ โทรทัศน์ แผ่นป้ายโฆษณา และสื่อออนไลน์ ตามลำดับ

3. กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานี ในภาพรวม

(n = 400)

กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานี ในภาพรวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการรับรู้หรือตระหนักถึงความต้องการ	3.96	0.31	มาก
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	4.17	0.19	มาก
3. ด้านการประเมินทางเลือก	4.13	0.25	มาก
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.07	0.20	มาก
5. ด้านความรู้สึกละหลังการซื้อ	4.02	0.34	มาก
รวม	4.07	0.26	มาก

เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นลำดับแรก คือ ด้านการค้นหาข้อมูล รองลงมาคือ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านความรู้สึกละหลังการซื้อ และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการรับรู้หรือตระหนักถึงความต้องการ ตามลำดับ โดยสรุปผลการวิจัยในแต่ละด้านดังนี้

3.1 ด้านการรับรู้หรือตระหนักถึงความต้องการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นลำดับแรก คือ ท่านตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรเพื่อซื้อให้ญาติพี่น้องหรือบุตร รองลงมาคือ ท่านตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรเพื่อพักผ่อนชั่วคราว ท่านตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรเพื่อขายต่อหรือเก็งกำไร ท่านตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรเพื่อเป็นการสะสมทรัพย์สิน และลำดับสุดท้าย คือ ท่านตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรเพื่ออยู่อาศัยโดยตัวท่านเอง และครอบครัว ตามลำดับ

3.2 ด้านการค้นหาข้อมูลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นลำดับแรก คือ ท่านทราบข้อมูลของโครงการบ้านจัดสรรจากป้ายโฆษณาตามจุดต่าง ๆ หรือแผ่นพับ/ใบปลิว รองลงมาคือ ท่านทราบข้อมูลของโครงการบ้านจัดสรรจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร ท่านทราบข้อมูลของโครงการบ้านจัดสรรทางอินเทอร์เน็ต ท่านทราบข้อมูลของโครงการบ้านจัดสรรจากการโฆษณาผ่านโทรทัศน์วิทยุและลำดับสุดท้าย คือ ท่านทราบข้อมูลของโครงการบ้านจัดสรรจากงานมหกรรม/บูธประชาสัมพันธ์ของโครงการตามลำดับ

3.3 ด้านการประเมินทางเลือก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นลำดับแรก คือ ท่านใช้ขนาดพื้นที่ของบ้านในการพิจารณาเปรียบเทียบเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร รองลงมาคือ ท่านใช้ราคาในการพิจารณาเปรียบเทียบเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ท่านพิจารณาด้านการอำนวยความสะดวกของโครงการและสถานที่ตั้งของโครงการบ้านจัดสรรในการพิจารณาเปรียบเทียบเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ท่านใช้โปรโมชั่นของแต่ละโครงการในการพิจารณาเปรียบเทียบเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร และลำดับสุดท้าย คือ ท่านใช้รูปแบบบ้านในการพิจารณาเปรียบเทียบเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ตามลำดับ

3.4 ด้านการตัดสินใจซื้อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นลำดับแรก คือ พื้นที่ใช้สอยมีความเหมาะสม และตรงกับความต้องการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของท่าน รองลงมาคือ ระดับราคาเหมาะสมกับทำเลส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของท่าน ความสามารถของพนักงานขายในการให้คำแนะนำได้ตรงตามความต้องการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของท่าน รายการส่งเสริมโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น ส่วนลดเงินสด เฟอริไนเจอร์ รวมถึงของแถมอื่น ๆ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของท่านและลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบของตัวบ้านส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของท่าน ตามลำดับ

3.5 ด้านความรู้สึกละหลังการซื้อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นลำดับแรก คือ ท่านพอใจกับขนาดของบ้านที่เลือก รองลงมาคือ ท่านคิดว่าระดับราคาของบ้านที่ท่านตัดสินใจซื้อเหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง ท่านพึงพอใจกับการบริการหลังการขายที่ได้รับจากโครงการ ท่านคิดว่าโปรโมชั่นที่ท่านได้รับนั้นคุ้มค่ามากที่สุดและลำดับสุดท้าย คือ รูปท่านได้บ้านที่มีรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของท่าน ตามลำดับ

4. การทดสอบสมมติฐานการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตจังหวัดปทุมธานี ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตจังหวัดปทุมธานี ด้าน

การค้นหาข้อมูล ($r = .724$) และความรู้สึกภายหลังการซื้อ ($r = .731$) นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตจังหวัดปทุมธานี ในด้านการประเมินทางเลือก ($r = .813$) และด้านการตัดสินใจซื้อ ($r = .771$) และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตจังหวัดปทุมธานี ในด้านการตัดสินใจซื้อ ($r = .832$)

ตาราง 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานี

ส่วนประสมทางการตลาด	กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานี					
	การรับรู้หรือตระหนักถึงความต้องการ	การค้นหาคำขอข้อมูล	การประเมินทางเลือก	การตัดสินใจซื้อ	ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	ภาพรวม
1. ด้านผลิตภัณฑ์	-	.724	-	-	.731	
2. ด้านราคา	-	-	.813	.771		
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-	-	-	-		
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	-	-	-	.832		
ภาพรวม						.712

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานีสามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมพร ฤทธิกุล (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัย พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน เมื่อจำแนกเป็นรายด้านสามารถอภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพจน์ โยธีน (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการซื้อบ้านเพื่อการอยู่อาศัยของเกษตรกรในจังหวัดนครสวรรค์ ผลการศึกษารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน และจากประสบการณ์ของผู้วิจัย มีความเห็นสนับสนุนผลการวิจัยดังกล่าวว่า สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมากอาจเนื่องจากคุณภาพการก่อสร้างบ้านมีคุณภาพดีได้มาตรฐาน รวมทั้งขนาดของที่พักอาศัยมีความเหมาะสมโดยสถานที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่สะดวกในการเดินทาง และบริเวณภายในโครงการมีสภาพแวดล้อมที่ดีมีความสะอาดและความปลอดภัย จึงส่งผลให้มีความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก

1.2 ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศกร ใจภักดี (2557) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาค้นคว้า พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน และจากประสบการณ์ของผู้วิจัย มีความเห็นสนับสนุนผลการวิจัยดังกล่าวว่า สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมาก อาจเนื่องมาจาก ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของบ้าน มีการชำระเงินดาวน์น้อยกว่าโครงการอื่นๆ และสามารถผ่อนชำระสินเชื่อได้ในระยะเวลาสูงสุด 30 ปี โดยมีอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำกว่าโครงการอื่น ทั้งนี้ราคาบ้านของโครงการที่ตัดสินใจซื้อถือว่าถูกกว่าเมื่อเทียบกับโครงการอื่น ๆ จึงส่งผลให้ความคิดเห็นด้านราคาอยู่ในระดับมาก

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมพร ฤทธิกุล (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาค้นคว้า พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน และจากประสบการณ์ของผู้วิจัย มีความเห็นสนับสนุนผลการวิจัยดังกล่าวว่า สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมาก อาจเนื่องมาจาก ช่องทางในการติดต่อสอบถามรายละเอียด หรือการลงชื่อจองโครงการ สามารถทำได้หลากหลายช่องทาง เช่น ผ่านทางสำนักงานทางโทรศัพท์ ทางสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ การทำสัญญาซื้อขาย ได้รับความสะดวก รวดเร็ว มีการจัดบูธเปิดขายโครงการในงานแสดงสินค้า เพื่อที่จะทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย ทำให้ผู้สนใจสามารถติดต่อหรือตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น จึงส่งผลให้ความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศกร ใจภักดี (2557) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาค้นคว้า พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน และจากประสบการณ์ของผู้วิจัย มีความเห็นสนับสนุนผลการวิจัยดังกล่าวว่า สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมาก อาจเนื่องมาจาก โครงการมีการชิงโชคโดยจับรางวัลผู้โชคดีในการส่งมอบบ้าน มีการจัดโปรโมชั่น ต่างๆ เช่น ฟรีค่าธรรมเนียมการโอน แถมเฟอร์นิเจอร์หรือเครื่องปรับอากาศและการให้ส่วนลดเงินดาวน์ จึงส่งผลให้ความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก

2. กระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ พงศกร ใจภักดี (2557) ได้สรุปว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อเป็นขั้นตอนหนึ่งที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาความเหมาะสมของตัวสินค้าและบริการว่ามีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งในขั้นตอนการตัดสินใจซื้อหากผู้บริโภคเกิดความสนใจนั้น ก็จะนำไปสู่ขั้นตอนการหาข้อมูล การประเมินทางเลือกและส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหากสินค้าและบริการนั้นคุ้มค่า นอกจากนั้นผู้บริโภคจะพิจารณาลงการซื้อด้วยว่าได้รับการบริการหลังการขายหรือความสะดวกจากการบริการดีหรือไม่ ดังนั้น ถ้าผู้ประกอบการเข้าใจในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดีแท้จริงแล้ว จะทำให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจของผู้ประกอบการและองค์กรอย่างแน่นอน เมื่อจำแนกเป็นรายด้านสามารถอภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

2.1 ด้านการรับรู้หรือตระหนักถึงความต้องการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับวรพรรณ ประนอมเชย (2551) สรุปว่า การยอมรับหรือรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ เป็นสภาวะที่ผู้บริโภครู้และทราบชัดเจนว่า ความปรารถนาของเขากับความจริงที่ดำรงอยู่มีข้อแตกต่างกัน ทั้งในระดับความจริงที่ดำรงอยู่นั้น ยิ่งต่ำกว่าระดับความปรารถนาอีก ผู้บริโภคที่รู้ชัดเจนว่ามีความแตกต่างกันเกิดขึ้นระหว่างระดับ ความปรารถนา กับ

ระดับของความจริง นั่นคือ การยอมรับปัญหานั้นเอง การยอมรับปัญหาจะก่อให้เกิดแรงขับ (Drive) ที่จะต้องหาหนทางแก้ไขปัญหานั้นการที่ผู้บริโภคตัดสินใจจะหาหนทางแก้ปัญหาย่อมหมายความว่า เขาจะต้องดำเนินการตามขั้นตอนต่อไป คือ การแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับวิธีหรือทางเลือกในการแก้ปัญหา และจากประสบการณ์ของผู้วิจัยมีความเห็นสนับสนุนผลการวิจัยดังกล่าวว่า สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมาก อาจเนื่องมาจาก การตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรเนื่องจากต้องการให้ตนเองและครอบครัว หรือต้องการซื้อให้ญาติพี่น้องหรือบุตร รวมทั้งเพื่อขายต่อหรือเก็งกำไร จึงส่งผลให้ความคิดเห็นด้านการรับรู้หรือตระหนักถึงความต้องการอยู่ในระดับมาก

2.2 ด้านการค้นหาข้อมูลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ วรพรรณ ประนอมเซย (2551) สรุปว่าการแสวงหาสารสนเทศหรือการค้นหาข้อมูล สารสนเทศเกี่ยวกับวิธีหรือทางเลือกในการแก้ไขปัญหาที่ผู้บริโภคแสวงหา ก็คือ ส่วนประสมการตลาดที่นักการตลาดนำเสนอ นั่นเอง ส่วนประสมทางการตลาดเหล่านี้ ผู้บริโภคจะไปแสวงหาจากแหล่งต่าง ๆ 4 แหล่งด้วยกัน คือ แหล่งบุคคล แหล่งการค้า แหล่งสาธารณะ และแหล่งประสบการณ์ และการแสวงหาสารสนเทศ จะทำให้ผู้บริโภคได้รับส่วนประสมการตลาดมาจำนวนหนึ่ง ซึ่งจะก่อให้เกิดทางเลือกสำหรับผู้บริโภคประเมินค่าตามลำดับและจากประสบการณ์ของผู้วิจัย มีความเห็นสนับสนุนผลการวิจัยดังกล่าวว่า สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมาก อาจเนื่องมาจาก การค้นหาข้อมูล ทำให้ทราบข้อมูลของโครงการบ้านจัดสรรจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น ข้อมูลจาก อินเทอร์เน็ต การโฆษณาผ่านโทรทัศน์/วิทยุ ป้ายโฆษณาตามจุดต่าง ๆ หรือแผ่นพับ/ใบปลิว ตลอดจนทราบข้อมูลของโครงการบ้านจัดสรรจากงานมหกรรม/บูธประชาสัมพันธ์ของโครงการ จึงส่งผลให้ความคิดเห็นด้านการค้นหาข้อมูลอยู่ในระดับมาก

2.3 ด้านการประเมินทางเลือก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ วรพรรณ ประนอมเซย (2551) สรุปว่า ขั้นตอนการประเมินทางเลือกนี้ผู้บริโภคจะกำหนดเกณฑ์ต่าง ๆ ขึ้นมา เพื่อวัดและเปรียบเทียบคุณค่า ส่วนประสมการตลาดที่รวบรวมมานั้นเกณฑ์เหล่านี้ ได้แก่ รายละเอียดของส่วนประสมการตลาดที่พึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์ เมื่อกรณีที่ผู้บริโภคทำการประเมินค่าทางเลือกแล้ว และมีทางเลือกที่สามารถยอมรับได้ ผู้บริโภคจะพร้อมที่จะเข้าสู่ขั้นตอนต่อไป คือ การซื้อ และจากประสบการณ์ของผู้วิจัย มีความเห็นสนับสนุนผลการวิจัยดังกล่าวว่า สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมาก อาจเนื่องมาจากมีการประเมินทางเลือกโดยใช้ขนาดพื้นที่ของบ้านในการพิจารณาเปรียบเทียบเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร รวมทั้งการพิจารณาราคา การอำนวยความสะดวกของโครงการและสถานที่ตั้งของโครงการบ้านจัดสรร โปรโมชั่น ตลอดจน การพิจารณารูปแบบบ้านในการพิจารณาเปรียบเทียบเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จึงส่งผลให้ด้านการประเมินทางเลือกอยู่ในระดับมาก

2.4 ด้านการตัดสินใจซื้อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ วรพรรณ ประนอมเซย (2551) สรุปว่า ความต้องการซื้อ เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคจะเลือกเอาผลิตภัณฑ์หรือตราผลิตภัณฑ์นี้ โดยอาศัยผลการประเมินค่าทางเลือกในขั้นตอนที่แล้วกับปัจจัยในมิติอื่น ๆ เข้ามาประกอบการพิจารณาและจากประสบการณ์ของผู้วิจัยมีความเห็นสนับสนุนผลการวิจัยดังกล่าวว่า สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมาก อาจเนื่องมาจาก เหตุผลของการตัดสินใจซื้อมีหลายประการ อาทิ พื้นที่ใช้สอยมีความเหมาะสมและตรงกับความต้องการรวมทั้งระดับราคาเหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง การมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น ส่วนลดเงินสด เฟอริไนเจอร์ รวมถึงของแถมอื่น ๆ ประกอบกับ ความสามารถของพนักงานขายในการให้คำแนะนำได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค จึงส่งผลให้ด้านการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก

2.5 ด้านความรู้สึกภายหลังการซื้อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ วรพรรณ ประนอมเชย (2551) สรุปว่า พฤติกรรมภายหลังการซื้อ หลังจากการที่ได้ซื้อผลิตภัณฑ์มาแล้วได้บริโภคแล้ว ผู้บริโภคจะเรียนรู้ว่า ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถแก้ไขปัญหาได้จริงหรือไม่ สร้างความพอใจให้มากน้อย เพียงใด เกณฑ์ในการวัดความพอใจนั้น ผู้บริโภคจะใช้เวลาความคาดหวังที่วางเอาไว้ก่อนการซื้อเป็นมาตรฐาน ถ้าผลิตภัณฑ์ให้ประโยชน์มากกว่าที่คาดหวัง ผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจบ้าง แต่ถ้าผลิตภัณฑ์ให้ประโยชน์น้อยกว่าที่คาดหวัง ผู้บริโภคจะรู้สึกไม่พอใจ ระดับของความคาดหวัง ของผู้บริโภคจะสูงหรือต่ำเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับสารสนเทศที่ได้รับจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ในกรณี ผู้บริโภครู้สึกพอใจหรือพอใจมากที่ได้รับบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไป หากถึงคราวที่จะต้องซื้ออีก โอกาสที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ตราเดิมซ้ำย่อมมีมาก และยิ่งอาจบอกต่อ ๆ กันไปถึงความดีเด่นและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่สร้างความพึงพอใจ แต่ถ้าเป็นกรณีผู้บริโภคไม่พอใจในผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมา ผู้บริโภคอาจเก็บจากความรู้สึกไม่พอใจนั้นไว้ได้หรืออาจมีปฏิกิริยาตอบโต้ก็ได้แล้วแต่เป้าหมายนั้นอาจเป็นที่ผู้ขายหรือผลิตภัณฑ์ และจากประสบการณ์ของผู้วิจัย มีความเห็นสนับสนุนผลการวิจัยดังกล่าวว่า สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมาก อาจเนื่องมาจาก ผู้บริโภคมีความพึงพอใจกับขนาดของบ้านที่เลือก ทะเลที่ตั้ง ระดับราคาและโปรโมชั่นที่คุ้มค่าและเหมาะสม รวมถึงความพึงพอใจกับการบริการหลังการขายจึงส่งผลให้ด้านความรู้สึกภายหลังการซื้ออยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1.1 ผู้วิจัยขอเสนอให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ให้ความสำคัญกับการกำหนดกลยุทธ์หรือรูปแบบแนวทางดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์และการบริการแก่ผู้บริโภคที่ช่วยส่งเสริมปัจจัยข้างต้น เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะกลยุทธ์ด้านการกำหนดราคา ควรมีการพิจารณาราคาควบคู่ไปกับความเหมาะสมทั้งด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับขนาดที่ดิน และด้านความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพของบ้าน จะเป็นการกระตุ้นและดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในการตัดสินใจซื้อ ควบคู่กับการตั้งกลยุทธ์ด้านการบริการที่ดีหลังการขาย ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคประเมินทางเลือกได้ดีขึ้นอันจะส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจซื้อได้ดีขึ้นเช่นกัน ทั้งนี้การบริการทั้งก่อนและหลังการขายที่ดี มีเจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษาอย่างเป็นมิตร และใกล้ชิด มีบ้านตัวอย่างให้ชมก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อการรับประกันบ้าน ก็จะเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร

1.2 ผู้ที่สนใจต้องการที่จะเข้าสู่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย การตั้งราคาเพื่อขายไม่ควรสูง 3-10 ล้านบาท (ทั้งนี้อาจจะต้องคำนึงราคาที่ดินในบริเวณการก่อสร้างโครงการประกอบการตั้งราคาด้วย) การเลือกทำเลหรือ บอกล่าเรื่องราวเกี่ยวกับโครงการ ควรเลือกช่องทาง การ Review ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นลำดับแรก โดยเลือก Webpage ที่มีความน่าเชื่อถือ และควรเลือกทำเลที่ดินในการก่อสร้างโครงการโดยคำนึงถึงทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทางเข้า-ออกโครงการได้สะดวก นอกจากนี้สภาพแวดล้อมบริเวณโครงการหรือรอบบริเวณโครงการ ควรมีลักษณะที่มีความปลอดภัยต่อผู้อยู่อาศัยในโครงการ เป็นต้น

1.3 การเจาะกลุ่มเป้าหมายด้านผลิตภัณฑ์ควรชัดเจนว่าจะทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายใด เช่น หากต้องการเจาะตลาดกับกลุ่มเป้าหมาย Generation X ที่มีความสามารถในการจ่ายมากกว่ากลุ่ม Generation Y การออกแบบควรเน้นในด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับการอยู่อาศัยในชีวิตจริง เช่น การเล่นระดับในห้องต่าง ๆ ไม่ควรมากเกินไปจนจำเป็นเนื่องจากกลุ่ม Generation X เป็นกลุ่มที่จะเข้าสู่วัยสูงอายุก่อน Generation Y ดังนั้น

การออกแบบควรรองรับการปรับเปลี่ยนรูปแบบในอนาคตด้วย วัสดุที่เลือกใช้ในการก่อสร้างควรเป็นวัสดุที่เหมาะสมกับราคาขายที่ตั้ง รูปแบบของตัวบ้านจะต้องแสดงถึงสถานภาพทางสังคมของผู้อยู่อาศัย เป็นต้น

1.4 การนำเสนอภาพลักษณ์โครงการก็เป็นเรื่องสำคัญ ควรมีการต้อนรับ และอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าเป็นอย่างดีเมื่อลูกค้าเข้าชมโครงการ เนื่องจากเป็นความประทับใจแรกต่อโครงการและจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในภายหลัง

1.5 การบริการหลังการขายเป็นสิ่งสำคัญ เพราะเมื่อเกิดความประทับใจแรกเมื่อเข้าชมโครงการจนเกิดขึ้นตอนการตัดสินใจซื้อแล้วนั้น ความประทับใจต่อมาจะขึ้นกับบริการหลังการขายที่จะได้รับ หากมีความประทับใจในขั้นนี้จะเกิดเป็นความเต็มใจที่จะแนะนำสินค้าให้กับผู้ใกล้ชิด และบุคคลทั่วไปให้ได้รับทราบ ผลที่ตามจะก่อให้เกิดความต้องการซื้อ และการยอมรับในชื่อเสียงของบริษัทจะเพิ่มมากขึ้น และเพิ่มยอดขายได้มากขึ้นตามไปด้วย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวาย ในเขตจังหวัดปทุมธานี

2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร (ราคา 3-10 ล้านบาท) ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันอื่นๆ ในเขตจังหวัดปทุมธานี

เอกสารอ้างอิง

มนวิภา ผดุงสิทธิ์; และคณะ. (2557). การวิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ: พิสิกส์เซ็นเตอร์.

วสันต์ คงจันทร์. (2554). วิถีคิด กลยุทธ์ และข้อมูลการลงทุนซื้อบ้าน&คอนโดฯ. 2554(4), 1-10. จาก <http://www.m-property.co.th/articles/showtopic.php?topic=12>

วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2555). การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของคนกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภายหลังวิกฤติอุทกภัยปี 2554. 2554(35), 9-24. จาก <http://www.jba.tbs.tu.ac.th/files/Jba136/Article/JBA136WitNiti.pdf>

สัมมา คีตสิน. (2554). แนวโน้มตลาดที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว. 2554(18), 14-19. จาก <http://www.ghbhomecenter.com/journal/GHBThai-sub.php?ids=131>

กนกวรรณ ศรีจันทร์หล้า. (2556). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ของคนกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กมนนัทธ์ มีสัจย์. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มในการเลือกซื้อบ้านในเขตเทศบาล จังหวัดพิษณุโลก. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. พิษณุโลก: คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร.

กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ; และ สุมาลี ทศพรวิชัย. (2554). การตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของเจ้าของบ้านในจังหวัดนนทบุรี. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต.

ณัฐพร ศิริสานต์. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่. (แบบฝึกหัดการวิจัยปัญหาเศรษฐกิจปัจจุบัน). เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ดวงทิพย์ เปาเส็ง. (2556). กระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นรินทร์พร เพ็ญพิพัฒน์. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยแบบบ้านเดี่ยวในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร. (บทความวิจัย). กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- บุญชัย สกุลโชติโก; และ สุชนนี เมธิโยธิน. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี: กรณีศึกษา บริษัทแกรนด์ เซ็นทรัลพาร์ก จำกัด. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. ชลบุรี: วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เพ็ญประภา ทาใจ. (2556). ปัจจัยการตลาดเชิงบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ภคภพ คงคาเจริญ. (2557). ผลกระทบจากทัศนคติถึงความตั้งใจในการซื้ออาคารชุดเดี่ยวของกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย. (บทความวิจัย). กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัสร์เดช มาเจริญ. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. นครราชสีมา: คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สมจิตร เปรมกมล. (2552). ปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจในการซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุนีย์ เจษฎาวรางกุล, วิฑิตนันท์ วารีนันท์; และ ดวงตา สราญมย์ (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทาวน์เฮ้าส์ในโครงการบริษัทวังทองกรูป จำกัด(มหาชน). สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. ปทุมธานี: สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.

NBUS0035: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS INFLUENCING BUY THE CONLON CLEANING SUPPLEMENTS BEHAVIOR IN BANGKOK.

อินทัช ทวีชีพ¹ ดร.ชัยวุฒิ จันมา² ดร.ปัญญาวัฒน์ จุฑามาศ³

¹ คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

³ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างคือ บุคคลที่บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม จำนวน 400 คน จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบ Pearson ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และสถิติอ้างอิงประเภทการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 26 – 30 ปี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ระดับการศึกษาปริญญาตรี ระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 30,000 บาทขึ้นไป วัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ อันดับแรก คือ เพื่อกำจัดของเสียและสารพิษที่คั่งค้างภายในลำไส้ และทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายแบบ Pearson พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01.

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร โดยสร้างสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ด้วยวิธี Stepwise สามารถเขียนในรูปแบบสมการพยากรณ์ได้ว่า การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร =

$0.907 + 0.346$ ด้านการโฆษณา + 0.209 ด้านผลิตภัณฑ์ + 0.108 ด้านราคา + 0.105 ด้านการตลาดทางตรง ($R^2 = 0.442$)

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อ, ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้

Abstract

The research aimed 1) to study the factors that influence the choice of buying a supplement colon cleansing consumers in Bangkok, 2) to study the relationship between marketing and purchasing decisions supplement purge intestines. consumers in Bangkok and 3) to analyze the factors that influence the selection of product lines. The foods cleanse the colon of consumers in Bangkok. This paper was a survey research in which a questionnaire was used to as an instrument to collect data via internet. Sample consisted of people consuming dietary supplements who can used internet. Sampling was done of 400 people with a purposive sampling method by descriptive statistics, the average percentage and standard deviation. The correlation was used to Pearson product moment correlation coefficient and a multiple linear regression with stepwise.

The research finding.

Most respondents were female. In the age range 26-30 years, single, professional service. employees Educational Courses The monthly income of 30,000 baht to the purpose of purchasing a supplement colon cleansing is the first to eliminate waste and toxins bottleneck in the intestines. Resources and information about supplements from the Internet.

Factors influencing the purchase decision factors include a supplement colon cleansing products. The price factor Factors of distribution channels and marketing promotion factor. Analysis of the relationship between marketing mix decisions to buy in products fortified foods cleanse the colon of consumers in Bangkok. Simple statistical correlation of WebSphere. The factors include the factors of the marketing mix products. The price factor Factors Distribution And the factors promoting the market has a positive relationship with your colon cleansing supplement consumers in Bangkok. Statistically significant at the 0.01 level.

Factors influencing the choice of colon cleansing supplements for consumers in Bangkok. = $0.907 + 0.346$ advertising + 0.209 product + 0.108 price + 0.105 direct marketing ($R^2 = 0.442$).

Keywords: buy, colon cleansing supplement.

บทนำ

ปัจจุบันคนไทยนิยมเรื่องการใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น ทั้งเรื่องการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกาย รวมถึงการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารด้วย ทำให้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในประเทศไทยได้รับความนิยม และมีความต้องการบริโภคเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันมีสาเหตุมาจากการใส่ใจในสุขภาพมากขึ้น ต้องการมีรูปร่างที่ดี ต้องการเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน และความต้องการเสริมความงาม ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสามารถจำแนกได้หลายประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเหล่านี้มักจะประกอบไปด้วยวิตามินและแร่ธาตุที่จำเป็นต่าง ๆ สำหรับร่างกาย ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงผิว โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ทำให้ผิวดูขาวใสขึ้น ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อลดน้ำหนัก และ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงสมอง (วันดี นาสระ. 2558) สุขภาพที่ดีเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคหลายคนต้องการ แต่เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทยไม่ว่าจะเพศใดวัยใดได้เปลี่ยนแปลงไปด้วยหลากหลายสาเหตุ เช่น การรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ด การทำงานและการเรียนที่หนักขึ้น การใช้เวลาเดินทางที่นานขึ้น ปัญหามลภาวะทางอากาศที่มากขึ้น ชีวิตมีความเร่งรีบ ทำให้การสร้างสุขภาพที่ดีและการเลือกรับประทานอาหารที่ดีถูกมองข้ามไป เวลาที่เหลือเพื่อดูแลสุขภาพจึงมีอย่างจำกัด ผู้บริโภคจึงมีความจำเป็นต้องหาผลิตภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพมากขึ้น ดังนั้นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจึงเข้ามามีบทบาทและกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคที่เอาใจใส่สุขภาพ จากการศึกษาของ EIC Analysis (นิรศรัทธา ตูลาผล. 2559) กล่าวว่า ใน 5 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่ปี 2011-2015 ภาพรวมตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีอัตราการเติบโตสูงขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่มาจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงาม และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ ที่เป็นที่ยอมรับ ณ ปัจจุบัน

การทำดีท็อกซ์ เป็นการเอาสารพิษออกจากร่างกาย ส่วนการสวนล้างลำไส้คือการเอาน้ำใส่เข้าไปในลำไส้แล้วล้างเอาอุจจาระออกมา ทั้งสองแบบมาเกี่ยวข้องกันคือ คนมีความเชื่อว่าการสวนล้างลำไส้เป็นวิธีการหนึ่งที่จะเอาสารพิษออกจากร่างกาย จึงใช้คำสองคำนี้ใช้ปะปนกันว่า การทำดีท็อกซ์เป็นการสวนล้างลำไส้

การสวนล้างลำไส้ที่มีมาแต่โบราณนั้น ส่วนใหญ่ก็มีข้อบ่งชี้สารพัน ตั้งแต่ลดไข้ ท้องอืด ท้องเสีย แน่นท้อง แม้กระทั่งรักษามะเร็งได้ คำกล่าวอ้างก็จะพอกพูนมาเรื่อย ๆ ในอดีต ไม่ว่าจะเป็นโรคปวดศีรษะไขมันสูง ความดันโลหิตสูง ตับอักเสบ นอนไม่หลับ โรคต่าง ๆ ที่กล่าวอ้างอย่างมากมานั้น โดยตัวโรคของมันเอง บางครั้งอาจทำให้คนไข้ดีขึ้นได้ หรือบางครั้งมาพบแพทย์หรือทำอะไรบางอย่างก็ดีขึ้นได้ แต่จะดีขึ้นได้จริงหรือไม่จะต้องทำการพิสูจน์ทางวิทยาศาสตร์ด้วยการทำการศึกษาแบบชนิดสุ่ม มีการพิสูจน์กับคนไข้ว่าถ้าใช้ยาจริงแล้วดีขึ้น หรือว่าใช้ยาหลอกแล้วดีขึ้นร้อยละเท่าไรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ ซึ่งการทำดีท็อกซ์การพิสูจน์อย่างนี้ไม่มี เป็นการทำให้เหมือนเป็นประเพณีที่ทำกันมาแต่อดีตจนถึงปัจจุบันและทำกันต่อมาเรื่อย ๆ บางคนทำแล้วมีความรู้สึกดีขึ้นหลังจากได้ทำ ซึ่งอาจเป็นความรู้สึกช่วงสั้น ๆ ไม่ใช่ระยะยาว มีบางคนบอกว่า แม้กระทั่งไปรักษามะเร็งแต่จะเห็นว่าคนไข้ที่เป็นมะเร็งส่วนใหญ่ไปทำก็ยังคงเสียชีวิตอยู่ดี แต่ว่าในช่วงแรก ๆ อาจจะทำแล้วเกิดความรู้สึกดีขึ้น สบายขึ้น เนื่องจากเป็นช่วงสั้น ๆ เพราะฉะนั้นวิธีนี้ก็เป็นการช่วยเหลือหรือให้ความหวังเพื่อให้คนไข้รู้สึกดีขึ้น ถือว่าเป็นประโยชน์กับคนไข้ ในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ

ในปัจจุบันหลายๆ แห่งใช้วิธีสวนล้างลำไส้ จะมุ่งเน้นไปทางการค้าค่อนข้างมาก และอาจมีการชักชวนที่มากกว่าความเป็นจริง หากเป็นเช่นนั้น เราควรใช้วิจารณญาณไตร่ตรองดูว่าการทำเหล่านี้มีประโยชน์และเป็นจริงตามคำโฆษณาชวนเชื่อหรือไม่ การทำต่อเนื่องเป็นเวลานานๆ ไม่แนะนำให้ทำ ถ้าจำเป็นจริงๆ ควรทำเป็นครั้งคราวมากกว่า

จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร โดยอาศัยปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) เพื่อให้ผู้ประกอบการหรือผู้ที่ประกอบธุรกิจทางด้านผลิตภัณฑ์เสริมอาหารได้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด รวมถึงการบริหารงานต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานในการวิจัย

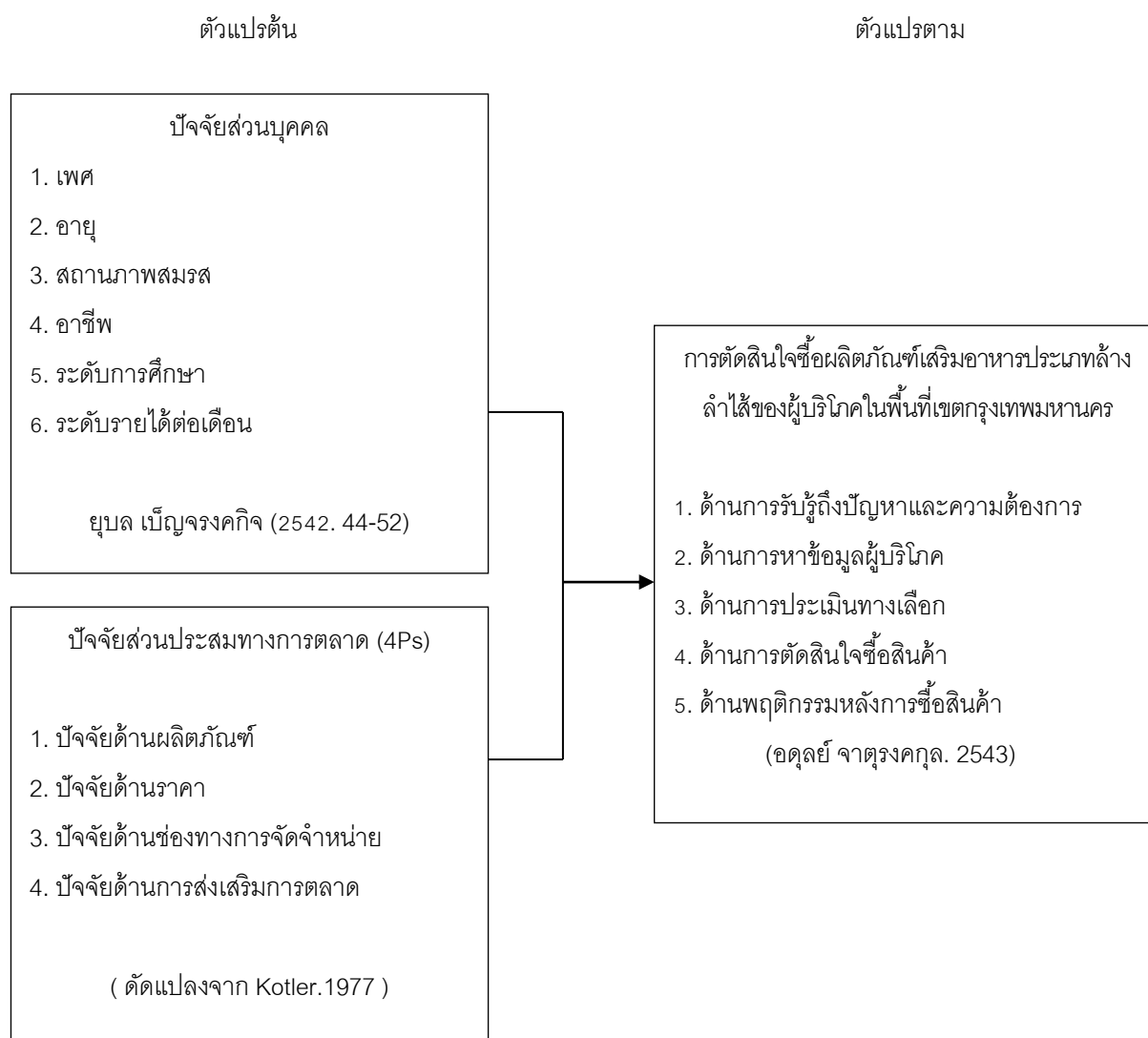
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ทำให้ทราบถึงสมการปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ในการกำหนดกลยุทธ์ของกิจการ เพื่อให้สอดคล้องกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
5. ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการจะศึกษาวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร มีกรอบแนวคิดในการทำวิจัยซึ่งได้กำหนดตัวแปรต้นและตัวแปรตามเพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานวิจัยและเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบ



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ประชากรเพศชายและหญิงที่บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือน ธันวาคม 2562 ถึง มกราคม 2563

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

3.1 ตัวแปรต้น (Independent Variable)

3.1.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

3.1.2 ปัจจัยด้านราคา

3.1.3 ปัจจัยด้านการโฆษณา

3.1.4 ปัจจัยด้านการตลาดทางตรง

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้สุ่มตัวอย่าง คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อเป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร โดยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบด้วย เพศ, อายุ, สถานภาพ, อาชีพ, ระดับการศึกษา, ระดับรายได้ต่อเดือน, ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต่อเดือน, งบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในแต่ละครั้ง, วัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และแหล่งที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-end) ซึ่งเป็นประเภทของแบบสอบถามแบบ Check List ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้เพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ ข้อคำถามเป็นแบบวัดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ ข้อคำถามเป็นแบบวัดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 12 ข้อ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ประชากรเพศชายและหญิงที่บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยต้องการสุ่มตัวอย่างเป็นร้อยละ 50 จากประชากรทั้งหมด ต้องการความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 0.05 โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างของ W.G.cochran ในปีค.ศ.1953 และเพิ่มเติมจำนวนให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ จำนวนและร้อยละ เพื่อใช้วิเคราะห์ลักษณะทางประชากร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้และกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ ในการแสดงระดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละข้อความ ทดสอบสมมติฐานทางสถิติโดยใช้การวิเคราะห์สหพันธ์แบบ Pearson ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ สร้างสมการการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Stepwise

ผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยทางการตลาด 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.75 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 26 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.25 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 76.00 ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 39.00 ซึ่งมีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 76.25 ระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 30,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 51.50 ด้านความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต่อเดือน อยู่ที่ 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 82.50 มิงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในแต่ละครั้ง คือ 501 – 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.00 วัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ อันดับแรก คือ เพื่อกำจัดของเสียและสารพิษที่คั่งค้างภายในลำไส้ คิดเป็นร้อยละ 57.00 ส่วนใหญ่ทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมา คือ จากพนักงานขาย ญาติมิตร คิดเป็นร้อยละ 31.75

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P)	$\bar{X}$	S.D.	การแปลค่า
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.38	0.73	มาก
2. ปัจจัยด้านราคา	4.38	0.73	มาก
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.49	0.69	มาก
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.29	1.07	ปานกลาง
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม	4.09	0.81	มาก

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับ

มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอันดับที่ 1 ระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมาก อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมาก อันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านราคา ระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมาก และอันดับที่ 4 คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งได้รับความสำคัญน้อยที่สุด

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้	$\bar{X}$	S.D.	การแปลค่า
ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ	3.73	0.81	มาก
ด้านการค้นหาข้อมูล	3.99	0.70	มาก
ด้านการตัดสินใจซื้อ	3.86	0.89	มาก
ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ	3.57	0.82	มาก
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม	3.78	0.83	มาก

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับกระบวนการการตัดสินใจซื้อ ซึ่งประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากทั้งหมด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านการค้นหาข้อมูลเป็นอันดับแรก อันดับที่ 2 คือ ด้านการตัดสินใจซื้อ อันดับที่ 3 คือ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ และอันดับที่ 4 คือ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ได้รับความสำคัญน้อยที่สุด

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ผลการวิจัยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของข้อที่ 1 ได้ หมายความว่า ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยเหล่านั้น ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2. ปัจจัยด้านราคา 3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ 4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

อภิปรายผล

จากการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยขอสรุปการอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ โดยระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิกาญจน์ พลัฒลาส และ พระพร เครือวงศ์ (2559) ที่ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการ

บริบทผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ภาพรวมทั้ง 4 ด้าน มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับที่ 1 อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านราคา อันดับที่ 3 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และอันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ซึ่งแตกต่างกับผลการศึกษานี้ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการโฆษณาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัยด้านการตลาดทางตรงตามลำดับ สาเหตุอาจจะเป็นเพราะ ในปัจจุบันมีสื่อโฆษณามากมายที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำผลิตภัณฑ์ได้ถ้ามีการกล่าวอ้างถึงบ่อยครั้ง และสิ่งที่ยากที่สุดที่จะทำให้ผู้บริโภครับทราบข้อมูลของผลิตภัณฑ์ก็คือ การโฆษณา ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาตามโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ รวมถึงการโฆษณาบน website ด้วย

2. ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4P's ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งทั้ง 4 ปัจจัยข้างต้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ โดยสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Kotler (1977) ที่กล่าวว่า การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการมีเครื่องมือที่เรียกว่า ส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 5 ประการของการสื่อสารการตลาด ได้แก่ โฆษณา (Advertising) . การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) และ การตลาดทางตรง (Direct marketing) การสื่อสารให้ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องอาศัยหลายเครื่องมือประกอบกัน ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ใช้เครื่องมือ 2 เครื่องมือ ได้แก่ การโฆษณา และการตลาดทางตรง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติธัญญ์ นิวัติชัยวงศ์ และ เอก ชูณหะวัณ (2560) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทต่างๆ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ปัจจัย (7P's) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ซึ่งปัจจัยทางการตลาดของผู้วิจัยและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's มีบางปัจจัยที่เหมือนกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งหมายความว่า การโฆษณา และการตลาดทางตรง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อกำจัดของเสียและสารพิษที่คั่งค้างภายในลำไส้

3. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ผลการวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านการค้นหาข้อมูลมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ตามลำดับ ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของ อุดลย์ จาตุรงค์กุล (2543) ที่กล่าวว่า ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแต่ละรายจะมีการคิดเป็นลำดับขั้นตอน เรียกว่า ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักและรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ และแตกต่างจากการศึกษาของ อุบลรัตน์ ชมรัตน์ (2558) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพชนิดแคปซูลของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม

ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อมากที่สุด รองลงมาคือ การค้นหาข้อมูล การตระหนักและการรับรู้ถึงความต้องการ การประเมินทางเลือก และอันดับสุดท้ายคือพฤติกรรมภายหลังการซื้อ สาเหตุอาจจะเป็นเพราะ ในปัจจุบันผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับการค้นหาข้อมูลมากขึ้น และการค้นหาข้อมูลสามารถทำได้ง่ายและรวดเร็ว สามารถค้นหาสิ่งที่ต้องการได้ในเวลาอันรวดเร็ว ดังนั้น ก่อนจะทำการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคส่วนมากจึงศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ เมื่อค้นหาข้อมูลแล้วจากนั้นจึงทำการตัดสินใจซื้อ และขั้นสุดท้ายคือการประเมินผลผลิตภัณฑ์ หลังจากใช้งานผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าได้รับความพึงพอใจและได้ประโยชน์อย่างที่คาดหวังไว้ ก็จะทำให้เกิดการกลับมาบริโภคซ้ำและมีการสื่อสารไปยังบุคคลอื่นในทิศทางบวก

4. จากผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ พบว่า ปัจจัยทางการตลาดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ของผู้บริโภคในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวลี วจินชัยนันท์ และ ปรีชา วิจิตรธรรมรส (2560) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวก หมายความว่า ถ้าผู้จัดจำหน่ายใช้กลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น โอกาสที่ผู้บริโภคจะบริโภคผลิตภัณฑ์จะสูงขึ้น แต่ปัจจัยการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์เชิงลบ พบว่า ถ้าผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น โอกาสที่ผู้บริโภคจะบริโภคผลิตภัณฑ์จะลดลง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการใช้กลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการตลาด เช่น การนำข้อมูลทางวิชาการมาสนับสนุนผลิตภัณฑ์ มีเอกสารเกี่ยวกับข้อมูลและสรรพคุณของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างครบถ้วน เพื่อเป็นการดึงดูดให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคผลิตภัณฑ์ของตนเอง

5. จากผลการวิเคราะห์สมการการถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Stepwise พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัวแปรสามารถเข้าสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณได้ทั้งหมด โดย ตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ด้านการโฆษณา รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และ ด้านการตลาดทางตรง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณ นาคพันธ์ และ ชีระวัฒน์ จันทิก (2559) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของวัยรุ่นเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่าด้านผลิตภัณฑ์และความปลอดภัย (X1) และด้านราคาและความคุ้มค่า (X2) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของวัยรุ่นเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนอีก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขายไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นัทธมน เดชประภัสสร (2558) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางอินเทอร์เน็ต วิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น ด้วยวิธี Multiple Regression โดยผลจากการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมีทั้งหมด 5 ปัจจัยจาก 7 ปัจจัย โดยเรียงลำดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางอินเทอร์เน็ตจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านอินเทอร์เน็ตของบริโภค ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและกระบวนกร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านตราผลิตภัณฑ์และลักษณะบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ให้เหตุผลที่ปัจจัยด้านต่างๆ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไว้ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค ในเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาเหมาะสมกับปริมาณที่บรรจุ สอดคล้องกับงานวิจัยที่ได้ทำการศึกษา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านสินค้าได้รับการรับรอง มีคุณภาพ มีความปลอดภัย มีประสิทธิภาพ มีฉลากแสดงข้อมูลรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ได้

ทำการศึกษา ในหัวข้อปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ผ่านการรับรองคุณภาพจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้มีข้อมูลแสดงรายละเอียดสินค้าชัดเจน และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้มีประสิทธิภาพและมีงานวิจัยรับรอง ที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในทางธุรกิจ

ราคาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสูงมากเมื่อเทียบกับปริมาณและผลที่ได้รับ ดังนั้นควรปรับลดให้เหมาะสม เพื่อให้ผู้ที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางสามารถซื้อได้" แสดงถึงผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร แต่ไม่ได้คำนึงถึงผลที่ได้รับของผู้บริโภค ซึ่งการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต้องใช้ระยะเวลาที่จะสังเกตได้ถึงการเปลี่ยนแปลง ถ้าผู้ประกอบการตั้งราคาไว้สูง ผู้บริโภคก็อาจจะไม่ซื้อมาบริโภคซ้ำ ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยี่ห้อหนึ่งจะดีและเห็นผลการเปลี่ยนแปลงก็ตาม แต่ก็มีผู้บริโภคบางกลุ่ม ที่มีระดับรายได้ค่อนข้างสูง ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า เน้นประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นหลัก ถึงแม้ว่าราคาจะสูงแต่ถ้าเห็นผลการเปลี่ยนแปลง ก็จะกลับไปซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนั้นมาบริโภคซ้ำ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

การศึกษากครั้งต่อไปควรศึกษาผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในประเภทอื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม และเป็นแนวทางในการพัฒนาปัจจัยที่สำคัญให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค และเมื่อเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมาย ผลการวิจัยอาจจะแตกต่างจากกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทล้างลำไส้ ส่งผลต่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาด เพื่อให้เหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละรุ่น ยกตัวอย่างเช่น ปัจจัยด้านโฆษณา ถ้าศึกษาวิจัยในช่วงอายุที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อาจจะต้องให้ความสำคัญกับการโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือ หนังสือพิมพ์ มากกว่าการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

เอกสารอ้างอิง

- วันดี นาศร. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตภาคีเจริญ. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2560. จาก <http://www.research-system.siam.edu/2013-12-20-04-25-20/2382-2013-12-20-05-58-350>.
- นริศวรร ตุลาผล. (2559). เจาะตลาดอาหารเสริมความงามกับความท้าทายในอนาคต. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2560. จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/2858>.
- สุวรรณา นาคพันธ์ และ ชีระวัฒน์ จันทิก. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพชนิดแคปซูล ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์.
- ศิริวรรณ พิชิตชาติ. (2555). การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกความงามและผิวพรรณ “วุฒิ-ศักดิ์ คลินิก” ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อดุลย์จาตุรงคกุล. (2543). กลยุทธ์การตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- Kotler, P. (1997). Marketing management: analysis, planning implementation and contral. (9th ed). New Jersey: Asimmon&Schuster.

**NBUS0036: ปัจจัยที่สำคัญในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพมหานคร
หลวงพระบาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประสมการตลาด**
THE IMPORTANT FACTORS FOR LOW COST AIRLINES SERVICE
BANKOK TO LUANGPRABANG OF PEOPLE IN BANGKOK IN THE MARKETING MIX

เปรมฤทัย อุดมเวช¹ ผศ.ดร.ปัทมา รูปสุวรรณกุล² ผศ.ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล³

¹ นักศึกษาปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการ

^{2,3} อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่สำคัญในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพ-หลวงพระบาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประสมการตลาด โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่หรือที่ทำงานอยู่ในเขตพญาไท สีลม สาทร และคลองเตย ของกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 20-41 ปีขึ้นไป โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบความสะดวก ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (t-test และ F test)

ผลการวิจัย พบว่า การใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพหลวงพระบางในแต่ละด้าน ส่วนประสมการตลาดอยู่ในระดับมาก และพบว่าประชาชนที่มีอายุ เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพ-หลวงพระบางไม่แตกต่างกัน ในทุกด้านของส่วนผสมการตลาด

คำสำคัญ: สายการบินต้นทุนต่ำ, ส่วนผสมการตลาด

Abstract

The purpose of this research was to investigate the important factors in the use of Low Cost Airlines service in the Bangkok metropolitan area in the marketing mix classified by demographic characteristics. Sample were 400 residents or officers located in Bangkok, Phayathai, Silom, Sathorn and Khlongtoei districts, and of 20-41 years old, because they have the authority to decide on the services of the airline. The instrument used was a questionnaire. The statistics used for data analysis included Mean, Standard Deviation, t-test, and One-way ANOVA (F test) for hypothesis testing.

The results revealed as follows: The using low cost airlines services Bangkok to Luang Prabang For all aspects of Marketing Mix, Were at rather high level and Low cost airlines services using were not Significantly different by individual people different ; ages, gender, education and occupation for all Aspects of Marketing Mix.

Keywords: Low Cost Airlines, Marketing Mix

บทนำ

เมืองหลวงพระบางเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญของ สปป.ลาว หรือประเทศลาว หลวงพระบางเป็นเมืองเอกของแขวงหลวงพระบาง ประเทศลาว อยู่ทางภาคเหนือของประเทศตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขง หลวงพระบางเป็นเมืองเก่าแก่เป็นราชธานีแห่งแรกของ อาณาจักรล้านช้าง หลวงพระบางได้รับการขึ้นทะเบียนให้เป็นแหล่งมรดกโลกด้วยเหตุผล คือมีวัดวาอารามเก่าแก่มากมาย มีบ้านเรือนเป็นเอกลักษณ์ และชาวหลวงพระบางมีบุคลิกที่ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นมิตร และมีขนบธรรมเนียมประเพณีที่งดงาม ซึ่งตรงกับหลักเกณฑ์การพิจารณาของยูเนสโก ในขณะที่แหล่งมรดกโลกแห่งอื่น อาจได้ขึ้นทะเบียนอย่างจำเพาะเจาะจงในโบราณสถาน ธรรมชาติ แต่หลวงพระบางทั้งเมืองได้รับการขึ้นทะเบียนให้เป็นมรดกของมวลมนุษยชาติ เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2538 และยังได้รับการยกย่องว่าเป็นเมืองที่ได้รับการปกป้องรักษาที่ดีที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (วารสารไทยสมายล์, ตุลาคม. 2559)

การเดินทางจากกรุงเทพมหานครไปหลวงพระบางโดยรถไฟและรถยนต์ ต้องเข้าจังหวัดหนองคายผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองสะพานมิตรภาพไทยลาว โดยสารรถยนต์เข้าประเทศลาวไปสู่หลวงพระบาง การเดินทางดังกล่าวในเส้นทางสัญจรของประเทศลาว เป็นเส้นทางธรรมชาติการเดินทางไม่สะดวกมากนัก ทำให้ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 9-10 ชั่วโมงกับระยะทางประมาณ 400 กิโลเมตร การเข้าถึงหลวงพระบาง อีกหนึ่งช่องทางที่เข้าถึงได้ง่ายกว่ารถไฟและรถยนต์คือการโดยสารทางเครื่องบินหลังจากผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองสะพานมิตรภาพไทยลาวแล้วโดยสารรถยนต์เข้าสู่เวียงจันทน์ ต่อเครื่องบินที่สนามบินวัดไ้ โดยมีสองสายการบินให้บริการคือ สายการบินแห่งชาติลาว และสายการบินลาวสกายเวย์ ทำให้การเดินทางมีระยะเวลาที่สั้นลงจากการเดินทางโดยรถไฟและรถยนต์เหลือเพียง ประมาณ 45 นาที จะเห็นได้ว่าการเดินทางดังกล่าวต้องใช้ระยะเวลาและต้นทุนในการเดินทางค่อนข้างมาก

โดยสายการบินต้นทุนต่ำได้เริ่มเข้ามาสู่อุตสาหกรรมการบินตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 โดยมี สายการบินโอเรียนท์ไทยและสายการบินไทยแอร์เอเชียเป็นสายการบินต้นทุนต่ำรายแรกๆ ที่ให้บริการในประเทศไทย ต่อมาจากราคาของตลาดท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงมีสายการบินต้นทุนต่ำเปิดให้บริการในประเทศไทยเพิ่มขึ้น ซึ่งจากข้อมูลของกรมการบินพลเรือน พบว่าปัจจุบัน (ตุลาคม 2558) มีสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศจำนวน 4 สายการบิน มีสายการบินนกแอร์ สายการบินไทยแอร์เอเชีย สายการบินโอเรียนท์ไทย และสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ โดยสายการบินไทยไลอ้อนแอร์เป็นสายการบินต้นทุนต่ำที่เข้ามาในตลาดล่าสุด ซึ่งเกิดจากการร่วมทุนระหว่าง สายการบินไทยไลอ้อนแอร์ ประเทศอินโดนีเซีย และกลุ่มนักธุรกิจชาวไทย โดยเริ่มให้บริการในปีพ.ศ. 2556 อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันภาพรวมของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำยังคงมีแนวโน้มในการ แข่งขันที่สูงทั้งจากผู้ประกอบการสายการบินในประเทศและต่างประเทศที่เห็นศักยภาพของตลาดและ เข้ามาร่วมลงทุนในประเทศไทย ผู้ประกอบการสายการบินจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนและพัฒนากลยุทธ์การตลาดใหม่ ตามสถานการณ์ของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้สามารถดำเนินกิจการอยู่ได้ และสามารถปรับตัวตามสถานการณ์ทางการตลาดได้อย่างคล่องตัว การศึกษาข้อมูลทางการตลาดสาย การบินต้นทุนต่ำโดยมุ่งไปที่ผู้บริโภค เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและมีการใช้ต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมต่อไป ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้ให้บริการชาวไทย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพมหานคร-หลวงพระบางของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำกับประชาชน ผลจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะทำให้สามารถนำข้อมูลที่ได้มาปรับใช้ให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนและเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในด้านการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่สำคัญในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพมหานคร-หลวงพระบาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประสมการตลาด
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพมหานคร-หลวงพระบาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประสมการตลาด จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

สมมติฐานในการวิจัย

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพมหานคร-หลวงพระบาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประสมการตลาด ที่แตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

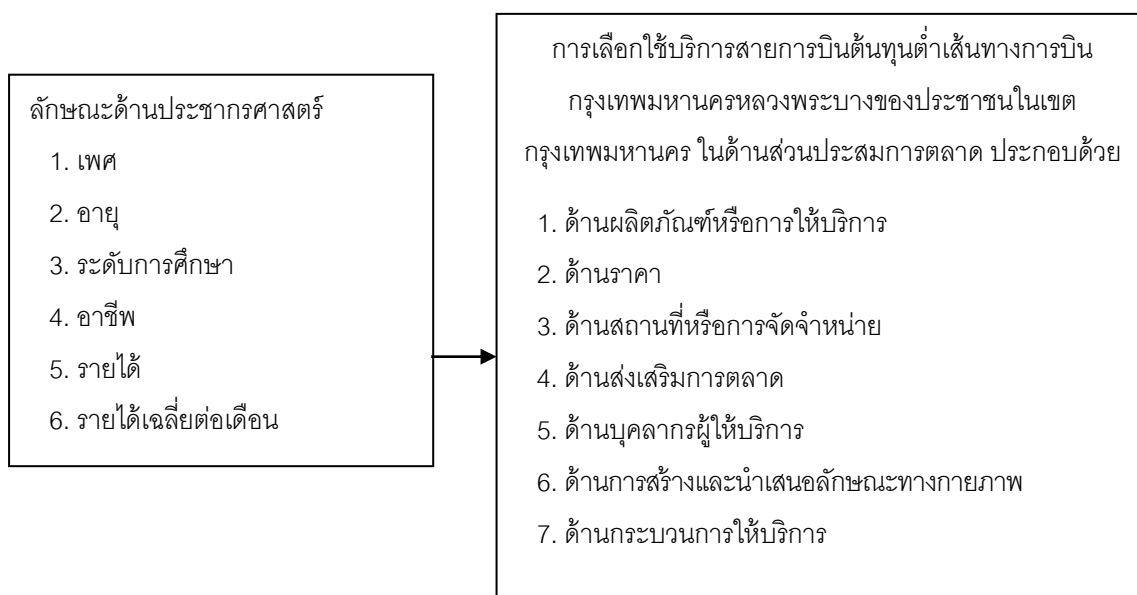
1. เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงคุณภาพในการบริการต่อผู้โดยสารที่จะไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง ประเทศลาว โดยเครื่องบิน
2. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการสายการบินในการปรับปรุง พัฒนา แก้ไขการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “ ปัจจัยที่สำคัญในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพมหานคร-หลวงพระบาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประสมการตลาด ” ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพ-หลวงพระบางของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประสมการตลาด เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ด้วยสูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (Infinite Population)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของยามานะ (Yamane, 1967) ด้วยการใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบความสะดวก (Convenience sampling) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อสำรวจข้อมูล ผู้วิจัยเพิ่มแบบสอบถามประมาณ 15 ตัวอย่างรวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{E^2}$$

โดยกำหนดให้

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
E	แทน	สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้
Z	แทน	ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความมั่นใจ 95% (ระดับ .05)
P	แทน	ค่าระดับความน่าจะเป็นของประชากร

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 384.16 หรือประมาณ 385 ตัวอย่าง โดยกำหนดความผิดพลาดไม่เกิน 5% ด้วยความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง ผู้วิจัยเก็บเพิ่มอีก 15 ตัวอย่าง รวมเป็น 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการศึกษาและสร้างรูปแบบปัจจัยที่สำคัญในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพ-หลวงพระบางของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประสมการตลาด โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยเพื่อแสดงกระบวนการในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

1. วางแผนการวิจัย โดยระบุวัตถุประสงค์ของการวิจัย การกำหนดกรอบแนวคิดของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพ-หลวงพระบาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประสมการตลาด การเตรียมเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ตลอดจนการวางแผนในการวิเคราะห์ข้อมูลที่จะได้จากการวิจัย

2. ศึกษาเอกสาร ผลการวิจัย และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพ-หลวงพระบาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประสมการตลาด แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิด และทฤษฎีผู้บริโภคและการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพ-หลวงพระบาง ของผู้บริโภค รวมถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด

3. เก็บรวบรวมข้อมูลทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ได้แก่ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับปัจจัยที่สำคัญในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพ-หลวงพระบาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประสมการตลาดแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดและทฤษฎีผู้บริโภคและการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ รวมถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด

4. การสร้างเครื่องมือสำหรับการวิจัย ได้แก่ เครื่องมือที่เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่าง ในประเด็นที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการของพนักงาน และด้านภาพลักษณ์องค์กร

5. เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนดไว้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

6. กำหนดขอบเขตในส่วนเนื้อหาของคำถามเพื่อให้ครอบคลุมตัวแปรต่าง ๆ ที่จะทำการศึกษา

7. สร้างแบบสอบถามโดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้สอบถามผู้บริโภคซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่สำคัญในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพหลวงพระบาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการของพนักงาน และด้านภาพลักษณ์องค์กร โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับเป็นมาตรวัดลักษณะของข้อความ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและ/หรือข้อเสนอแนะอื่นๆ

8. การประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างแล้วสรุปผลการศึกษาวิจัยที่จะนำไปสู่ปัจจัยการที่สำคัญในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพหลวงพระบาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประสมการตลาด

9. นำเสนอร่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพ-หลวงพระบาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประสมการตลาด

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบค่า t-test และ F test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.50 ในกรณีพบว่า ค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ทดสอบมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference)

3. วิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของการเสนอแนะและ/หรือความเห็นอื่น ๆ ในรูปแบบของสรุปรายงาน

ผลการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพ-หลวงพระบาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.260	2	2.630	47.660	.154
	ภายในกลุ่ม	21.909	397	.055		
	รวม	27.169	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	17.944	2	8.972	404.814	.163
	ภายในกลุ่ม	8.799	397	.022		
	รวม	26.742	399			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	34.268	2	17.134	70.982	.076
	ภายในกลุ่ม	95.831	397	.241		
	รวม	130.099	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	13.357	2	6.678	27.666	.095
	ภายในกลุ่ม	95.831	397	.241		
	รวม	109.188	399			

ตาราง 1 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพ-หลวงพระบาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	46.487	2	23.243	2140.132	.187
	ภายในกลุ่ม	4.312	397	.011		
	รวม	50.799	399			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	16.780	2	8.390	62.152	.152
	ภายในกลุ่ม	53.590	397	.135		
	รวม	70.369	399			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.986	2	.493	5.244	.056
	ภายในกลุ่ม	37.307	397	.094		
	รวม	38.292	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5.480	2	2.740	420.382	.090
	ภายในกลุ่ม	2.588	397	.007		
	รวม	8.068	399			

จากตาราง 1 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่ส่งผลต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพ-หลวงพระบาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด ทุกด้าน

สรุปผลการวิจัย

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.80 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.80 ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.20 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.20 และเป็นกลุ่มนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 37.20

อภิปรายผล

การอภิปรายผลปัจจัยที่สำคัญในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพมหานคร หลวงพระบาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญการให้บริการเส้นทางการบินที่มากมีหลายเที่ยวบินต่อวัน มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินระหว่างประเทศ ของ ปรัชญพัชร วันอุทา (2555) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำมีการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดอยู่ในระดับมาก

2. ด้านราคา โดยภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อราคาบัตรโดยสารเส้นทางการบินภายในประเทศ อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อตั๋วของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ ของ วราภรณ์ เอื้อการณ (2553) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำให้ความสำคัญต่อส่วนประกอบการตลาดด้านราคามากที่สุด
3. ด้านสถานที่ โดยภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อสถานที่จอดรถของผู้โดยสารเพียงพอต่อความต้องการ อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทย ของ กันธิศา อินทประวัตติ (2556) เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับสถานที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอต่อปริมาณของผู้โดยสาร อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการใช้แคมเปญโซเชียลมีเดียเพื่อแลกของรางวัล อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับศึกษาความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ ของ อินทิรา จันทรัฐ (2552) เนื่องจากผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมทางการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด
5. ด้านบุคลากร โดยภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อพนักงานแต่งกายและพูดจาสุภาพเรียบร้อย อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ของ มณีนรัตน์ รัตนพันธ์ (2559) พบว่า ผู้ใช้บริการสายการบินให้ความสำคัญต่อส่วนประกอบการตลาดด้านราคามาก
6. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการให้บริการอินเทอร์เน็ตบนเที่ยวบิน อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาวินัยความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารกับการบริการสายการบิน ของ กรรณภัทร กันแก้ว (2555) เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกบนเครื่องบินมาก
7. ด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อความสะดวกต่อการซื้อบัตรโดยสาร อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวินัยความคาดหวังของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ ของ พิระยุทธ คุ่มศักดิ์ (2555) ที่ได้ให้ความหมายด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ว่า เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่สำคัญในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพมหานครหลวงพระบาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประกอบทางการตลาด เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปประกอบการวางแผนในการพัฒนาการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพมหานครหลวงพระบาง เพื่อปรับปรุง ส่งเสริม และพัฒนาการบริการที่มีคุณภาพของสายการบินต้นทุนต่ำ ต่อไป ข้อมูลที่ได้จากการสรุปผลการวิจัย สามารถนำมาเสนอแนะได้ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ควรให้ความสำคัญที่สุดเกี่ยวกับชื่อเสียงของสายการบินที่ยังไม่เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยม ควรมีการโฆษณาให้มากขึ้น เช่นการโฆษณาผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์

2. ปัจจัยด้านราคา ควรมีราคาการให้บริการที่หลากหลายเพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกใช้บริการได้มากขึ้น
3. ปัจจัยด้านสถานที่ ควรให้ความสำคัญกับสถานที่จอดรถให้เพียงพอแก่ผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการ
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ควรให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดรูปแบบต่าง ๆ เช่น ส่วนลดบัตรโดยสารทั้งขาไปและขากลับ
5. ปัจจัยด้านบุคลากร ควรให้ความสำคัญกับการแต่งกายความสุภาพเรียบร้อยและความสะอาดของผู้ให้บริการ
6. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำให้มากกว่านี้
7. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ควรให้ความสำคัญกับการบริการเสริม เช่น ขั้นตอนการเช็คอินหน้าเคาเตอร์ให้เพิ่มน้ำหนักของสัมภาระเป็น 30 กิโลกรัม

ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่สำคัญในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพ-หลวงพระบาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านส่วนประสมการตลาดเท่านั้น ผู้สนใจควรทำการศึกษาประชากรที่ใช้บริการในจังหวัดอื่นๆ ตามภูมิภาคของประเทศ เพื่อนำมาเปรียบเทียบและจัดกระบวนการให้บริการให้ตามความต้องการของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ
2. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะปัจจัยที่สำคัญในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบินกรุงเทพ-หลวงพระบาง ซึ่งถูกกำหนดขอบเขตที่ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และการใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำในด้านส่วนประสมการตลาด จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเฉพาะด้านให้ละเอียดลึกซึ้งไปอีก เช่น ปัจจัยอื่นๆ เปรียบเทียบกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดของผู้จัดจำหน่าย และความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

- กรรณภัทร กันแก้ว. (2555). **ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารกับการบริการสายการบิน**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- กันธิศา อินทประวัติ. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทย**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2551). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- คอตเลอร์. (1997: 611-630). **คุณสมบัติที่สำคัญของราคา**. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- คอตเลอร์. (2000: 14). **ส่วนประสมทางการตลาดต่อความตั้งใจซื้อและบริการ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- คอตเลอร์. (2003: 16). **การจัดการด้านการตลาด**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- คอตเลอร์, และ อาร์มสตรอง. (2001: 9). **ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ**. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2560.
- ชิพแมน, และ คานุก. (2003). **ทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.
- บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ. (2558). **คู่มือการจัดทำวิทยานิพนธ์ และสารนิพนธ์ ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 5**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.

เบลล์. (2001: 9). **ความพึงพอใจของลูกค้า**. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2560.

ปรัชญพัชร วันอุทา. (2555). **การตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินระหว่างประเทศ**. นครพนม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนครพนม.

พีระยุทธ คุ่มศักดิ์. (2555). **ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.

วราภรณ์ เอื้อการณ. (2553). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.

ศุภร เสรีรัตน์. (2550: 49). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ.อาร์ บิสิเนสเพรส จำกัด.

สุทมาศ จันทธาวร. (2556: 623). **การตัดสินใจ (Decision)**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อินทิรา จันทรัฐ. (2552). **ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เอ็ดเซล, วอลเกอร์, สแตนตัน. (2001: 3). **ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด**. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2560.

เอ็ดเซล, วอลเกอร์, สแตนตัน. (2001: 7). **ความพึงพอใจลูกค้า**. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2560.

ฮันนา, วอชเนียค. (2001). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.

Blackwell, Miniard, Engel. (2006: 735). **The Development and Change**. Oxford OX4 2DQ, UK: Blackwell Publishing.

Blackwell, และ et al. (2001: 6). **Brands and consumer behavior**. Oxford OX4 2DQ , UK: Blackwell Publishing.

Edelman, และ Mandle. (1986). **Experiential canalization of behavioral development**. New York: American Psychological Association.

Schiffman, และ Kanuk. (1987). **Consumer behaviour theory**. Oxford OX3 0BP, UK: Oxford Brookes University.

Schiffman, และ Leslie. (1994: 8). **Influence of New Media on Travel Decision Making**. Oxford OX3 0BP, UK: Oxford Brookes University.

Solomon. (1996: 7). **Consumer decision -making models within the discipline**. South Korea: Kyungnam University.

Solomon. (2002: 528). **Relationship of Consumer attitude and brand**. Lithuania: Kaunas University.

Solomon. (2002: 623). **Brand equity , Brand loyalty and consumer satisfaction**. South Korea: Kyungnam University.

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

NBUS0037: การค้างชำระสินเชื่อเคหะของลูกค้า ธนาคารออมสิน เขตมีนบุรี

OVERDUE CUSTOMER HOUSING LOANS OF GOVERNMENT SAVINGS BANK IN MIN BURI

จักรพงษ์ คำคำ¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์²

¹ นักศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² สำนักวิจัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลูกหนี้ของธนาคารออมสินทั้ง 9 สาขา รวมทั้งศึกษาปัญหาและสาเหตุของการค้างชำระ วิธีการศึกษาได้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกหนี้ค้างชำระสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสินเขตมีนบุรี ทั้ง 9 สาขา จำนวน 10 คน โดยใช้สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้สินเชื่อ 6Cs และ 5 Ps รวมทั้งปัจจัยทั้งภายนอกและภายในที่ส่งผลต่อหนี้ค้างชำระ ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องคือ การศึกษาสาเหตุในการค้างชำระของลูกหนี้แต่ละรายว่าเกิดจากปัญหาและสาเหตุใด เพื่อให้ธนาคารนำผลงานวิจัยดังกล่าวไปสร้างแนวทางในการป้องกันหนี้ค้างชำระรวมทั้งสร้างวิธีการแก้ไข

ผลการวิจัย พบว่า

การค้างชำระเกิดจากปัจจัยภายนอก เช่น ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว การลดจำนวนแรงงาน ปัญหาภัยพิบัติทางธรรมชาติ การค้างชำระเกิดจากธนาคารหรือเจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อของธนาคารเอง คือ การประเมินราคาที่สูงกว่าราคาตามท้องตลาด การวิเคราะห์รายได้ของผู้กู้ หรือความสามารถในการชำระหนี้คืนของผู้กู้ที่คลาดเคลื่อนจากข้อเท็จจริง การค้างชำระที่เกิดจากตัวลูกหนี้เอง คือการที่ลูกหนี้มีเจตนาไม่ชำระหนี้ หรือมีเจตนาซื้อทรัพย์สินเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ที่ไม่ใช่การอยู่อาศัยซึ่งขัดกับวัตถุประสงค์ของสินเชื่อเคหะ

คำสำคัญ: การค้างชำระ, สินเชื่อ, ธนาคารออมสิน

Abstract

This research is to study general about the debtors who are customer in Government Savings Bank 's 9 branch include problem and cause about delinquency. The method of study was to study from a group of 10 debtors whose had outstanding housing loans with the Government Savings Bank of Min Buri District. The information will interviewed from staff who grant a loan about 6Cs and 5 Ps, as well as external and internal factors affect Overdue debt. The relevant key points are to study the cause of the delinquency of each debtor, what is the causes and problems In order for the bank to use the research for creating guidelines to prevented outstanding debt and create methods of solving.

The research finding.

The result of the research shows that arrears are caused by external factors such as the economic slowdown. Reducing labor Natural disaster. Moreover, The problem happened from staff who grant a loan. They estimate land that it is higher than market price. Income analysis of borrowers or the ability to

repay the debt of the borrower that is incorrect from the facts arrears arising from the debtor himself Is that the debtor has an intention to not pay the debt or with the intention to buy property for non-residential use which is contrary to the purpose of housing loans.

Keywords: Trade settlements, Loans, government saving bank.

บทนำ

ธนาคารออมสิน ถือกำเนิดโดยพระราชประสงค์ของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้า เจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 6 ที่ทรงตระหนักถึงความสำคัญของการเก็บรักษาทรัพย์ให้ปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย โดยทรงตราพระราชบัญญัติจัดตั้งคลังออมสินขึ้น เมื่อวันที่ 1 เมษายน พุทธศักราช 2456 ด้วยพระราชปณิธานที่จะให้คลังออมสินเป็นที่เก็บรักษาทรัพย์สินอย่างปลอดภัย และฝึกฝนให้ราษฎรรู้จักเก็บออมทรัพย์อย่างถูกวิธี ซึ่งคลังออมสินได้ยืนหยัดในการทำหน้าที่นี้ตลอดมา โดยได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระมหากษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรีทุกพระองค์ และอีกหนึ่งหน้าประวัติศาสตร์ที่จารึกไว้ นั่นคือใน พ.ศ. 2489 พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพล อดุลยเดช ได้ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ยกฐานะคลังออมสินขึ้นเป็นธนาคารออมสิน โดยทรงตราพระราชบัญญัติธนาคารออมสินขึ้น เพื่อบริการกับความก้าวหน้าของกิจการคลังออมสิน และเปิดดำเนินการในรูปแบบธนาคารตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2490 และในปี พ.ศ. 2509 ยังทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ เสด็จพระราชดำเนินมาทรงเปิดพระบรมราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 และเปิดอาคารสำนักงานใหญ่ธนาคารออมสิน ถนนพหลโยธิน ซึ่งนับเป็นพระมหากรุณาธิคุณอย่างหาที่สุดมิได้ อันยังความปลาบปลื้มเป็นล้นพ้นเปรียบเสมือนพลังและแรงใจในการทำงานของชาวธนาคารออมสินในการทำหน้าที่สถาบันการเงิน

สำหรับกรอบทิศทางการดำเนินธุรกิจของธนาคารในปี 2560-2564 ธนาคารเน้นขับเคลื่อนภารกิจ เพื่อมุ่งสู่ GSB New ERA : Digi-Thai Banking “Digital for all Thais” ต่อเนื่องจาก Digital Transformation ในปีก่อน โดยยังคงมุ่งมั่นในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรม มาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน ตลอดจนช่องทางการให้บริการ โดยเฉพาะลูกค้ารายย่อยและฐานรากได้ใช้อย่างสะดวกสบาย เข้าถึงง่ายและปลอดภัย พร้อมสร้างความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และ บริการ ให้ความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) เพื่อให้ลูกค้ามีความพร้อมในการใช้บริการ ตลอดจนการสร้างโอกาสในการเข้าถึง แหล่งเงินทุนและบริการทางการเงิน การแก้ไขปัญหาหนี้สิน การส่งเสริมการออม การสร้างวินัยทางการเงินให้แก่เยาวชนและประชาชน การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน สามารถพึ่งพาตนเองได้ และการสนับสนุนการดำเนินโครงการตามนโยบายรัฐอย่างต่อเนื่อง โดยน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการบริหาร โดยมุ่งเน้นการขับเคลื่อนภารกิจให้เป็นไปตามกรอบทิศทางการดำเนินงานที่มุ่งสู่การเป็น Digi-Thai Banking และสอดคล้องกับนโยบายของ ภาครัฐ ดังนี้

1. ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางการเงิน (Financial Strengthening) โดยการบริหารเงินกองทุนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมสามารถรองรับการขยายธุรกิจและภารกิจหลักของธนาคารได้อย่างต่อเนื่อง บริหารสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินให้มีสภาพคล่อง อัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงในระดับที่เหมาะสม พร้อมบริหารจัดการ สินทรัพย์ด้วยคุณภาพและกันเงินสำรองให้เพียงพอตามเกณฑ์ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด

2. ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) โดยการพัฒนาองค์กรและสังคมให้ยั่งยืน ภายใต้แนวคิด “ออมสินสร้างโลกสีเขียว” ตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) ของสหประชาชาติ ผ่านเป้าหมายการออมใน 3 ด้าน คือ ออมเศรษฐกิจ ออมสังคม และออมสิ่งแวดล้อม

3. ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ บริการ และการตลาดที่ตอบสนองและทันต่อการเปลี่ยนแปลง ของเทคโนโลยี พฤติกรรม และการแข่งขันในยุคดิจิทัล (Product and Marketing) โดยการยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) เพื่อตอบสนองทั้ง 3 กลุ่มลูกค้า คือ กลุ่มลูกค้าบุคคล กลุ่มลูกค้าฐานราก และกลุ่มลูกค้าธุรกิจ และภาครัฐ ด้วยการนำเทคโนโลยีที่แปลกใหม่ ทันสมัยมาพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน (Product Innovation & Fintech)

4. ด้านคุณภาพการให้บริการที่เป็นเลิศ (Service Excellence) โดยยกระดับคุณภาพการให้บริการและช่องทางบริการที่หลากหลายให้ครอบคลุม เข้าถึงง่าย และสอดคล้องกับพฤติกรรมของ ลูกค้าแต่ละกลุ่ม ทั้งช่องทางในรูปแบบเดิม และช่องทางแบบ Digital Touch Point พร้อมปรับปรุงกระบวนการให้บริการให้ลูกค้าให้มีมาตรฐาน เพื่อสร้างความพึงพอใจและความผูกพันให้กับลูกค้ารวมถึงสร้างประสบการณ์ที่ดี (Customer Experience) แก่ลูกค้า

5. ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Fundamental Capabilities) โดยยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการองค์กร และปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้มีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น ทั้งการพัฒนา ปรับปรุงฐานข้อมูล งานวิจัยเพื่อการพัฒนา การบริหารจัดการและพัฒนาทรัพยากรบุคคลอย่างเป็นระบบ การปรับปรุงกระบวนการและ ระบบงานภายใน ควบคู่กับการเสริมสร้างศักยภาพของระบบงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความปลอดภัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพใน การบริหารจัดการและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร รองรับทิศทางการดำเนินงานของธนาคาร แบบยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) ไปสู่ GSB New ERA : Digi-Thai Banking “Digital for all Thais”

จากการดูผลการดำเนินงานของธนาคารออมสิน ตามตารางข้อมูลทางการเงินของธนาคาร ย้อนหลัง 5 ปี จะเห็นได้ว่า ตั้งแต่ปี 2557 – 2562 การเพิ่มขึ้นของภาระหนี้จำนวนมาก โดยเฉพาะในปี 2560 เพิ่มขึ้นสูงถึง 8,042 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นอีกในปี 2559 ก่อนจะมีการลดลง กลับมาอยู่ที่ 4,184 ล้านบาท ในปี 2560 (ตามตารางข้อมูลด้านการเงินของธนาคาร)

ตาราง 1 ข้อมูลด้านการเงินของธนาคาร

ข้อมูลสำคัญทางการเงิน					หน่วย: ล้าน	
					บาท	
จุดเด่นในรอบ 5 ปี	2556	2557	2558	2559	2560	เปลี่ยน (% yoy)
งบกำไรขาดทุน						
รายได้ดอกเบี้ย	105,620	106,955	103,815	104,335	104,302	0
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	51,713	51,301	45,749	44,087	46,418	5.3
รายได้ดอกเบี้ยสุทธิ	53,907	55,654	58,066	60,248	57,884	-3.9

ตาราง 1 ข้อมูลด้านการเงินของธนาคาร (ต่อ)

ข้อมูลสำคัญทางการเงิน						หน่วย: ล้าน บาท
จุดเด่นในรอบ 5 ปี	2556	2557	2558	2559	2560	เปลี่ยน (% yoy)
รายได้ค่าธรรมเนียมและบริการสุทธิ	3,741	4,008	4,590	4,780	5,701	19.3
รายได้จากการดำเนินงานอื่น	2,636	1,319	3,070	3,242	3,747	15.6
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานอื่น	33,908	36,062	34,985	32,776	31,938	-2.6
กำไรจากการดำเนินงาน	26,376	26,919	30,741	35,494	35,394	-0.3
หนี้สูญ สงสัยจะสูญ และขาดทุนจากการด้อยค่าและปรับโครงสร้างหนี้	4,467	4,688	8,042	9,548	4,184	-56.2
กำไรสุทธิ	21,909	22,231	22,699	25,946	31,210	20.3
กำไร(ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่นสุทธิ	-4,948	-603	-1,437	5629	16,894	200.1
กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จรวม	16,961	21,628	21,262	31,575	48,104	52.3
งบดุล						
สินทรัพย์รวม	2,176,901	2,259,016	2,400,468	2,509,588	2,663,828	6.1
เงินทุนในหลักทรัพย์สุทธิ	250,633	268,815	246,127	283,604	237,395	-16.3
เงินให้สินเชื่อ	1,678,309	1,802,971	1,919,659	1,901,851	2,014,123	5.9
หนี้สินรวม	2,040,042	2,111,917	2,248,713	2,339,181	2,461,939	5.2
เงินรับฝาก และตราสารหนี้ที่ออกและเงินให้กู้ยืม	1,879,425	1,952,504	2,082,706	2,159,136	2,256,312	4.5
ส่วนของทุน	136,859	147,099	151,755	170,407	201,889	18.5

ในปี 2560 ธนาคารออมสินยังคงมุ่งมั่นที่จะดำเนินงานเพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ในการผู้นำในการส่งเสริมการออม เพื่อพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน และเสริมสร้างความสุข และอนาคตที่มั่นคงของประชาชน ตามวิสัยทัศน์ของธนาคาร(พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2564) โดยมีผลการดำเนินงาน ณ 31 ธันวาคม 2560 มีสินทรัพย์รวม 2,663,828 ล้านบาท

บาท เงินฝากและตราสารหนี้ที่ออก 2,256,312 ล้านบาท สินเชื่อ 2,014,123 ล้านบาท เงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยงทั้งสิ้น ร้อยละ 12.76 มีสาขาทั่วประเทศไทย จำนวน 1,059 สาขา

ผลการดำเนินงานตามนโยบายที่สำคัญในปี 2560

1. โครงการสินเชื่อ GSB SEMs START UP เริ่มเมื่อ 30 มีนาคม 2559 วงเงิน 2,000 ล้านบาท ยอดอนุมัติสะสม 817 ราย จำนวนเงิน 2,814 ล้านบาท
2. โครงการบ้านประชารัฐ วงเงินรวม 20,000 ล้านบาท เริ่มลงทะเบียน 22 มีนาคม 2559 เป็นต้นไป ไม่เกิน 2 ปี
3. โครงการสินเชื่อประชารัฐเพื่อประชาชน ระยะเวลาดำเนินการยื่นขอสินเชื่อ ภายใน 31 มีนาคม 2560 วงเงินรวม 4,000 ล้านบาท ยอดอนุมัติสะสม 4,997 ล้านบาท
4. การปรับแผนโครงสร้างการบริหารบุคคลภายในองค์กรซึ่งเกี่ยวกับการจัดตั้งศูนย์ควบคุมและบริหารหนี้ จำนวน 80 ศูนย์ ในปี 2561 เพื่อแบ่งการทำงานออกไป

จากปริมาณการให้สินเชื่อของธนาคารออมสินที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปีส่งผลให้โอกาสที่จะเป็นหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) เพิ่มขึ้นเช่นกัน ซึ่งจะเห็นได้ว่าปริมาณหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของสินเชื่อรวมทุกประเภทของธนาคารออมสิน มีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นในแต่ละปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 - 2560 ทั้งนี้ อาจเกิดจากนโยบายการให้สินเชื่อของทางธนาคารและกระบวนการพิจารณาสินเชื่อที่รวดเร็ว เพื่อที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ทำให้ขาดความระมัดระวังในการพิจารณาสินเชื่อ จึงทำให้สินเชื่อที่อนุมัติไปกลายเป็นหนี้ค้างชำระจนส่งผลกระทบต่อปริมาณหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้น การปล่อยสินเชื่อที่ด้อยคุณภาพในปริมาณมาก นอกจากจะส่งผลกระทบต่อทำให้เกิดปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) แล้วธนาคารยังต้องกันสำรองหนี้สงสัยจะสูญหรือค่าเผื่อนี้ส่งสงสัยจะสูญเพิ่มขึ้น ตามเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย ดังนั้น หากธนาคารมีการกำหนดสำรองหนี้สงสัยจะสูญเป็นจำนวนมากก็จะส่งผลกระทบต่อผลกำไรของธนาคาร จนผลการดำเนินงานของธนาคารขาดทุน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องและความมั่นคงของธนาคารได้

โดยผลการดำเนินการขอธนาคารออมสินตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 จนถึง พ.ศ. 2560 พบว่าธนาคารออมสินมีกำไรจากดอกเบี้ยที่เกิดจาก NPLs ดังนี้

พ.ศ. 2556 มีผลกำไรอยู่ประมาณ 4,000 ล้านบาท

พ.ศ. 2557 มีผลกำไรอยู่ประมาณ 4,000 ล้านบาท

พ.ศ. 2558 มีผลกำไรอยู่ประมาณ 8,000 ล้านบาท

พ.ศ. 2559 มีผลกำไรอยู่ประมาณ 9,000 ล้านบาท

พ.ศ. 2560 มีผลกำไรอยู่ประมาณ 4,000 ล้านบาท

โดยปี 2559 ธนาคารออมสิน เขตมินบุรี มีสินเชื่อเคหะและสินเชื่อที่เกี่ยวข้อง ที่ค้างชำระ จำนวน 153 บัญชี และในปี 2560 มีบัญชีค้างชำระเพิ่มขึ้นถึง 417 บัญชี ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 172.55 และมียอดเงินต้นจากปี 2559 จำนวน 112,878,828.86 ล้านบาท เป็น 194,546,267 ล้านบาทในปี 2560 และยังพบว่าจำนวนเงินต้นที่ค้างชำระ ในปี พ.ศ. 2559 มีจำนวนประมาณ 100 ล้านบาท แต่ในปี พ.ศ. 2560 เพิ่มมาเป็นจำนวน รว 190 ล้านบาท ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นประมาณ 1 เท่าตัว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของลูกหนี้และสาเหตุของการค้างชำระ สินเชื่อของธนาคารออมสินและการทำงานของด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน เขตมีนบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงสาเหตุที่ก่อให้เกิดปัญหาหนี้ค้างชำระ ของลูกค้าสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน เขตมีนบุรี
2. ทราบถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาหนี้ค้างชำระ ของลูกค้าสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน เขตมีนบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ คือลูกหนี้สินเชื่อที่ซื้อสังหาริมทรัพย์เป็นหลักประกัน ของธนาคาร ออมสิน เขตมีนบุรี ที่มีภาระหนี้กับธนาคาร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 จำนวน 133 ราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ ลูกหนี้สินเชื่อที่ซื้อสังหาริมทรัพย์เป็นหลักประกัน ของธนาคารออมสิน เขตมีนบุรี ที่มีภาระหนี้กับธนาคาร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

สำหรับสถานที่เลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่าง คือ ธนาคารออมสิน เขตมีนบุรี จำนวน 9 สาขา โดยใช้การลงพื้นที่สัมภาษณ์ จำนวน 10 ราย โดยจำนวนตามวงเงินกู้ 3 กลุ่ม คือ 1.ไม่เกิน 1 ล้านบาท 2.เกิน 1 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 3 ล้านบาท และ 3.เกิน 3 ล้านบาทขึ้นไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้มาจาก การสัมภาษณ์เชิงลึก กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 ราย โดยแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

1. ค้นคว้าจากตำรา เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการอนุมัติสินเชื่อ , เงื่อนไขการอนุมัติสินเชื่อของธนาคารออมสิน

2. สร้างแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาหนี้ค้างชำระของสินเชื่อเคหะ ของธนาคารออมสิน เขตมีนบุรี จำนวน 9 สาขา โดยกำหนดให้เนื้อหาแนวคิดตรงกับวัตถุประสงค์สำหรับงานวิจัย

ขั้นตอนการสัมภาษณ์เชิงลึก

1. กำหนดขอบเขตและประเด็นในการตั้งคำถามในเรื่องการค้างชำระสินเชื่อเคหะ ของธนาคารออมสิน เขตมีนบุรี ตามกรอบแนวคิดและงานวิจัย พร้อมทั้งลงพื้นที่ ที่ลูกค้าพักอาศัยหรือการโทรติดตามสอบถามจากหมายเลขโทรศัพท์ที่ระบุไว้ในระบบงาน ของธนาคารออมสิน

2. แจกแจงมุ่งหมายของงานวิจัยครั้งนี้ให้กับผู้ถูกสัมภาษณ์เพื่อให้เข้าใจประเด็นคำถาม และแจ้งให้ทราบถึงการนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในงานวิจัยโดยผู้วิจัย จะปกปิด รายชื่อของผู้ถูกสัมภาษณ์เพื่อไม่ให้กระทบสิทธิของผู้ถูกสัมภาษณ์

เครื่องมือวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลจาก แบบสัมภาษณ์ ที่เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล เป็นแบบวิจัยที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยกำหนดกรอบแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาปรับปรุง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้มีรายละเอียด จากการสัมภาษณ์ ลูกหนี้ค้างชำระสินเชื่อเคหะ ของ ธนาคารออมสิน เขตมีนบุรี จำนวน 9 สาขา จำนวน 10 ราย โดยสัมภาษณ์ถึงปัจจัยทั่วไปของลูกหนี้ เช่น รายได้ สถานะ การศึกษา อาชีพและสาเหตุของการค้างชำระสินเชื่อเคหะ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติพรรณนา เพื่อบรรยายตัวแปรตามลักษณะข้อมูล

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาค้างชำระสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน สาขามีนบุรี จากการสัมภาษณ์ ลูกหนี้จำนวน 10 คน โดยมีการแบ่งกลุ่มใน การสัมภาษณ์เป็น 3 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 คือ ปัญหา เกิดจากปัจจัยภายนอก

กลุ่มที่ 2 คือ ปัญหา เกิดจากปัจจัยภายในธนาคารหรือเจ้าหน้าที่ธนาคาร

กลุ่มที่ 3 คือ ปัญหา เกิดจากปัจจัยที่เกิดจากตัวลูกหนี้เอง

กลุ่มที่ 1 ปัญหาเกิดจากปัจจัยภายนอก เช่น ปัญหาภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ การปลดหรือลดจำนวนคนงานอื่น ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นกับลูกหนี้และไม่สามารถเตรียมตัวในการรับมือได้ ซึ่งเป็นปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมทั้งในส่วนของตัวลูกหนี้ ธนาคาร เจ้าหน้าที่ธนาคาร เนื่องจากปัจจัยภายนอกดังกล่าวเกี่ยวข้องกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศหรือของโลก ความต้องการด้านแรงงาน หรือธุรกิจที่ไม่ได้มีการปรับตัวให้ทันกับโลกการที่เปลี่ยนแปลงไป

กรณี นายศรีคุณ (นามสมมติ) ที่ได้ค้ำประกันสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ให้เพื่อน และเพื่อของนายศรีคุณ (นามสมมติ) มิได้ชำระตามเงื่อนไขจนส่งผลให้เข้าหนี้ภายนอกยึดทรัพย์จำนองธนาคารออมสิน

กรณี นางสาวมนสิชา (นามสมมติ) ธนาคารมีการใช้ราคาซื้อขายตั้งเป็นวงเงินกู้โดยมิได้มีการประเมินราคาใหม่ ซึ่งทำให้ธนาคารมีความเสี่ยงเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งการกู้เงินธนาคารควรจะต้องบังคับให้ทำประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อ แต่รายดังกล่าวกลับมิได้ทำประกันดังกล่าวไว้

กรณี นางสาวธัญวลัย พบว่าปัจจัยที่เกิดขึ้นนี้ค้างชำระเกิดจากธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ที่ไม่ได้มีการปรับตัวทางธุรกิจ ส่งผลให้ไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจเดียวกันได้

กลุ่มที่ 2 คือ ปัญหา เกิดจากการวิเคราะห์สินเชื่อ หรือประเมินราคาของ ธนาคาร คือการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อโดยนำรายได้ที่มีรายได้ประจำมาใช้วิเคราะห์ความสามารถของผู้กู้ ทำให้ผู้กู้มีความสามารถเกินข้อเท็จจริง เพราะรายได้ที่มีรายได้ประจำเช่น โอที หรือ ค่าคอมมิชชั่น นั้นเป็นรายได้ที่ไม่แน่นอน หากนำมาพิจารณา ย่อมจะไม่ได้รายได้ที่แท้จริงของผู้กู้ หรือกระทั่งการตรวจสอบการอนุมัติว่าได้ดำเนินการตามวัตถุประสงค์ขณะกู้หรือไม่ โดยวัตถุประสงค์การขอสินเชื่อเคหะ ก็คือการขอซื้อที่อยู่อาศัยดังนั้นการอนุมัติ ต้องเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยเท่านั้นหากไปซื้อเพื่อลงทุนหรือเก็งกำไรหรือต้องการหาส่วนต่างจากการกู้ ก็ย่อมไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ อีกทั้งประสพประการณ์ของผู้วิเคราะห์สินเชื่อก็มีส่วนสำคัญในการพิจารณา เนื่องจากบางกรณีจะพบว่าเอกสารรายได้ของผู้กู้ไม่สอดคล้องกับข้อเท็จจริง เช่น

กรณี นางสาวดวงพร (นามสมมติ) พบว่าปัจจัยที่ก่อให้เกิดนี้ค้างชำระมาจาก การวิเคราะห์สินเชื่อที่คลาดเคลื่อนจากข้อเท็จจริง เนื่องจาก ผู้กู้มีเงินเดือน ถึง 70,000 บาท ทั้งที่อายุเพียง 21 ปีเท่านั้น

กรณี นางสาวกฤษฎกร (นามสมมติ) พบว่าปัจจัยที่ก่อให้เกิดหนี้ค้างชำระมาจาก การวิเคราะห์สินเชื่อ ที่มีการอนุมัติสินเชื่อบุคคลอื่น ๆ ภายหลังจากได้รับอนุมัติสินเชื่อเคหะไปแล้ว

กรณี นายจิรการณ (นามสมมติ) มีการนำรายได้อื่น ๆ ซึ่งเป็นรายได้ที่ไม่แน่นอนมาคำนวณเพื่อให้สามารถกู้ได้ตามวงเงินที่ผู้กู้ต้องการ ซึ่งหากธนาคารพิจารณาตามฐานเงินเดือนเพียงอย่างเดียวย่อมไม่สามารถที่จะอนุมัติสินเชื่อได้

กรณี นางสาวธัญวลัย (นามสมมติ) หากเจ้าหน้าที่ธนาคารพิจารณาอย่างรอบครอบจะพบว่าการที่ผู้กู้ซื้อทรัพย์สินที่อยู่ต่างพื้นที่และต่างจากภูมิลำเนา นั้นย่อมแสดงให้เห็นว่ามีได้มีเจตนาเพื่อเข้าอยู่อาศัยตามวัตถุประสงค์ของสินเชื่อเคหะ แต่ต้องการต้องทรัพย์สินแปลงดังกล่าวไปทำประโยชน์อย่างอื่น เช่น นำไปปล่อยเช่า หรือ ซื้อเพื่อต้องการเงินส่วนต่าง หรือ ต้องการเก็งกำไร

นางสาวณัฐพิรา (นามสมมติ) หากเจ้าหน้าที่ธนาคารพิจารณาอย่างรอบครอบจะพบว่าการที่ผู้กู้ซื้อทรัพย์สินที่อยู่ต่างพื้นที่และต่างจากภูมิลำเนา นั้นย่อมแสดงให้เห็นว่ามีได้มีเจตนาเพื่อเข้าอยู่อาศัยตามวัตถุประสงค์ของสินเชื่อเคหะ แต่ต้องการต้องทรัพย์สินแปลงดังกล่าวไปทำประโยชน์อย่างอื่น เช่น นำไปปล่อยเช่า หรือ ซื้อเพื่อต้องการเงินส่วนต่าง หรือ ต้องการเก็งกำไร

กลุ่มที่ 3 คือ ปัญหาเกิดจาก ตัวลูกหนี้เอง จะเห็นได้ว่าปัญหานี้เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากตัวของลูกหนี้เอง เช่น มีเจตนาที่จะไม่ชำระหนี้คืนแก่ธนาคาร หรือ การไปก่อภาระหนี้อื่น ๆ เพิ่มเติมภายหลังจากได้รับการอนุมัติสินเชื่อเคหะไปแล้ว การลาออกจากงาน เป็นต้น

กรณี นายวสันต์ (นามสมมติ) ได้ลาออกจากงาน เพื่อหนีปัญหาหนี้สินทั้งในและนอกระบบ

กรณี ศรัศุณ (นามสมมติ) นำรายได้ไปประกันตัวบุตรชายที่ถูกจับกุม

กรณี นางสาวดวงพร (นามสมมติ) มียินให้บุคคลอื่นนำชื่อและเอกสารส่วนตัวไปใช้ขอกู้

กรณี นางสาวกฤษฎกร (นามสมมติ) มีการขอสินเชื่อบุคคลภายหลังจากที่ได้อนุมัติสินเชื่อเคหะไปแล้ว รวมทั้งยังมีการกู้สินเชื่อกับสหกรณ์ของหน่วยงานที่ทำงานเพิ่มเติมอีกด้วย

กรณี นายกฤษฎา (นามสมมติ) มีเจตนาที่จะไม่ชำระหนี้ตั้งแต่นั้น รวมทั้งมรเจตนาที่จะนำเงินส่วนต่างจากการกู้ไปลงทุนในธุรกิจ

กรณี นางสาวมนสิชา (นามสมมติ) กับนายวรวิทย์ (นามสมมติ) เกิดจากการที่ นางสาวมนสิชา (นามสมมติ) มิได้ยินยอมทำประกันค้ำครองวงเงินกู้ กรณีผู้กู้เสียชีวิต

กรณี นายสิทธิศักดิ์ (นามสมมติ) เกิดจากปัญหาหย่าร้าง

กรณี นายจิรการณ (นามสมมติ) มรเจตนา ที่จะนำทรัพย์สินหลักประกันไปปล่อยเช่า

กรณี นางสาวธัญวลัย (นามสมมติ) เจตนาที่ซื้อทรัพย์สินนั้นก็เพื่อนำไปปล่อยเช่าและต้องการเงินส่วนต่างที่เหลือจากการซื้อขายไปหมุนเวียนในธุรกิจ ซึ่งมีได้มีเจตนาที่จะเข้าอยู่ในหลักประกัน อีกทั้งยังได้รับการอนุมัติสินเชื่อเคหะอื่นๆ ภายหลังจากที่ได้รับการอนุมัติครั้งแรกไปแล้ว ในระยะเวลาใกล้เคียง

กรณีนางสาวณัฐพิรา (นามสมมติ) เจตนาที่ซื้อทรัพย์สินนั้นก็เพื่อนำไปปล่อยเช่าและต้องการเงินส่วนต่างที่เหลือจากการซื้อขายไปหมุนเวียนในธุรกิจ ซึ่งมีได้มีเจตนาที่จะเข้าอยู่ในหลักประกัน

โดยจะพบว่า ปัจจัยส่วนใหญ่ที่ก่อให้เกิดปัญหานี้ค้างชำระเกิดจากตัวของลูกหนี้เอง แต่ต่อมาเกิดจากปัจจัยภายในธนาคารหรือเจ้าหน้าที่ธนาคารเอง จากปัจจัยดังกล่าวที่พบเห็นได้ว่าการวิเคราะห์สินเชื่อหรือประเมินราคาทรัพย์สินของธนาคารขอสินเชื่อ มีปัญหา ส่งผลให้เกิดปัญหานี้ค้างชำระ โดยปัจจัยที่ก่อให้เกิดการค้างชำระแบ่งเป็นดังนี้

1. ปัจจัยภายนอก จำนวน 3 ราย ได้แก่
 - 1.1 นายศรีคุณ
 - 1.2 นางสาวมนสิชา กับนายวรวิทย์
 - 1.3 นางสาวธัญวลัย
2. ปัจจัยภายในธนาคารหรือเจ้าหน้าที่ธนาคาร จำนวน 6 ราย ได้แก่
 - 2.1 นางสาวดวงพร
 - 2.2 นางสาวกฤษฎกร
 - 2.3 นางสาวมนสิชา กับนายวรวิทย์
 - 2.4 นายจิรการณ
 - 2.5 นางสาวธัญวลัย
 - 2.6 นางสาวณัฐพิรา
3. ปัจจัยที่เกิดจากตัวลูกหนี้เอง จำนวน 10 ราย ได้แก่
 - 3.1 นายวสันต์
 - 3.2 นายศรีคุณ
 - 3.3 นางสาวดวงพร
 - 3.4 นางสาวกฤษฎกร
 - 3.5 นายกฤษฎา
 - 3.6 นางสาวมนสิชา กับนายวรวิทย์
 - 3.7 นายสิทธิ์ศักดิ์
 - 3.8 นายจิรการณ
 - 3.9 นางสาวธัญวลัย
 - 3.10 นางสาวณัฐพิรา

อภิปรายผล

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดปัญหานี้ค้างชำระ สิ่งที่สำคัญ คือธนาคารและเจ้าหน้าที่ ที่วิเคราะห์สินเชื่อเป็นสำคัญ เนื่องจาก หากธนาคารมีหลักเกณฑ์การประเมินราคาที่ชัดเจนและแน่นอน ปราศจากเงื่อนไขหรือปัจจัยอื่นๆที่แทรกซ้อน กับทั้งเจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อ มีความชำนาญและเข้าใจในเงื่อนไขความสามารถในการผ่อนชำระ ที่มาของรายได้ รวมทั้งการคาดการณ์ในอนาคตเกี่ยวกับธุรกิจของลูกค้า ก็ย่อมจะส่งผลให้การวิเคราะห์สินเชื่อมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากยิ่งขึ้นไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ สาวิตรี รังสิภัทร พ.ศ. 2554 ซึ่งให้เห็นว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหานี้ค้างชำระนั้น เกิดจากปัจจัยภายนอกและเกิดจากปัจจัยจากตัวลูกหนี้เอง ซึ่งหากพิจารณาแล้วพบว่า นอกจากปัจจัยที่สองที่ได้กล่าวมา ปัจจัยอีกอย่างหนึ่งที่เกิดให้เกิดปัญหานี้ค้างชำระก็คือปัจจัยที่เกิดจากธนาคารหรือตัวเจ้าหน้าที่ของธนาคารเอง เช่น การประเมินราคาทรัพย์สินของธนาคารนั้น หากธนาคารดำเนินการประเมินราคาใหม่ทุกครั้งที่มีการขอสินเชื่อ ก็ย่อมจะลดความเสี่ยงไปได้ ซึ่งปัจจัยหากโครงการหมู่บ้านจัดสรรใด มีข้อตกลงกับธนาคาร ธนาคารก็ได้ประเมินใหม่ โดยให้ใช้ราคาซื้อขายในสัญญาเป็นวงเงินกู้แทน ซึ่งนับว่ามีความเสี่ยงอย่างยิ่งเนื่องจากเป็นที่ทราบกันอยู่แล้วว่าโดยปกติจะมีการทำสัญญาซื้อขายกันไว้อย่างละ 2 ชุด

เพื่อให้ขอสินเชื่อธนาคารหนึ่งชุด และซื้อขายจริงอีกหนึ่งชุด เท่ากับว่าผู้กู้ยืมจะได้วงเงินส่วนต่างไปจำนวนหนึ่ง ซึ่งเป็นการก่อภาระหนี้เพิ่มนอกเหนือความจำเป็น

สอดคล้องกับงานวิจัยของ นางสาววรรณิ สมด้ว พ.ศ.2559 พบว่า ปัญหาค้างชำระเกิดจาก ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ภัยพิบัติทางธรรมชาติ การปรับอัตราดอกเบี้ยของธนาคาร หรือการที่ลูกหนี้ขาดความเข้าใจในการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ ซึ่งโดยขอเท็จจริงจะพบว่า การปรับอัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นนั้น ย่อมส่งผลกระทบต่ออย่างเลี่ยงไม่ได้แก่ตัวผู้กู้โดยตรง ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของการค้างชำระ และจะพบอีกว่า ผู้กู้ไม่มีความรู้เ้าความเข้าใจในการชำระหนี้หรือกระทั่งการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ จะพบว่าลูกหนี้สินเชื่อเคหะ ของธนาคารออมสิน เขตมีนบุรี จะไม่ประสบกับปัญหาภัยพิบัติ เนื่องจากหลักส่วนกันและที่ทำงานของลูกหนี้ นั้น จะอยู่ในเขตเมือง แต่สิ่งที่ส่งผลสำคัญในการค้างชำระคือการ ขาดความเข้าใจในการชำระหนี้ กล่าวคือ เมื่อลูกหนี้ขาดส่ง 1 งวด ในเดือนถัดไป ลูกหนี้ก็จะส่งเพิ่มมาอีก 1 งวด แต่ลูกหนี้ไม่เข้าใจว่ามีการคิดดอกเบี้ยปรับ ให้ลูกหนี้ชำระหนี้ไม่ครบถ้วน ก่อให้เกิดปัญหานี้ค้างชำระ ดังนั้น เมื่อมีการอนุมัติสินเชื่อ เจ้าหน้าที่ ที่อนุมัติ ต้องอธิบาย รายละเอียดและเงื่อนไขในการชำระหนี้ให้ละเอียดและครบถ้วน รวมทั้งธนาคารควรลดเงื่อนไขในการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ เพื่อให้ลูกหนี้ยังสามารถชำระหนี้คืนแก่ธนาคารได้ตามความสามารถที่แท้จริงของลูกหนี้เอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติกร กนธวงศ์ (2552) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อหนี้ค้างชำระ สินเชื่อนโยบายรัฐ ของธนาคารออมสิน เขตเพชรบุรี พบว่าปัจจัยภายนอกและปัจจัยที่เกิดจากลูกหนี้ มีผลต่อการค้างชำระหนี้ค้างชำระสินเชื่อนโยบายภาครัฐ พบว่ามีผลการศึกษาที่เหมือนกับของวิจัย เรื่อง การค้างชำระสินเชื่อเคหะ ของธนาคารออมสิน เขตมีนบุรี เนื่องจากพบว่าผลงานวิจัย ปัญหาการค้างชำระของสินเชื่อนโยบายรัฐ เกิดจากปัจจัยภายนอก เช่น ภาวะเศรษฐกิจ , ภัยพิบัติ เป็นต้น และปัจจัยที่เกิดจากลูกหนี้ คือ ปัญหาค้างชำระเกิดขึ้นจากตัวของลูกหนี้เอง เช่น การลาออกจากงาน การย้ายงาน หรือกระทั่งการมีเจตนาที่จะไม่ชำระหนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สรา ชื่นโชคสันต์, สุพริศร์ สุวรรณิก และธนัชพร สุขสุเมฆ หนี้ครัวเรือนไทย: ข้อเท็จจริงที่ได้จาก BOT-Nielsen Household Financial Survey เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมการใช้จ่ายของครัวเรือนมากขึ้น ธนาคารแห่งประเทศไทย จึงร่วมกับบริษัท เดอะ นีลเสน คอมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินการสำรวจศึกษา ครัวเรือนตัวอย่างจำนวน 1,500 ครัวเรือนทั่วประเทศ ในระหว่างเดือน ก.ค. – ส.ค. 2560 ภายใต้ชื่อ “โครงการ ศึกษาปัญหาหนี้สินของภาคครัวเรือนไทยและนโยบาย” หรือ “BOT-Nielsen Household Financial Survey” โดยพบว่าสาเหตุหลักๆจากการเป็นหนี้ เนื่องจากมีรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย (2) ปัจจัยที่ครัวเรือนคิด จะสามารถแก้ปัญหาได้คือการมีวินัยทางการเงิน โดยขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ มีความสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การค้างชำระสินเชื่อเคหะ ของธนาคารออมสิน เขตมีนบุรี เนื่องจากปัญหาที่พบคือการมีรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย ซึ่งเกิดจากภาวะเศรษฐกิจซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ อีกทั้ง ยังพบว่าปัจจัยการค้างชำระเกิดจากลูกหนี้ไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการค้างชำระ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับธนาคารหรือเจ้าหน้าที่ธนาคาร ที่กำหนดหลักเกณฑ์หรือใช้ดุลพินิจไม่เหมาะสมกับการแก้ไขและปรับปรุงโครงสร้างหนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณิ สมด้ว ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระของธนาคารออมสินสาขาจะนะ จังหวัดสงขลา 2559 พบสาเหตุและปัญหาโดยสามารถแบ่งเป็น ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลให้เกิดหนี้ค้างชำระ คือภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ปัญหาภัยธรรมชาติ ปัจจัยภายในธนาคาร คือ การปรับอัตราดอกเบี้ย หรือ การจัดสรรระยะเวลาการผ่อนชำระสินเชื่อไม่เหมาะสม ปัจจัยที่ตัวลูกหนี้ คือ ลูกหนี้ขาดความเข้าใจในการผ่อนชำระหรือการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัย เรื่อง การค้างชำระสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน เขตมีนบุรี เนื่องจาก การวิจัยทั้ง 2 แบ่งปัจจัยความค้างชำระ เกิดจาก ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว

หรือภัยพิบัติ ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ อีกทั้งยังพบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดปัญหาการค้างชำระ เกิดจากการปรับอัตราดอกเบี้ยของธนาคาร หรือการจัดสรรระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้ไม่เหมาะสม ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกิดจากธนาคารหรือเจ้าหน้าที่ธนาคาร และประการสุดท้าย คือการที่ลูกหนี้ขาดความเข้าใจในการปรับปรุงโครงสร้างหนี้

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีวาลย์ นิราช ได้ศึกษาเรื่องปัจจัย ของการค้างชำระหนี้ ธนาคารของรัฐใน จังหวัดลำพูน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ก่อให้เกิดหนี้ค้างชำระมากที่สุด มาจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ หรือชะลอตัว ปัจจัยภายนอก เช่น อัตราดอกเบี้ยที่เพิ่มสูงขึ้น ส่วนปัจจัยที่เกิดกับตัวผู้กู้หนี้เกิดจากมีรายได้น้อยลงหรือมีหนี้สินเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะพบว่า เงินวิจัยดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดหนี้ค้างชำระได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ รวมทั้ง ปัจจัยที่เกิดจากตัวลูกหนี้เอง

สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุษา วิชาติคุณ ได้ศึกษาปัจจัยที่มี ผลต่อความสามารถในการชำระหนี้ ของ ลูกค้านาคารออมสิน สาขาสิงห์ทอง จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ลักษณะทางสังคม

และเศรษฐกิจของลูกค้า ลักษณะการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถใน

การชำระหนี้ของลูกค้า และปัญหา อุปสรรคในการชำระหนี้ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสิงห์ทอง พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดปัญหานี้ค้างชำระได้แก่ การปรับเพิ่มอัตราดอกเบี้ย รวมทั้ง ภาวะเศรษฐกิจที่ส่งผลให้ลูกหนี้ ประสบปัญหาเป็นหนี้ค้างชำระ

ข้อเสนอแนะในการแก้ไขและป้องกันปัญหานี้ค้างชำระ

การป้องกัน

1. ให้ธนาคารบังคับให้ประเมินราคาใหม่ทุกครั้งโดยไม่จำเป็นต้องยึดซื้อราคาซื้อขายในสัญญาเป็นสำคัญ
2. ให้ธนาคารบังคับให้ทำประกันวงเงินคุ้มครองสินเชื่อทุกราย
3. ให้ธนาคารออกระเบียบคำสั่งในการห้ามอนุมัติสินเชื่ออื่นใด ภายหลังที่ได้อนุมัติสินเชื่อเคหะไปแล้ว เพื่อป้องกันการก่อภาระหนี้เพิ่ม
4. ให้ธนาคารจัดอบรมเจ้าหน้าที่ผู้วิเคราะห์สินเชื่อและเจ้าหน้าที่ติดตามหนี้ เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในตำแหน่งงานนั้น ๆ

การแก้ไข

1. ผ่อนปรนเงื่อนไขในการแก้ไขและปรับปรุงโครงสร้างหนี้ โดยต้องพิจารณาความสามารถในการ ผ่อนชำระที่ลูกหนี้สามารถผ่อนชำระได้จริง มิใช่บังคับ
2. พยายามแนะนำวิธีการชำระเงินกู้ ให้แก่ลูกหนี้ ตั้งแต่วันที่กู้ โดยทำคู่มือสำหรับการชำระให้แก่ลูกหนี้ เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจในการชำระ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรทำวิจัยเชิงคุณภาพ ให้พื้นที่อื่นทั่วประเทศ เพื่อให้ทราบถึงปัญหาซึ่งอาจจะเกิดขึ้นแตกต่างกันใน ด้านพื้นที่ เพื่อที่ธนาคารจะได้นำผลงานที่วิจัยที่หลากหลายพื้นที่ที่มีปรับปรุงแก้ไข
2. ควรทำวิจัยเชิงปริมาณ ให้พื้นที่อื่นทั่วประเทศ เพื่อให้ทราบถึง ปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจจะส่งผลต่อการค้าง ชำระ ของแต่ละพื้นที่ในประเทศ และธนาคารจะได้นำผลงานที่วิจัยที่หลากหลายพื้นที่ที่มีปรับปรุงแก้ไข

เอกสารอ้างอิง

กฤษฎา สังขมณี. (2550). การเงินและการธนาคาร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ชนินทร์ พิทยาวิธ. (2550). การบริหารสินเชื่อสถาบันการเงินครบวงจร. กรุงเทพฯ: อักษรโสมน.

ชูลีกร กนธวงศ์. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระสินเชื่อนโยบายรัฐของธนาคารออมสิน เขต **เพชรบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป. เพชรบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.

ดารณี พุทธิบุญ. (2543). การจัดการสินเชื่อ. กรุงเทพฯ: ประชาชน.ธนาคารแห่งประเทศไทย นิยามศัพท์การกันสำรอง. จาก <https://www.bot.or.th/Thai/FIPCS/Documents/FPG/2559/ThaiPDF/25590128.pdf>.

ธนาคารออมสิน. จาก <https://www.gsb.or.th/about-us/history-bank.aspx>.

ธนาคารออมสิน. จาก <https://www.gsb.or.th/getattachment>.

ธนาคารออมสิน. ผลการดำเนินงาน. จาก <https://www.gsb.or.th/news-events/performance.aspx>.

ธนาคารออมสิน. แผนผังองค์กร. จาก <https://www.gsb.or.th/about-us/organizational-chart/Organization-Chart.aspx>.

นนุช กะดีแดง. (2541). หนี้ค้างชำระของสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในจังหวัด **เชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พยนต์ เป้าเที่ยง. (2550). พฤติกรรมการชำระหนี้ของสมาชิกโครงการธนาคารประชาชนธนาคารออมสินใน **จังหวัดหนองบัวลำภู**. การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขา วิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. ขอนแก่น: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

วรรณิ สมด้ว. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ค้างชำระ สินเชื่อนโยบายรัฐ ของธนาคารออมสิน สาขาจะ **นะ จังหวัดสงขลา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. สงขลา: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

NBUS0038: ทศนคติของประชาชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

RESIDENT’S ATTITUDE TOWARDS THE ELECTION OF MEMBERS OF THE HOUSE OF REPRESENTATIVES.

ดร.เฉลิมพล นุษุฒม¹ สนั่นใจ รัชตวัฒน์กุล²^{1,2} คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นประชาชนพื้นที่ชุมชนหัวตะเข้และชุมชนบึงบัว จำนวน 200 คน โดยเลือกแบบสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม โดยมีค่าความเชื่อมั่น 0.814 โดยนำมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t-test ผลการวิจัยพบว่า 1) ทศนคติของประชาชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรอยู่ในระดับมาก ชุมชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 2) ทศนคติของประชาชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรระหว่างชุมชนหัวตะเข้และชุมชนบึงบัว ในรายข้อพบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านการประชาสัมพันธ์ให้คนอื่นๆ ที่ตนเองรู้จักไปเลือกตั้งและด้านการช่วยกันสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองเป็นไปอย่างโปร่งใส ที่ระดับนัยสำคัญ .05

คำสำคัญ: ทศนคติ

Abstract

The purpose of this research was to study the attitude of the community towards the right to vote for the members of the House of Representatives by using a sample of 200 people in the community by simple random selection. The research instruments were questionnaires which were analyzed by using percentage, mean, standard deviation and t-test. The results of the research were as follows: 1) The attitude of the community towards the election of members of the House of Representatives was at a high level. Most communities attach importance to the election of members of the House of Representatives. 2) Community attitudes towards the right to elect members of the House of Representatives between the Hua Takhe community and the Bueng Bua community. In the article, it was found that the community was different in public relations for others that they knew to go to the polls and in helping each other to monitor the elections in their own area with transparency. At the significant level of .05

Keywords: Attitude

บทนำ

ตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ได้มุ่งเน้นให้เกิดการปฏิรูปการเมือง โดยการส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามี บทบาททางการเมืองมากขึ้น ส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของ ประชาชน วาง โครงสร้างให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการใช้อำนาจอธิปไตย โดยการพัฒนาปรับปรุงจากข้อบกพร่องของ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ซึ่งในอดีตที่ผ่านมาการเมืองนั้นยังเน้นประเด็นไปที่นักการเมือง หรือที่ เรียกว่า “การเมืองของนักการเมือง” ประชาชนที่เป็นเจ้าของประเทศ ซึ่งเป็นผู้เลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร แต่มีส่วนร่วม ในการตัดสินใจทางการเมืองไม่มากนัก ดังนั้นเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ ต้องการปรับเปลี่ยนการเมืองของ นักการเมืองให้เป็นของพลเมือง โดยการเพิ่มสิทธิ เสรีภาพให้พลเมืองและปรับประชาธิปไตยแบบมีผู้แทนให้เป็น ประชาธิปไตยโดยมีส่วนร่วมของพลเมือง และยังมีบทบัญญัติหลายมาตราที่ให้ความสำคัญ ของการมีส่วนร่วมของ ประชาชน โดยมีเป้าหมายที่จะปฏิรูปการเมืองไปสู่การเป็นประชาธิปไตยอย่างยั่งยืนสร้างประชาธิปไตยที่พลเมืองทุกคนมี ส่วนร่วมได้ (จิรายุ. 2540)

การปกครองในระบอบประชาธิปไตยสิ่งสำคัญก็คือ “ประชาชน” และ ความสมบูรณ์แบบของระบอบ ประชาธิปไตยก็คือ ประชาชนสามารถ เข้ามามีสิทธิ มีเสียงในการปกครอง แต่เนื่องจากความจำกัดหลายๆ จึงทำให้ ประชาธิปไตยโดยอาศัย ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองโดยการเลือกตั้งตัวแทน ทั้งฝ่าย นิติบัญญัติและฝ่ายบริหาร ดังนั้น การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จึงถือเป็นบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะการเลือกตั้งตามระบอบ ประชาธิปไตยถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญ ที่ให้ได้มาซึ่งตัวแทน การเลือกตั้งที่เสรีและยุติธรรม จะเพิ่มโอกาสการถ่ายโอน อำนาจการปกครองอย่างสันติเพราะจะเป็นหลักประกัน ประการหนึ่งที่ช่วยให้ผู้ที่พ่ายแพ้การเลือกตั้ง ยอมรับผลของการ เลือกตั้ง และยอมถ่ายโอนอำนาจไปสู่รัฐบาลใหม่อย่างราบรื่น การเลือกตั้งที่เสรีและ ยุติธรรมจะต้องเปิดโอกาสให้ ประชาชนสามารถกำหนดรูปแบบของรัฐบาล และทิศทางนโยบายในอนาคตของรัฐบาล การยึดถือเสียงข้างมากเป็น เกณฑ์ในการเลือกตั้ง เป็นวิธีการในการจัดตั้งรัฐบาล และเป็นหลักในการตัดสินใจ ประเด็นสาธารณะต่างๆ แต่ไม่ใช่เป็น เหตุผลของการกีดกันเสียงข้างน้อย ไม่ว่าจะเป็นเพราะชาติพันธุ์ความเชื่อทางศาสนา ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ระดับ รายได้ รัฐบาลหรือเสียงส่วนใหญ่ ที่มาจากการเลือกตั้งหรือการแต่งตั้งก็ตามไม่สามารถลิดรอนสิทธิดังกล่าว (จิรพันธุ์. 2547 : 1) จากเหตุผลดังกล่าวเพื่อให้ชุมชนได้ตระหนักตื่นตัวในการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรโดยมุ่งหวังว่าผลการ ศึกษาวิจัยจะเป็นการกระตุ้นการตื่นตัวทางการเมืองของชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงและเพื่อเป็นข้อมูลสำคัญในการกระตุ้นให้ ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และตรวจสอบการทุจริต ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาทัศนคติ ของประชาชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในชุมชนระหว่างชุมชนบึงบัวและชุมชนหัวตะเข้เพื่อ กระตุ้นให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองและเข้าใจทัศนคติชุมชนมากขึ้นก่อนการเลือกตั้งที่จะมาถึง ซึ่งการศึกษา ชุมชนบึงบัวและชุมชนหัวตะเข้ เนื่องจากทั้งสองชุมชนมีบริบทของพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งมีความหลากหลายของสังคม

ทบทวนวรรณกรรม

1. ทัศนคติ

หมายถึง ทัศนคติไว้ว่าเป็นความพร้อมทางจิตที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรม บุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของสถานการณ์ต่างๆ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งและสภาวะความพร้อมทางจิตนี้จะต้องอยู่ยาวนานพอสมควร สามารถแยกองค์ประกอบได้ 3 ประการ ดังนี้

- องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั้งไปทั้งที่ชอบ และไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือคิดว่าสิ่งใดดีมักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

- องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไป ตามบุคลิกลักษณะของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

- องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

2. การเลือกตั้ง

การเลือกตั้งมีสองนัย คือการเลือกตั้งในแง่ของกฎหมายซึ่งประกอบด้วยกฎหมายการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งโดยทั่วไปจะมีสภาพ 3 ประการ

1. การเลือกตั้งที่เป็นสิทธิ (rights) ในแง่การเลือกตั้งถือเป็นสิทธิที่มีความสำคัญประการหนึ่งที่รัฐจะต้องให้ความคุ้มครอง

2. การเลือกตั้งในฐานะที่เป็นอภิสิทธิ์ (privilege) เป็นการที่ผู้ลงคะแนนเสียงมีความเป็นอิสระที่จะเลือกกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้ ที่ได้รับการยอมรับจากกฎหมาย ปราศจากการแทรกแซงหรือเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นเป็นต้น

3. การเลือกตั้งในฐานะที่เป็นหน้าที่ (duty) อันหมายถึง การที่บุคคลจำเป็นต้องกระทำการหรืองดเว้นการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่มีสภาพเป็นหน้าที่จึงเป็นไปโดยที่กฎหมายได้ระบุหรือบังคับให้ผู้ลงคะแนน ไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ได้มาจากข้อเสนอแนะ กระบวนการ ในการศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในชุมชนระหว่างชุมชนบึงบัวและชุมชนหัวตะเข้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในชุมชนระหว่างชุมชนบึงบัวและชุมชนหัวตะเข้

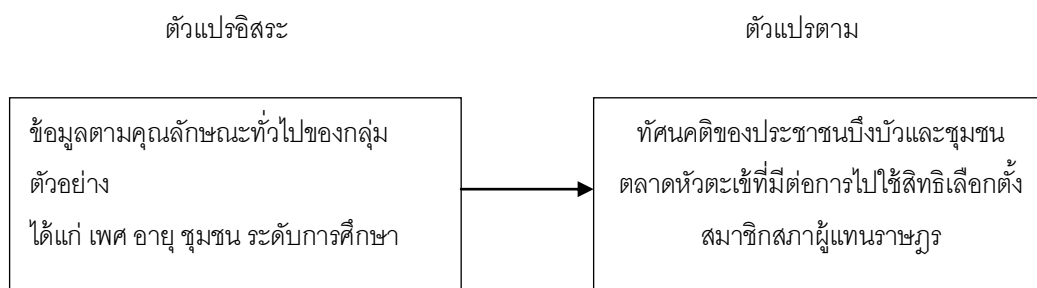
2. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติของชุมชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในชุมชนระหว่างชุมชนบึงบัวและชุมชนหัวตะเข้

สมมติฐานการวิจัย

ทัศนคติของประชาชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในชุมชนระหว่างชุมชนบึงบัวและชุมชนหัวตะเข้แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ได้มาจากข้อเสนอแนะ กระบวนการ ในการศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในชุมชนระหว่างชุมชนบึงบัวและชุมชนหัวตะเข้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป็นประชาชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ โดยได้ทำการวิจัยเก็บข้อมูล ใน วันที่ 2-3 ตุลาคม พ.ศ. 2561

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นชุมชนในพื้นที่เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาใช้วิธีการสุ่มแบบความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยการสุ่มอย่างง่ายโดยวิธีการจับฉลาก (Lottery) โดยผู้วิจัยสุ่มจากรายชื่อชุมชนในเขตลาดกระบัง โดยวิธีการจับฉลาก (Lottery) ได้แก่ ชุมชนบึงบัว 100 คนและชุมชนตลาดหัวตะเข้ 100 คน

2. ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น (Independent Variable) คือ ชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้
2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ทัศนคติของประชาชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามตามแนวของลิเคิร์ท (ลิวัน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2538) เพื่อดำเนินการสร้างข้อคำถามทัศนคติของประชาชนต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขตชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ จำนวน 20 ข้อ แต่ละข้อแบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด คำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.5 เป็นต้นไปได้จำนวน 13 ข้อ นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้กับชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน หาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่ามีค่าความเชื่อมั่น 0.87

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด ให้ชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ กรอกเมื่อตรวจสอบแล้วพบว่า มีแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 200 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100
2. วิเคราะห์ข้อมูลตามคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ชุมชน ระดับการศึกษา
3. วิเคราะห์ระดับทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่มีต่อโครงการเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชนโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. วิเคราะห์ค่าความแตกต่างระหว่างทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำเสนอเป็นลำดับดังนี้

วิเคราะห์ข้อมูลตามคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ชุมชน ระดับการศึกษา ได้ผลดังตาราง 1

ตาราง 1 แสดงข้อมูลตามคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	112	56.00
- หญิง	88	44.00
	200	100.00
2. อายุ		
-18-30 ปี	45	22.50
-31 - 40 ปี	56	28.00
-41 - 50 ปี	61	30.50
-51 ปีขึ้นไป	38	19.00
	200	100.0
3. ชุมชน		
-ชุมชนบึงบัว	100	50
-ชุมชนตลาดหัวตะเข้	100	50
	200	100.00
4. ระดับการศึกษา		
-มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	25	12.50
-อนุปริญญา	60	30.00
-ปริญญาตรี	86	43.00
-สูงกว่าปริญญาตรี	29	14.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 1 ชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 56 และเพศหญิงมีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 44 ส่วนใหญ่มีอายุ 41 - 50 ปี มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 และระดับการศึกษาส่วนมากเป็นระดับปริญญาตรีมีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 43

วิเคราะห์ระดับทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ดังตารางที่ 2

ตาราง 2 แสดงระดับทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

ข้อคำถาม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านไปใช้สิทธิการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทุกครั้ง	3.88	0.67	มาก
2. ท่านติดตามข่าวสารการเมืองเป็นประจำ	3.92	0.76	มาก
3. ท่านเลือกผู้สมัครโดยใช้ความคิดของตนเองเท่านั้น	3.90	0.87	มาก
4. ท่านชักชวนประชาสัมพันธ์ให้คนอื่น ๆ ที่รู้จักไปเลือกตั้ง	3.42	0.93	ปานกลาง
5. ท่านเลือกคนที่ไม่ซื้อเสียง	3.75	0.92	มาก
6. ท่านเลือกผู้สมัครจากการดูประวัติและผลงานที่ผ่านมา	3.97	0.78	มาก
7. ท่านเคยช่วยบางพรรคหาเสียงหรือประชาสัมพันธ์	2.39	0.79	น้อย
8. ท่านช่วยสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองโปร่งใส	3.06	0.80	ปานกลาง
9. ท่านเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงนโยบายเป็นสำคัญ	4.47	0.49	มาก
10. ท่านมีความรู้ในการไปใช้สิทธิเป็นอย่างดี	3.36	0.14	ปานกลาง
11. ท่านเห็นความสำคัญของการเลือกตั้ง	3.93	0.87	มาก
12. ท่านแจ้งหน่วยงานทันทีเมื่อพบการทุจริต	3.13	0.82	ปานกลาง
13. ท่านเชื่อมั่นในระบบการเลือกตั้ง ส.ส	3.88	0.75	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80	0.74	มาก

จากตารางที่ 2 ภาพรวมทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมีค่าเฉลี่ยรวม 3.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.74 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และในรายข้อมีค่าสูงสุดในเรื่องการเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงนโยบายเป็นสำคัญมีค่าเฉลี่ยถึง 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 ซึ่งอยู่ในระดับมาก แสดงว่าชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ มีความเห็นด้วยในเรื่องการเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงนโยบายเป็นสำคัญ รองลงมาในด้านการเลือกผู้สมัครจากการดูประวัติและผลงานที่ผ่านมา มีค่าเฉลี่ยถึง 3.97 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และด้านการเห็นความสำคัญของการเลือกตั้งมีค่าเฉลี่ยถึง 3.93 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.87 ซึ่งอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

การเปรียบเทียบระหว่างทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรดังตาราง 3

ตาราง 3 แสดงผลการเปรียบเทียบระหว่างทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

ข้อความถาม	$\bar{X}$		S.D.		t	p_value	แปลผล
	ชุมชน หัวตะเข้	ชุมชน บึงบัว	ชุมชน หัวตะเข้	ชุมชน บึงบัว			
1. ท่านไปใช้สิทธิการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทุกครั้ง	3.82	3.94	0.66	0.68	1.36	0.17	ไม่แตกต่าง
2. ท่านติดตามข่าวสารการเมืองเป็นประจำ	3.88	3.97	0.75	0.77	0.91	0.35	ไม่แตกต่าง
3. ท่านเลือกผู้สมัครโดยใช้ความคิดของตนเองเท่านั้น	3.53	4.27	0.81	0.92	0.34	0.72	ไม่แตกต่าง
4. ท่านชักชวนประชาสัมพันธ์ให้คนอื่นที่รู้จักไปเลือกตั้ง	2.99	3.85	0.83	1.02	1.09	0.01*	แตกต่าง
5. ท่านเลือกคนที่ไม่ซื้อเสียง	3.75	3.74	0.94	0.90	0.10	0.91	ไม่แตกต่าง
6. ท่านเลือกผู้สมัครจากการดูประวัติและผลงานที่ผ่านมา	3.96	3.97	0.70	0.86	0.04	0.95	ไม่แตกต่าง
7. ท่านเคยช่วยบางพรรคหาเสียงหรือประชาสัมพันธ์	2.30	2.48	0.72	0.85	0.22	0.80	ไม่แตกต่าง
8. ท่านช่วยสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองโปร่งใส	2.76	3.36	0.91	0.69	1.05	0.00*	แตกต่าง
9. ท่านเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงนโยบายเป็นสำคัญ	4.01	4.92	0.95	0.03	0.24	0.51	ไม่แตกต่าง
10. ท่านมีความรู้ในการไปใช้สิทธิเป็นอย่างดี	3.29	3.43	0.20	0.08	0.57	0.34	ไม่แตกต่าง
11. ท่านเห็นความสำคัญของการเลือกตั้ง	3.90	3.95	0.90	0.83	0.48	0.70	ไม่แตกต่าง

ตาราง 3 แสดงผลการเปรียบเทียบระหว่างทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ต่อ)

ข้อความคำถาม	$\bar{X}$		S.D.		t	p_value	แปลผล
	ชุมชนหัวตะเข้	ชุมชนบึงบัว	ชุมชนหัวตะเข้	ชุมชนบึงบัว			
12. ท่านแจ้งหน่วยงานทันทีเมื่อพบการทุจริต	3.10	3.15	0.80	0.84	0.03	0.62	ไม่แตกต่าง
13. ท่านเชื่อมั่นในระบบการเลือกตั้ง ส.ส	3.78	3.98	0.69	0.81	1.37	0.53	ไม่แตกต่าง

จากตาราง 3 เปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร รายข้อพบว่าชุมชนมีความแตกต่างกันในด้านการประชาสัมพันธ์ให้คนอื่น ๆ ที่ตนเองรู้จักไปเลือกตั้งและด้านการช่วยกันสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองเป็นไปอย่างโปร่งใส ที่ระดับนัยสำคัญ .05

การเปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีทัศนคติต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน
2. อายุ พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีทัศนคติต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
3. ชุมชน พบว่า ประชาชนที่อาศัยอยู่ชุมชนต่างกัน มีทัศนคติต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน
4. ระดับการศึกษา พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีทัศนคติต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

การศึกษาทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในครั้งนี้ พบว่า

1. ทัศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรอยู่ในระดับดีมาก แสดงว่าชุมชนให้ความสนใจในตัววิถีชีวิตของตนเอง และเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงนโยบายเป็นสำคัญ ตระหนักในเรื่องการเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงนโยบายเป็นหลัก มีการเลือกผู้สมัครจากการดูประวัติและผลงานที่ผ่านมา และให้ความสำคัญต่อการเลือกตั้งเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริพรรณ นกสวน สวัสดี. (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2554 : ศึกษาบทบาทพรรคการเมือง และพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกตั้งของประชาชนในสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการ

ตัดสินใจเลือกตั้งของประชาชน ส่วนใหญ่ในการเลือกตั้งวันที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ.2554 ได้แก่ พรรคการเมือง นโยบาย และความต้องการตอบสนองผลประโยชน์และความคาดหวังของตน ในขณะที่ความสัมพันธ์ส่วนบุคคล หัวคะแนน และการซื้อขายเสียงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้สิทธิเลือกตั้งน้อยกว่าปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งในครั้งนี้ ซึ่งต่างไปจากการเลือกตั้งครั้งที่ผ่าน ๆ มา คือ ความขัดแย้งทางการเมืองและกลุ่มเคลื่อนไหวทางการเมือง ในประเด็นความขัดแย้งทางการเมือง พบว่า ถึงแม้ประชาชนส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับ “ตัวเอง” มากที่สุด แต่ความขัดแย้งทางการเมืองที่เกิดขึ้นได้ส่งผลให้กลุ่มเคลื่อนไหวทางการเมืองกลายเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งของประชาชนในการเลือกตั้งครั้งนี้ เป็นอันดับ 4 รองจากตัวเอง ครอบครัว และเพื่อน โดยเฉพาะในจังหวัดที่มีประชาชนสนับสนุนกลุ่มเคลื่อนไหวดังกล่าวอาศัยอยู่ในลักษณะที่มีความใกล้เคียงกับการเมืองแบบภูมิภาคนิยม (Regionalism) การแข่งขันในการเลือกตั้งครั้งนี้ในหลายพื้นที่ที่มีความเข้มข้นเป็นอย่างมาก โดยความเข้มข้นของการแข่งขันจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับความกระตือรือร้นในการไปใช้สิทธิเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่ดังกล่าว

2. ทศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร รายข้อพบว่าชุมชนมีความแตกต่างกันในด้านการประชาสัมพันธ์ให้คนอื่น ๆ ที่ตนเองรู้จักไปเลือกตั้งและด้านการช่วยกันสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองเป็นไปอย่างโปร่งใส ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สรุปผลการวิจัย

1. ทศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร แตกต่างกัน ในด้านการประชาสัมพันธ์ให้คนอื่น ๆ ที่ตนเองรู้จักไปเลือกตั้งและด้านการช่วยกันสอดส่องให้การเลือกตั้งในเขตตนเองเป็นไปอย่างโปร่งใส

2. ทศนคติของประชาชนชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่มีต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมีค่าเฉลี่ยรวม 3.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.74 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และในรายข้อมีค่าสูงสุดในเรื่องการเลือกผู้สมัครโดยคำนึงถึงนโยบายเป็นสำคัญมีค่าเฉลี่ยถึง 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 ซึ่งอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในพื้นที่นั้นมีความแตกต่างกัน
2. ควรศึกษาทัศนคติทางการเมืองระหว่างประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับประชาชนในพื้นที่ต่างจังหวัด

เอกสารอ้างอิง

ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2538). **เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

สุขุม นวลสกุล. (2541). **การเมืองและการปกครองไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศักดิ์ไทย สุทธิจบวร. (2545). **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สุวีริยาสาส์น.

สิริพรรณ นกสวน สวัสดิ์. (2554). **การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2554: ศึกษาบทบาทพรรคการเมือง และพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกตั้งของประชาชนในสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง**. คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

NBUS0039: ประสิทธิภาพในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี**EFFECTIVENESS OF SERVICES BY LAMSAMKAE0 MUNICIPALITY, LAM LUK KA DISTRICT, PATHUM THANI PROVINCE**เฉลิมพล นุษุฒม ¹ สุวัจ ราชวัฒนกุล ²^{1,2} อาจารย์คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับประสิทธิผลการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี และเพื่อเปรียบเทียบประสิทธิผลการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ได้แก่ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบค่าที (t-test for independent Samples) และสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way ANOVA)

ผลการวิจัย พบว่า ประสิทธิภาพการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างตรงทันเวลา และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ พบว่า ค่าเฉลี่ยรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง และผลการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และระยะเวลาในการพักอาศัยต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยรวมไม่แตกต่างกัน ประชาชนที่มีสถานภาพทางครอบครัวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพการบริการ, เทศบาลเมือง**Abstract**

The research aimed to investigate the effectiveness of the services of Lamsamkaeo Municipality, Lam Luk Ka District, Pathum Thani Province and to compare the effectiveness of the services of Lamsamkaeo Municipality, Lam Luk Ka District, Pathum Thani Province, divided by personal factors. The sample included 400 of the population of over 18 years of age. The tool used in the research was questionnaire. The statistics used for analysis included percentage, average, standard deviation, t-test for independent samples and One way ANOVA.

The research findings revealed that the effectiveness of the services of Lamsamkaeo Municipality, Lam Luk Ka District, Pathum Thani Province overall was fair. The consideration of each dimension from the highest to the lowest average namely services based on equality, advanced services, continuous services, timely services and sufficient services revealed that the average of all dimensions was fair. The study findings of the comparison of the effectiveness of the services of Lamsamkaeo Municipality, Lam Luk Ka District, Pathum Thani Province, divided by personal factors revealed the following: the people with different genders, ages, education levels, professions and duration of residency, overall did not have different opinions on the effectiveness of the services of Lamsamkaeo Municipality, Lam Luk Ka District, Pathum Thani Province, the people with different marital statuses had different opinions on the services of Lamsamkaeo Municipality, Lam Luk Ka District, Pathum Thani Province with the statistical significance at .05.

Keywords: Effectiveness of the Services, Municipality

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การให้บริการประชาชนเป็นนโยบายที่ทุกรัฐบาลให้ความสำคัญ และพยายามผลักดันให้มีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการประชาชนให้ดีขึ้นมาโดยตลอด ทั้งนี้เนื่องจากในสังคมประชาธิปไตยนั้นการตอบสนองความต้องการของประชาชนเป็นพันธกิจสำคัญอันดับแรกของรัฐพึงกระทำ และยิ่งในช่วงปัจจุบันกระแสการเรียกร้องให้ปรับเปลี่ยนสภาพสังคมให้เข้าสู่ความเป็นประชาธิปไตยที่สมบูรณ์ซึ่งเกิดขึ้นในทุกภูมิภาคของโลกล้วนพุ่งเป้าไปสู่จุดหมายเดียวกัน คือ การยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง (Citizen Centered) (ศภินญา ไชวแข็ง.2554: 1)

ระบบราชการไทยมีปัญหาคriticalที่จะต้องแก้ไขกันอย่างจริงจัง คือ ปัญหาความล่าช้าในการปฏิบัติราชการ อาจกล่าวได้ว่า สาเหตุที่สำคัญเนื่องมาจากที่ระบบราชการมีลักษณะที่ไม่ยืดหยุ่น ระบบราชการมักตั้งมาตรฐานในการปฏิบัติราชการไว้กับกฎระเบียบ เพื่อให้ฝ่ายบริหารสามารถควบคุมการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้มีระเบียบข้อบังคับและขั้นตอนการปฏิบัติงานมากเกินไป ทำให้ทำงานไม่คล่องตัว ข้าราชการผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถจะทำงานนอกเหนือจากกฎระเบียบได้ ทำให้ยึดกฎระเบียบเป็นเป้าหมายแทนที่จะยึดเป็นวิธีการ ที่นำไปสู่เป้าหมาย ผลกระทบสำคัญที่เกิดขึ้น คือ งานที่ให้บริการแก่ประชาชนไม่สามารถตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ภาพพจน์ข้าราชการที่ออกมา คือ การทำงานล่าช้า ทำให้ประชาชนมองข้าราชการและระบบราชการนั้นไม่มีประสิทธิภาพ ทำงานแบบเข้าขามเย็นขาม (วาสนา เจริญรอย. 2542: 1)

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดังกล่าว ทำหน้าที่ให้บริการประชาชน ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง และมุ่งเน้นบริการสาธารณะที่สนองตอบต่อความต้องการของประชาชนในชุมชน โดยมีหลักการให้บริการ คือ หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ หลักความสม่ำเสมอ หลักความเสมอภาค หลักความประหยัด และหลักความสะอาด (กุลธนิ ธนาพงศ์ธ. 2530: 303 – 304) ซึ่งการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ต่อสาธารณะมากที่สุด คือ การให้บริการที่ไม่ใช้อารมณ์ และไม่มีอคติชอบพอใจใครเป็นพิเศษ แต่ทุกคนจะต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ตามหลักเกณฑ์ที่มีอยู่ในสภาพที่เหมือนกัน (Weber. 1996: 340)

เทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีหน้าที่ตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2543 มีหน้าที่ในการจัดการบริการสาธารณะ บำบัดทุกข์ บำรุงสุขให้กับประชาชน โดยประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการบริหารงาน การดำเนินงานต้องมีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ การจัดการบริการสาธารณะต้องเป็นความต้องการของประชาชน สำหรับเทศบาลเมืองลาดสวาย มีลักษณะพื้นที่กึ่งเมืองซึ่งมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเพิ่มขึ้นของประชากรแฝง ซึ่งพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่อยู่อาศัย และสถานประกอบการต่างๆ ส่งผลให้มีประชากรแฝงในพื้นที่มากขึ้น เป็นเหตุให้เทศบาลเมืองลาดสวายต้องจัดบริการสาธารณะต่าง ๆ ให้ทั่วทั้งพื้นที่

การบริการประชาชนเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่เทศบาลจะต้องดำเนินการให้เกิดประสิทธิผล และมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยประเมินประสิทธิผลการให้บริการของเทศบาลที่มีต่อการบริการซึ่งจะทำให้การบริหาร การพัฒนา ด้วยการบำบัดทุกข์บำรุงสุขให้กับประชาชน การให้บริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพย่อมสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชน ในทางตรงกันข้ามการบริการที่ไม่มีประสิทธิภาพจะเป็นสิ่งที่ประชาชนไม่พึงพอใจ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัย จึงมีความสนใจที่จะศึกษา ประสิทธิภาพในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ซึ่งความเห็นของประชาชนจะสะท้อน มุมมองการให้บริการของเทศบาลเพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงคุณภาพการบริการ อันจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานและประชาชนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

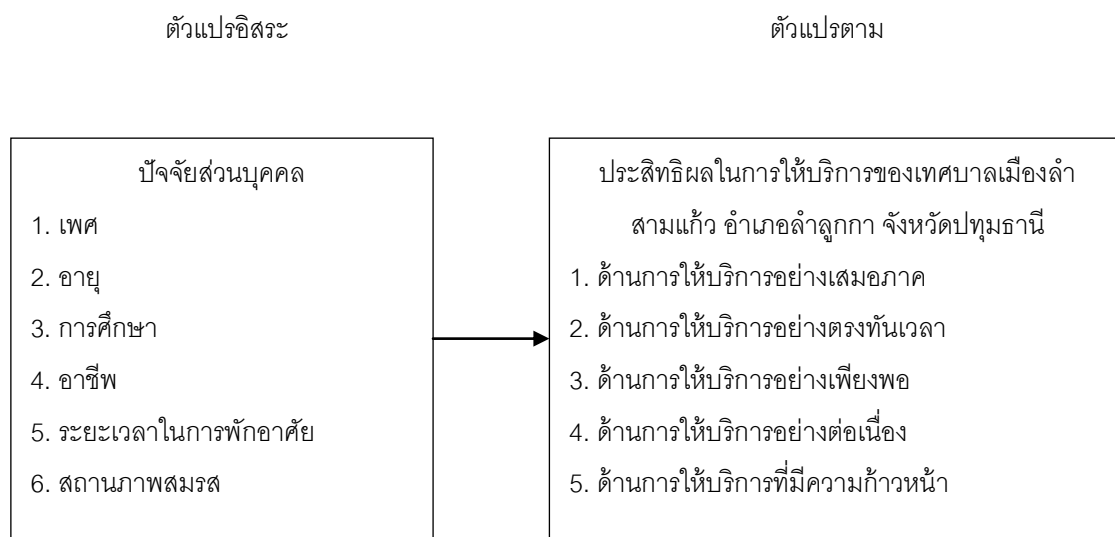
1. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ประโยชน์ที่ได้รับการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงระดับประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
2. ผลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ให้มีประสิทธิผลยิ่งขึ้นและตรงตามความต้องการของประชาชนต่อไป
3. ผู้บริหารเทศบาลเมืองลำสามแก้วนำผลการศึกษาไปเป็นวางแผนการบริการให้ประชาชนได้รับประโยชน์สูงสุด

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมากำหนดเป็นกรอบในการวิจัยของ John D. Millett (1954: 147 อ้างถึงใน ชัยวัฒน์ แก้ววิจิตร. 2555: 11-12) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป พื้นที่เทศบาลเมือง ลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี มีจำนวนทั้งหมด 59,336 คน การวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 398 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

1. ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค
2. ด้านการให้บริการอย่างตรงทันเวลา
3. ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ
4. ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง
5. ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า

เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแบบของ Likert' scale (อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด. 2548: 45) จะมีให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียวมีจำนวนทั้งหมด 25 ข้อ โดยมีการกำหนดเกณฑ์การคิดคะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

เกณฑ์การตีความ ค่าเฉลี่ย ของระดับประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ให้ความหมายตามเกณฑ์โดยแบ่งค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นในการให้บริการระดับสูงมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นในการให้บริการระดับสูง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นในการให้บริการระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง มีมีความคิดเห็นในการให้บริการระดับต่ำ

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นในการให้บริการระดับต่ำมาก

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และเชิงอ้างอิง (Inferential Statistic) ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

สถิติเชิงพรรณนาใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการบรรยายลักษณะข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ระยะเวลาในการพักอาศัย สถานภาพทางครอบครัว

2. สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistic)

สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ ค่า t-test และ F-test โดย t-test ใช้สำหรับทดสอบความแตกต่างด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มีตัวแปร แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ตัวแปรเพศ ส่วนสถิติ F-test ใช้ในการทดสอบ คือ ตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ ระยะเวลาในการพักอาศัย สถานภาพทางครอบครัว กรณีที่ทดสอบแล้วพบว่ามี ความแตกต่างระหว่างกลุ่มของค่าเฉลี่ยจะนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 เพศหญิง จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละร้อยละ 49.5 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง อายุ 40-49 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 อายุ 29-39 ปี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 อายุตั้งแต่ 50 ปี

ขึ้นไป จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และช่วงอายุ 18-28 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 การศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 มีการศึกษา มัธยมศึกษา หรือ อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 มีการศึกษาประถมศึกษา จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 และมีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 มีอาชีพรับจ้าง จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4 มีอาชีพเกษตรกร จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 มีอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และมีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 มีระยะเวลาในการพักอาศัยตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 มีระยะเวลาในการพักอาศัย 6 - 10 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และมีระยะเวลาในการพักอาศัย 5 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ส่วนใหญ่มีสถานภาพทางครอบครัว สมรส จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.3 มีสถานภาพทางครอบครัว โสด จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 และมีสถานภาพทางครอบครัว หม้าย/หย่า จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

2. ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิจัยในแต่ละด้านสรุป ดังนี้ เมื่อพิจารณาเป็นด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อย คือ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างตรงทันเวลา และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ เมื่อแยกพิจารณารายละเอียดเป็นรายชื่อในแต่ละด้าน รายละเอียดมีดังนี้

2.1 ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อย คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเป็นธรรมไม่เลือกปฏิบัติกับผู้มารับบริการ เจ้าหน้าที่ให้บริการกับผู้มารับบริการตามลำดับก่อนหลัง เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเป็นทางการ ตามระเบียบ ข้อบังคับ เหมือนกันทุกคน โดยไม่มีข้อยกเว้น เจ้าหน้าที่ให้ความสำคัญและเอาใจใส่กับท่านเช่นเดียวกับผู้มารับบริการคนอื่นๆ และเจ้าหน้าที่ให้บริการกับผู้มารับบริการทุกประเภทอย่างเท่าเทียมกัน เป็นลำดับสุดท้าย

2.2 ด้านการให้บริการอย่างตรงทันเวลา

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ด้านการให้บริการอย่างตรงทันเวลา ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อย คือ ขั้นตอนการรับบริการเหมาะสมกับงานที่ให้บริการ ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ท่านได้รับการชี้แจงขั้นตอนต่างๆ ในการรับบริการจนเข้าใจ เมื่อท่านมารับบริการถูกเงิน เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างทันท่วงที และเมื่อท่านมารับบริการเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว เป็นลำดับสุดท้าย

2.3 ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อย คือ ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ มีการจัดสถานที่ไว้รองรับผู้มารับบริการอย่างเพียงพอ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ มีการจัดสถานที่ในการจอดรถไว้เหมาะสมและเพียงพอมีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการอย่างเพียงพอ และอาคาร ห้องน้ำ เหมาะสมและเพียงพอกับผู้มารับบริการ เป็นลำดับสุดท้าย

2.4 ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

ประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อย คือ ถ้ามีการบริการไม่แล้วเสร็จในครั้งเดียวเจ้าหน้าที่จะนัดหมายท่านเพื่อรับบริการให้แล้วเสร็จในครั้งต่อไป เจ้าหน้าที่ พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มแจ่มใสในการให้บริการจนแล้วเสร็จ ท่านได้รับการให้บริการจากเจ้าหน้าที่ที่เสร็จตามกำหนดนัดหมาย ท่านพอใจการบริการและการแนะนำในการติดต่อในขั้นตอนต่างๆ และท่านได้รับการบริการจากเจ้าหน้าที่ครบทุกขั้นตอน เป็นลำดับสุดท้าย

2.5 ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า

ประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อย คือ ท่านพอใจกับความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ที่ให้บริการ เช่น ระบบคอมพิวเตอร์ การให้บริการได้รับความสะดวกมากขึ้นกว่าเดิม เจ้าหน้าที่มีความรู้และทักษะในการให้บริการ มีการปรับปรุงระเบียบปฏิบัติและ พัฒนาการบริการให้ทันสมัยมากขึ้นกว่าเดิม และท่านพอใจกับการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่มากขึ้น เป็นลำดับสุดท้าย

3. เปรียบเทียบประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3.1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการ ให้บริการของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ เป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันด้วยวิธีของ LSD พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ด้านการบริการอย่างเพียงพอไม่แตกต่างกัน และประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ไม่แตกต่างกัน

3.3 ประชาชนที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.4 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.5 ประชาชนที่มีระยะเวลาในการพักอาศัยต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการพักอาศัยต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการ ให้บริการของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ เป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการพักอาศัยแตกต่างกันด้วยวิธีของ LSD พบว่า ประชาชนที่มีระยะเวลาในการพักอาศัยต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการพักอาศัย 5 ปี กับระยะเวลาในการพักอาศัย ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป

3.6 ประชาชนที่มีสถานภาพทางครอบครัว ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพทางครอบครัว ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการอย่างตรงทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการ ให้บริการของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ด้านการให้บริการอย่างตรงทันเวลา เป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันด้วยวิธีของ LSD พบว่า ประชาชนที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการ ให้บริการของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ด้านการให้บริการอย่างตรงทันเวลา ไม่แตกต่างกัน ประชาชนที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ไม่แตกต่างกัน และประชาชนที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี สามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ประสิทธิภาพในการให้บริการของเทศบาลเมืองสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผู้วิจัยขอนำมาอภิปรายเป็นรายด้าน ดังนี้

1. ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค

พบว่า ประสิทธิภาพในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเป็นธรรมไม่เลือกปฏิบัติกับผู้มารับบริการ เป็นลำดับสูงสุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเทศบาลเมืองลำสามแก้ว จัดให้มีระบบคิวตามลำดับให้ผู้รับบริการรับทราบ และนัดวันเวลานัดหมายเป็นที่แน่นอนในการให้บริการแบบต่อเนื่องเป็นลายลักษณ์อักษรตามแบบฟอร์มที่มีมาตรฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตยา อุปชาดำ (2556) ศึกษา ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลโพนจาน อำเภอโพนสวรรค์ จังหวัดนครพนม ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อระดับประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และชัยวัฒน์ แก้ววิจิตร (2555) ศึกษา ความคิดเห็นของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลสนามชัยเขต อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลสนามชัยเขต อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทราภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

2. ด้านการให้บริการอย่างตรงทันเวลา

พบว่า ประสิทธิภาพในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ขั้นตอนการรับบริการเหมาะสมกับงานที่ให้บริการ เป็นลำดับสูงสุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเทศบาลเมืองลำสามแก้ว จัดทำประกาศการลดขั้นตอนการปฏิบัติราชการเพื่อให้การบริการมีความรวดเร็ว และจัดทำแผนผังขั้นตอนและกระบวนการการให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพนา สากแก้ว (2555) ศึกษา ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการให้บริการประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลศรีสุข อำเภอศรีนคร จังหวัดสุรินทร์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการให้บริการประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลศรีสุข ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และสุมาลี ผ่องอำไพ (2554) ศึกษา ความคิดเห็นของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลลำเหย อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนที่มาใช้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลลำเหย มีความคิดเห็นต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลลำเหย ด้านการให้บริการอย่างตรงทันเวลาอยู่ระดับปานกลาง

3. ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ

พบว่า ประสิทธิภาพในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ เป็นลำดับสูงสุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเทศบาลเมืองลำสามแก้วจัดทำแผนกรอบอัตรากำลังเพื่อให้ทราบถึงอัตรากำลังที่ขาด และการมอบหน้าที่เป็นไปตามตำแหน่งงานส่งเสริมให้การบริการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตยา อุปชาดำ (2556) ศึกษา ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลโพนจาน อำเภอโพนสวรรค์ จังหวัดนครพนม ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อระดับประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับปานกลาง

4. ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

พบว่า ประสิทธิภาพในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ถ้ามีการบริการไม่แล้วเสร็จในครั้งเดียวเจ้าหน้าที่จะนัดหมายท่านเพื่อรับบริการให้แล้วเสร็จในครั้งต่อไป เป็นลำดับสูงสุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเทศบาลเมืองลำสามแก้วได้มีข้อกำหนดสำหรับกรณีการให้บริการไม่สามารถดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในวันเดียว ผู้ให้บริการจะต้องดำเนินการ

ให้แล้วในครั้งต่อไปเพื่อไม่การบริการตกค้าง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพนา สาแก้ว (2555) ศึกษา ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการให้บริการประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลศรีสุข อำเภอศรีณรงค์ จังหวัดสุรินทร์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการให้บริการประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลศรีสุข ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

5. ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า

พบว่า ประสิทธิภาพในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านพอใจกับความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ที่ให้บริการ เช่น ระบบคอมพิวเตอร์ เป็นลำดับสูงสุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเทศบาลเมืองลำสามแก้วจัดเตรียมเครื่องมืออุปกรณ์ที่มีความทันสมัยและมีความเพียงพอแก่ผู้มารับบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระชัย ระพิทย์พันธ์ (2550) ศึกษา ความพึงพอใจของผู้ให้บริการและผู้รับบริการงานทะเบียนราษฎรของเทศบาลวังสะพุง ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสำนักงานทะเบียนราษฎรของเทศบาลวังสะพุงโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการให้บริการที่ทันเวลาและความต้องการ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า

การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ

พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน เป็นเพราะประชาชนที่มารับบริการไม่ว่าจะเพศใดได้รับบริการที่เท่าเทียมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกียรติ ฤาวงศ์ (2553) ศึกษา ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการบริการประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลนาฝาย อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ ผลการศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการให้บริการประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลนาฝาย อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05

2. อายุ

พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ไม่แตกต่างกัน ส่วนรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ และด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีความแตกต่างกันเมื่อทำการเปรียบเทียบ พบว่า กลุ่มอายุของประชาชนมีระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานีรายด้านไม่แตกต่างกัน เป็นเพราะการติดต่อขอรับบริการกับเทศบาลแต่ละอายุอาจจะไม่ได้ใช้บริการแผนกเดียวกันหรือเรื่องเดียวกัน แล้วแต่ช่วงอายุที่ติดต่อขอรับบริการ ผลที่ได้จึงแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุมาลี ผ่องอำไพ (2554) ศึกษา ความคิดเห็นของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลลำเหย อำเภอคอนทูน จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทงานที่ให้บริการต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลลำเหยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. การศึกษา

พบว่า ประชาชนที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะประชาชนของเทศบาลเมืองลำสามแก้วทุกช่วงการศึกษาที่ได้เข้ามาใช้บริการเทศบาลเมืองลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานีนั้น เจ้าหน้าที่มีการให้บริการรวดเร็ว ขับขี่มีความกระตือรือร้นพร้อมให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภิญญา ไชวแข็ง (2554) ศึกษา ประสิทธิภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดปทุมธานี สาขาคลองหลวง ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิผลการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดปทุมธานี สาขาคลองหลวง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าตัวแปร ระดับการศึกษา มีระดับการบริการต่อประสิทธิผลการให้บริการโดยรวมไม่แตกต่างกัน

4. อาชีพ

พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะประชาชนที่เข้ามาใช้บริการทุกอาชีพได้รับการที่เท่าเทียมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยา อุปชาดำ (2556) ศึกษา ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลโพนจาน อำเภอโพธิ์สวรรค์ จังหวัดนครพนม ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนที่มี อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นของประชาชนต่อประสิทธิผลการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลโพนจาน ในภาพรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ระยะเวลาในการพักอาศัย

พบว่า ประชาชนที่มีระยะเวลาในการพักอาศัยต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค มีความแตกต่างกันเมื่อทำการเปรียบเทียบ พบว่า กลุ่มระยะเวลาในการพักอาศัย มีระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานีรายด้านแตกต่างกัน ดังนี้คือ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค กลุ่มระยะเวลาในการพักอาศัย 5 ปี จะแตกต่างกับ กลุ่มระยะเวลาในการพักอาศัย ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป อาจเป็นเพราะประชาชนที่พักอาศัยอยู่เป็นระยะเวลานานจะมีความสนิทกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมากกว่าประชาชนที่พักอาศัยอยู่เป็นระยะเวลาน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตยา อุปชาดำ (2556) ศึกษา ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลโพนจาน อำเภอโพธิ์สวรรค์ จังหวัดนครพนม ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนที่มี เขตพื้นที่ที่อยู่อาศัย ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นของประชาชนต่อประสิทธิผลการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลโพนจาน ในภาพรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. สถานภาพทางครอบครัว

พบว่า ประชาชนที่มีสถานภาพทางครอบครัว ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลในการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการอย่างตรงทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตยา อุปชาดำ (2556) ศึกษา ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลโพนจาน อำเภอโพธิ์สวรรค์ จังหวัดนครพนม ผลการศึกษาพบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อประสิทธิผลการให้บริการสาธารณะ ตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และเขตพื้นที่ที่อยู่อาศัย ที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ**ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้**

1. ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ควรจัดเจ้าหน้าที่ สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ สื่อการบริการต่างๆ ให้มีความเพียงพอกับผู้ใช้บริการ
2. ด้านการให้บริการอย่างตรงทันเวลา เจ้าหน้าที่ควรตรงต่อเวลา กระตือรือร้นพร้อมที่จะบริการแก่ประชาชนผู้รับบริการ เพื่อให้เกิดความพอใจ และบรรลุวัตถุประสงค์ของผู้รับบริการ เจ้าหน้าที่ต้องให้บริการตามขั้นตอนการให้บริการ และควรมีการกำหนดขั้นตอนไม่ให้ง่ายยากในการรับบริการ
3. ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ควรจัดเจ้าหน้าที่ด้านบริการเพิ่มขึ้น ถึงแม้ในเวลาพักเที่ยง เพื่อให้ผู้รับบริการได้รับบริการอย่างต่อเนื่อง หรืออาจเพิ่มการบริการในวันหยุดราชการ
4. ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า ควรเพิ่มความรู้ความสามารถในงานที่ปฏิบัติให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติเพื่อให้เกิดประสิทธิผล และควรมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ ให้ประชาชนรับทราบอย่างทันทั่วถึง และนำเทคโนโลยีมาพัฒนาการให้บริการให้มีความทันสมัย
5. ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค เจ้าหน้าที่ควรให้บริการกับผู้มารับบริการทุกประเภทอย่างเท่าเทียมกัน บริการด้วยความเต็มใจ สุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส อย่างเสมอต้นเสมอปลาย ควรต้องมีการจัดคิวในการให้บริการ อีกทั้งขั้นตอนการบริการต้องเหมือนกันทุกคน เพื่อไม่ให้เกิดการเลือกปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความพึงพอใจต่อการบริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้ว อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยศึกษาแยกส่วนในสังกัด เช่น กองคลัง กองช่าง กองการศึกษา และส่วนราชการอื่นๆ เพื่อทราบระดับความคิดเห็นของประชาชนต่องานต่าง ๆ และเพื่อรับทราบข้อคิดเห็น ปัญหาในส่วนงานต่าง ๆ และนำมาปรับปรุงและส่งเสริมได้ตรงประเด็นและความต้องการของประชาชน
2. ควรศึกษาประสิทธิผลการให้บริการของเทศบาลเมืองลำสามแก้วอย่างน้อยปีละครั้ง เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาเป็นประจำ และเป็นการประเมินความก้าวหน้า เพื่อปรับปรุงแก้ไขส่วนที่บกพร่อง

เอกสารอ้างอิง

- เกษร ฤวงค์ (2553). ความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการบริการประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลนาฝาย อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ. สารนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารงานท้องถิ่น. ชัยภูมิ: มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ.
- ชัยวัฒน์ แก้ววิจิตร. (2555). ความคิดเห็นของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลสนามชัยเขต อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา. สารนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธีระชัย ระพิทย์พันธ์. (2550). ความพึงพอใจของผู้ให้บริการและผู้รับบริการต่องานทะเบียนราษฎรของเทศบาลตำบลวังสะพุง. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นิตยา อุปชาดำ. (2556). ประสิทธิผลการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลโพ้นจาน อำเภอโพ้นสวรรค์ จังหวัดนครพนม. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สกลนคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

- พรพนา สาแก้ว. (2555). ความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการให้บริการประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลศรีสุข อำเภอสว่างวีรกูล จังหวัดสุรินทร์. สารนิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วาสนา เจริญรอย. (2542). การบริการประชาชนของสำนักงานที่ดินจังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศุภินญา ไชวแข็ง. (2554). ประสิทธิภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดปทุมธานี สาขาคลองหลวง การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- สุมาลี ผ่องอำไพ. (2554). ความคิดเห็นของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลลำเหย อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม. การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Weber. (1996). Max The Potestant Ethic and the Spirit of Capitalism. New York: Charles Scripner's Sons.

NBUS0040: การพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ที่จัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน

THE DEVELOPMENT OF PROBLEM SOLVING ABILITIES OF PRIVATE UNIVERSITIES UNDERGRADUATE STUDENTS TAUGHT BY PROBLEM BASE LEARNING APPROACH

นางสาวรัชนิกรณ์ คล่องแคล่ว¹ ดร.อนุพงษ์ เครืองาม²

¹ สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

² สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ที่จัดการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน 2) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพเชิงประจักษ์ของความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ที่จัดการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานที่พัฒนาขึ้น การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา โดยกำหนดรูปแบบหนึ่งกลุ่มทดลอง ก่อนและหลังการทดลอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 จำนวน 480 คน จากนั้นสุ่มมาโดยวิธีเจาะจงโดยใช้ระดับคะแนนการสร้างความรู้ในการแก้ปัญหาโดยมีค่าเปอร์เซ็นต์ไทล์อยู่ในระดับ สูง กลาง ต่ำ จำนวน 20 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน แบบวัดความสามารถในการแก้ปัญหา แบบประเมินคุณลักษณะของผู้ที่มีความสามารถในการแก้ปัญหา และแบบประเมินความพึงพอใจ วิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ t-test และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรีที่จัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน มีความสามารถในการแก้ปัญหาสูงขึ้นก่อนการทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ด้านการประเมินและตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี มีคุณลักษณะของผู้ที่มีความสามารถในการแก้ปัญหาอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้ด้านการรับฟังความคิดเห็น ข้อวิพากษ์วิจารณ์ ความเชื่อ และสมมติฐานในมุมมองที่แตกต่าง มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด และนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อรูปแบบการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นโดยภาพรวมในระดับดีมาก ทั้งนี้ด้านประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด

คำสำคัญ: การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน, ความสามารถในการแก้ปัญหา, นักศึกษาระดับปริญญาตรี

Abstract

This research aims to: 1) to develop problem solving ability of private university students. Bachelor degree 2) to study the empirical efficiency of problem solving ability of private university students Bachelor degree that manages learning by using problems as the base developed research was research and development. By defining one form of experimental group before and after the experiment the sample

group used in this research was private university students. The first year were 480 undergraduate students, then randomly selected by using the level of knowledge building to solve problems with the percentage of high, middle, low, 20 people. The tools used were questionnaires. Problem-based learning management plan Problem solving ability test the evaluation form for those who have problem solving ability and satisfaction assessment forms Statistical analysis includes average, percentage, standard deviation, t-test statistic and content analysis.

The results of the data analysis showed that the development of problem solving ability of private university students Undergraduate level that manages learning by using problems as a base The problem solving ability was higher than before the experiment with statistical significance at the level of .05. However, evaluation and decision making had the highest mean. Private university students Bachelor degree There are characteristics of people who are able to solve problems at a high level. In terms of listening to opinions, criticisms, beliefs and assumptions from different perspectives Highest average and private university students, bachelor degree satisfied with the overall learning styles developed in a very good level in this regard, the average benefits and satisfaction received were highest.

Keywords: Problem Solving Abilities, Problem Base Learning Approach, Undergraduate Students.

บทนำ

สังคมในยุคศตวรรษที่ 21 เป็นสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงทางวิทยาการและเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว คนในสังคมจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อก้าวทันและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง การเตรียมความพร้อมคนให้มีศักยภาพต้องมีการวิเคราะห์ความสามารถที่จำเป็นกับการมีชีวิตอยู่ในสังคมอย่างเข้มแข็ง พร้อมเผชิญกับสภาพแวดล้อมและปัญหาที่หลากหลาย ดังแนวคิดที่กล่าวว่า การพัฒนาคนให้มีความสามารถอยู่ในสังคมอย่างสร้างสรรค์และมีความสุขจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาทักษะพื้นฐานสำหรับอนาคต ได้แก่ ทักษะการคิดวิเคราะห์ ทักษะการคิดวิจารณ์ ทักษะทางสังคม ทักษะการคิดสร้างสรรค์และ ทักษะการแก้ปัญหา และในขณะเดียวกันธรรมชาติของมนุษย์ตามแนวคิดของมาสโลว์ (Maslow) มีความต้องการได้รับการยกย่องและยอมรับในสังคมซึ่งถือเป็นความต้องการพื้นฐานของบุคคลผู้ที่ประสบผลสำเร็จ การศึกษาเพื่อการพัฒนาความพร้อมของคนให้ชีวิตที่ประสบผลสำเร็จจำเป็นต้องอาศัยความสามารถที่สำคัญ คือ ความสามารถในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ซึ่งเชื่อมั่นว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทำให้ชีวิตประสบผลสำเร็จที่ดีกว่า การศึกษาจึงเป็นหลักสำคัญของการพัฒนาคนให้มีความสามารถดังกล่าวเพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตที่เข้มแข็งพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่า การคิดแก้ปัญหาเป็นทักษะที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาด้านสติปัญญาของผู้เรียน ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้เรียนและเป้าหมายสำคัญของการจัดการศึกษา แต่ปรากฏว่าในสภาพปัจจุบันการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะการคิดแก้ปัญหาของเด็กยังทำได้น้อยมาก ผู้สอนส่วนใหญ่มักเน้นการเรียนการสอนที่ยึดเนื้อหาวิชามากกว่าการสอนกระบวนการแก้ปัญหา พฤติกรรมการสอนของผู้สอนในสถานศึกษส่วนมากให้ผู้เรียนจดจำเนื้อหาและเน้นการปฏิบัติตามตัวอย่างและมุ่งสอนให้ผู้เรียนสอบได้คะแนนสูง ๆ มากกว่าจะสอนให้ผู้เรียนรู้จักคิดอย่างมีเหตุผล วิเคราะห์วิจารณ์ หรือแก้ปัญหาเป็นวิธีการสอนของผู้สอนยังคงเป็นไปในรูป

แบบเดิมที่ผู้สอนเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ การเสริมสร้างและพัฒนาการคิดให้แก่ผู้เรียนยังมิได้บรรลุอย่างแท้จริง ในทางปฏิบัติเพราะนักศึกษาส่วนใหญ่ยังคงเรียนรู้ด้วยวิธีการจดจำ และท่องจำให้ได้มากกว่าสามารถวิเคราะห์ เนื้อหาสาระสิ่งที่เรียนรู้ได้ นอกจากนี้การสอนเพื่อเสริมสร้างและพัฒนาการคิดให้กับนักเรียนยังมิได้มีการปฏิบัติอย่างจริงจังในสถานศึกษา อันเนื่องมาจากการไม่เข้าใจในวิธีการสอน ตลอดจนไม่สามารถจัดการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมทักษะและกระบวนการคิดแก้ปัญหาให้กับผู้เรียน (อารยา ช่ออินชัย. 2552)

จากประสบการณ์การสอนของผู้วิจัย จากการสัมภาษณ์อาจารย์ และสถานประกอบการในการติดตาม ผู้สำเร็จการศึกษา พบว่า ผู้สำเร็จการศึกษาด้านทักษะในด้านการคิดที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน การคิดวิเคราะห์ การคิดอย่างมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหา ซึ่งจากการประชุมร่วมกันกับสถานประกอบการได้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหา การปฏิบัติงานในสถานประกอบการ อาทิ เช่น นักศึกษาไม่สามารถแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าได้ ไม่สามารถตัดสินใจ ในการแก้ไขปัญหาได้เอง ขาดภาวะผู้นำ ไม่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงาน และไม่มีความมั่นใจในตนเอง จากการค้นหาสาเหตุดังกล่าวพบว่า น่าจะมีสาเหตุหลายด้าน เช่น ตัวผู้เรียน พบว่า มีคะแนนผลการเรียนก่อนเข้าเรียนในมหาวิทยาลัย อยู่ในระดับปานกลางถึงในระดับต่ำ ซึ่งอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การจัดการเรียนรู้ไม่สัมฤทธิ์ผลเท่าที่ควรเนื่อง จากนักศึกษาขาดความมุ่งมั่นในการเรียนและแรงจูงใจ นอกจากนี้สาเหตุด้านผู้เรียนดังกล่าวแล้ว จากการสัมภาษณ์และรวบรวมข้อมูลการจัด การเรียนการสอนของอาจารย์ที่ผ่านมา พบว่า น่าจะเป็นสาเหตุอีกประการหนึ่งที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เนื่องจากอาจารย์จัดการเรียนรู้แบบเดิม ๆ เช่น การใช้การบรรยาย การเรียนแบบ การสาธิต ให้ปฏิบัติตาม ไม่ได้ฝึกให้นักศึกษาได้คิดริเริ่มและสร้างสรรค์ จึงทำให้นักศึกษาขาดโอกาสในการฝึกคิด วิเคราะห์การปฏิบัติงาน การวางแผนการปฏิบัติงาน การแก้ ปัญหาด้วยตนเอง จึงจำเป็นต้องพัฒนาการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานเพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี

จากสภาพการจัดการศึกษาในปัจจุบันดังกล่าวข้างต้น พบว่า การจัดการเรียนการสอนได้มุ่งเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยส่งเสริมให้ผู้เรียนมีบทบาทในการสร้างความรู้ด้วยตนเอง ดังนั้น ผู้สอนจึงควรเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ (Facilitator) อีกทั้งการจัดการเรียนการสอนควรจะทำให้ผู้เรียนได้คิดวิเคราะห์ ลงมือปฏิบัติจนเกิดการเรียนรู้ โดยส่งเสริมให้ผู้เรียนได้มีบทบาทในการสร้างความรู้ด้วยตนเอง สามารถคิดเป็น ทำเป็นและแก้ปัญหาเป็น สอดคล้องตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF)

จากการศึกษารูปแบบการสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-Based Learning) ที่นำมาจัดกิจกรรมสรุป ได้ว่า การจัดการเรียนรู้ตามโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน คือ การการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เป็นการเรียนรู้ที่เริ่มต้นจากผู้สอนเสนอปัญหาใหม่ที่ทำนาย และสอดคล้องกับสถานการณ์จริงมากระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความต้องการแสวงหาความรู้และนำประสบการณ์เดิมมาสร้างองค์ความรู้ เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาโดยเน้นให้ผู้เรียนรู้จักทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม เพื่อฝึกให้รู้จักคิดวิเคราะห์และพัฒนาทักษะการแก้ปัญหา รู้จักตัดสินใจและสามารถนำเสนอผลงานได้ ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต ผู้สอนเป็นเพียงผู้อำนวยความสะดวกและคอยชี้แนะ การเรียนการสอนที่ใช้ปัญหาเป็นฐานเป็นวิธีการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง การเรียนรู้เกิดขึ้นจากการแสวงหาความรู้เพื่อมาใช้แก้ปัญหาที่ได้รับมอบหมายอย่างมีกระบวนการและขั้นตอนทางวิทยาศาสตร์ทำให้ได้มาซึ่งความรู้ที่ทันต่อเหตุการณ์และเป็นความรู้ที่ผู้เรียนนำไปใช้ได้จริง เป็นการจัดการเรียนรู้ที่มุ่ง เน้นให้ผู้เรียนเกิดความสามารถในการคิดแก้ปัญหา การคิดวิเคราะห์ การคิดอย่างมีวิจารณญาณ สามารถเรียนรู้ได้ในสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ โดยผู้เรียนเป็นเจ้าของการเรียนรู้ รับผิดชอบ การเรียนของตนเอง ลงมือปฏิบัติจริง และมีการทำงานร่วมกับผู้อื่น มีมนุษยสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ ดังนั้น ความรู้ที่ได้

จึงเกิดจากการที่ผู้เรียนสร้างขึ้นเองจากการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและบุคคลอื่น ๆ ผู้เรียนจะนำความรู้ใหม่และความรู้เดิม เกิดเป็นการขยายความรู้ หรือความรู้ใหม่ขึ้นเองที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ โดยมีกิจกรรมต่าง ๆ เป็นตัวผลักดันให้เกิดการเรียนรู้ ซึ่งหลักการแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยเห็นว่าเหมาะสมกับการจัดการเรียนรู้ในมหาวิทยาลัย ระดับปริญญาตรี ที่ผลิตบุคลากรที่มีประสิทธิภาพสูงสุดตลาดแรงงานโดยสามารถคิดวางแผนการปฏิบัติงาน การวิเคราะห์ การปฏิบัติการ การคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รวมทั้งสามารถแก้ปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติงานและการเผชิญหน้ากับปัญหาอื่น ๆ ในการทำงานได้

ดังนั้น การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานที่เหมาะสมกับผู้เรียนจะเป็นการเพิ่มศักยภาพทางการเรียนรู้ให้เหมาะสมและก้าวทันต่อความเจริญก้าวหน้าในยุคของโลกที่ไร้พรมแดนและยังเป็นการเพิ่มทักษะและความสามารถในการเรียนรู้โดยเริ่มจากปัญหาและยังก่อให้เกิดกระบวนการกลุ่มในการเรียน จึงเป็นแนวทางในการพัฒนาพื้นฐานทางด้านการเรียนรู้และขยายสังคมแห่งการเรียนรู้ให้กว้างไกลยิ่งขึ้น

ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะนำการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานในการสร้างความรู้มาเป็นพื้นฐานพัฒนารูปแบบการเรียนรู้สำหรับนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนในระดับนี้ให้มีคุณลักษณะดังกล่าว นอกจากนั้นรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาวิธีการจัดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในมหาวิทยาลัยเอกชนได้ และนักศึกษาสามารถที่จะนำความรู้วิธีการเรียนรู้และทักษะปฏิบัติไปใช้ในวิชาชีพได้อย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ที่จัดการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน
2. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพเชิงประจักษ์ของความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ที่จัดการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน

สมมติฐานการวิจัย

ความสามารถในการแก้ปัญหานักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานแตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบรูปแบบการพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหานักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ที่จัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน
2. ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการจัดการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานไปประยุกต์ใช้ในระดับปริญญาตรีเพื่อพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหานักศึกษาต่อไปได้
3. ผลการวิจัยในการสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหานักศึกษาระดับปริญญาตรีเพื่อนำไปช่วยในการจัดการเรียนรู้และพัฒนาความสามารถในด้านความรู้ของนักศึกษาต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การใช้รูปแบบการเรียนรู้

การวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R and D) เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนานวัตกรรมหรือกระบวนการรูปแบบใหม่ ๆ ขึ้นมาจากการต้องการของผู้ใช้นวัตกรรมและผู้ให้ผลลัพธ์ที่เกิดจากการใช้นวัตกรรมนั้น งานวิจัยลักษณะนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา ส่วนใหญ่มีขั้นตอนดังนี้ $R \leftrightarrow D1 \leftrightarrow R2 \leftrightarrow D2$ และหลักการวิจัยและพัฒนาในการวิจัยทางหลักสูตรการสอนและการนิเทศ เป็นการพัฒนาจากล่างสู่บน คือนำความต้องการจำเป็นของข้อมูลพื้นฐานของผู้ปฏิบัติงานและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกส่วนไปสู่การพัฒนา (มาเรียม นิลพันธุ์, 2549: 261-262) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ เสาวนีย์ กานต์เดชารักษ์ (2539: 67) ได้พัฒนารูปแบบการเรียนรู้แบบเน้นวิจัยทางการศึกษาระดับปริญญาตรีและทดลองใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบที่พัฒนาขึ้น โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงานในลักษณะของการวิจัยและพัฒนา 4 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 การศึกษากรอบแนวคิดของวิธีการสอนแบบเน้นวิจัย ขั้นตอนที่ 2 การสร้างรูปแบบการเรียนการสอนแบบเน้นวิจัยทางการศึกษาระดับปริญญาตรี ขั้นตอนที่ 3 การทดลองใช้รูปแบบการเรียนการสอนแบบเน้นวิจัยทางการศึกษาระดับปริญญาตรี ขั้นตอนที่ 4 ปรับปรุงรูปแบบการเรียนการสอนแบบเน้นวิจัยที่เหมาะสมกับการศึกษาระดับปริญญาตรี

นอกจากนั้นจากการศึกษากระบวนการของการออกแบบระบบการเรียนการสอนจากงานวิจัยของ ยุรวัฒน์ คล้ายมงคล (2545); ปรียา นพคุณ (2545); และ วิบูลย์ลักษณ์ ปรียาวงศากุล (2547) สรุปได้ว่าแม้ว่าศึกษาวิจัยในปีที่แตกต่างกันและนำเสนอขั้นตอนรายละเอียดย่อย ๆ ที่แตกต่างกันแต่สิ่งที่เป็นไปได้ในทิศทางเดียวกันนั้นคือได้ดำเนินการวิจัยตามขั้น ตอนของการวิจัยและพัฒนาโดยมีวิธีดำเนินการตามขั้นตอนหลักที่มีลักษณะเดียวกันประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นการวิเคราะห์ (analysis) ขั้นการออกแบบ (design) ขั้นการพัฒนา (development) ขั้นนำไปใช้ (implementation) และขั้นการประเมิน (evaluation) และพบว่า ผลการวิจัยที่ได้ศึกษาทั้งหมดเป็นการนำเสนอนวัตกรรมใหม่มีการนำไปทดลองใช้และตรวจสอบหาประสิทธิภาพจากนวัตกรรม ที่ได้สร้างขึ้นอย่างเป็นระบบ

จากการศึกษาแนวคิดและกระบวนการของการวิจัยและพัฒนา R and D (Research and Development) ดังกล่าวสรุปได้ว่าการวิจัยและพัฒนาประกอบด้วย 4 ขั้นตอนที่สำคัญ คือ ขั้นตอนที่ 1 การวิจัย (Research: R1): ขั้นการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน (Analysis: A) ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนา (Development: D1): ขั้นออกแบบและพัฒนา รูปแบบการเรียนการสอน (Design and Development: D and D) ขั้นตอนที่ 3 การวิจัย (Research: R2): ขั้นการทดลองใช้รูปแบบการเรียนการสอน (Implementation: I) และขั้นตอนที่ 4 การพัฒนา (Development: D2): ขั้นการประเมินผล รูปแบบการเรียนการสอน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีการสร้างความรู้

ทฤษฎีการสร้างความรู้ (Constructivism Theory) เป็นหลักการ แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้และวิธีการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นหรือส่งเสริมให้ผู้เรียนได้รู้จักวิธีการเรียนรู้ สามารถแสวงหาความรู้ด้วยการนำความรู้เดิมมาเชื่อมโยงให้เกิดการเรียนรู้ใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้เรียนได้พัฒนาทักษะการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต ผู้เรียนได้วิเคราะห์หรือตั้งคำถามจากโจทย์ปัญหาผ่านกระบวนการสะท้อนความคิด (Reflective thinking) มีปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียนคนอื่นในกลุ่ม มีการเรียนด้วยการปฏิบัติ (Action learning) ซึ่งนำไปสู่การค้นคว้าหาคำตอบหรือสร้างความรู้ใหม่ นักทฤษฎี

ที่เกี่ยวกับการสร้างความรู้ มีความเชื่อว่าผู้เรียนสร้างความรู้ด้วยตนเอง หรืออย่างน้อยตีความหมาย ความจริง หรือ ข้อมูลเหล่านั้นจากการรับรู้ประสบการณ์ใหม่ ของตนเอง

ทฤษฎีการสร้างความรู้ (Constructivism theory) เชื่อว่า การเรียนรู้ เป็นกระบวนการสร้างมากกว่า การรับความรู้ ดังนั้น เป้าหมายของการจัดการเรียนการสอนจะสนับสนุนการสร้างมากกว่าความพยายามในการ ถ่ายทอดความรู้ ดังนั้น กลุ่มแนวคิดทฤษฎีการสร้างความรู้ จะมุ่งเน้นการสร้างความรู้ใหม่อย่างเหมาะสมของแต่ละ บุคคล และเชื่อว่าสิ่งแวดล้อมมีความ สำคัญในการสร้างความหมายตามความเป็นจริง (Duffy; & Cunningham. 1996)

การสร้างความรู้เป็นทฤษฎีการเรียนรู้หรือการสร้างความรู้ของสิ่งที่รับรู้ ทฤษฎีนี้เชื่อว่ามนุษย์ สามารถสร้างความรู้เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวได้ด้วยตัวเองเพราะมนุษย์มีศักยภาพในการสร้างความรู้จาก ประสบการณ์ที่เป็นจริง (Richardson. 1994: 1)

จากการศึกษาแนวคิดของนักการศึกษาและนักจิตวิทยาต่าง ๆ เกี่ยวกับความรู้และการเรียนรู้ตามแนว ทฤษฎีการสร้างความรู้ (Constructivism theory) พบว่านักศึกษามีแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้แตกต่างกันดังนี้

ซาโฮริค (Zahoric. 1995: 11-12) ได้อธิบายเกี่ยวกับการสร้างความรู้ของบุคคลไว้ สรุปได้ว่า ความรู้ ไม่ใช่สิ่งที่อยู่ภายนอกตัวของผู้เรียน ความรู้ถูกสร้างขึ้นในขณะที่ผู้เรียนพยายามให้ความหมายกับประสบการณ์ของ ตนเอง ส่วนการเรียนรู้นั้น ซาโฮริคมองว่าเป็นกระบวนการที่ไม่หยุดนิ่งการที่บุคคลได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ อยู่ ตลอดเวลา ทำให้ความรู้ของบุคคลเปลี่ยนแปลงไปการเปลี่ยนแปลงความรู้ของบุคคลเกิดจากกระบวนการที่สำคัญ 2 อย่าง คือ กระบวนการดูดซึม (Assimilation) และการปรับให้เหมาะสม (Accommodation)

เซลเลย์ (Selley. 1999: 3-6) อธิบายความรู้และการเรียนรู้ของบุคคลในด้านการสร้างความรู้ สรุปได้ว่า การสร้างความรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในของบุคคลจากการตีความสิ่งที่รับรู้ใหม่ตามประสบการณ์เดิมแต่ละ บุคคล บุคคลอาจจะสร้างความรู้จากประสบการณ์ตรงที่ได้รับจากการลงมือปฏิบัติด้วยตนเองหรือจากการติดต่อสื่อสาร กับบุคคลอื่น

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการแก้ปัญหา

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการแก้ปัญหาในปัจจุบัน พบว่า ทฤษฎี การเรียนรู้ที่นำมาอธิบายกระบวนการเกิดการแก้ปัญหาของบุคคลที่สำคัญ ได้แก่ ทฤษฎีคอนสตรัคติวิส (Constructivism) ทั้งนี้ สุรางค์ โค้วตระกูล (2552: 210-211) อธิบายไว้ว่า ทฤษฎีคอนสตรัคติวิสมีหลักการสำคัญว่า ในการเรียนรู้ผู้เรียน จะต้องเป็นผู้กระทำ (Active) และสร้างความรู้ (Construct) ทั้งนี้เนื่องจากความเชื่อพื้นฐานของ Constructivism มี รากฐานมาจาก 2 แหล่ง คือ จากทฤษฎีพัฒนาการของพือาเจต์ และวิกิอทส์ก็ ทฤษฎี Constructivism จึงแบ่งออกเป็น 2 ทฤษฎี คือ

1. Cognitive Constructivism หมายถึง การสร้างสรรค์ทางปัญญา เป็นทฤษฎีการเรียนรู้ที่มีรากฐาน มาจากทฤษฎีพัฒนาการของพือาเจต์ ทฤษฎีนี้ถือว่าผู้เรียนเป็นผู้กระทำ (Active) และเป็นผู้สร้างความรู้ขึ้นในใจเอง ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมมีบทบาทในการก่อให้เกิดความมาสมมูลทางพุทธิปัญญขึ้น เป็นต้นเหตุให้ผู้เรียนปรับความ เข้าใจเดิมที่มีอยู่ให้เข้ากับข้อมูลข่าวสารใหม่จนกระทั่งเกิดความสมมูลทางพุทธิปัญญา หรือเกิดความรู้ใหม่ขึ้น (Fowler. 1994; และ Greens; et al. 1996; อ้างถึงใน สุรางค์ โค้วตระกูล. 2552: 210-211)

2. Social Constructivism หมายถึง การสร้างสรรค์ทางสังคม เป็นทฤษฎีที่มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีพัฒนาการของวิกตอร์สกี ซึ่งถือว่าผู้เรียนสร้างความรู้ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้อื่น (ผู้ใหญ่หรือเพื่อน) ในขณะที่ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรืองานในสถานะสังคม (Social Context) ซึ่งเป็นตัวแปรที่สำคัญและขาดไม่ได้ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมทำให้ผู้เรียนสร้างความรู้ด้วยการเปลี่ยนแปลงความเข้าใจเดิมให้ถูกต้องหรือซับซ้อนกว้างขวางขึ้น (Bruning; et al. 1999; อ้างถึงใน สุรางค์ ไคว์ตระกูล. 2552: 210-211)

ความสามารถในการแก้ปัญหา หมายถึง การบวนการคิดไตร่ตรองอย่างรอบคอบ เกี่ยวกับสถานการณ์ที่เป็นปัญหา คลุมเครือ มีความขัดแย้ง เพื่อตัดสินใจว่าสิ่งใดควรเชื่อหรือไม่ควรเชื่อ สิ่งใดควรทำสิ่งใดไม่ควรทำ โดยใช้ความรู้ความคิดจากประสบการณ์ของตนจากข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ทั้งข้อมูลเชิงวิชาการ ข้อมูลทางด้านสิ่งแวดล้อม และข้อมูลส่วนตัว ความสามารถในการแก้ปัญหาประกอบด้วยทักษะย่อย ๆ เพื่อนำมาช่วยในการตัดสินใจได้อย่างถูกต้องยิ่งขึ้น คือ ทักษะความรู้และการแสวงหาความรู้ ถ้ามีความรู้มากจะทำให้คิดได้เร็วและดีกว่าทักษะการประเมิน เพราะการประเมินเป็นสิ่งที่ทำให้สามารถระบุและเลือกข้อมูลได้เหมาะสมเชื่อถือได้ โดยสามารถเปรียบเทียบและชี้แนะหนักจากข้อมูลที่มีอยู่ ทักษะการสรุปอ้างอิงจะทำให้สามารถเข้าใจสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดีขึ้น และลึกซึ้งมากขึ้น ทักษะการวิเคราะห์ความคิด คือ สามารถในการพิจารณาถึงความเหมาะสมของความคิด และปรับความคิดให้เหมาะสม สามารถสรุปความคิดและสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง (ประพันธ์ศิริ สุเสารัจ. 2551: 100)

จากความหมายของความสามารถในการแก้ปัญหาดังกล่าวสรุปได้ว่า ความสามารถในการแก้ปัญหา หมายถึง ผลของการใช้หลักการ และเหตุผลโดยผ่านกระบวนการพิจารณา ไตร่ตรองข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างรอบคอบ ในการตัดสินใจ หรือแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในกรณีหรือสถานการณ์ต่าง ๆ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Kaufman (2012) ได้ศึกษาเปรียบเทียบการเรียนรู้แบบปกติและการใช้ปัญหาเป็นหลักของนิสิตแพทย์มหาวิทยาลัยนิวยอร์ก พบว่า นิสิตแพทย์ที่ใช้หลักสูตรด้วยวิธีการใช้ปัญหาเป็นหลักมีความสามารถในการรักษาค้นไขมากกว่านิสิตแพทย์ที่เรียนหลักสูตรแบบปกติและยังมีความสามารถในการเผชิญกับปัญหาของผู้ป่วยได้ดีกว่า

อันธิมา จงคำ (2552) ได้ศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลการเรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักและการเรียนการสอนแบบปกติ เรื่องบุหรืกับสุขภาพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 โรงเรียนสันป่าตองวิทยา อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ สรุปผลการวิจัย พบว่า นักเรียนที่ได้รับการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักมีค่าเฉลี่ยคะแนนความรู้เรื่องบุหรื ทศนคติต่อการสูบบุหรื ความเชื่อเกี่ยวกับโรคที่เกิดจากการสูบบุหรื และความตั้งใจในการไม่ลองสูบบุหรืเพิ่มขึ้นหลังจากการสอนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักเรียนที่ได้รับการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นหลัก มีการเปลี่ยนแปลงคะแนนเฉลี่ยความรู้เรื่องบุหรื ความเชื่อเกี่ยวกับโรคที่เกิดจากการสูบบุหรืและความตั้งใจในการไม่ลองสูบบุหรืมากกว่านักเรียนที่ได้รับการสอนแบบปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการเรียนการสอนสูงกว่านักเรียนที่ได้รับการสอนแบบปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อาภรณ์ แสงรัศมี (2553) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ผลของการเรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักต่อลักษณะการเรียนรู้ด้วยตนเองผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อมและความพึงพอใจต่อการเรียนการสอนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1) นักเรียนที่เรียนด้วยวิธีการเรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักมีคะแนนเฉลี่ยลักษณะการเรียนรู้ด้วยตนเอง หลังการเรียนสูงกว่าก่อนการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีคะแนนเฉลี่ยหลังการเรียนรู้นสูงกว่านักเรียนที่เรียนด้วยวิธีการเรียนแบบปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

.05 2) นักเรียนที่เรียนด้วยวิธีการเรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักมีคะแนนเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ สิ่งแวดล้อมหลังการเรียนสูงกว่าก่อนการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 3) นักเรียนที่เรียนด้วยวิธีการเรียนแบบใช้ปัญหาเป็นหลักมีความพึงพอใจต่อการเรียนการสอนในระดับมาก

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยการพัฒนาศักยภาพในการแก้ปัญหาที่จัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ประจำปีการศึกษา 2562 จำนวน 480 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลองเพื่อการพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ที่จัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ประจำปีการศึกษา 2562 สุ่มมาโดยวิธีเจาะจง โดยใช้ระดับคะแนนการสร้างความรู้ด้านการแก้ปัญหาโดยมีค่าเปอร์เซ็นต์ไทล์อยู่ในระดับ แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ สูง กลาง ต่ำ จากนั้นสุ่มอย่างง่ายเป็นกลุ่มทดลอง จำนวน 20 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

1. ตัวแปรต้น (Independent Variable) ได้แก่ การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน
2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่
 - 2.1 ความสามารถในการแก้ปัญหานักศึกษาระดับปริญญาตรี
 - 2.2 คุณลักษณะของผู้ที่มีความสามารถในการแก้ปัญหานักศึกษาระดับปริญญาตรี
 - 2.3 ความพึงพอใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหา

เป็นฐาน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบวิเคราะห์เอกสารที่ใช้ศึกษาการพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหานักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ที่จัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน จำนวน 2 ฉบับ ได้แก่

1.1 แบบวิเคราะห์เอกสารข้อมูลเชิงนโยบายการจัดการศึกษา ทั้งสภาพที่คาดหวังและสภาพปัจจุบัน

1.2 แบบวิเคราะห์เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยการพัฒนาศักยภาพในการแก้ปัญหการสร้างรูปแบบการเรียนการสอน เอกสาร แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างความรู้

2. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการรูปแบบการเรียนการสอนด้านองค์ประกอบและรายละเอียดต่าง ๆ และรายละเอียดต่าง ๆ จำนวน 1 ฉบับ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดำเนินการดังนี้

1. แบบวิเคราะห์เอกสารทั้ง 2 ฉบับ ดำเนินการสร้างโดยมีขั้นตอนเดียวกัน ดังนี้
 - 1.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา เกี่ยวกับวิธีการสร้างแบบวิเคราะห์เอกสาร

1.2 สร้างแบบวิเคราะห์เอกสารโดยกำหนดประเด็นการวิเคราะห์เอกสารและจัดทำหัวข้อย่อยและตารางการวิเคราะห์ตามประเด็นที่กำหนด โดยจำแนกเป็นสภาพที่คาดหวังและสภาพปัจจุบันคู่ขนานกันและตอนท้ายกำหนดตารางหัวข้อสรุปผลเปรียบเทียบข้อมูลทั้ง 2 ส่วน

1.3 นำแบบวิเคราะห์เอกสารที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ และผู้ทรงคุณวุฒิภายในสถาบันการศึกษาที่ผู้วิจัยสังกัดเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของแบบวิเคราะห์เอกสารเชิงทฤษฎีรวมถึงภาษาที่ใช้

1.4 นำแบบวิเคราะห์เอกสารที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (content validity) ภาษาที่ใช้และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบวิเคราะห์เอกสาร (Index of Item Objective Congruence : IOC) ค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ถือว่ามีความสอดคล้องกันในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

1.5 นำแบบวิเคราะห์เอกสารที่ปรับปรุงแก้ไขในเรื่องภาษาและรายละเอียดของประเด็นคำถามตามคำแนะนำของอาจารย์ และผู้ทรงคุณวุฒิ แล้วไปวิเคราะห์เอกสารข้อมูลพื้นฐานต่อไป

2. แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยสร้างและพัฒนา โดยมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

2.1 ศึกษาเอกสาร ตำราเกี่ยวกับการสร้างแบบสัมภาษณ์ความต้องการรูปแบบการเรียนการสอนตามสภาพที่คาดหวังและสภาพปัจจุบัน

2.2 สร้างแบบสัมภาษณ์ความต้องการรูปแบบการเรียนการสอนตามสภาพที่คาดหวังและสภาพปัจจุบัน โดยจำแนกเป็นสภาพที่คาดหวังและสภาพปัจจุบันคู่ขนานกันและตอนท้ายกำหนดตารางหัวข้อสรุปผลเปรียบเทียบข้อมูลทั้ง 2 ส่วน

2.3 นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ และผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของแบบวิเคราะห์เอกสารเชิงทฤษฎี รวมถึงภาษาที่ใช้

2.4 นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (content validity) ภาษาที่ใช้ และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ถือว่ามีความสอดคล้องกันในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ การวิเคราะห์ข้อมูลความเหมาะสมสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์ โดยใช้การคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องตามสูตร (Rowinelli; & Hambelton. 1997; อ้างถึงใน พิชิต ฤทธิ์จรูญ. 2544 : 273) นำข้อมูลที่รวบรวมจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence) พบว่าได้ค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1และปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ในรายละเอียดของภาษาให้ชัดเจน

2.5 นำแบบสัมภาษณ์ ที่ปรับปรุงแก้ไขในรายละเอียดของภาษาตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ และผู้เชี่ยวชาญ แล้วไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการเรียนการสอนตามแนวทฤษฎีสรคนิยม จำนวน 2 ท่าน ผู้บริหารทางการศึกษา จำนวน 2 ท่าน อาจารย์ 3 ท่าน และนักศึกษา 8 ท่าน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษา ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความสามารถในการแก้ปัญหา คุณลักษณะของผู้ที่มีความสามารถในการแก้ปัญหา ความพึงพอใจ ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานและการแก้ปัญหาระหว่างกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุม และระหว่างก่อนการทดลองและหลังการทดลอง โดย

ใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบค่าทีแบบอิสระ (t-test independent) และแบบไม่อิสระ (t-test dependent)

2. วิเคราะห์ข้อมูลพัฒนาการของความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษาในช่วงระหว่างการเรียนรู้ ตามการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

3. วิเคราะห์ข้อมูลจากบันทึกหลังการสอนของผู้สอนและบันทึกผลการเรียนรู้ของผู้เรียน ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องการพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ที่จัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เป็นการวิจัยเชิงการวิจัยและพัฒนา มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ และตรวจสอบประสิทธิภาพเชิงประจักษ์ของรูปแบบที่พัฒนาขึ้น โดยดำเนินการวิจัยตามแนวคิดการพัฒนารูปแบบที่ผู้วิจัยสังเคราะห์ขึ้นจากแนวคิดแบบจำลองการออกแบบระบบการเรียนรู้ The ADDIE Model ของ ครูส (Krusse, 2007: 1) ร่วมกับแนวคิดการวิจัยและพัฒนา ซึ่งแนวคิดที่ผู้วิจัยสังเคราะห์ขึ้นนี้ประกอบด้วยขั้นตอนทั้งสิ้น 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาวิเคราะห์สภาพและข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบ และพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ ขั้นตอนที่ 3 การนำรูปแบบการเรียนรู้ไปใช้ ขั้นตอนที่ 4 การปรับปรุงรูปแบบการเรียนรู้ ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยจำแนกออกเป็น 2 ตอน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ที่จัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน

ตอนที่ 2 ผลการตรวจสอบประสิทธิภาพเชิงประจักษ์ของการพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรีที่จัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน

ตาราง 1 เปรียบเทียบคะแนนความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ก่อน และหลังทดลอง

คะแนน ความสามารถ ในการแก้ปัญหา	คะแนน เต็ม	คะแนน เฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	คะแนน ร้อยละ	ระดับ ความสามารถ ในการแก้ปัญหา	T	df	p
ก่อนการทดลอง	80	45.20	7.24	62.28	ปานกลาง	- 9.75	23	.000*
หลังการทดลอง	80	64.28	6.52	77.29	สูง			

* p-value < .05

จากตาราง 1 คะแนนความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ก่อนการทดลองและหลังการทดลอง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยมีคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับ

ปริญญาตรี หลังการทดลอง ($\bar{X} = 64.28$, S.D. = 6.52) อยู่ในระดับสูง ซึ่งสูงกว่าก่อนการทดลอง ($\bar{X} = 45.20$, S.D. = 7.24) ที่อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 2 คะแนนเฉลี่ยความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี

ความสามารถในการแก้ปัญหา	ก่อนการทดลอง				หลังการทดลอง				ลำดับที่
	คะแนนเต็ม รายด้าน	คะแนนเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.	คุณภาพความสามารถในการแก้ปัญหา	คะแนนเต็ม รายด้าน	คะแนนเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.	คุณภาพความสามารถในการแก้ปัญหา	
1. กำหนดเป้าหมายของ									
การคิด	20	9.60	2.57	สูง	20	12.48	2.64	สูง	4
2. นิยามปัญหาหรือคำถาม	20	10.42	1.94	สูง	20	12.56	1.80	สูง	3
3. การระบุสมมติฐาน	20	10.50	2.38	สูง	20	13.27	2.23	สูงมาก	2
4. การพิจารณาใช้ข้อมูลสารสนเทศการ									
จัดการเรียนรู้	20	8.38	2.49	ปานกลาง	20	10.53	2.66	สูง	5
5. การประเมินและการตัดสินใจ	20	10.42	2.08	สูง	20	13.58	1.97	สูงมาก	1

จากตาราง 2 คะแนนเฉลี่ยความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี จำแนกเป็นรายด้าน พบว่า หลังการทดลองมีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นทุกด้าน ทั้งนี้พบว่า หลังการทดลองด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การประเมินและตัดสินใจ ($\bar{X} = 13.58$, S.D. = 1.97) อยู่ในระดับสูงมาก และด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด คือ การพิจารณาใช้ข้อมูลสารสนเทศการจัดการเรียนรู้ ($\bar{X} = 10.53$, S.D. = 2.66) การกำหนดเป้าหมายของการคิด ($\bar{X} = 12.48$, S.D. = 2.64) และการนิยามปัญหาหรือคำถาม ($\bar{X} = 12.56$, S.D. = 1.80) อยู่ในระดับสูง

อภิปรายผล

การพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ที่จัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ที่พัฒนาขึ้นผลการตรวจสอบความสมเหตุสมผลเชิงทฤษฎี ความเป็นไปได้ และความสอดคล้องของการพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ที่จัดการเรียนรู้ โดยใช้ปัญหาเป็นฐานโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ความสมเหตุสมผลเชิงทฤษฎีมีค่าดัชนีความสอดคล้องรายข้อระหว่าง 0.08-1.00 เป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ส่งผลให้ผลลัพธ์ของการออกแบบ

การเรียนรู้ดังกล่าวมีความสมเหตุสมผลเชิงทฤษฎีและมีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้และมีความสอดคล้องของรูปแบบ ทั้งนี้เนื่องจากการนำวิธีการเชิงระบบมาใช้จะช่วยให้การดำเนินงานต่าง ๆ เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมาย (ทิตนา แชมมณี. 2550: 197) สอดคล้องกับองค์ประกอบของรูปแบบการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นจากงานวิจัยของ มนต์ชัย พงศกรนฤวงศ์ (2552: 26) ที่พัฒนารูปแบบการเรียนรู้ตามทฤษฎีการสร้างความรู้เพื่อส่งเสริมความสามารถในการสร้างความรู้ของนักเรียนช่วงอุตสาหกรรม และงานวิจัยของ อารยา ช่ออินชัย (2553: 25) ที่พัฒนารูปแบบการเรียนรู้การสอนเพื่อส่งเสริมความสามารถในการคิดแก้ปัญหาอย่างมีวิจารณญาณกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ ของชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ซึ่งทำให้รูปแบบการเรียนรู้ดังกล่าวเป็นรูปแบบที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยที่พบว่าความสามารถด้านการพิจารณาการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการเรียนรู้และด้านการนิยามปัญหา และคำถาม เป็นด้านที่มีการพัฒนาต่ำกว่าด้านอื่น ๆ การนำรูปแบบการเรียนรู้ไปใช้จึงควรให้ความสำคัญและจัดเวลาสำหรับพัฒนาความสามารถด้านดังกล่าวในระหว่างการเรียนรู้ให้มากยิ่งขึ้น
2. จากผลการวิจัยที่พบว่าคุณลักษณะของผู้ที่มีความสามารถในการแก้ปัญหาด้านการเข้าถึงประเด็นปัญหาโดยไม่สับสนกับรายละเอียดปลีกย่อย อยู่ในระดับต่ำกว่าคุณลักษณะอื่น ๆ การนำรูปแบบการเรียนรู้ไปใช้จึงควรให้ความสำคัญในการฝึกการอ่านพิจารณากรณีศึกษาในเชิงวิเคราะห์รวมทั้งฝึกทักษะการคิดวิเคราะห์ ในระหว่างการจัดกระบวนการเรียนรู้ให้มากยิ่งขึ้น
3. จากผลการวิจัยที่พบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี มีความสามารถด้านการใช้ข้อมูลการเรียนรู้ในลำดับที่ต่ำกว่าความสามารถด้านอื่น ๆ นั้น การนำรูปแบบการเรียนรู้ไปใช้ผู้สอนควรเติมเต็มพื้นฐานความรู้ของนักศึกษา หรือมอบหมายให้ศึกษาค้นคว้าความรู้มาล่วงหน้า จากแหล่งความรู้ต่าง ๆ เพื่อให้มีความรู้ที่เพียงพอต่อการนำมาใช้ในกระบวนการจัดการเรียนรู้ตามรูปแบบ

เอกสารอ้างอิง

- จิราภรณ์ พิมพ์ใจ. (2553). การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนตามทฤษฎีการสร้างความรู้เพื่อส่งเสริมความสามารถในการเรียนรู้ของนักศึกษาพยาบาล. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ทิตนา แชมมณี. (2550). ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ. กรุงเทพฯ: บริษัทด้านยุทธศาสตร์พิมพ์.
- ธีรวิทย์ ถึงบุตร. (2552). การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนแบบผสมผสานโดยใช้แผนผังทางปัญญาเพื่อเพิ่มพูนความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณสำหรับนักศึกษาปริญญาบัณฑิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประพันธ์ศิริ สุเรไร. (2551). การพัฒนาการคิด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด 9919 เทคนิค ฟรีดิ่ง.
- พจนา ทรัพย์สมาน. (2550). การจัดการเรียนรู้โดยให้ผู้เรียนแสวงหาและค้นพบความรู้ด้วยตนเอง. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรพนทิพย์ ศิริวรรณบุศย์. (2551). ทฤษฎีจิตวิทยาพัฒนาการ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ลักขณา สริวัฒน์. (2553). การคิด. กรุงเทพฯ: โอเดียนอโด้.

วัชรวิภา เล่าเรียนดี. (2553). รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะการคิด. พิมพ์ครั้งที่ 2. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วีระ สุดสังข์. (2551). การคิดวิเคราะห์ คิดอย่างมีวิจารณญาณ และคิดสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

สุรางค์ ไควดระกุล. (2552). จิตวิทยาการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุรางคณา เต๋อดิสอน. (2550). การสร้างบรรยากาศแห่งการเรียนรู้สำหรับผู้เรียนชาวไทย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ส เจริญการพิมพ์.

สุวิทย์ มูลคำ. (2554). กลยุทธ์การสอนคิดอย่างมีวิจารณญาณ. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

อารยา ช่ออันชัย. (2552). การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมความสามารถในการคิดแก้ปัญหาอย่างมีวิจารณญาณกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ ของชั้นประถมศึกษาปีที่ 5. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Fogarty Robin. (201). Problem-based Learning and Other Curriculum Models for the Multiple Intelligences Classroom. USA: Skylight.

Joyce, B.; & Weil, M. (2009). Models of Teaching. Englewood Cliff, NJ: Prentice-Hall.

Lynda Keng Neo. (2002). Authentic Problem-Based Learning: Rewriting Business Education.

Megan Waterman, R.; P. Akmajian; & S. Kearny. (2011). Community-Oriented Problem-Based Learning at the University of New Mexico. Albuquerque, New Mexico: University of New Mexico School of Medicine.

Osman, K.; Abdul Hamid, S. H.; & Hassau A. (2009). “Standard Setting: Inserting Domain of the 21 Century Thinking Skills into the Existing Science Curriculum in Malaysia” Social and Behavioral Sciences. Dewey, John. How We Think. New York: D.C. Health and Company.

Pedersen, S. (2010). Cognitive Modeling during Problem-Based Learning: The Effects of a Hypermedia Expert Tool. Unpublished doctoral Dissertation, University of Texas at Austin, Austin, TX.

NBUS0042: พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรที่สัมพันธ์กับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของบริษัทผู้ผลิต ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC**GOOD ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR IN RELATION TO LEARNING ORGANIZATION OF ABC HARD DISK DRIVE MANUFACTURER**

ตุลชัย น้าวเนื่อง¹ ผศ.ดร.ศรากุล สุโคตรพรหมมี²

¹ นักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

² อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรกับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ กลุ่มตัวอย่างคือพนักงานบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC เก็บข้อมูล 271 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการอธิบายปัจจัยส่วนบุคคลและระดับของตัวแปร ใช้วิธีการหาความแตกต่างระหว่างกลุ่ม และใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรกับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ ระดับการศึกษา รายได้และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน มีความแตกต่างของระดับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และพบว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.74

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การจะพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ ควรส่งเสริมในส่วนของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยเฉพาะพฤติกรรมการให้ความร่วมมือ และ พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือ เช่น การส่งเสริมให้บุคลากรรุ่นเก๋าสับสนุนและช่วยเหลือบุคลากรใหม่ในด้านทักษะความรู้ในการทำงาน จัดการศึกษาดูงาน หรือการให้ความร่วมมือในความรู้และทักษะเพื่อการแก้ไขปัญหาในการทำงาน ซึ่งจะเป็นการพัฒนาพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและจะนำไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

คำสำคัญ: องค์กรแห่งการเรียนรู้, พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

Abstract

The research objectives were to study 1) the relationship between organizational citizenship behavior and learning organization, and 2) the relationships between individual factors, including gender, age, status, education level, income and employment period, and the learning organization. The samples employed were the employees of ABC, the company engaging in the business of hard drive manufacturing. The 271 sets of data were collected and analyzed by using the descriptive statistics:

frequency, percentage, mean, and standard deviation. In order to explain the individual factors and levels of variables, One-way ANOVA and Pearson Product Moment Correlation Coefficient were employed to test the relationships between organizational citizenship behavior and the learning organization.

It was found from the hypothesis test that the individual factors of age, education level, income, and employment period yielded the difference between the different levels of the learning organization. Also, the organizational citizenship behavior was positively correlated with the learning organization at a statistical significance of 0.01 and the correlation coefficient level of 0.74.

The results showed that in order to develop the learning organization, the organizational citizenship behavior should be promoted, particularly establishing cooperation and providing assistance. This encouraged the senior personnel to support and provide the new employees with assistance of their career expertise. The organization should organize fieldtrips or provide collaboration of knowledge and skills for solving problems at work that will develop the organizational citizenship behavior to become the learning organization.

Keyword: Learning organization, Good organizational citizenship behavior

บทนำ

ในศตวรรษที่ 20 องค์การหรือบริษัทต่างๆทั่วโลก กำลังเผชิญกับความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ อย่างหนัก ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีก่อให้เกิดพลวัตแห่งการแข่งขันในธุรกิจยุคโลกาภิวัตน์ ทำให้องค์การสมัยใหม่จำเป็นต้องสร้างศักยภาพในการเรียนรู้และปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว หากไม่เช่นนั้นแล้วก็ต้องเผชิญกับความล้มเหลวทางธุรกิจ องค์การหรือบริษัทระดับโลกจำนวนมากที่ประสบความสำเร็จ ผู้บริหารมักให้ความสำคัญและทุ่มเทงบประมาณเพื่อพัฒนาองค์การให้เป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ โดยให้ความสำคัญต่อการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการรูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้รวดเร็วกว่าคู่แข่ง Harrison Owen (1991, อ้างถึงใน กานต์สุตา มาชะศิริานนท์, 2557) กล่าวว่า การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันไม่ใช่เพียงแต่ให้ความสำคัญในด้านผลผลิตและกำไรเท่านั้น แต่ต้องให้ความสำคัญต่อการพัฒนาองค์การเพื่อไปสู่การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ด้วย ซึ่งถ้าองค์การไม่มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องหรือเรียนรู้ให้ช้ากว่าการเปลี่ยนแปลงภายนอกองค์การ ก็อาจทำให้ไม่มีผลผลิตหรือกำไรต่อไปได้ ดังนั้นองค์การสมัยใหม่จึงต้องมีการเรียนรู้ที่จะปรับตัวตามสภาพแวดล้อมเพื่อรักษาผลผลิตและสร้างกำไรต่อไป

การเติบโตที่รวดเร็วของอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้ความต้องการอุปกรณ์หรือระบบจัดเก็บข้อมูลมากขึ้นตามลำดับ ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์เป็นอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายซึ่งจากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (กรกฎาคม 2560) พบว่า ประเทศไทยมีการส่งออกฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์มากที่สุดเมื่อเทียบกับการส่งออกอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดของประเทศ และเป็นฐานการผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์รายใหญ่เป็นอันดับสองของโลกรองจากจีน ส่งผลให้อุตสาหกรรมฮาร์ดดิสก์ในประเทศไทยเติบโตอย่างรวดเร็วในปี ค.ศ. 2010 ถึงปี ค.ศ. 2012 เฉลี่ยร้อยละ 11.2 ต่อปี หลังจากนั้นได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมใช้สมาร์ต

โฟนหรือแท็บเล็ตแทนคอมพิวเตอร์ อีกทั้งยังได้รับผลกระทบจากการเข้ามาแทนที่ของเทคโนโลยีอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า Solid State Drive หรือ SSD ซึ่งมีประสิทธิภาพเหนือกว่าฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์หลายประการ อย่างไรก็ตามก็มีหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยธุรกิจและเศรษฐกิจวิเคราะห์ว่า อุตสาหกรรมฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ยังไม่เข้าขั้นวิกฤต และยังวิเคราะห์ต่ออีกว่า ผู้ผลิตควรเร่งพัฒนาเทคโนโลยีที่ตนเชี่ยวชาญ โดยต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย ทั้งภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษาด้วย ซึ่งต่อมาได้มีบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์บางรายเริ่มดำเนินนโยบายในการพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้ โดยร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในประเทศไทยเพื่อเปิดโครงการสหกิจศึกษา มุ่งเน้นให้นิสิตนักศึกษาเรียนรู้และปฏิบัติงานในบริษัทร่วมกับพนักงาน ปัจจุบัน อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้นักวิจัยและอาจารย์จากมหาวิทยาลัยต่างๆ เข้าร่วมงานกับบริษัท และสนับสนุนทุนการศึกษาในระดับปริญญาโทและปริญญาเอกเพื่อเป็นการต่อยอดและพัฒนาองค์ความรู้ นอกจากนี้ยังดำเนินโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้บุคลากรทุกระดับให้ทำงานอย่างมีความสุข มีความผูกพันต่อองค์กรและมีการแสดงออกถึงพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี

จากสถานการณ์การแข่งขันในอุตสาหกรรมฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ในปัจจุบันและการดำเนินนโยบายต่างๆ ของบริษัทผู้ผลิตตามที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าการสนับสนุนโครงการสหกิจศึกษาของบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์แห่งนี้มีความสอดคล้องกับกระบวนการในการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ใน ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่าน เช่น Peter Senge (1991) Watkins & Marsick (1993) และ Michael J. Marquardt (2000) ได้อธิบายในลักษณะที่คล้ายกันว่า การพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้จะต้องเริ่มจากการพัฒนาในระดับบุคคลก่อนแล้วจึงขยายไปในระดับทีมและองค์กรต่อไป อีกทั้งวัตถุประสงค์ของโครงการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาหรือดำรงรักษาศักยภาพในการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ให้กลายเป็นสมรรถนะหลักขับเคลื่อนองค์กรต่อไปอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของบุคลากรบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของบุคลากรบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC

สมมติฐานในการวิจัย

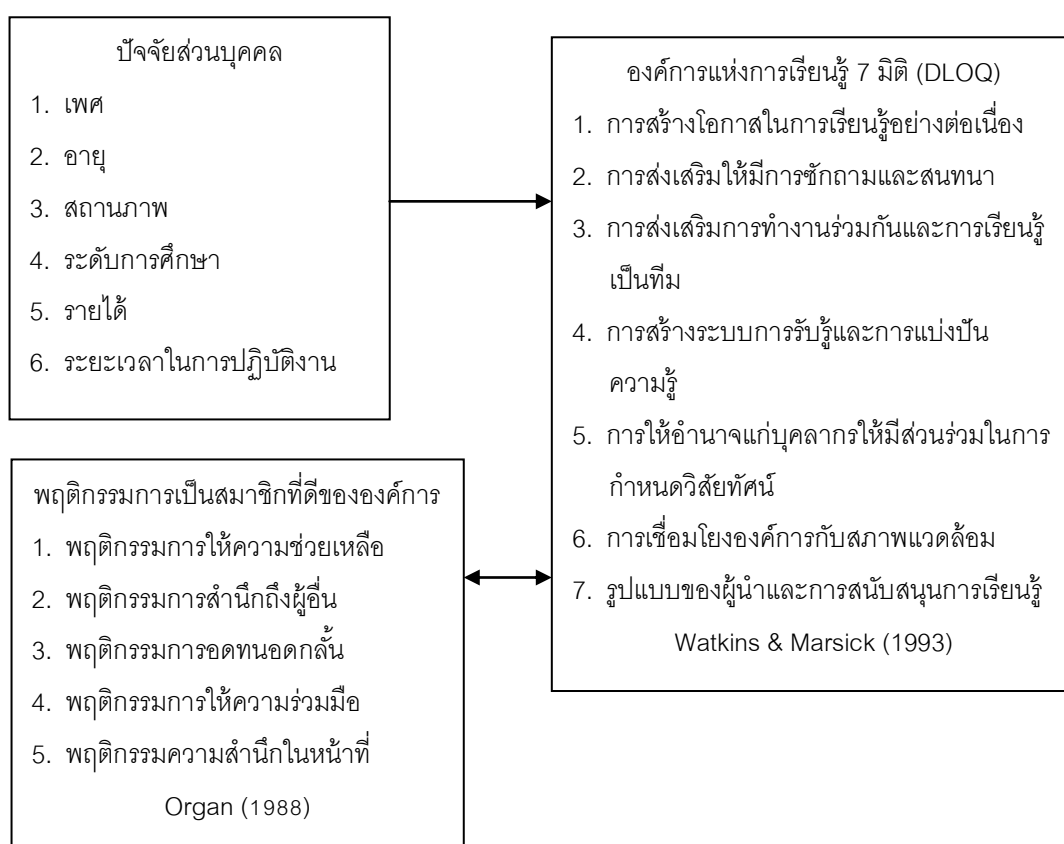
1. ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของบุคลากรบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความสัมพันธ์กับการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของบุคลากรบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาและเสริมสร้างการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และการสร้างกลยุทธ์ในการบริหารองค์การของบริษัท ผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC
2. ประโยชน์ด้านวิชาการ เพื่อใช้เป็นข้อมูลเปรียบเทียบหรืออ้างอิงกับการวิจัยในกรณีศึกษาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์การแห่งการเรียนรู้ เพื่อเป็นการยืนยันในแนวคิดและผลการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปตัวแปรต่างๆ เป็นกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ในด้านพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ผู้วิจัย อ้างอิงแนวคิดของ Dennis W. Organ และในด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ใช้แนวคิดและแบบสอบถามมิติขององค์การแห่งการเรียนรู้ (The Dimensions of the Learning Organization Questionnaires-DLOQ) ของ Marsick และ Watkins (1999) เป็นเครื่องมือในการประเมินองค์การแห่งการเรียนรู้

2. ขอบเขตด้านประชากร คือ พนักงานของบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC จำนวนทั้งสิ้น 833 คน โดยคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ YAMANE ได้ทั้งสิ้น 271 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2562 ถึง เดือนพฤศจิกายน 2562

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 271 ชุด ผ่านการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และทดสอบความเชื่อมั่น ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.914

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานของบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Yamane (1967) โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนในระดับที่ยอมรับได้เท่ากับ 5% บนความเชื่อมั่น 95%

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การและการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ($\text{Mean} = \bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD)

การวิเคราะห์เปรียบเทียบการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ใช้สถิติ t-test และ F-test (One Way Analysis of Variance)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร คือ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ กับ การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ(ตารางที่1)พบรายละเอียดดังนี้

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

พฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ(OCB)	Mean	SD	แปลผล
1. พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือ (Altruism)	3.65	0.45	มาก
2. พฤติกรรมการสำนึกถึงผู้อื่น (Courtesy)	3.67	0.49	มาก
3. พฤติกรรมการอดทนอดกลั้น (Sportsmanship)	3.60	0.49	มาก
4. พฤติกรรมการให้ความร่วมมือ (Civic virtue)	3.73	0.45	มาก
5. พฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่(Conscientiousness)	3.59	0.62	มาก
พฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ(OCB) โดยรวม	3.65	0.42	มาก

เกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ย

4.5 – 5	หมายถึง	มากที่สุด
3.5 - 4.49	หมายถึง	มาก
2.5 – 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
1.5 – 2.49	หมายถึง	น้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ พบว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพฤติกรรมการให้ความร่วมมือมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

การศึกษาด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้(ตารางที่2)พบรายละเอียดดังนี้

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้

การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ 7 มิติ (DLOQ)	Mean	SD	แปลผล
1. การสร้างโอกาสในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง	3.70	0.93	มาก
2. การส่งเสริมให้มีการซักถามและสนทนา	3.70	0.56	มาก
3. การส่งเสริมการทำงานร่วมกัน และการเรียนรู้เป็นทีม	3.90	0.58	มาก
4. การสร้างระบบการรับรู้และการแบ่งปันความรู้	3.50	0.38	มาก
5. การให้อำนาจแก่บุคลากรให้มีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์	3.39	0.64	ปานกลาง
6. การเชื่อมโยงองค์การกับสภาพแวดล้อม	3.69	0.63	มาก
7. รูปแบบของผู้นำและการสนับสนุนการเรียนรู้	3.61	0.47	มาก
การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ 7 มิติ(DLOQ) โดยรวม	3.64	0.30	มาก

ผลการศึกษาด้านการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ พบว่า การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านการสร้างโอกาสในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การส่งเสริมให้มีการซักถามและสนทนา การส่งเสริมการทำงานร่วมกัน และการเรียนรู้เป็นทีม การสร้างระบบการรับรู้และการแบ่งปันความรู้ การเชื่อมโยงองค์การกับสภาพแวดล้อม และรูปแบบของผู้นำและการสนับสนุนการเรียนรู้ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการให้อำนาจแก่บุคลากรให้มีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของบุคลากรบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC แตกต่างกัน พบรายละเอียดตามตาราง 3

ตาราง 3 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของบุคลากรบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC แตกต่างกัน

สมมติฐาน	สถิติ	Sig.	ผลการทดสอบ
1. เพศที่ต่างกันส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของบุคลากรบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC แตกต่างกัน	t-test	0.11	ปฏิเสธ
2. อายุที่ต่างกันส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของบุคลากรบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC แตกต่างกัน	ANOVA	0.00*	ยอมรับ
3. สถานภาพที่ต่างกันส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของบุคลากรบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC แตกต่างกัน	t-test	0.72	ปฏิเสธ
4. ระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของบุคลากรบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC แตกต่างกัน	ANOVA	0.00*	ยอมรับ
5. รายได้ที่ต่างกันส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของบุคลากรบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC แตกต่างกัน	ANOVA	0.00*	ยอมรับ
6. ระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกันส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของบุคลากรบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC แตกต่างกัน	ANOVA	0.00*	ยอมรับ

หมายเหตุ: * หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ และ สถานภาพที่ต่างกันส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ไม่แตกต่างกัน และยังพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้และระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกันส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การมีความสัมพันธ์กับการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของบุคลากรบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC พบรายละเอียดตามตาราง 4

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การและการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของบุคลากรบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	Sig	ระดับความสัมพันธ์
1. พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือ	0.64	0.00**	สูง
2. พฤติกรรมการสำนึกถึงผู้อื่น	0.62	0.00**	สูง
3. พฤติกรรมการอดทนอดกลั้น	0.62	0.00**	สูง
4. พฤติกรรมการให้ความร่วมมือ	0.66	0.00**	สูง
5. พฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่	0.58	0.00**	ปานกลาง
พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การโดยรวม	0.74	0.00**	สูง

หมายเหตุ: * หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ด้วยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน พบว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรโดยรวมมีความสัมพันธ์กับการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ในระดับสูง เมื่อวิเคราะห์จำแนกรายด้านพบว่า พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือ พฤติกรรมการสำนึกถึงผู้อื่น พฤติกรรมการอดทนอดกลั้น และ พฤติกรรมการให้ความร่วมมือ มีความสัมพันธ์กับการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ในระดับสูง และพฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ในระดับปานกลาง

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของบุคลากรบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC ต่างกัน โดยปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและสถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ไม่แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ ระดับการศึกษา รายได้และระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้แตกต่างกัน

พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความสัมพันธ์กับการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ โดยพบว่า พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือ พฤติกรรมการสำนึกถึงผู้อื่น พฤติกรรมการอดทนอดกลั้น พฤติกรรมการให้ความร่วมมือมีความสัมพันธ์กับการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ในระดับสูงและพฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ในระดับปานกลาง

อภิปรายผล

ผลการศึกษาปัจจัยด้านเพศที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้สอดคล้องกับงานวิจัยของอารียา ทรัพย์อ่อน(2554) ที่พบว่า เพศที่ต่างกันส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ไม่ต่างกัน

ผลการศึกษาปัจจัยด้านอายุที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัคศิริ แอนินัน(2557) ที่พบว่า บุคลากรที่มีอายุต่างกันส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาปัจจัยด้านสถานภาพที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติดาพร กาลานุสนธิ์ (2554) ที่พบว่าบุคลากรที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมตามลักษณะขององค์การแห่งการเรียนรู้ไม่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้สอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณยุมา ตันวิเศษ (2555) ที่พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาปัจจัยด้านรายได้ที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เฉลิม สาระกุล(2555) ที่พบว่า อัตราเงินเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ไม่แตกต่างกัน

ผลศึกษาด้านระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิตินาถ พลอยอุ้งศรี (2554) ที่พบว่า อายุงานต่างกันส่งผลต่อการรับรู้ในการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ต่างกัน

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรกับการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อารียา ทรัพย์อ่อน(2554)ที่พบว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรในด้าน พฤติกรรมการให้ความร่วมมือมีความสัมพันธ์ทางบวกกับวัฒนธรรมองค์การองค์การแห่งการเรียนรู้ค่อนข้างมากและ

สอดคล้องกับหลักวินัย 5 ประการ (The Fifth Discipline) ในการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ของ Peter Senge (1991) ที่อธิบายว่าการให้ความช่วยเหลือและร่วมมือของสมาชิกในองค์กร มีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้

จากการศึกษาและวิจัยพบว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีความสัมพันธ์กับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ต่างกัน ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะกับองค์กรที่เป็นกรณีศึกษาหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องดังนี้

ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือ มีความสัมพันธ์กับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในระดับสูง ผู้บริหารจึงควรสร้างบรรยากาศในองค์กรที่เอื้อต่อการทำงานร่วมกัน สนับสนุนให้บุคลากรช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำงาน เช่น การส่งเสริมให้บุคลากรรุ่นเก่าสนับสนุนและช่วยเหลือบุคลากรใหม่ในด้านทักษะความรู้ในการทำงาน เอื้อเพื่อทรัพยากรและอุปกรณ์ต่างๆ ให้แก่เพื่อนร่วมงาน ตลอดจนการสร้างแรงจูงใจและให้กำลังใจกับเพื่อนร่วมงานให้ปฏิบัติงานได้สำเร็จลุล่วง โดยพฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือจะช่วยป้องกันหรือลดความขัดแย้งที่ไม่สร้างสรรค์ในการทำงานได้ ดังนั้นผู้บริหารจึงควรสังเกตและสนับสนุนพฤติกรรมเหล่านี้อย่างรอบคอบ

พฤติกรรมการสำนึกถึงผู้อื่นมีความสัมพันธ์กับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในระดับสูง ควรส่งเสริมให้บุคลากรมีพฤติกรรมสำนึกถึงผู้อื่น โดยมุ่งเน้นให้เคารพในการตัดสินใจของเสียงส่วนมากและยอมปฏิบัติตามด้วยความจริงใจ ในการประชุมหรือวางแผนในการทำงานควรเปิดโอกาสให้มีการซักถามและสนทนาเพื่อเป็นการแสดงความคิดเห็นของตนเองและเป็นการรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นเช่นกัน อีกทั้งควรปลูกฝังจิตสำนึกของบุคลากรในการปฏิบัติงานควรให้คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้อื่นก่อนเสมอแม้ว่าผลลัพธ์ที่ได้จะเอื้อต่อประโยชน์ส่วนตนเพียงใดก็ตาม

พฤติกรรมการอดทนอดกลั้น มีความสัมพันธ์กับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในระดับสูง เป็นพฤติกรรมส่วนบุคคลที่แสดงออกถึงความมั่นคงภายในจิตใจในการเผชิญความยากลำบากในการทำงาน ซึ่งขณะเดียวกันอาจก่อให้เกิดความกดดันและความเครียดกับการทำงานของพนักงาน และนำไปสู่ความขัดแย้งและการลาออก ดังนั้นผู้บริหารควรเสริมสร้างทัศนคติที่ดีต่อการทำงานให้กับบุคลากรโดยเฉพาะงานด้านการบริการที่ต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ควรมีการซักถามและสนทนากับพนักงานเกี่ยวกับปัญหาและความคับข้องใจในการทำงานอย่างสม่ำเสมอ

พฤติกรรมการให้ความร่วมมือมีความสัมพันธ์กับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในระดับสูง ควรเสริมสร้างพฤติกรรมนี้โดยการสร้างวัฒนธรรมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการทำงานหรือกิจกรรมอื่นๆ ที่ส่วนร่วมร้องขอ เช่น การเข้าประชุม การศึกษาดูงานหรือการให้ความร่วมมือในความรู้และทักษะเพื่อการแก้ไขปัญหาในการทำงาน

พฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในระดับปานกลาง ผู้บริหารควรเสริมสร้างพฤติกรรมนี้ โดยการส่งเสริมให้พนักงานยอมรับและปฏิบัติตาม กฎ ระเบียบ ขององค์กรด้วยความเคารพ มีความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงาน ดูแลรักษาทรัพย์สินขององค์กรและใช้ทรัพยากรอย่างมีค่า

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารังต่อไป

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรที่สัมพันธ์กับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ABC ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มีการใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลเพียงอย่างเดียว หากมีการวิจัยและศึกษาเพิ่มเติมควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่ไปด้วย เช่น มีการสังเกตพฤติกรรมของพนักงาน การให้สัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กานต์สุตา มาพะศิรินันท์.(2557). การพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้. เอ็กสเปอร์เน็ท. บจก.
- กิตติดาพร กาลานุสนธิ. (2554). พฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (Organizational Citizenship Behavior) และค่านิยมขององค์กร ต่อวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้(Learning Organization) กรณีศึกษา บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กรรณยุมา ตันวิเศษ. (2555). ความคิดเห็นของพนักงานต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของบริษัทสุขสมบูรณ์น้ำมันพืช จำกัด. งานนิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธิตินาถ พลอยอุจน์ศรี. (2554). การประเมินความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้โดยพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในสำนักงานเขตเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ภาคศิริ แอนิหน. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงพยาบาลนครธน. วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.(2560). ส่งออกอิเล็กทรอนิกส์ปี'60 โตร้อยละ 8.3 พลิกเป็นบวกในรอบ2ปี.K-ECON ANALYSIS.23(2858).1.
- อัญชลีพร หล่อสุวรรณกุล. (2554). การประเมินความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้โดยบุคลากรฝ่ายเภสัชกรรม โรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อารียา ทรัพย์เอนก. (2554). พฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (Organizational Citizenship Behavior) และค่านิยมขององค์กร ต่อวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้(Learning Organization) กรณีศึกษา บริษัท ABC การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Marsick,V.J. and Watkins, K.E.2003. Demonstrating the Value of an Organization's Learning Culture:The Dimensions of the Learning Organization Questionnaire . Advances in Developing Human Resources 5,2(May):132-151
- Senge,P.M.1990. The Fifth Discipline:The Art and Practice of the Learning Organization.New York: Doubleday.
- Organ,D.W.(1991) Organization Behavior.Homewood,IL:Irwin.

NBUS0043: แนวทางการเพิ่มยอดการออมเงินประเภทบัญชีเงินฝากประจำรายเดือนยกเว้นภาษีของลูกค้านาคารออมสิน กรณีศึกษาสาขาทุ่งไ้ง จังหวัดแพร่

THE WAY TO INCREASE MONTHLY FIXED DEPOSIT WITHOUT TAX OF GOVERNMENT SAVING BANK CASE STUDY THUNGHONG BRANCH, PHRAE

ณฐมน วรินทร์¹

¹ บัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาสาเหตุการเปิดบัญชีประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษีที่ลดลงของธนาคารออมสินสาขาทุ่งไ้ง และศึกษาแนวทางในการดึงดูดลูกค้าให้สนใจเปิดบัญชีประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษีที่ธนาคารออมสินสาขาทุ่งไ้ง มากยิ่งขึ้น โดยทำแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าเปิดบัญชีใหม่ จำนวน 200 คน และทำการสัมภาษณ์พนักงานและลูกค้า จำนวน 6 คน ผลวิจัย พบว่า ปัจจัยหลักที่ส่งผลให้ธนาคารออมสินสาขาทุ่งไ้ง มีจำนวนลูกค้าในการเปิดบัญชีประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษีลดลง มาจาก 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดบัญชีประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษี 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของธนาคารออมสินสาขาทุ่งไ้ง และ 3) ปัจจัยความพึงพอใจที่มีผลต่อธนาคารออมสินสาขาทุ่งไ้ง ซึ่งมาจากปัจจัยสำคัญหลัก 6 ปัจจัย ได้แก่ 1) การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากประจำรายเดือนยกเว้นภาษี 2) อัตราดอกเบี้ย 3) เงื่อนไขของบัญชีเงินฝากประจำรายเดือนยกเว้นภาษี 4) การให้บริการของพนักงาน 5) จำนวนพนักงาน และ 6) ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าในส่วน อายุ อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้ต่อเดือน และเงินออมต่อเดือนที่แตกต่างกัน ดังนั้น ธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไ้ง มีแนวทางการแก้ไข คือ 1) การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากประจำรายเดือนยกเว้นภาษีควรทำกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุกผ่านการวิเคราะห์ปัญหาจากทฤษฎีกำลังปลา 2) การให้บริการของพนักงานที่ต้องแนะนำผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้ารู้จักให้มากขึ้น 3) นำข้อมูลส่วนตัวของลูกค้ามากำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อเชิญชวนให้ลูกค้าเปิดบัญชีเงินฝากประจำรายเดือนยกเว้นภาษีมากขึ้น

คำสำคัญ: บัญชีเงินฝากประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษี การประชาสัมพันธ์ อัตราดอกเบี้ย ทฤษฎีกำลังปลา

Abstract

The objectives for this research were to study for the reasons of decreasing in number of customers who would like to open Monthly Fixed Deposit Account with Government Saving Bank- Thunghong Branch, and to study the ways to attract customers to be interested in opening Monthly Fixed Deposit Account without tax from Government Saving Bank. According to the questionnaire survey from 200 representative samples who are new customers, and also interview with bank employees and 6 customers to get the opinion, there were three main factors making less of the people open accounts at the bank; 1) Opening a monthly fixed deposit account without tax 2) Services provided by the bank 3) Satisfaction obtained from the bank, which is derived from following six factors; 1) Public relations and

promoting of Monthly Fixed Deposit Account program 2) Interest rate 3) Conditions of Monthly Fixed Deposit Account program 4) Bank employee services 5) Number of bank employees 6) Customer's personal data such as age, occupation, number of family members, income and various kinds of saving. So, Government Saving Bank-Thunghong, should have ways of working as the followings 1) Public Relations for the fixed deposit account without tax should have strong marketing strategy to analyze the problems of fish bone theory. 2) Employee services need to recommend and promote more about Bank's products to customers. 3) Analyze customer personal data to specify and classify target customers in order to invite them to open fixed deposit account without tax more.

Keywords: Monthly Fixed Deposit Account without tax, Public relations, Interest rate ,Fish Bone Diagram

บทนำ

บัญชีเงินฝากประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษี เป็นผลิตภัณฑ์เงินฝากที่ธนาคารแต่ละแห่งสามารถใช้เป็นกลยุทธ์ในการระดมเงินฝากของลูกค้าได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมีระยะเวลาในการฝากที่ยาวนาน แต่ด้วยการแข่งขันในแต่ละธนาคารที่มีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดอัตราดอกเบี้ย และเงื่อนไขการเปิดบัญชีที่แตกต่างกัน จึงทำให้ลูกค้าเกิดทางเลือกในใช้บริการธนาคารมากขึ้น ปัจจุบันพบว่า การเปิดบัญชีเงินฝากประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษีของธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ มีจำนวนลดลง ส่งผลให้จำนวนเงินฝากของบัญชีประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษีลดลงตาม ซึ่งแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เงินฝากประเภทอื่นของธนาคารออมสิน เช่น สลากออมสิน พิเศษ บัญชีออมทรัพย์ ที่ล้วนแต่มีทิศทางที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาหาสาเหตุที่ทำให้การเปิดบัญชีประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษีของธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ ลดลง อีกทั้งศึกษาแนวทางในการดึงดูดลูกค้าให้สนใจเปิดบัญชีประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษีที่ธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้การเปิดบัญชีประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษีของธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ ลดลง และศึกษาแนวทางในการดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้เกิดสนใจเปิดบัญชีประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษีที่ธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ มากยิ่งขึ้น

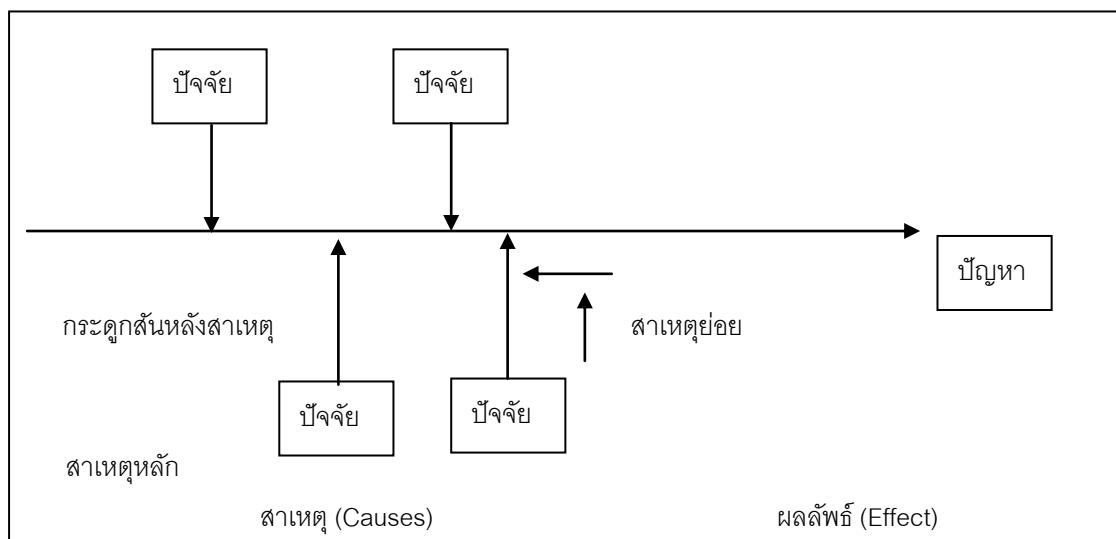
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้การเปิดบัญชีเงินฝากประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษีของธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ ลดลง นำไปสู่การหาแนวทางในการเพิ่มจำนวนลูกค้าที่เปิดบัญชีประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษีมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ มีจำนวนเงินฝากรวมมากยิ่งขึ้น

แนวทางและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีแก๊งปลา (Fish Bone Diagram)

ทฤษฎีแก๊งปลาหรือแผนผังแก๊งปลาเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวิเคราะห์สาเหตุ โดยมีการแสดงสาเหตุและผล (Cause and Effect Diagram) แสดงความสัมพันธ์อย่างเป็นระบบระหว่างสาเหตุหลาย ๆ สาเหตุที่เป็นไปได้ที่ส่งผลกระทบให้เกิดปัญหาหนึ่งปัญหา (ศิริชัย เพิ่มภาณุจนา. 2555)



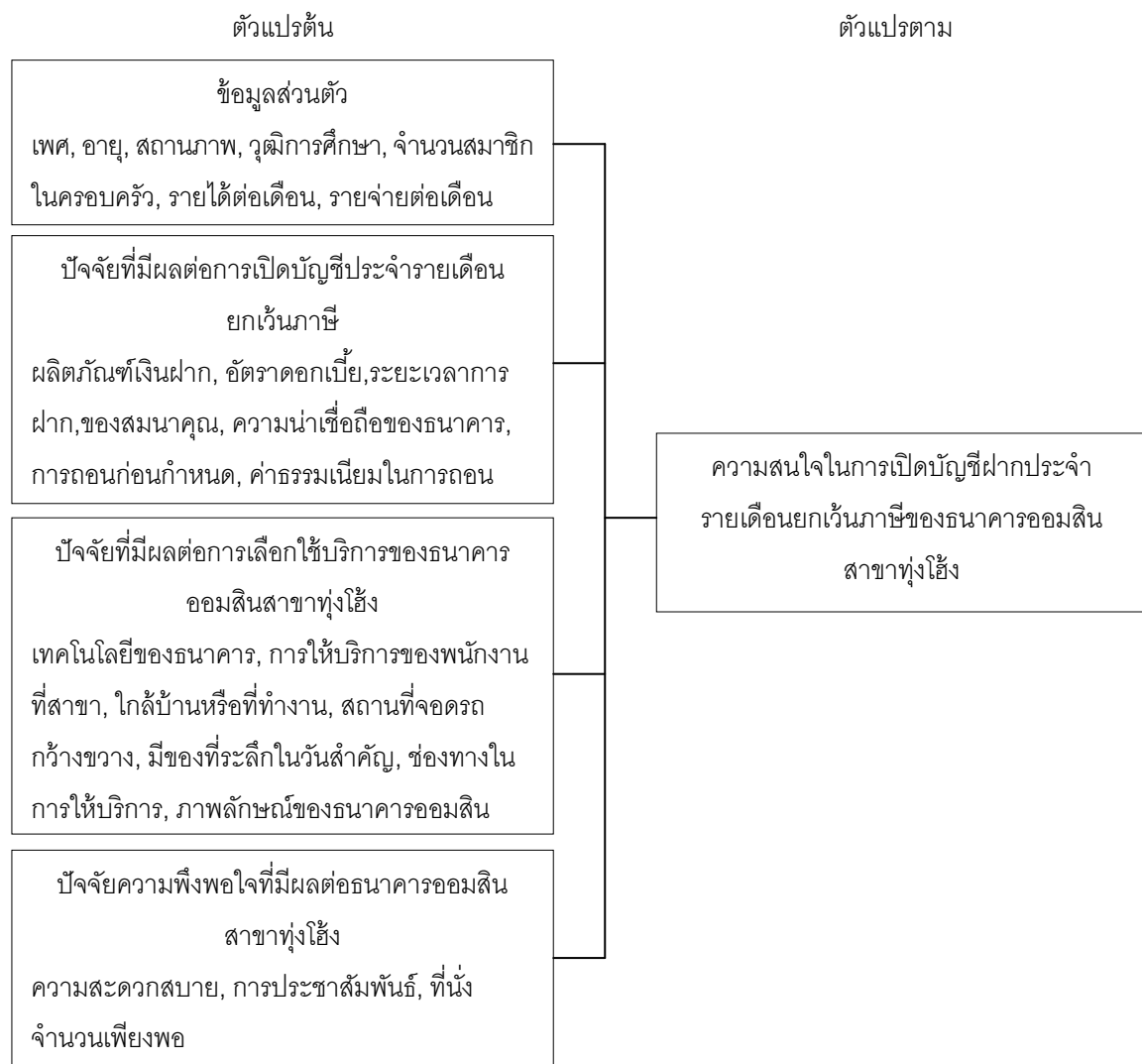
ภาพประกอบ 1 โครงสร้างของแผนผังแก๊งปลา

จากโครงสร้างแผนผังแก๊งปลา สามารถอธิบายได้ว่าโครงสร้างแผนผังแก๊งปลาประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนของหัวปลา และส่วนหางปลา

1. ส่วนของหัวปลา เป็นส่วนของปัญหาหรือผลลัพธ์ (Problem or Effect)
2. ส่วนหางปลา เป็นส่วนของสาเหตุ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 2.1) ส่วนปัจจัย เป็นส่วนที่มีการส่งผลกระทบต่อปัญหาที่อยู่ในส่วนของหัวปลา 2.2) ส่วนสาเหตุรอง และ 2.3) ส่วนสาเหตุย่อย

กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดมาจากการประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ที่มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ จึงได้กำหนดตัวแปรต้น และตัวแปรตามที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ ดังนี้



ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการศึกษา

กลุ่มตัวอย่าง

โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะลูกค้าที่มาใช้บริการเปิดบัญชีใหม่ของธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไ้ง จำนวน 200 คน โดยแจกแบบสอบถามวันละ 6 คน จนครบกำหนด และทำการสัมภาษณ์พนักงานและลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไ้ง จำนวน 6 คน นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์และคำตอบจากแบบสัมภาษณ์นำไปวิเคราะห์เพื่อหาสาเหตุของปัญหาต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมา เพื่อใช้สำหรับการวิจัย คือ แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Form) โดยให้กลุ่มตัวอย่างอ่านและตอบคำถามด้วยตนเอง ทั้งนี้การสร้างแบบสอบถามจะต้องมีความสอดคล้องกับ

วัตถุประสงค์ ตัวแปร และกรอบแนวคิดการวิจัย โดยส่วนประกอบของแบบสอบถามจะประกอบด้วย 4 ส่วน คือ 1) ข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้า 2) ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดบัญชีประจำรายเดือนของธนาคารออมสิน 3) ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ และ 4) ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่

อีกทั้งใช้เครื่องมือสำหรับการวิจัย คือ บทสัมภาษณ์ โดยทำการสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้บริหารธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ จำนวน 1 คน 2) กลุ่มพนักงานธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ จำนวน 3 คน และ 3) กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ จำนวน 2 คน โดยเป็นคำถามปลายเปิด แบ่งประเด็นสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ส่วนผลิตภัณฑ์เงินฝากบัญชีประจำรายเดือนยกเว้นภาษี และ 2) ส่วนคุณภาพและการบริการของธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการกำหนดตัวแปรต้นและตัวแปรตาม มาวิเคราะห์และแปลผลด้วยวิธีการทางสถิติ เพื่อหาความสัมพันธ์โดยใช้

1. สถิติเชิงพรรณนา เป็นการอธิบายถึงลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ ในรูปของค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency)
2. สถิติแบบ Non-Parametric โดยใช้ค่า Chi-Square ซึ่งเป็นการทดสอบสมมติฐานว่า ตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามหรือไม่ ที่นัยสำคัญ .05

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเพศหญิง สถานภาพสมรส อายุเฉลี่ย 36 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 4 คน อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน เดือนละ 18,750 บาท เงินออมต่อเดือน เดือนละ 8,030 บาท และเมื่อใช้เครื่องมือ โดยทดสอบค่าสถิติ Chi-Square เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ พบว่า อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว อาชีพ รายได้ต่อเดือน และเงินออมต่อเดือน มีความสัมพันธ์ต่อความสนใจในการเปิดบัญชีฝากประจำรายเดือน ยกเว้นภาษีของธนาคารออมสินสาขาทุ่งไผ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดบัญชีประจำรายเดือนยกเว้นภาษีของธนาคารออมสิน พบว่า ปัจจัยอัตราดอกเบี้ย เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเปิดบัญชีฝากประจำรายเดือนยกเว้นภาษีมากที่สุด รองลงมา คือ ระยะในการฝากไม่นาน ไม่มีค่าธรรมเนียมในการถอนคืน ความน่าเชื่อถือของธนาคาร ปัจจัยเงื่อนไขผลิตภัณฑ์ที่น้อย และปัจจัยที่สามารถถอนได้ก่อนครบกำหนดตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ พบว่า ปัจจัยสถานที่จอดรถกว้างขวางมีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ มากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน พนักงานสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และการได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่น ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจที่มีผลต่อธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ พบว่า ปัจจัยด้านความสะดวกในการมารับบริการที่สาขาเป็นปัจจัยที่ถูกค่ามีความพึงพอใจต่อธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ มากที่สุด รองลงมาคือ ความสะดวกในการใช้บริการออนไลน์หรือบนมือถือ การประชาสัมพันธ์และที่นั่งเพียงพอต่อจำนวนลูกค้าตามลำดับ

5. จากการรวบรวมข้อมูลจากการทำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ ใช้เครื่องมือแผนผังการปลาเพื่อหาสาเหตุของปัญหาที่ส่งผลให้ธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ มีจำนวนลูกค้าในการเปิดบัญชีประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษีลดลง พบว่า มาจากสาเหตุหลัก 6 สาเหตุ ดังนี้ 5.1) การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากประจำรายเดือนยกเว้นภาษี 5.2) อัตราดอกเบี้ย 5.3) เงื่อนไขของบัญชีเงินฝากประจำรายเดือนยกเว้นภาษี 5.4) การให้บริการของพนักงาน 5.5) จำนวนพนักงาน 5.6) ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า

6. แนวทางในการแก้ไขปัญหาการลดลงของจำนวนบัญชีเงินฝากประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษี ธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ สามารถกำหนดแนวทาง 3 แนวทาง ดังนี้ 6.1) กำหนดกลยุทธ์เชิงรุกในการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดโดยธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ สามารถทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดบูทกิจกรรมด้านหน้าธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ ข้อดี คือ สามารถประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่น่าสนใจ พนักงานสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับลูกค้า ข้อเสีย คือ การส่งเสริมการตลาดในแต่ละครั้ง ทำให้ธนาคารต้องมีการใช้งบประมาณในการจัดกิจกรรม เกิดเป็นต้นทุนให้กับธนาคารได้ อีกทั้งการออกกิจกรรมส่งเสริมการตลาดบ่อยครั้ง อาจทำให้ลูกค้าไม่สนใจ ส่งผลให้การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดไม่ประสบความสำเร็จ 6.2) การกำหนดแนวทางในการให้บริการภายในธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ เพื่อสร้างภาพลักษณ์และทัศนคติในการให้บริการธนาคารที่ดี การบริหารงานภายในธนาคารจะต้องมีการปรับเปลี่ยนหน้าที่รับผิดชอบ และเอาใจใส่ลูกค้ามากขึ้น ข้อดี คือ การให้บริการของพนักงานสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น เป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ข้อเสีย คือ หน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานมีมากขึ้น ต้องเน้นให้บริการลูกค้าอย่างเต็มที่ เพื่อสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้า ซึ่งอาจทำให้หน้าที่อื่นๆที่พนักงานต้องรับผิดชอบมีประสิทธิภาพลดลง 6.3) กำหนดผลงานของพนักงานแต่ละคนโดยเฉพาะ อาจมีการกำหนดผลิตภัณฑ์ของธนาคารให้พนักงานแต่ละคนรับผิดชอบอย่างชัดเจน ข้อดี คือ ผลลัพธ์ของจำนวนบัญชีเงินฝากประจำรายเดือนยกเว้นภาษีของธนาคารออมสินสาขาทุ่งไผ่ เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ข้อเสีย คือ อาจส่งผลต่อบรรยากาศในการทำงานที่เกิดความกดดัน ทำให้พนักงานมีความเครียด อีกทั้งการทำงานร่วมกันของพนักงานในธนาคารอาจเกิดการแข่งขัน

7. แนวทางในการแก้ไขปัญหาจำนวนบัญชีเงินฝาก ประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษีของธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ ที่ลดลง ธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ ควรเลือกใช้แนวทาง 2 แนวทางในการแก้ไขปัญหาพร้อมกัน คือ 1) แนวทางการกำหนดกลยุทธ์เชิงรุกในการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และ 2) การกำหนดแนวทางการให้บริการภายใน โดยจะพบว่า แนวทางการกำหนดกลยุทธ์เชิงรุกในการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จะสามารถทำให้ธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ ได้กลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ที่หลากหลายมากขึ้น แต่การใช้การกำหนดแนวทางการให้บริการภายในธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ จะสามารถทำให้ธนาคารรักษากลุ่มลูกค้าเดิมที่มีความจงรักภักดีกับธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่

อภิปรายผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง โดยทดสอบค่าสถิติ Chi-Square เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ พบว่า ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว อายุ รายได้ต่อเดือน และเงินออมต่อเดือน มีความสัมพันธ์ต่อความสนใจในการเปิดบัญชีฝากประจำรายเดือนยกเว้นภาษีของธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จะเห็นได้ว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ อนงนาฏ ศุภกิจฉนิษฐกุล; และ ประสพชัย พสุนนท์ (2559) ที่ทำการศึกษาเรื่อง “การเปรียบเทียบพฤติกรรมการออมกับการบริหารการเงินก่อนเกษียณอายุ กรณีศึกษาบุคลากรมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์” พบว่า รายได้ต่อเดือนและรายจ่ายต่อเดือนมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการออม อีกทั้งสถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัวจำนวนบุตร มีผลต่อพฤติกรรมการออมกับการบริหารการเงินก่อนเกษียณอายุ

2. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดบัญชีประจำรายเดือนยกเว้นภาษีของธนาคารออมสิน พบว่า ปัจจัยอัตราดอกเบี้ย เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเปิดบัญชีฝากประจำรายเดือนยกเว้นภาษีมากที่สุด รองลงมาคือ ระยะในการฝากไม่นาน ไม่มีค่าธรรมเนียมในการถอนคืน ความน่าเชื่อถือของธนาคาร ปัจจัยเงื่อนไขผลิตภัณฑ์ที่น้อย และปัจจัยที่สามารถถอนได้ก่อนครบกำหนด ตามลำดับ

ปัจจัยอัตราดอกเบี้ย ถือว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดบัญชีประจำรายเดือนยกเว้นภาษีของธนาคารออมสิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธิดา สุนทรพันธุ์ (2546) ที่ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากประจำของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” พบว่า ปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการเงินฝากประจำของธนาคารด้านปัจจัยทางด้านผลตอบแทนคือ อัตราดอกเบี้ยของเงินฝากประจำที่สูงกว่าเงินฝากประเภทอื่นๆ

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ พบว่า ปัจจัยสถานที่จอดรถกว้างขวางมีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน พนักงานสามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และแนะนำผลิตภัณฑ์ได้เหมาะสม ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และการได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่น ตามลำดับ

จะเห็นได้ว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ วริษา ประดับชัยมงคล (2558) ที่ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากผ่านธนาคารในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากผ่านธนาคาร ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านพนักงานและกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก

4. การวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจที่มีผลต่อธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ พบว่า ปัจจัยด้านความสะดวกในการมารับบริการที่สาขาเป็นปัจจัยที่ถูกค่ามีความพึงพอใจต่อธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ มากที่สุด รองลงมาคือ ความสะดวกในการใช้บริการออนไลน์หรือบนมือถือ การประชาสัมพันธ์และที่นั่งเพียงพอต่อจำนวนลูกค้าตามลำดับ

ปัจจัยด้านความสะดวกในการมารับบริการ ถือว่าเป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจที่มีผลต่อธนาคารสาขาทุ่งไผ่ มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยพนธ์ เจริญทรัพย์ (2553) ที่ทำการศึกษาเรื่อง “รูปแบบและพฤติกรรมการออมของประชาชน” พบว่า ปัจจัยความต้องการเก็บไว้ให้บุตรหลาน และเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามชรา โดย

พิจารณาจากอัตราดอกเบี้ย ความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินที่และความสะดวกในการมารับบริการที่สามารถสร้างความพึงพอใจ

5. จากการรวบรวมข้อมูลจากการทำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ ใช้เครื่องมือแผนผังกางปลาเพื่อหาสาเหตุของปัญหาที่ส่งผลให้ธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ มีจำนวนลูกค้าในการเปิดบัญชีประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษีลดลง พบว่า มาจากสาเหตุหลัก 6 สาเหตุ ดังนี้ 5.1) การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากประจำรายเดือนยกเว้นภาษี 5.2) อัตราดอกเบี้ย 5.3) เงื่อนไขของบัญชีเงินฝากประจำรายเดือนยกเว้นภาษี 5.4) การให้บริการของพนักงาน 5.5) จำนวนพนักงาน 5.6) ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าในส่วนอายุ อาชีพ จำนวนสมาชิก รายได้ และเงินออม

จะเห็นได้ว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ พิทยา ชีวเกียรติ (2545) ที่ทำการศึกษา เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ประเภทบัญชีเงินฝากประจำของลูกค้าธนาคารพาณิชย์หนึ่ง ในเขตอำเภอเมืองจังหวัด เชียงใหม่” พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการเลือกประเภทบัญชีเงินฝากประจำ

6. แนวทางในการแก้ไขปัญหาการลดลงของจำนวนบัญชีเงินฝากประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษี ธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ สามารถกำหนดแนวทาง 3 แนวทาง ดังนี้ 6.1) กำหนดกลยุทธ์เชิงรุกในการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาด 6.2) การกำหนดแนวทางในการให้บริการภายในธนาคารออมสินสาขาทุ่งไผ่ 6.3) กำหนดผลงานของพนักงานแต่ละคน อาจมีการกำหนดเป้าหมายงานให้พนักงานแต่ละคนอย่างชัดเจน

จะเห็นได้ว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ อิศรา มีถาวร (2555) ที่ทำการศึกษา เรื่อง “การศึกษากลยุทธ์การเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดด้านเงินฝากของธนาคารออมสิน” พบว่า ธนาคารมีส่วนแบ่งการตลาดด้านเงินฝากที่ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับส่วนแบ่งการตลาดด้านเงินฝากของธนาคารคู่แข่ง ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์เชิงรุกในการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดจะสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับธนาคารมากขึ้น

7. แนวทางในการแก้ไขปัญหาจำนวนบัญชีเงินฝากประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษีของธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ ที่ลดลง ธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ ควรเลือกใช้แนวทาง 2 แนวทางในการแก้ไขปัญหาพร้อมกัน คือ 1) แนวทางการกำหนดกลยุทธ์เชิงรุกในการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และ 2) การกำหนดแนวทางในการให้บริการภายใน

จะเห็นได้ว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ นันทน์ภัส พรธพัฒน์กุล (2553) ที่ทำการศึกษา เรื่อง “การศึกษากลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทเงินฝากซึ่งสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ของธนาคาร กรณีศึกษาธนาคารออมสิน” พบว่า กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกของผลิตภัณฑ์ประเภทเงินฝากของธนาคารออมสิน ควรมีกลยุทธ์ทั้ง 3 ระดับ คือ กลยุทธ์ระดับองค์กร กลยุทธ์ระดับธุรกิจ และกลยุทธ์ในระดับหน้าที่ เพื่อสามารถเพิ่มผลการดำเนินการของผลิตภัณฑ์ประเภทเงินฝากให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ ธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ ควรมีการนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ผ่านทางแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ของลูกค้า ในส่วนของอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิก รายได้ต่อเดือน เงินออมต่อเดือนมาจัดกลุ่มลูกค้าที่เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อสามารถเชิญชวนการการเปิดบัญชีเงินฝากประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษี หรือทำการตลาดให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละคน อีกทั้งการศึกษาค้างต่อไปควรมีการศึกษาข้อมูลเชิงลึกโดยการสัมภาษณ์ลูกค้า และทำการเปรียบเทียบกลยุทธ์ของคู่แข่งธนาคารอื่น เพื่อสามารถนำ

ข้อมูลดังกล่าวไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ ให้สามารถสร้างความสนใจให้แก่ลูกค้าให้เข้ามาเปิดบัญชีเงินฝากประเภทประจำรายเดือนยกเว้นภาษีของธนาคารออมสิน สาขาทุ่งไผ่ มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- นันท์นภัส พรอธิพัฒน์กุล. (2553). การศึกษากลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทเงินฝากซึ่งสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ของธนาคาร กรณีศึกษาธนาคารออมสิน (สำนักงานใหญ่). การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ปิยพันธ์ เจริญทรัพย์. (2553). รูปแบบและพฤติกรรมกรรมการออมของประชาชนในเขตชนบท. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิทยา ธีรกีรยุต. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ประเภทบัญชีเงินฝากประจำของลูกค้าธนาคารพาณิชย์หนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิรัช ประดับชัยมงคล. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากผ่านธนาคารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริชัย เพิ่มกาญจนา. (2555). ทฤษฎีกำลังปลา. จาก <https://perchai.wordpress.com/2012/06/07/25/>.
- สุธิดา สุนทรพันธุ์. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากประจำของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อนงนาฏ ศุภกิจวนิชกุล; และ ประสพชัย พสุนนท์. (2559). การเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการออมกับการบริหารการเงินก่อนเกษียณอายุ กรณีศึกษาบุคลากรมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์. การค้นคว้าแบบอิสระ สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อิสรา มีถาวร. (2555). การศึกษากลยุทธ์การเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดด้านเงินฝากของธนาคารออมสิน. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

NBUS0050: แนวทางในการเพิ่มผู้ใช้บริการห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส.

THE GUIDELINES FOR INCREASING USERS OF BAAC STAFF.

สิทธิเดช วจนะไพศาล

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มหาวิทยาลัยหอการค้า

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ศึกษาแรงจูงใจ และสาเหตุการไม่เข้าใช้บริการห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. และเพื่อศึกษาแนวทางการสื่อสารข้อมูลห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านต้นทุนค่าเช่าบ้านพักของพนักงาน เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. จำนวน 10 คน จากพนักงาน ธ.ก.ส. ที่ปฏิบัติงานอยู่จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษพบว่า ผู้ใช้บริการห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. ใช้บริการเนื่องจากใกล้สถานที่ทำงานแต่ขาดการสื่อสารทำให้ผู้ใช้บริการห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. ไม่ทราบสถานะห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. มีที่ไหนบ้าง ปัจจุบันว่างกี่ห้อง มีสิ่งอำนวยความสะดวกอะไรบ้าง และห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. บางพื้นที่ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น เตียง ตู้ โต๊ะ ผ้าปูเตียง เครื่องปรับอากาศ กระติกน้ำร้อน เครื่องทำน้ำอุ่น ฯลฯ เป็นปัจจัยทำให้พนักงานเลือกใช้บริการห้องพักภายนอกธนาคาร จึงทำให้ธนาคารเสียค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็น

เพื่อศึกษาแนวทางการสื่อสารข้อมูลห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. โดยช่วยลดค่าใช้จ่ายของธนาคารด้านต้นทุนค่าเช่าบ้านพักพนักงาน โดยให้ 4M 1E ในการวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาเพื่อนำไปพัฒนาแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่อไป M (Man) บุคลากร เจ้าหน้าที่ พนักงานบริการ เนื่องจากไม่มีผู้รับผิดชอบเฉพาะชัดเจน M (Machine) อุปกรณ์อำนวยความสะดวก จัดหาจัดซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. รวมถึงเฟอร์นิเจอร์ สิ่งอำนวยความสะดวก M (Material) วัสดุดิบหรืออะไหล่ อุปกรณ์อื่น ๆ ที่ใช้ในกระบวนการบริการห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. M (Method) กระบวนการบริการห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. ขั้นตอนการจองห้องพัก วิธีการจองห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. E (Environment) สภาพแวดล้อม อาคาร สถานที่ ความสว่าง และบรรยากาศ

คำสำคัญ: ห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส.

Abstract

The objective of this independent study is to motivation. And the reasons for not using the BAAC staff room and to study the guidelines for the BAAC staff room communication way to BAAC staff. It aims to reduce the rental cost of the bank. The study is conducted by in-depth interviews with BAAC residency group. The result shows that they stay in the service residence due to close proximity to the workplace. It also reveals the root problems are: a lack of communication and have no some facilities. For example, they do not know where the place is, how many rooms available, what facilities the place provided. Moreover, the participants explain that some rooms do not provide beds, cabinets, tables, bed

sheet, air-conditioner, water heater, etc. These are the reasons why they choose to not stay in the place provided by the BAAC.

To study the guidelines for BAAC staff room communication by reducing the expenses for the employees banks by allowing 4M 1E to analyze and find solutions to the problems in the future. M (Man) Customer Service Officer M (machinery) convenience equipment procurement of portable devices BAAC staff, including furniture, facilities, safety M (materials), materials or other parts used in the process M (Method) BAAC staff's service process, room reservation process, BAAC's staff booking method, E (Environment) climate, light and atmosphere atmosphere.

Keywords: BAAC Staff Room

บทนำ

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของพนักงาน ธ.ก.ส. ด้วยการจัดสวัสดิการห้องพักสำหรับพนักงาน ธ.ก.ส. บริการสำหรับพนักงานที่โยกย้ายเข้าปฏิบัติงานในพื้นที่แต่ไม่มีที่อยู่อาศัย ธ.ก.ส. จึงจัดเตรียมห้องพักสำหรับพนักงาน ธ.ก.ส. ซึ่งอยู่ในพื้นที่ของสาขาของ ธ.ก.ส. แต่เนื่องจากพนักงานไม่เข้าใช้บริการห้องพักสำหรับพนักงาน ธ.ก.ส. แต่เข้าพักที่อื่นแล้วเบิกค่าใช้จ่าย ทำให้ ธ.ก.ส. เสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม โดยผลการสำรวจห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. มีจำนวนทั้งหมด 4,072 ห้อง มีการใช้บริการจริง 2,874 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 70.58 (ข้อมูล ณ ปีบัญชี 2561 ตั้งแต่เดือนเมษายน 2561 - มีนาคม 2562) โดยมีข้อมูลสนับสนุนการเบิกค่าเช่าบ้านพนักงาน ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายและต้นทุนของ ธ.ก.ส. ถ้าพนักงาน มาใช้บริการห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. อีกจำนวน 1,198 คน จะทำให้ผู้ใช้บริการห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. มีผู้ใช้บริการครบทุกห้องไม่มีห้องว่าง ซึ่งทำให้ ธ.ก.ส. ลดค่าใช้จ่ายลงประมาณ ปีละ 43,128,000 บาท (คำนวณค่าห้องละ 3,000 บาท) โดยมีรายละเอียดการเบิกค่าใช้จ่ายค่าเช่าบ้านพนักงาน ปีบัญชี 2559-ปัจจุบัน ดังนี้

ปีบัญชี 2559 ข้อมูลการเบิกค่าเช่าบ้านพนักงาน 53,262,649.97 บาท

ปีบัญชี 2560 ข้อมูลการเบิกค่าเช่าบ้านพนักงาน 52,421,307.46 บาท

ปีบัญชี 2561 ข้อมูลการเบิกค่าเช่าบ้านพนักงาน 54,792,569.00 บาท

ปีบัญชี 2562 ข้อมูลการเบิกค่าเช่าบ้านพนักงาน 52,811,864.74 บาท (เดือนเมษายน 2562 - มีนาคม 2563 ข้อมูล ณ วันที่ 10 มีนาคม 2563)

วัตถุประสงค์

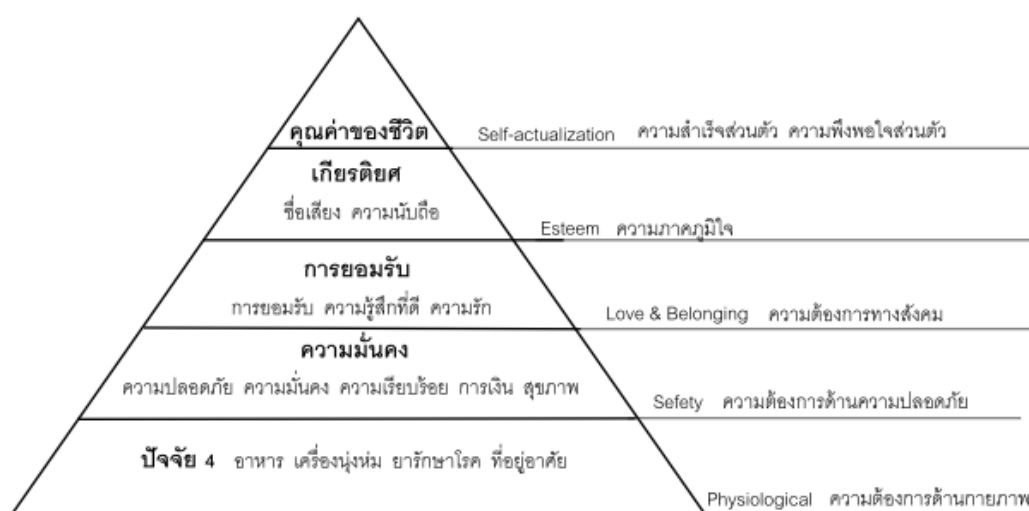
1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจ และสาเหตุการไม่เข้าใช้บริการห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส.
2. เพื่อศึกษาแนวทางการสื่อสารข้อมูลห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านต้นทุนค่าเช่าบ้านพักของพนักงาน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ธนาคารสามารถทราบแรงจูงใจและพัฒนากระบวนการใช้ห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. ต่อไปได้
2. ธนาคารสามารถทราบถึงแนวทางบริหารจัดการห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. ทั่วประเทศอย่างมีประสิทธิภาพต่อไปได้
3. ธนาคารสามารถลดค่าใช้จ่ายด้านต้นทุนค่าเช่าบ้านพักของพนักงานต่อไปได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow) เป็นทฤษฎีแรงจูงใจซึ่งตอบสนองแรงขับเป็นหลักการเพียงอันเดียวที่มีความสำคัญที่สุด โดยเป็นการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ 5 ระดับ ดังนี้



ภาพประกอบ 1 แนวคิดมาสโลว์

1. ความต้องการทางสรีระ (Physiological Needs) เป็นความต้องการด้านกายภาพ ปัจจัย 4 อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย หรือความต้องการพื้นฐานของร่างกาย โดยจำเป็นในการดำรงชีวิต ได้แก่ ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่ออาศัย ฯลฯ ความต้องการนี้เริ่มตั้งแต่วัยทารกกระทั่งถึงวัยชรา มนุษย์ทุกคนมีความต้องการทางสรีระอยู่เสมอมิอาจขาดไม่ได้ ประเภทสวัสดิการ เช่น อาหาร ที่พัก สภาพแวดล้อมในการทำงาน การรักษาพยาบาล น้ำดื่ม

2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) หมายถึงความต้องการความมั่นคงปลอดภัยทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ เพราะบุคคลไม่ต้องการเผชิญกับความไม่แน่นอนในการดำรงชีวิต เช่น การสูญเสียตำแหน่ง การขาดแคลนทรัพย์สิน การถูกขู่เข็ญบังคับจากผู้อื่น มนุษย์จึงเกิดความต้องการความมั่นคงปลอดภัย และหลักประกันชีวิต เช่น มีอาชีพที่มั่นคง มีการออมทรัพย์หรือสะสมทรัพย์ มีการประกันชีวิต ฯลฯ รวมถึงความต้องการสุขภาพแข็งแรง ประเภทสวัสดิการ เช่น อุปกรณ์ป้องกันอุบัติเหตุในการทำงาน การประกันชีวิต เงินชดเชย เงินทดแทนการรักษาพยาบาล ฯลฯ

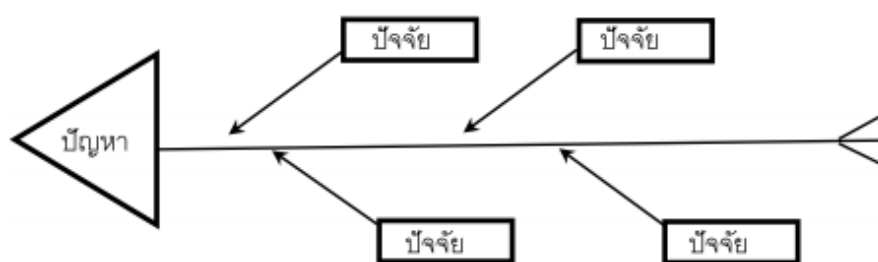
3. ความต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ (Love and belonging Needs) เป็นความต้องการทางสังคม การยอมรับ ความรู้สึกที่ดี หรือความต้องการที่จะเป็นที่รักของผู้อื่น และต้องการมีสัมพันธภาพที่ดีกับบุคคลอื่น และเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ เพราะมนุษย์ทุกคนย่อมต้องการเพื่อนไม่ต้องการรู้สึกเหงา และอยู่คนเดียว ดังนั้น จึงต้องการมีสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น เป็นสมาชิกในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เช่น กลุ่มครอบครัว กลุ่มที่ทำงาน กลุ่มเพื่อนบ้าน กลุ่มสันตนาการ เป็นต้น ความรู้สึกผูกพันจะเกิดขึ้นเมื่ออยู่ในกลุ่ม และสมาชิกของกลุ่มย่อมเกิดความรักความเอาใจใส่ และยอมรับซึ่งกันและกัน ประเภทสวัสดิการ เช่น การนันทนาการ กีฬา งานรื่นเริงประจำปี ฯลฯ

4. ความต้องการที่จะรู้สึกว่ามีค่า (Esteem Needs) เป็นความภาคภูมิใจ เกียรติยศ ชื่อเสียง ความเคารพนับถือ ความปรารถนาที่จะมองตนเองว่ามีคุณค่าสูง เป็นที่น่าเคารพยกย่องจากทั้งตนเองและผู้อื่น ต้องการที่จะให้ผู้อื่นเห็นว่าตนมีความสามารถ มีคุณค่า มีเกียรติ มีตำแหน่งฐานะ บุคคลที่มีความต้องการประเภทนี้จะเป็นผู้ที่มีความมั่นใจในตนเอง และรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่ามีประโยชน์ หากความรู้สึกหรือความต้องการดังกล่าวถูกทำลาย และไม่ได้รับการตอบสนองก็จะรู้สึกมีปมด้อย สิ้นหวัง มองโลกในแง่ร้าย ต้องการสิ่งชดเชย ถ้าเกิดความรู้สึกรุนแรงจะทำให้บุคคลนั้นเกิดความท้อถอยในชีวิต เป็นโรคประสาท โรคจิต และอาจฆ่าตัวตายได้ ประเภทสวัสดิการ เช่น การจัดกิจกรรมเพื่อประกาศิติคุณในวาระต่าง ๆ การให้สิทธิพิเศษแก่ลูกจ้าง ฯลฯ

5. ความต้องการที่จะรู้จักตนเองตามสภาพที่แท้จริง และพัฒนาศักยภาพของตน (Self-Actualization Needs) หมายถึงความต้องการที่จะรู้จักและเข้าใจตนเองตามสภาพที่แท้จริง เพื่อพัฒนาชีวิตของตนเองให้สมบูรณ์ (Self-fulfillment) รู้จักค่านิยม ความสามารถและมีความจริงใจต่อตนเอง ปรารถนาที่จะเป็นคนที่ดีที่สุดของตนเอง มีสติในการปรับตัว เปิดโอกาสให้ตนเองเผชิญกับความจริงของชีวิต และเผชิญกับสิ่งแวดล้อมใหม่ ๆ โดยคิดว่าเป็นสิ่งที่ท้าทายและน่าตื่นเต้น กระบวนการที่จะพัฒนาตนเองเต็มที่ตามศักยภาพของตนเองเป็นกระบวนการที่ไม่มีจุดจบตลอดเวลาที่มีชีวิตอยู่มนุษย์ทุกคนต้องการที่จะพัฒนาตนเองเต็มที่ตามศักยภาพ หรือความสำเร็จส่วนตัว ความพึงพอใจส่วนตัว คุณค่าของชีวิต ประเภทสวัสดิการ เช่น ทุนการศึกษา การศึกษาดูงานต่างประเทศ ฯลฯ

สวัสดิการ หมายถึง บริการหรือกิจกรรมใด ๆ ที่หน่วยงานราชการ หรือหน่วยงานองค์กรเอกชนจัดให้มีเพื่อให้ข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้าง หรือผู้ปฏิบัติงานภายในหน่วยงานนั้น ๆ ได้รับความสะดวกสบายในการทำงาน มีความมั่นคงในอาชีพ มีหลักประกันที่แน่นอนในการดำรงชีวิต หรือได้รับประโยชน์อื่น ๆ นอกเหนือจากเงินเดือน หรือค่าจ้างที่ได้รับอยู่เป็นประจำ ทั้งนี้ เพื่อเป็นสิ่งจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงานมีขวัญ กำลังใจที่ดีในการปฏิบัติงานภายในหน่วยงาน เพื่อหน่วยงานได้รับผลงานทั้งกำลังกายและกำลังใจ รวมถึงสติปัญญาความสามารถของผู้ปฏิบัติงานอย่างเต็มที่โดยไม่ต้องวิตกกังวล ปัญหายุ่งยากสลับซับซ้อน ทั้งผู้ปฏิบัติงานและครอบครัวผู้ปฏิบัติงานทำให้มีความพอใจในการปฏิบัติงาน มีความรักงานที่รับผิดชอบ และตั้งใจในการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบด้วยความภาคภูมิใจ

วิธีการสร้างแผนผังก้างปลา ในการสร้างแผนผังก้างปลาสิ่งแรกต้องทำเป็นทิม เป็นกลุ่ม โดยใช้ขั้นตอน 6 ขั้นตอนดังต่อไปนี้ กำหนดประโยคปัญหาที่แผนผังก้างปลาส่วนหัวปลา กำหนดกลุ่มปัจจัยที่จะทำให้เกิดปัญหานั้น ๆ ระดมสมอง แนวความคิดเพื่อหาสาเหตุในแต่ละปัจจัย หาสาเหตุหลักของปัญหา จัดลำดับความสำคัญของสาเหตุหลักของปัญหา ใช้แนวทางการปรับปรุงที่จำเป็น



ภาพประกอบ 2 โครงสร้างของแผนผังก้างปลา

การสัมภาษณ์ (Interview) ณรงค์ โพธิ์พุกษานันท์ (2557: 198) ได้กล่าวถึงการสัมภาษณ์เป็นการรวบรวมข้อมูลแบบเผชิญหน้า อาศัยการสนทนาซักถามระหว่างผู้สัมภาษณ์ และผู้ถูกสัมภาษณ์ โดยผู้สัมภาษณ์ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ค่อนข้างสูง จึงทำให้การสัมภาษณ์บรรลุเป้าหมายตามที่คาดหวัง

รูปแบบการสัมภาษณ์ ยุทธ ไกยวรรณ (2550: 48-50); ณรงค์ โพธิ์พุกษานันท์ (2557: 198-199) โดยใช้การสัมภาษณ์โดยใช้รูปแบบการสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured Interview) โดยจัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ให้เหมือนกันแต่ละบุคคลหรือกลุ่ม แบบสัมภาษณ์มีประเด็นคำถามที่กำหนดขึ้นเป็นขั้นตอนหรือมีการเรียงลำดับก่อน-หลัง มีทิศทาง ข้อความ ในการสัมภาษณ์ไว้ชัดเจนจนถึงคำถามสุดท้ายในการสนทนา เป็นวิธีที่ง่ายสำหรับการนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลและเหมาะสมกับผู้สัมภาษณ์ที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์เป็นการเริ่มต้นฝึกฝนเรียนรู้การสัมภาษณ์

กรอบแนวคิดแนวทางในการเพิ่มผู้ให้บริการห้องพักรับรอง ๕.๓.๕. โดยยึดทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัย 4 อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัยเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิต ทำให้ที่อยู่อาศัยเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตที่สำคัญของมนุษย์ ส่วนต่อมาคือความมั่นคง ความปลอดภัย ความเรียบร้อย การเงินสุขภาพ การยอมรับ ความรู้สึกที่ดี ความรัก เกียรติยศ ชื่อเสียง ความนับถือ และคุณค่าของชีวิต ทั้งหมดที่กล่าวมาเป็นส่วนประกอบของชีวิตที่สำคัญ ในส่วนการตัดสินใจผู้ให้บริการห้องพักรับรอง ๕.๓.๕. โดยใช้หลักการ 4M 1E โดยประกอบด้วย M1 (MAN) ผู้ให้บริการห้องพักรับรอง ๕.๓.๕. M2 (Machine) อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น เตียง ตู้ โต๊ะ ฝ้าเพดาน เครื่องปรับอากาศ กระติกน้ำร้อน เครื่องทำน้ำอุ่น ฯลฯ M3 (Material) อุปกรณ์อื่น ๆ ที่ใช้ในการบริการห้องพักรับรอง ๕.๓.๕. M4 (Method) กระบวนการในการให้บริการห้องพักรับรอง ๕.๓.๕. E1 (Environment) สภาพแวดล้อมห้องพักรับรอง ๕.๓.๕.

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ดีจะช่วยให้ผู้ศึกษาค้นคว้าอิสระสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าอิสระได้อย่างมีแบบแผน แต่ถ้าวการเก็บรวบรวมข้อมูลไม่เป็น ไม่ดี ไม่ชัดเจน ระบบจะทำให้ผู้ศึกษาค้นคว้าอิสระนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าอิสระ เกียรติสุตา ศรีสุข (2552) จึงกล่าวได้ว่าเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในงานวิจัย เป็นส่วนประกอบสำคัญของการวัดการประเมินตัวแปรในการศึกษาค้นคว้าอิสระหรือข้อมูลที่ต้องการศึกษา โดยเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างปัญหาการศึกษา ค้นคว้าอิสระ วัตถุประสงค์การศึกษาค้นคว้าอิสระสมมติฐานการศึกษาค้นคว้าอิสระกับข้อมูลที่จะนำมาใช้เป็นหลักฐาน รวมทั้งช่วยในการจัดเตรียมข้อมูลการออกแบบที่ถูกต้องเหมาะสมจะทำให้การวิเคราะห์ แปลผล และนำเสนอข้อมูล

ง่ายขึ้น สุวิมล ตีรกันันท์ (2551: 88-89) เช่น การจัดหมวดหมู่ของข้อมูล การสร้างรหัสข้อมูล การวางแผนการใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อทำให้เกิดความกระชับ ตรงประเด็น เป็นขั้นตอน มีความต่อเนื่อง โดยจะเป็นการช่วยลดความผิดพลาดของการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าอิสระ ตลอดจนช่วยให้ไม่มีความคลาดเคลื่อนในการวัด เนื่องจากเครื่องมือที่ใช้ไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีความเชื่อมั่น ไม่มีความเที่ยงตรง และไม่มีอำนาจจำแนกที่เหมาะสม

ณัฐวี อำทอง (2559) “เหตุผลในการเช่าอยู่ต่อหอพักหมู่ 7 ตำบลดอนหัวฬ่อ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี” การวิจัยครั้งนี้เรื่อง เหตุผลในการเช่าอยู่ต่อหอพักหมู่ 7 ตำบลดอนหัวฬ่อ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาเชิงพรรณนาปัจจัยส่วนบุคคล, พฤติกรรมผู้บริโภคและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการเช่าอยู่ต่อหอพัก 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกับเหตุผลในการตัดสินใจเช่าอยู่ต่อหอพักแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ที่พักอาศัยในหอพักหมู่ 7 ตำบลดอนหัวฬ่อ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ทั้งหมด 29 หอพักเก็บแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating scale) ความเชื่อมั่น (Reliability) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ทดสอบความแตกต่างของตัวแปร (One-way Anova F-test) และทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร (Multiple linear regression) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม SPSS for Windows

ผลการวิจัยปรากฏว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลในการเช่าอยู่ต่อหอพัก ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุช่วง 21-30 ปี ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท และมีสถานภาพโสด 2) พฤติกรรมผู้บริโภคมีผลในการเช่าอยู่ต่อหอพัก ส่วนใหญ่มีการพิจารณาการเช่าพักโดยคำนึงถึงเรื่องของ ความสะดวกในการอาศัยในหอพักมากที่สุดเป็นอันดับแรก มีค่าเช่าห้องต่อเดือนที่ต้องการในราคา 1,500-2,500 บาทต่อเดือน โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่จำเป็นต้องมีคือ อินเทอร์เน็ต ในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกที่ทางหอจัดไว้ให้คือ ที่จอดรถ และการรู้จักหอพักจากสื่อมากที่สุดคือ ด้วยตนเอง 3) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์มีผลในการเช่าอยู่ต่อหอพัก โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องของการปรับปรุงแก้ไขตามข้อร้องเรียน, การเก็บข้อมูล, การใช้เทคโนโลยี และกิจกรรมตามเทศกาล ในส่วนของการเหตุผลในการเช่าอยู่ต่อหอพัก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องของการเช่าอยู่ต่อหอพัก เพราะอยู่ใกล้ที่ทำงาน ได้รับการบริการที่ดี และเช่าอยู่ต่อเพราะเจ้าของอสังหาริมทรัพย์

พนทิพย์ วงศ์สุชาติกุล (2558) “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักรถสำหรับการอยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล” ธุรกิจห้องเช่า ประเภทคอนโดมิเนียมให้เช่า หรืออพาร์ทเมนต์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีอัตราการแข่งขันที่สูงขึ้น เนื่องมาจากกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์รวมความเจริญมีประชากรตามทะเบียนราษฎร และประชากรแฝงในกรุงเทพมหานคร ถึง 8,839,022 คน หรือประมาณ 14% ของประชากรทั้งประเทศ (ก.พ. 2556) และหากนับรวมประชากรที่เดินทางจากปริมณฑลโดยรอบที่เข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานคร และชาวต่างชาติ จะพบว่าประชากรในกรุงเทพมหานครมากกว่า 10 ล้านคน เมื่อมีประชากรเพิ่มมากขึ้น ความต้องการที่พักอาศัยจึงมากขึ้นตามไปด้วย

การลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ ใช้เงินลงทุนไม่น้อย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาค้นคว้า เพื่อให้นักวิจัยนี้เป็นข้อมูล สำหรับผู้ประกอบการลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ หรือการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อก่อให้เกิดกำไรสูงสุด โดยกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่มีประสบการณ์เช่าห้องพักรถประเภทคอนโดมิเนียมให้เช่าหรืออพาร์ทเมนต์ สำหรับ

การอยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผู้วิจัยได้นำปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด สำหรับสินค้าบริการ (7P's) รวมถึงแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ มาเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักรับการอยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล”

ผลการศึกษา หลังจากการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักรับการอยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีทั้งหมด 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยด้านการจัดการภายใน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 2) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ตามลำดับ

เจลิยว ไชยเชษฐ (2558) “การจัดสวัสดิการที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา” งานนิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดสวัสดิการที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงาน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ตลอดจนแนวทางการแก้ปัญหาการได้รับสวัสดิการจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การทำงานของพนักงาน โดยศึกษาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากพนักงานมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา จำนวน 250 คน ซึ่งถูกคัดเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มแบบสะดวก และวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยวิธีการทางสถิติแบบอ้างอิง โดยการนำตัวเลขทางสถิติที่ได้จากการนำตัวแปรต่าง ๆ มาทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ การวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple regression) และกำหนดคะแนนทดสอบ คำนัยสำคัญที่ 0.5

ผลการวิจัยพบว่า พนักงานมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 31-35 ปี และมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ผลการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Multiple regression analysis พบว่า การจัดสวัสดิการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชาและสวัสดิการที่ไม่ได้รับการจัดสรร มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ตัวแปรอิสระ คือ สวัสดิการที่ไม่ได้รับการจัดสรร และการจัดสวัสดิการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพในการทำงาน อยู่ในระดับมาก ($R = .821$) และการจัดสวัสดิการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน และวิทยาเขตศรีราชา สามารถอธิบายความแปรผันที่เกิดขึ้นกับประสิทธิภาพในการทำงาน ได้ร้อยละ 67.40 ($R^2 = .674$ อีกร้อยละ 32.60 เป็นผลมาจากตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้ศึกษา

วิณา ศรีเจริญ (2558) “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในเขตจังหวัดนนทบุรี” การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง สภาพลักษณะตราสินค้า การออกแบบ เพื่อบ้าน สิ่งอำนวยความสะดวก เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในจังหวัดนนทบุรี โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นและความตรงเชิงเนื้อหาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร โดยเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 280 คน และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30-39 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ และมีรายได้ส่วนบุคคลโดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง สภาพลักษณะตราสินค้า การออกแบบ และสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในเขตจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในจังหวัดนนทบุรีได้ คิดเป็นร้อยละ

85.70 ในขณะที่ปัจจัยด้านเพื่อนบ้านและด้านเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในเขตจังหวัดนนทบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยเรื่อง แนวทางในการเพิ่มผู้ใช้บริการห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส. เพื่อศึกษาแรงจูงใจ และสาเหตุการไม่เข้าใช้บริการห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส. เป็นการศึกษาค้นคว้าอิสระเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยสัมภาษณ์พนักงานผู้ใช้บริการห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส. และสัมภาษณ์พนักงานที่ไม่ได้ใช้บริการห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส. จำนวน 10 คน ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากต้องการข้อมูลจากผู้ใช้บริการห้องพักรพและผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเพื่อศึกษาแนวทางการสื่อสารข้อมูลห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส. เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านต้นทุนค่าเช่าบ้านพักของพนักงาน โดยใช้เครื่องมือในการดำเนินการวิจัยแนวทางในการเพิ่มผู้ใช้บริการห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส. คือ แผนผังก้างปลา โดยใช้หลักการ 4M 1E เป็นกลุ่มปัจจัย (Factors) เพื่อจะนำไปสู่การแยกแยะสาเหตุต่าง ๆ ของปัญหาพนักงานไม่เข้าใช้บริการห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส.

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาการวิจัยเรื่อง แนวทางในการเพิ่มผู้ใช้บริการห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส. เพื่อศึกษาแรงจูงใจ และสาเหตุการไม่เข้าใช้บริการห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส. และเพื่อศึกษาแนวทางการสื่อสารข้อมูลห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส. เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านต้นทุนค่าเช่าบ้านพักของพนักงาน โดยเป็นการศึกษาค้นคว้าอิสระเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เข้าถึงบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส. โดยสัมภาษณ์พนักงานผู้ใช้บริการห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส. และสัมภาษณ์พนักงานที่ไม่ได้ใช้บริการห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส. จำนวน 10 คน ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากต้องการข้อมูลจากผู้ใช้บริการห้องพักรพและผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นการนำร่องการศึกษาแนวทางในการเพิ่มผู้ใช้บริการห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส. โดยใช้เครื่องมือในการดำเนินการวิจัยแนวทางในการเพิ่มผู้ใช้บริการห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส. คือ แผนผังก้างปลา โดยใช้หลักการ 4M 1E เป็นกลุ่มปัจจัย (Factors) เพื่อจะนำไปสู่การแยกแยะสาเหตุต่าง ๆ ของปัญหาพนักงานไม่เข้าใช้บริการห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส. โดยมีรายละเอียดจากวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ดังนี้

1. แรงจูงใจ และสาเหตุการไม่เข้าใช้บริการห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส. ประกอบด้วย

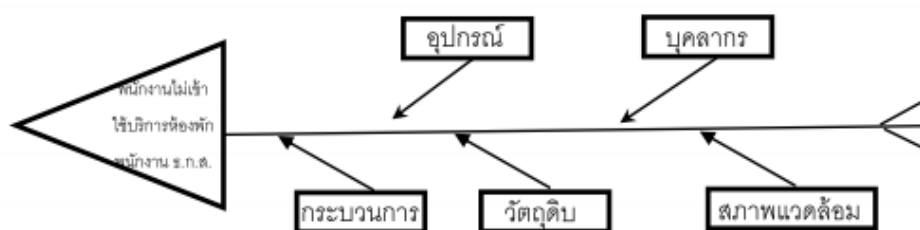
1.1 M (Man) คนงาน หรือพนักงาน หรือบุคลากร ซึ่งขาดความชัดเจน ไม่มีบุคลากรเฉพาะเจาะจง หรือไม่มีการมอบหมายหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง

1.2 M (Machine) ขาดอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เช่น ตู้เสื้อผ้า เตียง หมอน ตู้ปิ้งเตี๊ยม เครื่องปรับอากาศ พัดลม โทรทัศน์ กระจกน้ำร้อน เครื่องทำน้ำอุ่น ฯลฯ

1.3 M (Material) วัสดุดิบหรืออะไหล่ อุปกรณ์อื่น ๆ ที่ใช้ในกระบวนการบริการห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส. เช่น อุปกรณ์ทำความสะอาด หลอดไฟฟ้าแสงสว่าง

1.4 M (Method) กระบวนการทำงาน รวมถึงการสื่อสารการขอใช้บริการห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส. และสถานที่ ตำแหน่งที่ตั้งห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส. รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักรพนักงาน ธ.ก.ส.

1.5 E (Environment) สภาพแวดล้อม อากาศ สถานที่ ความสว่าง และบรรยากาศ



ภาพประกอบ 3

2. แนวทางการสื่อสารข้อมูลห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านต้นทุนค่าเช่าบ้านพักของพนักงาน ดังนี้

2.1 ช่องทางผ่าน Website ธนาคาร โดยสื่อสารสถานะห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. วิธีการจองห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส.

2.2 จัดทำ Line กลุ่ม เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสาร สอบถามข้อมูลห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. เช่น ตำแหน่งที่ตั้งห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. สิ่งอำนวยความสะดวกที่ธนาคารจัดเตรียมไว้ให้บริการ เป็นต้น

2.3 สื่อสารภาพห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. ผ่าน Facebook เพื่อเป็นการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้พนักงานร่วมกันมาใช้บริการห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านต้นทุนค่าเช่าบ้านพักของพนักงาน

สรุปผลการศึกษา

สรุปผลการศึกษารวบรวมเรื่อง แนวทางในการเพิ่มผู้ให้บริการห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. เพื่อศึกษาแรงจูงใจและสาเหตุการไม่เข้าใช้บริการห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. และเพื่อศึกษาแนวทางการสื่อสารข้อมูลห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านต้นทุนค่าเช่าบ้านพักของพนักงาน โดยสรุปการศึกษาได้ ดังนี้

1. M (Man) ไม่มีบุคลากร เจ้าหน้าที่ พนักงานบริการ เนื่องจากไม่มีผู้รับผิดชอบเฉพาะชัดเจน จำงบริษัทมาบริหารจัดการการใช้ห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. เพื่อบริหารเป็นระบบ และมีการจัดการอย่างมืออาชีพ

2. M (Machine) ไม่มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ควรจัดหาจัดซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. รวมถึงเฟอร์นิเจอร์ สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เสื้อผ้า เตียง หมอน ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ พัดลม โทรทัศน์ กระจกน้ำร้อน เครื่องทำน้ำอุ่น ฯลฯ

3. M (Material) วัตถุดิบหรืออะไหล่ อุปกรณ์อื่น ๆ ขาดุดที่ใช้ในกระบวนการบริการห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. เช่น อุปกรณ์ทำความสะอาด หลอดไฟฟ้าแสงสว่าง

4. M (Method) กระบวนการบริการห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. ไม่มีขั้นตอนการจองห้องพัก วิธีการจองห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. ควรจัดทำช่องทางการสื่อสารสถานะห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. โดยผ่าน Website ธนาคาร เพื่อเป็นการสื่อสารให้พนักงานทราบข้อมูลห้องพักพนักงาน

5. E (Environment) สภาพแวดล้อม อากาศ สถานที่ ความสว่าง และบรรยากาศ โดยบริหารจัดการให้ห้องพักพนักงาน ธ.ก.ส. มีสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่

6. ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เช่น Website ณาการ Line กลุ่ม Facebook เป็นต้น

อภิปรายผล

การศึกษาค้นคว้าอิสระเป็นกระบวนการดำเนินการศึกษาค้นคว้าอิสระที่สามารถช่วยให้ผู้ศึกษาค้นคว้าอิสระเห็นแนวทางและความเป็นไปได้ของแนวทางการแก้ปัญหาพนักงานไม่เข้าใช้บริการห้องพักรับรอง ฅ.ก.ส. มีความเป็นเหตุเป็นผลของการศึกษาค้นคว้าอิสระ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งผลจากการสัมภาษณ์จะได้รับอิทธิพลจากภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง วุฒิภาวะทั้งร่างกายและจิตใจ การศึกษา การเจ็บป่วย ฯลฯ จากการศึกษาค้นคว้าอิสระพบข้อจำกัดในการศึกษาค้นคว้าอิสระ เช่น งบประมาณระยะเวลาในการศึกษาค้นคว้าอิสระ รวมถึงบุคลากรไม่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ แนวทางเลือกการแก้ปัญหาพนักงานไม่เข้าใช้บริการห้องพักรับรอง ฅ.ก.ส. แนวทางที่ 1 การจัดทำช่องทางการสื่อสาร โดยผ่าน Website ณาการ โดยณาการดำเนินการจัดทำ Website เอง เพื่อเป็นการสื่อสารให้ผู้ใช้บริการห้องพักรับรอง ฅ.ก.ส. สามารถทราบสถานะ ตำแหน่งที่ตั้ง รายละเอียดสิ่งอำนวยความสะดวกห้องพักรับรอง ฅ.ก.ส. และแนวทางที่ 2 จัดซื้อ-จัดหาอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เสื้อผ้า เตียง หมอน ผ้าปูเตียง เครื่องปรับอากาศ พัดลม โทรทัศน์ กระจกน้ำร้อน เครื่องทำน้ำอุ่น ตู้เย็น ฯลฯ เพื่อให้ผู้ให้บริการห้องพักรับรอง ฅ.ก.ส. ได้รับความสะดวกสบายและได้รับการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใกล้เคียงกับห้องเช่าภายนอกณาการ และณาการได้รับผลประโยชน์จากการลดค่าใช้จ่ายในการเบิกค่าเช่าห้องพัก

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป ควรศึกษาการลงทุนในส่วนต่าง ๆ เช่น เฟอร์นิเจอร์ เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น ฯลฯ การคำนวณหาจุดคุ้มทุน

เอกสารอ้างอิง

เกียรติสุดา ศรีสุข. (2552). **ระเบียบวิธีวิจัย**. เชียงใหม่: โรงพิมพ์ครองช้าง.

เจลิยว ไชยเชษฐ์. (2558). **การจัดสวัสดิการที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานมหาวิทยาลัย**

เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2551). **การตลาดบริการ**. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ชูชัย สมทิธิไกร. (2553). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: จี.พี.พี.

ณรงค์ โพธิ์พฤษานันท์. (2557). **ระเบียบวิธีวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.

ณัฐรวี อำทอง. (2559). **เหตุผลในการเช่าอยู่ต่อหอพักหมู่ 7 ตำบลดอนหัวฬ่อ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี**.

งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร. วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา.

ผ่องพรรณ ตรัยมงคลกุล. (2543). **การออกแบบการวิจัย**. ฉบับปรับปรุง. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฝนทิพย์ วงศ์สุภาชาติกุล. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัย ในเขต**

กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการ
บัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ยุทธ ไถยวรรณ. (2550). การสร้างเครื่องมือวิจัย. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.

วีณา ศรีเจริญ. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ
ในเขตจังหวัดนนทบุรี. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สุวิมล ตีรกานันท์. (2551). ระเบียบการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

NBUS0053: แนวทางการเพิ่มจำนวนการสมัครใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) ของรถยนต์ธนาคาร

GUIDELINES FOR INCREASING THE NUMBER OF SIGN-UP FOR FLEET CARD OF BANK CARS

โสภิตา จันเพชร¹ ดร.ธฤตพน อุสวัสถ์²

¹ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสาเหตุของการไม่ใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง และศึกษาแนวทางในการแก้ปัญหาการไม่ใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง เพื่อนำไปสู่การลดต้นทุนการดำเนินงานของธนาคาร และเป็นการยกระดับคุณภาพงานบริการ สุ่มมาตรฐานมืออาชีพ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหาร พนักงานธุรการ และพนักงานบริการยานพาหนะประจำตำแหน่ง ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำนวน 210 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี ปฏิบัติงานต่างจังหวัด มีตำแหน่งเป็นพนักงานธุรการประจำสาขา มีผู้ที่เติมน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ธนาคาร โดยใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง จำนวน 120 คน โดยมีความภูมิใจที่ได้มีส่วนร่วมในการประหยัดค่าใช้จ่ายของธนาคารปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน คือ สถานีบริการน้ำมันที่มีพนักงานบริการด้วยความสุภาพ รวดเร็ว และพึงพอใจในคุณสมบัติและวิธีการใช้งานบัตรเติมน้ำมันขั้นตอนการสมัครใช้งานและรองรับบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิงมีความล่าช้า อีกทั้งสถานีบริการน้ำมันที่รับบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง อยู่ห่างไกลจากที่พักและที่ทำงาน

คำสำคัญ: บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง, การสมัครใช้บริการ

Abstract

This study aims to identify the cause of not using the fuel card in Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) and examine the solutions in order to reduce the organization's operating cost and set the standard of service quality. The quantitative data was collected via the questionnaires from 120 BAAC employees which include managers, general service officers and vehicle service staffs. The data was analyzed in descriptive statistics and reported in demographics, means and standard derivations. As the results, the respondents mostly were female, 31-40 years old, regional officers and their position were general service officers. The factors that influenced officers to use fuel card are the ability and the way to use the card. Moreover, it is reported that the service of the station that

staff should be polite, fast and provide satisfaction found as the impact factor. However, it is stated that there were some problems about the stage of applying the fuel card and some station location was far from the residences or offices.

Keywords: fleet card, service applicant.

บทนำ

การใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) แทนเงินสด หรือเงินเชื่อรูปแบบอื่นในการเติมน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ธนาคารทุกคัน เป็นนโยบายของธนาคารเพื่อลดต้นทุนการดำเนินงานธนาคารไม่ต้องสำรองจ่ายค่าน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นเงินสด สามารถควบคุมและบริหารงบประมาณค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว เป็นการยกระดับคุณภาพงานบริการ สู่มาตรฐานมืออาชีพ

จากการที่ธนาคารได้จัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) กับ บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย จำกัด (มหาชน) โดยทั้ง 2 บริษัท ยินดีมอบส่วนลด จากปริมาณการเติมน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ธนาคารด้วยบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิงให้กับธนาคาร ตามยอดการใช้งานที่ได้มีการตกลงไว้ ปัจจุบันพบว่ามีการสมัครใช้บริการบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง เพียงร้อยละ 60.80 ของจำนวนรถยนต์ธนาคารทั้งหมด เมื่อพิจารณาค่าน้ำมันเชื้อเพลิงของธนาคาร ย้อนหลัง 3 ปีบัญชี รหัสบัญชี 54500104 ปีบัญชี 2559-2561 (1 เมษายน 2559 – 31 มีนาคม 2562) พบว่า ธนาคารมียอดค่าใช้จ่ายค่าน้ำมันเชื้อเพลิงสูงถึง 545,282,635.73 บาท ซึ่งถ้าหารรถยนต์ธนาคารทุกคันเติมน้ำมันเชื้อเพลิง ผ่านบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง ธนาคารจะได้รับส่วนลดเป็นเงินทั้งสิ้น 9,088,043.93 บาท การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาสาเหตุของการไม่ใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง และศึกษาแนวทางในการแก้ปัญหาการไม่ใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง เพื่อให้ธนาคารสามารถขับเคลื่อนนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

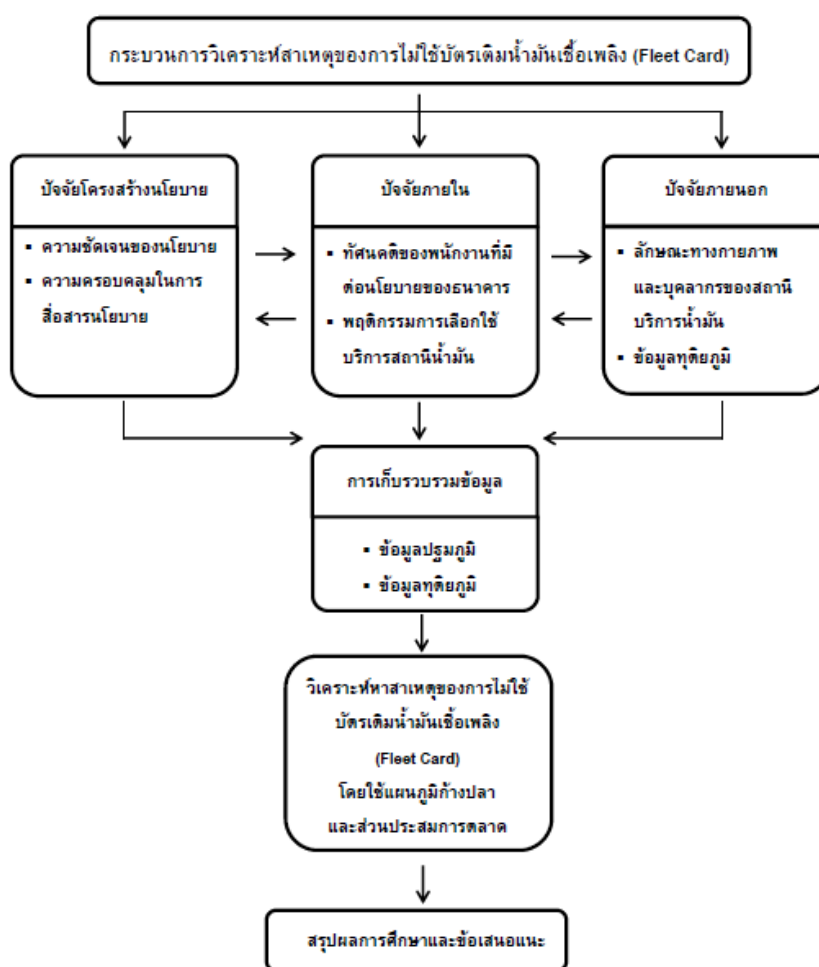
1. เพื่อศึกษาสาเหตุของการไม่ใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card)
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการแก้ปัญหาการไม่ใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ธนาคารสามารถนำไปประกอบการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อลดค่าใช้จ่ายจากการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิง
2. การซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง จะทำให้ต้นทุนการดำเนินงานของธนาคารลดลงจากการได้เครดิตเงินคืน ทำให้ธนาคารประหยัดค่าใช้จ่าย (ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง)
3. ธนาคารสามารถควบคุมและบริหารงบประมาณค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “แนวทางการเพิ่มจำนวนการสมัครใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) ของรถยนต์ธนาคาร” ผู้ศึกษา กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

วิธีดำเนินการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งของข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้การตอบแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ข้อมูลด้านทัศนคติของพนักงานที่มีต่อนโยบายของธนาคาร 3) ข้อมูลด้านพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน 4) ข้อมูลด้านความพึงพอใจการใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง และ 5) ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากฝ่ายปฏิบัติการบัตรและร้านค้า ธนาคารกรุงเทพ และกลุ่มงานยานพาหนะและพัฒนาระบบขนส่งองค์กร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามทั้งชนิดเลือกตอบและเติมคำในช่องว่าง แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล จำนวน 5 ข้อ เป็นข้อคำถามปลายปิดโดยในแต่ละข้อให้เลือกตอบ เพียงคำตอบเดียว ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่ง สถานที่ปฏิบัติงาน และสังกัดที่ปฏิบัติงาน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านทัศนคติของพนักงานที่มีต่อนโยบายของธนาคาร เป็นลักษณะการใช้มาตราการวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ ซึ่งใช้เกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท (Five-Point Likert Scales)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานบริการน้ำมัน เป็นคำถามเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็น ในด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสถานบริการน้ำมัน ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ บุคลากร กิจกรรมส่งเสริมการตลาด เป็นลักษณะการใช้มาตราการวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ ซึ่งใช้เกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Five-Point Likert Scales)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านความพึงพอใจการใช้บัตรเติมน้ำมันเชลล์ เป็นลักษณะการใช้มาตราการวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ หรือความคิดเห็นเพิ่มเติม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย พนักงานธุรการประจำสาขา พนักงานบริการยานพาหนะประจำตำแหน่ง โดยพิจารณาจาก พนักงานธุรการประจำสาขาหลักทั่วประเทศ สาขาละ 1 คน จำนวน 1,021 สาขา และผู้บริหารระดับสูงที่มีรถยนต์ประจำตำแหน่งหรือพนักงานบริการยานพาหนะประจำตำแหน่ง จำนวน 47 คน รวมทั้งสิ้น 1,068 คน คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามานะ โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% (Taro Yamane, 1973) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 291 คน ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งของข้อมูลดังต่อไปนี้

สถิติที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ จำนวนร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยเกณฑ์การแบ่งคะแนนเป็นช่วงชั้น เท่า ๆ กัน ตามหลักการของ เบสส์; และ คานท์ (Best; & Kahn, 1986) ดังนี้

4.21-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3.41-4.20 หมายถึง เห็นด้วย

2.61-3.40 หมายถึง เฉย ๆ

1.81-2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

1.00-1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 74.3 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 ส่วนใหญ่มีตำแหน่ง

เป็นพนักงานธุรการประจำสาขา จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 81.9 ปฏิบัติงานในต่างจังหวัด จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 81.9 และสังกัดฝ่ายกิจการสาขามากเหนือตอนบน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านทัศนคติของพนักงานที่มีต่อนโยบายของธนาคาร พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.84 โดยอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 ด้าน ได้แก่ ทัศนคติในด้านความภูมิใจที่ได้มีส่วนร่วมในการประหยัดค่าใช้จ่ายของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90 อันดับที่สอง ทัศนคติในด้านความเต็มใจและยินดีที่จะปฏิบัติตามนโยบายของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 อันดับที่สาม ทัศนคติในการยอมรับสิ่งใหม่ ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงรวมทั้งนโยบายของธนาคารในด้านต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 อันดับที่สี่ นโยบายต่าง ๆ ของธนาคารมีการสื่อสารให้รับทราบอย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 และอันดับสุดท้าย ทัศนคติด้านประโยชน์สูงสุดของธนาคารเป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึง อยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

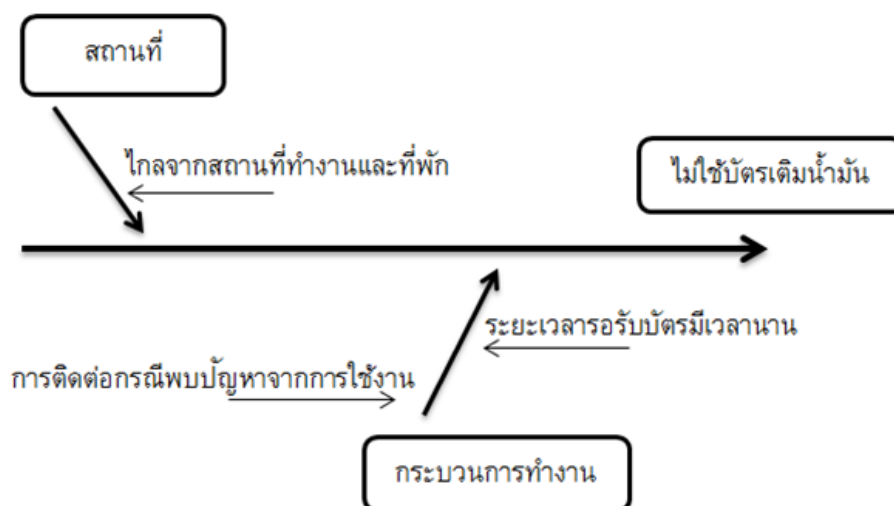
ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.25 โดยอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง 3 ด้าน ได้แก่ อันดับที่หนึ่ง คือ การเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันที่มีพนักงานบริการด้วยความสุภาพ รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 อันดับที่สอง คือ การเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 อันดับที่สาม คือ การเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักหรือสำนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ลำดับที่เหลือน้อยอยู่ในระดับเห็นด้วย 3 ด้าน ได้แก่ อันดับที่หนึ่ง คือ การเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันที่มีการสะสมคะแนน แลกของแจกแถม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 อันดับที่สอง คือ การเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันที่มีของแจกแถม หรือคูปองชิงโชค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และอันดับสุดท้าย คือ การยึดติดตราหรือยี่ห้อของสถานีบริการน้ำมัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านความพึงพอใจการใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 และผู้ที่ไม่เติมน้ำมัน โดยไม่ใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.33 โดยอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง 5 ด้าน ได้แก่ อันดับที่หนึ่ง คือ ความพึงพอใจในคุณสมบัติและวิธีการใช้งานบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 อันดับที่สอง คือ ความพึงพอใจในการใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง มีความสะดวก รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อันดับที่สาม คือ ความพึงพอใจในส่วนลดที่บริษัทน้ำมันมอบให้กับธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 อันดับที่สี่ คือ ความพึงพอใจที่สถานีบริการน้ำมันที่รับบัตรเติมน้ำมัน มีหลายสถานีครอบคลุมทุกพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และอันดับสุดท้าย คือ ความพึงพอใจพนักงานที่ให้บริการประจำสถานีน้ำมันมีความรู้และความชำนาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ส่วนที่เหลือน้อยอยู่ในระดับเห็นด้วย 2 ด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจที่สถานีบริการน้ำมันที่รับบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง ตั้งอยู่ใกล้ที่พักหรือสำนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และความพึงพอใจกรณีพบปัญหาจากการใช้งาน มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

ส่วนที่ 5 สรุปข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเพิ่มเติม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ประสบปัญหาการสมัครและการรอรับบัตรที่ใช้ระยะเวลานาน บางพื้นที่ประสบปัญหาสถานีบริการน้ำมันที่รับบัตรอยู่ห่างไกลจากที่พักและที่ทำงาน และมีข้อเสนอแนะว่า ควรใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการเพิ่มจำนวนการสมัครใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) ของรถยนต์ราชการ โดยใช้ทฤษฎีเก้าปลา หรือ แผนผังสาเหตุและผล (Cause and Effect Diagram) ในการวิเคราะห์หาสาเหตุของการไม่ใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง



ภาพประกอบ 2 การวิเคราะห์หาสาเหตุของการไม่ใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง

ผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา การไม่สมัครใช้งานบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) โดยใช้แผนภูมิเก้าปลา พิจารณาควบคู่กับส่วนประสมการตลาด (Philip Kotler, 2016) สำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ด้านราคา (Price) 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4) ด้านการส่งเสริม (Promotions) 5) ด้านบุคคล หรือพนักงาน (People/Employee) 6) ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) และ 7) ด้านกระบวนการ (Process) สามารถสรุปผลแยกเป็น 2 ประเด็นได้ดังนี้ คือ ด้านกระบวนการทำงาน (Method) และด้านสถานที่ (Environment)

1. ด้านกระบวนการทำงาน (Method) ปัญหาที่พบ ได้แก่ ขั้นตอนการสมัครขอใช้บัตรมีระยะเวลาการรอรับบัตรเป็นเวลานาน และปัญหาช่องทางการติดต่อสื่อสารเพื่อประสานงาน เมื่อพบปัญหาจากการใช้งานบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดจากข้อมูลด้านความพึงพอใจจากการใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card)

2. ด้านสถานที่ (Environment) ปัญหาที่พบ ได้แก่ สถานที่บริการน้ำมันที่รับบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ บางแห่งไกลจากสถานที่ทำงานและที่พัก ทำให้ไม่ได้รับความสะดวกในการใช้งาน

อภิปรายผล

ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้การใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) แทนเงินสดหรือเงินเชื่อรูปแบบอื่นในการเติมน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ธนาคารทุกคันประสบความสำเร็จ มีดังนี้

ด้านบุคลากรของธนาคาร ผู้บริหารและบุคลากรที่ใช้รถยนต์ของธนาคาร มีความตระหนักถึงความสำคัญในการมีส่วนร่วมลดค่าน้ำมันเชื้อเพลิงของธนาคาร โดยการเติมน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ธนาคารผ่านบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card)

ด้านกระบวนการทำงาน ธนาคารควรจัดหาพนักงานที่มีความรู้สามารถด้านเทคโนโลยี และการติดต่อสื่อสาร ดูแลเรื่องบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) เพื่ออำนวยความสะดวกทั้งในด้านการสมัครใช้งาน การจัดเอกสารต่าง ๆ ด้วยเทคโนโลยีและช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัย ลดขั้นตอนต่าง ๆ ให้กระชับและง่ายขึ้น ตลอดจนการประสานงานแก้ปัญหาในเรื่องช่องทางการสื่อสารกรณีพบปัญหาการใช้งานของบัตร และการดูแลติดตามในเรื่องการชำระค่าใช้จ่าย

จากการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาของการไม่สมัครใช้งานบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) โดยใช้แผนภูมิแกนต์และส่วนประสมการตลาดเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ทำให้ทราบว่า ปัญหาหลักเกิดจากกระบวนการทำงาน ได้แก่ ขั้นตอนการสมัครขอใช้บัตรมีระยะเวลารอรับบัตรเป็นเวลานาน และปัญหาช่องทางการติดต่อสื่อสารเพื่อประสานงาน เมื่อพบปัญหาจากการใช้งานบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) ปัญหารองลงมาคือ สถานีบริการน้ำมันที่รับบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ บางแห่งไกลจากสถานที่ทำงานและที่พัก ทำให้ไม่ได้รับความสะดวกในการใช้งาน ในการนี้จึงนำเสนอแนวทางในการแก้ปัญหา จำนวน 3 แนวทาง พร้อมทั้งข้อดีและข้อเสียของแต่ละแนวทางรายละเอียด ดังนี้

แนวทางที่ 1 จัดให้มีผู้ประสานงานของธนาคาร ข้อดี คือ เพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการสมัครใช้งานบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) การจัดเอกสารต่าง ๆ ด้วยเทคโนโลยีและช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัย ลดขั้นตอนต่าง ๆ ให้กระชับและง่ายขึ้น อีกทั้งยังอำนวยความสะดวกและประสานงานแก้ปัญหาให้กับส่วนงานต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้งานบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) แต่ข้อเสีย คือ ธนาคารจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มในการจัดหาบุคลากรในการทำหน้าที่นี้

แนวทางที่ 2 เพิ่มสัญญากับบริษัทน้ำมันอื่น ๆ ที่มีบริการบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) ข้อดี คือ พนักงานสามารถเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันได้มากขึ้น ครอบคลุมทุกพื้นที่ที่มีสำนักงานของธนาคาร ข้อเสีย คือ อาจทำให้ยอดการใช้งานกระจายไปยังหลาย ๆ บริษัท ทำให้ปริมาณน้ำมันไม่ถึงตามยอดการใช้งานที่บริษัทเสนอส่วนลดให้ จึงอาจเป็นสาเหตุทำให้ธนาคารได้รับส่วนลดน้อยลงได้

แนวทางที่ 3 ทำการกระตุ้นการสมัครใช้งานบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) โดยการสื่อสารให้พนักงานทราบผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของธนาคาร เพื่อสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการช่วยธนาคารลดต้นทุน การประหยัดค่าใช้จ่าย (ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง) โดยการเติมน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ธนาคารผ่านบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) แต่มีข้อเสีย คือ ผลสัมฤทธิ์ของการเพิ่มจำนวนการสมัครใช้บัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) ของรถยนต์ของธนาคาร อาจเป็นไปได้ช้า หรือเป็นไปได้น้อย

ดังนั้น เมื่อพิจารณาจากปัญหาหลักและสิ่งที่จำเป็นในการดำเนินการปรับปรุงแก้ไข คือ การปรับปรุงกระบวนการตั้งแต่เรื่องเอกสารจนถึงขั้นตอนการรอรับบัตร ผู้ศึกษาจึงเสนอ แนวทางที่ 1 โดยเสนอให้มีผู้ประสานงานของธนาคารที่มีความรู้สามารถด้านเทคโนโลยี และการติดต่อสื่อสาร ดูแลเรื่องบัตรเติมน้ำมันเชื้อเพลิงโดยเฉพาะ เพื่อ

อำนวยความสะดวกทั้งในด้านสมัครใช้งาน การจัดเอกสารต่าง ๆ ด้วยเทคโนโลยีและช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัย ลดขั้นตอนต่าง ๆ ให้กระชับและง่ายขึ้น ตลอดจนการประสานงานแก้ปัญหาเรื่องช่องทางสื่อสารในกรณีที่เกิดปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้งานของบัตร และการดูแลติดตามในเรื่องการชำระค่าใช้จ่าย ซึ่งหากธนาคารสามารถจัดปัญหาและอุปสรรคจากการใช้งานเหล่านี้ได้ ก็จะสามารถทำให้การสมัครใช้งานบัตรเดบิตน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) เพิ่มมากขึ้นได้

ข้อเสนอแนะ

จากการเลือกแนวทางการแก้ปัญหาแนวทางที่ 1 มีความเสี่ยงที่สำคัญ คือ การที่ผู้บริหารของธนาคารไม่เห็นด้วยกับการจัดให้มีผู้ประสานงานของธนาคารที่มีหน้าที่ดูแลในเรื่องบัตรเดบิตน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) เนื่องจากประเด็นความคุ้มค่า และเป็นการเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายให้กับธนาคาร แผนฉุกเฉิน (Contingency Plan) ในการจัดการความเสี่ยง คือ หากไม่มีการจัดให้มีผู้ประสานงานดังกล่าว ควรกระจายหน้าที่ในการดูแลเรื่องบัตรเดบิตน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) ออกเป็นแต่ละภาค ให้พนักงานประจำที่มีอยู่เดิมรับหน้าที่ดูแล เพื่อขับเคลื่อนนโยบายใช้บัตรเดบิตน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) แทนเงินสดหรือเงินเชื่อรูปแบบอื่นในการเติมน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ ธนาคารทุกคันดำเนินต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากพื้นที่ที่ไม่สมัครใช้งานบัตรเดบิตน้ำมันเชื้อเพลิง (Fleet Card) และปรับกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมทุกตำแหน่งงานที่มีส่วนร่วมในการใช้งานรถยนต์ธนาคาร เพื่อให้ได้รับความคิดเห็นที่กว้างขึ้นและมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.ธฤตพน อู่สวัสดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ ที่ได้ให้ความกรุณาแนะนำ ตรวจสอบ แก้ไขเนื้อหา และข้อบกพร่องต่าง ๆ ตลอดจนให้กำลังใจในการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระ

ขอขอบคุณธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรที่สนับสนุนทุนการศึกษา ขอขอบคุณผู้บริหารและพนักงานทุกท่านที่กรุณาให้การอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามและให้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประสบผลสำเร็จ

ขอขอบคุณ นางสาวอมรรัตน์ อาคมานุวัตร ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายอำนวยการ ตลอดจนผู้บริหารและพนักงานในสังกัดฝ่ายอำนวยการ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรทุกท่าน ที่สนับสนุนข้อมูลและตอบข้อซักถามต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

ท้ายนี้ ขอขอบพระคุณบิดา มารดา เพื่อนร่วมงานที่ได้ให้ความช่วยเหลือตลอดเวลาที่ศึกษาอยู่ และพี่ ๆ เพื่อน ๆ น้องนักศึกษาปริญญาโททุกท่าน ที่ได้ให้กำลังใจและความช่วยเหลือในการทำศึกษาค้นคว้าอิสระตลอดมา

เอกสารอ้างอิง

มารยาท โยทองยศ; และ ปราณี สวัสดิ์สรรพ. การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย. ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันส่งเสริมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม. สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2562, จาก <http://www.fsh.mi.th/km/wp-content/uploads/2014/04/resch.pdf>.

อภิชาติ ชยานุกัทรกุล. (2551). ไดอะแกรมของเหตุและผล. วารสารเพื่อนสแตนเลส. 3(32) จาก <http://www.pssthailand.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=538729227&Ntype=2>.

Best, J. W.; & Kahn, J. V. (1986). *Research in Education*. 5th ed., New Delhi: Prentice-Hall.

Kotler, P.; & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. 15th ed., New Jersey: Pearson Education.

NBUS0055: มาตรการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร**MEASURES TO PREVENT AND SUPPRESS MOTORCYCLE THEFT IN THE AREA OF KRATHUMBAEN MUNICIPALITY, SAMUTSAKHON PROVINCE**

ณัฐดนัย ลิบลับ¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์²

¹ นักศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² สำนักวิจัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษามาตรการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อหาสาเหตุของการโจรกรรมรถจักรยานยนต์และศึกษามาตรการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในเขตพื้นที่รับผิดชอบของเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลในเชิงลึก ทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องร่วมกับการลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มบุคคลซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผลการวิจัย พบว่า

สาเหตุของการโจรกรรมรถจักรยานยนต์เนื่องจากรถจักรยานยนต์มีราคาดี สามารถนำไปจำหน่ายได้ในราคาสูง ความประมาทของเจ้าของรถจักรยานยนต์ สามารถทำได้ง่ายและทำได้หลายวิธี การสืบสวนของพนักงานเจ้าหน้าที่จับกุมทำได้ยาก มีแหล่งรับซื้อหลายแห่ง การตรวจสอบทะเบียนรถจากกรมการขนส่งมีอุปสรรคต่อการปฏิบัติงาน ปัญหาเสฟติด ปัญหานี้สิน การพนันและหนี้ในระบบ

การแก้ไขปัญหาอาชญากรรมการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ คือ ให้ดำเนินการสืบสวนหาข่าว จัดแหล่งข่าวบุคคลเพื่อพิสูจน์ทราบเป้าหมายบุคคล เครือข่าย ตลอดจนติดตามพฤติกรรมในการกระทำความผิดเกี่ยวกับการโจรกรรม การจับกุมผู้กระทำความผิดมาดำเนินคดีตามกฎหมายให้ถึงที่สุด การแสวงหาความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยการตั้งจุดตรวจจุดสกัดร่วมกัน การออกตรวจร่วมกัน การอบรมให้ความรู้แก่นักเรียนนักศึกษา การตรวจซ่อมรถจักรยานยนต์และร้านซื้อของเก่า การรณรงค์ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการป้องกันการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ การติดตั้งกล้องวงจรปิด และการจัดทำเอกสารทะเบียนประวัติข้อมูลเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ที่ถูกโจรกรรม

คำสำคัญ: มาตรการป้องกัน, ปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์

Abstract

This qualitative study aimed to determine the cause of theft of motorcycles and determine effective theft prevention measures for the Baen municipality, Samutsakorn. Through the research, it was concluded that motorcycle theft occurred with high-end models as they are sought after and can be sold at a high price.

The research finding.

The contributing factors to motorcycle theft was negligence by buyers, who are willing to purchase a stolen motorcycle at a reduced price than that of a legitimate seller and is very difficult to apprehend the thieves as investigators do not turn up many leads. Stolen motorcycles readily available and confirming vehicle registration with the Department of Transportation is very difficult, further enabling theft. As a result of this study, the following solution is suggested to combat the problem. Random police checkpoints should be set up for the purpose of confirming vehicle registration and more in depth and focused investigations into individuals and networks needs to be conducted. The swift arrest and prosecution to the fullest extent of the law will also help to curb the occurrence of this crime. Co-operation between various government sectors is also necessary to ensure success and training and education of students is essential.

Keywords: Measures against, Theft of Motorcycles

บทนำ

ปัญหาอาชญากรรมถือได้ว่าเป็นปัญหาทางสังคมปัญหาหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ที่ควรจะได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน และเป็นนโยบายหลักของรัฐบาลในการดำเนินการป้องกันปราบปรามมิให้เกิดปัญหาอาชญากรรมเกิดขึ้น โดยปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นนั้นไม่ว่าจะเป็นปัญหาปล้นทรัพย์ ชิงทรัพย์ ลักทรัพย์ ชิงทรัพย์ กระชากทรัพย์ เป็นต้น ซึ่งเมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้นนั้นย่อมส่งผลกระทบต่อโดยตรงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้กับประชาชน ซึ่งเป็นผู้เคราะห์ร้ายที่ถูกเป็นเหยื่อของผู้ก่อเหตุอาชญากรรมที่เกิดขึ้น โดยความสูญเสียที่ประชาชนผู้ตกเป็นเหยื่อของผู้ก่อเหตุอาชญากรรมนั้นส่งผลกระทบต่อชีวิต ทรัพย์สิน และความเป็นอยู่ของประชาชนผู้เคราะห์ร้ายอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้น หน่วยงานภาครัฐซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการดำเนินงานในการป้องกันปราบปรามมิให้มีเหตุอาชญากรรมเกิดขึ้น คือ เจ้าหน้าที่ตำรวจซึ่งเป็นผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมาย เพื่อให้เกิดความสงบเรียบร้อยในบ้านเรือนอันมีผลต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน (สถานีตำรวจภูธรระเทศมนตรี. 2561)

โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาอาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับการประทุษร้ายต่อทรัพย์ในรูปแบบของการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ซึ่งนับวันถือได้ว่าจะทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องมาจากปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่จะนิยมหันมาใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะในการเดินทางเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีความสะดวกสบาย รวดเร็ว และมีความไม่แพง จึงทำให้มีจำนวนผู้ใช้รถจักรยานยนต์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก อีกทั้งในกระบวนการก่อเหตุอาชญากรรมผู้กระทำความผิดก็มีวิธีการในการโจรกรรม ที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น เจ้าหน้าที่ตำรวจซึ่งมีหน้าที่ในการป้องกันและปราบปรามคดีอาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับการประทุษร้ายต่อทรัพย์ในรูปแบบของการลักทรัพย์รถจักรยานยนต์นั้น จึงถือได้ว่าเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อป้องกันมิให้ผู้ที่จะกระทำความผิดได้มีโอกาสที่จะก่อเหตุอาชญากรรมขึ้น ซึ่งเจ้าหน้าที่ตำรวจจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และทราบถึงกระบวนการก่อคดีอาชญากรรมของผู้กระทำความผิด เพื่อให้การปฏิบัติงานในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับการประทุษร้ายต่อทรัพย์ในรูปแบบของการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ไม่ให้เกิดขึ้นในพื้นที่ อันจะนำมาซึ่งความสูญเสียแก่ประชาชนในชีวิตและทรัพย์สิน อีกทั้งในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ ไม่เพียงแต่

เจ้าหน้าที่ตำรวจจะปฏิบัติงานแต่เพียงฝ่ายเดียว เจ้าของรถจักรยานยนต์รวมถึงผู้ประกอบการต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นเจ้าของอะพาร์ตเมนต์ หอพักต่าง ๆ ซึ่งเป็นแหล่งที่พักอาศัย ซึ่งมีประชาชนเข้ามาอยู่รวมกันเป็นจำนวนมากจะต้องให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ตำรวจในการปฏิบัติงาน โดยการไม่เปิดโอกาสให้ผู้กระทำความผิดสามารถมีโอกาสกระทำการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ได้โดยง่ายด้วยการจัดระเบียบที่จอดรถจักรยานยนต์ให้เป็นระเบียบเรียบร้อย จัดหามาตรการต่าง ๆ อาทิ เช่น การติดตั้งกล้องวงจรปิด การทำประตูปิด-เปิด การจัดทำอาคารจอดรถ เป็นต้น เพื่อเป็นการป้องกันมิให้เกิดเหตุอาชญากรรมเกิดขึ้นได้ (สถิติคดี 5 กลุ่ม เปรียบเทียบของสถานีตำรวจภูธรกระทุ่มแบน. 2561)

จากเหตุผลดังกล่าวที่เกิดขึ้นจึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจถึงศักยภาพของตำรวจในภารกิจการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่เทศบาลเมืองกระทุ่มแบน อำเภอกะทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งเป็นพื้นที่ซึ่งมีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ ที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นแหล่งธุรกิจที่สำคัญเป็นที่ตั้งของสถานที่ราชการ สถานศึกษา ตลาดสดกระทุ่มแบน ห้างสรรพสินค้าเทกโก้โลตัส ธนาคารพาณิชย์ ห้างร้านต่าง ๆ รวมถึงหอพัก อะพาร์ตเมนต์ ตลาดนัดกระทุ่มแบน เป็นต้น ส่งผลให้การจราจรมีการติดขัดเป็นอย่างยิ่งในช่วงเวลาเร่งด่วน จึงทำให้ประชาชนส่วนใหญ่นิยมใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะในการเดินทาง เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว คล่องตัว และมีราคาไม่แพงจึงทำให้มีปัญหาเกี่ยวกับการโจรกรรมเกิดขึ้นบ่อยครั้ง ว่าเจ้าหน้าที่ตำรวจสถานีตำรวจภูธรกระทุ่มแบนในการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์อย่างไร รวมทั้งปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจชุดป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในการทำงานร่วมกับภาคเอกชนให้เกิดประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสาเหตุและวิธีการของการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในเขตพื้นที่รับผิดชอบของเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน อำเภอกะทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษามาตรการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในเขตเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เจ้าหน้าที่ตำรวจในสายงานป้องกันปราบปราม สังกัดสภ.กระทุ่มแบน ทราบมาตรการรูปแบบการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในเขตพื้นที่ รับผิดชอบของเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน อำเภอกะทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร
2. เจ้าหน้าที่ตำรวจในสายงานป้องกันปราบปราม สังกัดสภ.กระทุ่มแบน ทราบแนวทางในการป้องกันการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ที่ มีความเหมาะสมกับสภาพการณ์ในพื้นที่รับผิดชอบของเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน อำเภอกะทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา เจ้าหน้าที่ตำรวจในสายงานป้องกันปราบปราม สังกัดสภ.กระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) ที่ใช้ในการวิจัย คือ เจ้าหน้าที่ตำรวจในสายงานป้องกันปราบปรามสังกัดสภ.กระทุ่มแบน จำนวน 15 นาย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) ผู้วิจัยยังได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่ เจ้าหน้าที่ตำรวจระดับผู้บริหาร ประกอบด้วย ผู้กำกับการสถานีตำรวจภูธรกระทุ่มแบน รองผู้กำกับการป้องกันปราบปรามสถานีตำรวจภูธรกระทุ่มแบน สารวัตรป้องกันปราบปรามสถานีตำรวจภูธรกระทุ่มแบน จำนวน 3 นาย คณะผู้บริหารเทศบาลเมืองกระทุ่มแบนและสมาชิกสภาเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน ได้แก่ นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน รองนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองกระทุ่มแบนและสมาชิกสภาเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน จำนวน 5 นาย และเจ้าหน้าที่ตำรวจที่ได้รับการแต่งตั้งให้ปฏิบัติการในการป้องกันปราบปรามการโจรกรรมรถตามคำสั่งของสถานีตำรวจภูธรกระทุ่มแบน จำนวน 7 นาย ณ สถานีตำรวจภูธรกระทุ่มแบน สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับครั้งนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 บัณฑิตศึกษาส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก

ตอนที่ 2 บัณฑิตที่มีผลต่อมาตรการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในเขตเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นในประเด็นต่างๆของคือ เจ้าหน้าที่ตำรวจในสายงานป้องกันปราบปราม สังกัดสภ.กระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมาตรการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในเขตเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อกำหนดขอบเขตในการสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกให้ตรงกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

2. สร้างแบบสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับมาตรการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในเขตเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร โดยให้มีเนื้อหาครอบคลุมตรงตามวัตถุประสงค์และแนวคิดทฤษฎีที่ใช้สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้

3. นำแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างเสร็จแล้ว นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องและให้ข้อเสนอแนะในประเด็นต่างๆเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์อ่านแล้วเกิดความเข้าใจง่ายตลอดจนมีความชัดเจนตรงตามความมุ่งหมายของงานวิจัย

4. นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คนตรวจสอบประเด็นของข้อคำถามให้มีความเที่ยงตรงทางเนื้อหา ให้มีความถูกต้องก่อนนำแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์ไปสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ได้กำหนดเอาไว้จำนวน 15 นาย มาตรการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในเขตเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ผู้ทรงคุณวุฒิที่ใช้ตรวจสอบแบบสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ จำนวน 3 คน ได้แก่

1. ผู้เชี่ยวชาญทางด้านรัฐประศาสนศาสตร์ ดร. โกศล สอดส่อง อาจารย์ประจำหลักสูตร รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

2. ผู้เชี่ยวชาญทางด้านวิจัยเชิงคุณภาพ ดร. วัชร คำเขียว อาจารย์ประจำหลักสูตร รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

3. ผู้เชี่ยวชาญทางด้านป้องกันปราบปรามการโจรกรรมรถ นายนิวัฒน์ ขวัญบุญ นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) ที่ใช้ในการวิจัย คือ เจ้าหน้าที่ตำรวจในสายงานป้องกันปราบปรามสังกัดสภ.กระทุ่มแบน จำนวน 15 นาย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) ผู้วิจัยยังได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่ เจ้าหน้าที่ตำรวจระดับผู้บริหาร ประกอบด้วย ผู้กำกับการสถานีตำรวจภูธรกระทุ่มแบน รองผู้กำกับการป้องกันปราบปรามสถานีตำรวจภูธรกระทุ่มแบน สารวัตรป้องกันปราบปรามสถานีตำรวจภูธรกระทุ่มแบน จำนวน 3 นาย คณะผู้บริหารเทศบาลเมืองกระทุ่มแบนและสมาชิกสภาเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน ได้แก่ นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน รองนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองกระทุ่มแบนและสมาชิกสภาเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน จำนวน 5 นาย และเจ้าหน้าที่ตำรวจที่ได้รับการแต่งตั้งให้ปฏิบัติกรในการป้องกันปราบปรามการโจรกรรมรถตามคำสั่งของสถานีตำรวจภูธรกระทุ่มแบน จำนวน 7 นาย ณ สถานีตำรวจภูธรกระทุ่มแบน เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติพรรณนา เพื่อบรรยายตัวแปรตามลักษณะข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งตามวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ซึ่งแบบสัมภาษณ์ที่ใช้สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาว่า มีความถูกต้อง แม่นยำ สอดคล้อง และเชื่อถือได้ ด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ให้ครบทั้ง 3 ด้าน (Miles, Huberman, 1994) ได้แก่

1. แหล่งเวลา (Times) ซึ่งเป็นการนำข้อมูลที่ได้รับจากการไปสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในเรื่องมาตรการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในเขตเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ที่ได้รับ ณ เวลาที่แตกต่างกัน มาทำการตรวจสอบและยืนยันข้อมูลว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

2. แหล่งสถานที่ (Places) ซึ่งเป็นการนำข้อมูลที่ได้รับจากการไปสัมภาษณ์จากได้รับจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในเรื่องมาตรการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในเขตเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ณ สถานที่ต่างกัน มาทำการตรวจสอบและยืนยันข้อมูลว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

3. แหล่งบุคคล (Persons) ซึ่งเป็นการนำข้อมูลที่ได้รับจากการไปสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในเรื่องมาตรการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในเขตเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ที่ได้รับจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญหลาย ๆ บุคคลมาทำการตรวจสอบและยืนยันข้อมูลว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

สำหรับในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยได้กระทำอย่างต่อเนื่องตลอดกระบวนการในการวิจัย เริ่มนับตั้งแต่ก่อนการสัมภาษณ์ การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยจึงได้ยึดตามหลักการแนวคิดของไมล์และฮิวเบิร์ตแมน ซึ่งมีองค์ประกอบหลักอยู่ 3 ประการ (Miles and Huberman, 1994) ได้แก่

1. การลดทอนข้อมูล (Data reduction) ที่ได้รับมาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 15 นาย
2. การจัดระเบียบข้อมูล (Data display) ซึ่งจะเป็นการจัดระเบียบข้อมูลที่มีการจัดกระจายให้มารวมกลุ่มกันเพื่อความสะดวกต่อการตีความในขั้นตอนต่อไป
3. การหาข้อสรุป การตีความและการตรวจสอบความถูกต้องตรงประเด็นของผลการวิจัยจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในเรื่องมาตรการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในเขตเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ตามวิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์งานวิจัย ตรงกับมาตรการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในเขตเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร และตรงกับกรอบแนวคิดสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้

สรุปผลการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “มาตรการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในเขตเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและศึกษาข้อมูลจากเอกสาร สรุปผลการศึกษาดังนี้

1. สาเหตุที่สำคัญของการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในพื้นที่รับผิดชอบของเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร คือ สามารถขยทอดตลาดได้ในราคาสูงจึงเป็นเหตุจูงใจที่ส่งผลให้มีการก่อเหตุอาชญากรรมเกิดขึ้นบ่อยครั้ง ประกอบกับการที่เจ้าของรถไม่ดูแลรถของตนเองเท่าที่ควร รวมถึงการโจรกรรมสามารถทำได้ง่ายและทำได้หลายวิธี โดยการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ ที่พบในพื้นที่เขตเทศบาลเมืองกระทุ่มแบนส่วนใหญ่เป็นรถจักรยานยนต์ ยี่ห้อ ฮอนด้า เนื่องจากมีเดี่ยยเหล็กล็อกคอรถที่คนร้ายสามารถทำลายได้ง่าย การสืบสวนจับกุมทำได้ยาก เพราะคนร้ายสามารถฆ่าหลบเป็นชิ้นส่วนและทำลายหลักฐาน หรือนำไปขายในกรุงเทพฯ ต่างจังหวัด หรือส่งขายต่างประเทศ การตรวจสอบทะเบียนรถจากกรมการขนส่งมีอุปสรรคต่อการปฏิบัติงานอันเกิดจากปัญหาเกี่ยวกับระบบคอมพิวเตอร์ขัดข้องบ่อย ข้อมูลยังไม่ทันสมัย ไม่สามารถตรวจสอบรถได้ทุกคันที่วิ่งอยู่บนถนนได้อย่างทั่วถึงที่ ผู้ก่อเหตุส่วนใหญ่มีปัญหาอาชญากรรม การพนัน และหนี้สินระบบ โดยในปัจจุบันกำลังเป็นกระแสในหมู่วัยรุ่น ซึ่งมีพฤติกรรมลอกเลียนแบบกัน และรวมกันเป็นกลุ่ม แก๊ง ซึ่งเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบมีเพียง 7 นาย ซึ่งไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน

2. วิธีการในการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในพื้นที่เขตเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาครที่ผู้ก่อเหตุนิยมใช้ สามารถสรุปได้ดังนี้

- 2.1 การใช้กุญแจผี วิธีการในการโจรกรรมรถจักรยานยนต์โดยการใช้กุญแจผีซึ่งเป็นวิธีที่ผู้ก่อเหตุนิยมใช้กัน

- 2.2 การเหล็กแหลมหรือเหล็กรูปตัว (T)

2.3 การต่อสายตรง วิธีนี้ผู้ก่อเหตุจะต้องมีความชำนาญในเรื่องของระบบไฟฟ้าของรถจักรยานยนต์

2.4 การยกขึ้นรถบรรทุก

2.5 การถีบรถจักรยานยนต์ วิธีการนี้ ก็คือจะต้องมีการทำร่วมกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป

3. ลักษณะการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ ในเขตเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน อำเภอกะทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 การโจรกรรมที่ทำเป็นกลุ่มแก๊ง ทำเป็นอาชีพโดยผู้กระทำผิดจะมีตั้งแต่เยาวชน อายุ 16 ปีขึ้นไป จับกลุ่มกัน ร่วมกระทำผิดตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป แบ่งหน้าที่กันทำผิด โดยสถานที่ ที่เกิดเหตุส่วนใหญ่ คือ บริเวณตลาดนัดต่าง ๆ บริเวณที่มีผู้คนพลุกพล่านจะเกิดในเวลากลางวัน และจุดรถในที่เกิดเหตุจะเกิดในเวลากลางคืน

3.2 การโจรกรรมมีด้วยกัน 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เป็นวัยรุ่นทั่วไป กับกลุ่มที่ลงมือกระทำผิดแบบอาชีพ โดยกลุ่มผู้กระทำผิดที่เป็นวัยรุ่นทั่วไปจะทำการโจรกรรมรถจักรยานยนต์เมื่อมีโอกาสที่เหมาะสม ส่วนกลุ่มที่ลงมือกระทำผิดแบบอาชีพจะมีอายุมากกว่ากลุ่มวัยรุ่น และส่วนใหญ่จะเคยกระทำผิดเกี่ยวกับการโจรกรรมรถจักรยานยนต์มาก่อนหรือจะลงมือกระทำผิดเป็นกลุ่มแก๊งประมาณ 3 - 4 คนโดยจะเป็นอาชญากรที่มาจากจังหวัดพื้นที่ใกล้เคียงกับจังหวัดสมุทรสาคร

3.3 ผู้กระทำผิดแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ลงมือกระทำคนเดียวกับลงมือกระทำเป็นกลุ่ม ซึ่งผู้กระทำผิดที่ลงมือกระทำคนเดียวนั้นส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่น สำหรับผู้กระทำผิดที่ลงมือกระทำเป็นกลุ่มจะเป็นกลุ่มที่มีอายุเพิ่มขึ้นมาจากกลุ่มวัยรุ่น มีอายุตั้งแต่ 20 ถึง 50 ปี ซึ่งพวกที่มีอายุนั้นจะเป็นหัวหน้ากลุ่มในบางกรณียังเป็นถึงบุคคลที่มีหน้าตาในสังคม ส่วนกลุ่มที่ กระทำผิด จะมีอายุช่วง 20 ปีขึ้นไป จะทำผิดในแต่ละครั้งใช้คนประมาณ 3-4 คนโดยจะขับรถกระบะมาจากพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งผู้กระทำผิดกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะเป็นพวกที่มีประวัติเกี่ยวกับยาเสพติดมาก่อนเคยต้องโทษจำคุกในเรือนจำและเมื่อได้ไปอยู่ในเรือนจำก็จะมีพวกที่กระทำความผิดในลักษณะเดียวกันอยู่ด้วยกันทำให้เกิดการเรียนรู้วิชาต่าง ๆ ภายในเรือนจำ และเกิดการสร้างเครือข่ายขึ้น

4. มาตรการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในเขตเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน อำเภอกะทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร สามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 ตั้งชุดปฏิบัติการป้องกัน และปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ (ปจร.) 4.2

ตรวจสอบกล้องวงจรปิดบริเวณทางร่วมทางแยก ทางเข้าออกห้องพัก สถานประกอบการ รวมถึงลานจอดรถในสถานที่ต่าง ๆ

4.3 อบรมให้ความรู้แก่ประชาชนในการป้องกันการโจรกรรมรถจักรยานยนต์

4.4 ตั้งจุดตรวจ จุดสกัด เพื่อเป็นการป้องกันการโจรกรรมรถจักรยานยนต์

4.5 ตรวจสอบและจัดทำแฟ้มข้อมูลกลุ่มผู้ต้องสงสัย ร้านรับซื้อของเก่า ร้านจำหน่ายชิ้นส่วนรถ ร้านขายรถจักรยานยนต์มือสอง เป็นต้น

4.6 จัดทำสถิติข้อมูลรถจักรยานยนต์หาย และผลการติดตามรถจักรยานยนต์ที่ถูกโจรกรรมส่งคืนเจ้าของในพื้นที่

4.7 ประสานความร่วมมือกันหน่วยงานท้องถิ่น ภาคเอกชน และประชาชนในการป้องกันการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ภายในพื้นที่

อภิปรายผล

จากการศึกษา เรื่อง “มาตรการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ในเขตเทศบาลเมือง กระทุ่มแบน อำเภอกะทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร” สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. สาเหตุของการก่อเหตุโจรกรรมรถจักรยานยนต์ เนื่องจากสามารถกระทำได้ง่าย ขาดได้ราคาสูง ยากต่อการตรวจสอบหรือตรวจค้นเพราะผู้ก่อเหตุใช้วิธีการแยกชิ้นส่วนอะไหล่ แล้วทำลายหลักฐาน หรือส่งไปขายในกรุงเทพฯ ต่างจังหวัด และต่างประเทศ ซึ่งระบบคอมพิวเตอร์ของสถานีตำรวจภูธรกะทุ่มแบนมีอากรขาดข้อบ่งชี้ และข้อมูลไม่ทันสมัย ไม่สามารถตรวจสอบได้ อย่างทันทั่วถึง โดยผู้ก่อเหตุส่วนใหญ่มีปัญหาเสเพลติด การพนัน และหนี้ในระบบ ปัจจุบันกำลังเป็นกระแสในหมู่วัยรุ่นที่เกิดพฤติกรรมลอกเลียนแบบกัน และรวมกันเป็นกลุ่ม แก๊ง ประกอบกับเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบมีเพียง 7 นาย ซึ่งไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน ประชาชนขาดความระมัดระวัง ไม่ดูแลรถของตนเองเท่าที่ควร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดุสิต ทาดี (2557) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การปราบปรามโจรกรรมรถยนต์ แนวทางในการปราบปรามการโจรกรรมรถยนต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ความเห็นต่อแนวทางการปราบปรามโจรกรรมรถยนต์ และปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงานปราบปรามโจรกรรมรถยนต์ ของเจ้าหน้าที่ ตำรวจซึ่งปฏิบัติงานในสายงานป้องกันและปราบปราม เช่น เจ้าหน้าที่ตำรวจที่มีอายุราชการมาก จะปฏิบัติหน้าที่ในการปราบปรามการโจรกรรมรถยนต์ได้ดีกว่าเจ้าหน้าที่ตำรวจที่มีอายุราชการน้อย, เจ้าหน้าที่ตำรวจที่มีระดับตำแหน่งสูง จะปฏิบัติหน้าที่ในการปราบปรามการโจรกรรมรถยนต์ได้ดีกว่าเจ้าหน้าที่ตำรวจระดับตำแหน่งต่ำ, เจ้าหน้าที่ที่มีอัตราเงินเดือนสูง จะปฏิบัติหน้าที่ในการปราบปรามการโจรกรรมรถยนต์ได้ดีกว่าเจ้าหน้าที่ตำรวจที่มีอัตราเงินเดือนต่ำ, เจ้าหน้าที่ตำรวจที่มีงบประมาณเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน จะปฏิบัติหน้าที่ในการปราบปรามการโจรกรรมรถยนต์ได้ดีกว่าเจ้าหน้าที่ตำรวจที่มีงบประมาณไม่เพียงพอ ต่อการปฏิบัติงาน, เจ้าหน้าที่ตำรวจที่มีวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือ เครื่องใช้ เพียงพอต่อการปฏิบัติงานจะปฏิบัติหน้าที่ในการปราบปรามการโจรกรรมรถยนต์ได้ดีกว่าเจ้าหน้าที่ตำรวจ ที่มีวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือ เครื่องใช้ไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน

2. วิธีการและลักษณะของการก่อเหตุโจรกรรมรถจักรยานยนต์ พบว่า วิธีที่ผู้ก่อเหตุนิยมใช้กันมากที่สุด คือการใช้กุญแจฝืนเนื่องจากใช้เวลาไม่มาก, การใช้เหล็กแหลมหรือเหล็กรูปตัว (T), การต่อสายตรง วิธีนี้ผู้ก่อเหตุ จะต้องมีความชำนาญในเรื่องของระบบไฟฟ้าของรถจักรยานยนต์, การยกขึ้นรถบรรทุก และการถีบรถ (ร่วมกันกระทำตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป) โดยลักษณะการโจรกรรมจะมีทั้งแบบลงมือกระทำคนเดียวและลงมือกระทำเป็นกลุ่มแก๊ง ซึ่งผู้กระทำผิดที่ลงมือกระทำคนเดียวนั้น ส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่น สำหรับผู้กระทำผิดที่ลงมือกระทำเป็นกลุ่มจะเป็นกลุ่มที่มีอายุเพิ่มขึ้นมาจากกลุ่มวัยรุ่น มีอายุตั้งแต่ 20 ถึง 50 ปี โดยสถานที่ที่เกิดเหตุส่วนใหญ่หากเป็นเวลากลางวันจะพบได้จากบริเวณตลาดนัดต่าง ๆ หรือบริเวณที่มีผู้คนพลุกพล่าน หากเป็นเวลากลางคืนจะพบบริเวณที่เปลี่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจของกองบัญชาการตำรวจนครบาล ที่ได้สำรวจและจัดทำสรุปรูปแบบและวิธีการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ ซึ่งการโจรกรรมรถจักรยานยนต์นั้น ผู้ก่อเหตุโจรกรรมจะมีรูปแบบและวิธีการในการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ด้วยกันหลายวิธีขึ้นอยู่กับความถนัด ช่วงจังหวะเวลา และโอกาสในการก่อเหตุ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปวีณวัชร ภัทรชัยพงศ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง มาตรการทางกฎหมายในการป้องกันและปราบปรามการ ชื้อซากกรวด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและรวบรวมวิธีการสืบสวนตรวจสอบรถที่สงสัยว่าจะเป็นรถสวมซากจากรถที่เกิดอุบัติเหตุ เพื่อศึกษาถึงวิธีการโจรกรรม การสวมซากทะเบียนรถและกระบวนการของคณรัยในการโจรกรรมรถ

การสวมซากรถ และการจำหน่ายรถ และเพื่อเสนอแนะแนวทางแก้ไขปรับปรุงมาตรการป้องกันและบทลงโทษ เกี่ยวกับการโจรกรรมรถยนต์และจักรยานยนต์และควบคุมการซื้อขายซากรถที่เกิดอุบัติเหตุ อุบัติเหตุ โดยศึกษา เอกสารวิชาการและสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการศึกษาวิเคราะห์วิธีการสวมซากรถ วิธีการ โจรกรรมรถยนต์และรถจักรยานยนต์มาสวมซากรถที่เสียหายจากอุบัติเหตุ และวิเคราะห์การบังคับใช้กฎหมายและ มาตรการทางกฎหมาย ในการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถยนต์และรถจักรยานยนต์ทั้งในอดีตและปัจจุบัน เพื่อเป็นแนวทางในการป้องกันและควบคุมการกระทำผิดในรูปแบบต่าง ๆ ตลอดจนการเสนอแนะแนวทางการ แก้ไขปัญหาการสวมซากรถและปรับปรุงมาตรการทางกฎหมายให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเพื่อป้องกันการโจรกรรมรถยนต์ และจักรยานยนต์ในปัจจุบันและอนาคต

3. มาตรการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ของสถานีตำรวจภูธรกระทุ่มแบน ได้แก่ การแต่งตั้งชุดปฏิบัติการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ (ปจร.) โดยให้ชุดปฏิบัติการป้องกันและ ปราบปรามตรวจสอบกล้องวงจรปิดบริเวณทางร่วม ทางแยก ทางเข้าออกห้องพัก สถานประกอบการ รวมถึงลานจอด รถในสถานที่ต่าง ๆ โดยมีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ประชาชน รวมถึงการตั้งจุดตรวจ จุดสกัด มีการตรวจสอบและ จัดทำแฟ้มข้อมูลกลุ่มผู้ต้องสงสัย ร้านรับซื้อของเก่า ร้านจำหน่ายชิ้นส่วนรถ ร้านขายรถจักรยานยนต์มือสอง มีการ เก็บสถิติข้อมูลรถจักรยานยนต์หาย และผลการติดตามรถจักรยานยนต์ที่ถูกโจรกรรมแล้วสามารถส่งคืนเจ้าของใน พื้นที่ ซึ่งอาศัยการประสานความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานท้องถิ่น ภาคเอกชน และภาคประชาชน ซึ่งสอดคล้อง กับผลการศึกษาของ บุญลือ เอี่ยมโย (2559) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การศึกษาตำรวจชุมชนสัมพันธ์ในการควบคุม อาชญากรรมตำบลท่ากว้าง อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่” ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนบ้านแควตุนมีการเสียสละ เวลาโดยเป็นอาสาสมัครทั้งตำรวจบ้าน อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน ยอมเสี่ยงภัยอันตรายร่วมมือปฏิบัติหน้าที่ กับตำรวจในการป้องกันปัญหาอาชญากรรมต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น ทำให้ปัญหาอาชญากรรมทั้งหลายได้ลดลง รวมทั้งผู้นำชุมชน ได้รับการแต่งตั้งให้มีส่วนร่วมในการควบคุมอาชญากรรม เป็นคณะกรรมการสายตรวจตำบลท่า กว้าง เป็นคณะกรรมการรักษาความปลอดภัยในหมู่บ้าน และเป็นผู้ประสานงานยาเสพติดอำเภอสารภี เป็นต้น ประกอบกับร่วมมือกันจัดประชาชน (อาสาสมัคร) ร่วมออกตรวจกับตำรวจชุมชน ร่วมวางแผนการปฏิบัติงานกับ ตำรวจชุมชนสัมพันธ์ ทำให้ประชาชนบ้านแควตุนมีความศรัทธาในตำรวจชุมชนสัมพันธ์ให้ความร่วมมือมากขึ้น

สรุป ถึงแม้สถานีตำรวจภูธรกระทุ่มแบนจะมีมาตรการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวแล้วก็ตาม แต่ก็ยังพบว่าการก่อเหตุโจรกรรมรถจักรยานยนต์ยังคงมีอยู่มาก เนื่องจากปัจจัยทางด้านบุคลากรที่ไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน และพื้นที่ที่มีความซับซ้อน ประชาชนมีจำนวนมาก อาศัยอยู่อย่างหนาแน่น ประกอบกับบริเวณพื้นที่เป็นตรอก ซอก ซอย ที่เชื่อมต่อถึงกัน ทำให้ผู้ก่อเหตุสามารถหลบหนี ได้ง่าย อีกทั้งการประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ไม่ได้รับความสะดวกเท่าที่ควร ด้วยเหตุผลที่ว่า ผู้บริหารท้องถิ่น และสมาชิกสภาเกรงจะกระทบกับฐานเสียงของตนเอง และเจ้าหน้าที่ที่ทางองค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่นมีคำสั่งแต่งตั้งให้มาสนับสนุนการดำเนินงานดังกล่าวยังขาดความรู้ ประสบการณ์ และทักษะในการตรวจสอบ และยังขาดการสนับสนุนงบประมาณที่เพียงพอ เหมาะสม และต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ**ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้**

ข้อเสนอแนะทางเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติการกิจด้านการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ดังต่อไปนี้

1. สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ควรมีการพิจารณาอัตรากำลังพลของเจ้าหน้าที่ตำรวจในแต่ละสถานี ให้มีความเหมาะสมกับสภาพของพื้นที่ และจำนวนประชากร เพื่อให้การดำเนินการกิจในการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ให้เกิดประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

2. เจ้าหน้าที่ตำรวจสถานีตำรวจภูธรกระทุ่มแบนควรมีการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกับเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน แกนนำชุมชน ผู้ประกอบการภายในพื้นที่ เพื่อเป็นการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานอื่นจะส่งผลให้การดำเนินการป้องกันปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลต่อไป

3. สถานีตำรวจภูธรกระทุ่มแบน อาจพิจารณาเสนอขอของงบประมาณจากสำนักงานตำรวจแห่งชาติ หรือขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานอื่น ในการจัดตั้งศูนย์เฝ้าระวังการก่อเหตุอาชญากรรม โดยเน้นติดตั้งกล้องวงจรปิดบริเวณที่พบเหตุบ่อย บริเวณที่มีคนพลุกพล่าน หรือบริเวณสถานที่เปลี่ยว และจัดให้มีเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อเฝ้าระวัง และสังเกตการณ์จากจอมอนิเตอร์เมื่อพบเหตุการณ์ไม่ปกติได้อย่างทันท่วงที

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาถึงผลลัพธ์ของการจัดตั้งชุดปฏิบัติการป้องกันและปราบปรามการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ (ปจร.)
2. ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

เอกสารอ้างอิง

ดุสิต ทำดี. (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานปราบปรามการโจรกรรมรถยนต์ : ศึกษากรณีกองบังคับการตำรวจนครบาล 6**. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. คณะรัฐศาสตร์.

บุญลือ เข้มมัย. (2559). **การศึกษาตำรวจชุมชนสัมพันธ์ในการควบคุมอาชญากรรมตำบลท่ากว้าง อำเภอสาร์ภี จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สถานีตำรวจภูธรกระทุ่มแบน. (2561). **ข้อทั่วไปและมูลสถิติคดี 5 กลุ่ม เปรียบเทียบของสถานีตำรวจภูธรกระทุ่มแบน**. สมุทรสาคร.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). **Qualitative data analysis: An expanded sourcebook** (2nd ed.). Sage Publications, Inc.

NBUS0062: แนวทางการแก้ไขปัญหาให้เกษตรกรสนใจซื้อประกันภัยข้าวนาปี

GUIDELINES FOR SOLVING PROBLEMS OF FARMERS INTERESTED IN BUYING RICE INSURANCE.

อังคณา ทองหลิม¹ ธฤตพน อุสวัสด์²¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย² กลุ่มวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ถนนวิภาวดีรังสิต เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400**บทคัดย่อ**

วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยตนเองครั้งนี้คือเพื่อศึกษาถึงสาเหตุของปัญหาเกษตรกรไม่ยอมจ่ายค่าประกันภัยด้วยตนเอง และเพื่อศึกษาแนวทางในการแก้ปัญหาโดยการรวบรวมงานวิจัย/การศึกษาที่เกี่ยวข้องกันโครงการประกันภัยข้าวนาปี ตั้งแต่ปีการผลิต 2553-2561 และการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานของ ธ.ก.ส. ที่ดูแลโครงการประกันภัยทางการเกษตรเพื่อประมวลผลจำแนกข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการจัดทำประกันภัยข้าวนาปี การจ่ายค่าสินไหมทดแทน ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อการจัดทำประกันภัยข้าวนาปี และนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์เปรียบเทียบ ตรวจสอบความเกี่ยวข้อง เพื่อหาข้อสรุปแนวทางในการแก้ปัญหา ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับประกันภัยอยู่ในระดับปานกลาง และให้ความสำคัญกับประกันน้อยเนื่องจากคิดว่าเมื่อประสบภัยพิบัติจะได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล จึงไม่เกิดการพึ่งตนเองอย่างแท้จริง ประกอบกับไม่เชื่อมั่นกับวิธีการในการประเมินความเสียหายในการจ่ายเงินชดเชย อีกทั้งเงินชดเชยที่ได้รับจากสมาคมประกันภัยได้จำนวนน้อยไม่เพียงพอต่อต้นทุนการผลิตที่เสียไป รัฐยังคงต้องจ่ายงบประมาณเพื่อช่วยเหลือเพิ่มเติมทุกปีทำให้เกษตรกรบางส่วนเข้าใจว่าเงินที่ได้รับทั้งหมดนี้เป็นเงินของรัฐบาลมิใช่เงินที่ได้รับจากการประกันภัย ดังนั้น การใช้มาตรการบังคับตามกฎหมายโดยรัฐเป็นผู้สนับสนุนเบี้ยประกันพื้นฐานให้แก่เกษตรกร และการยกเลิกเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล พร้อมกับการสร้างความรับรู้เข้าใจเกี่ยวกับโครงการประกันภัยข้าวนาปีให้แก่เกษตรกรจะทำให้ระบบประกันภัยยั่งยืน

คำสำคัญ: ประกันภัยข้าวนาปี, ประกันภัยทางการเกษตร, ข้าวนาปี, แนวทางการแก้ปัญหาคาดติดตามหนี้, สินเชื่อธนาคาร, การปรับปรุงหนี้

Abstract

The objectives of this Qualitative research study are to identify the problems of farmer who is not willing to pay for agricultural insurances and examine for the solutions. The data was collected via interviewing the stakeholders, the bank for agriculture and agricultural cooperatives (BAAC) managers and employees, who involved in agricultural insurance about the information, claims and farmers' satisfaction in order to evaluate and analyze the solutions. The result reported that the farmers' perception about agricultural insurance was in the medium level. They also prioritized about insurance in low level since the government always helped after the disaster. Moreover, it was found that farmer had not felt confidence in methods for assessing damage for compensation and the received money from the insurance company

was less than the capital. As the result, the government supported the additional compensation every year. Hence, the government should cancel the additional compensation and enforce every farmer to do at least the basic insurance while instruct farmers to understand the advantages of rice insurance which made sustainable agricultural finance.

Keywords: rice insurance, agricultural insurance, rice, Solutions for debt collection problems, Bank loan, Debt adjustment

บทนำ

อาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลักของประชาชนชาวไทยที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ แต่กลับเป็นอาชีพที่เกษตรกรทำการเกษตรมีรายได้ต่อปีค่อนข้างต่ำ เหตุอันเนื่องมาจากปัจจัยหลายประการทั้งเรื่องของต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น และราคาผลผลิตที่ตกต่ำ รวมไปถึงปริมาณผลผลิตที่สามารถนำออกมาจำหน่ายที่ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ ซึ่งปัจจุบันจะเห็นว่าปัญหาสภาพอากาศแปรปรวนเป็นปัญหาสำคัญระดับโลกที่หลาย ๆ ประเทศหันมาให้ความสนใจแก้ไขเพื่อลดปัญหาโลกร้อน สภาพอากาศแปรปรวนถือเป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญในการประกอบอาชีพเกษตรกรรม เพราะเมื่อสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลโดยตรงต่อการประกอบอาชีพเกษตรกรรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สิ่งหนึ่งที่อาจช่วยถ่วงโอนความเสี่ยงของเกษตรกรได้ก็คือการทำประกันภัยทางการเกษตร เมื่อรัฐบาลเห็นความสำคัญของอาชีพเกษตรกรรม โดยเฉพาะข้าวซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศแล้วจึงจัดทำโครงการประกันข้าวนาปีขึ้น เพื่อเป็นเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงในการประกอบอาชีพ โดยหวังว่าโครงการดังกล่าวจะช่วยลดงบประมาณการเยียวยาความเสียหายกรณีเกิดภัยพิบัติขึ้น โดยในระยะเริ่มต้นรัฐบาลเป็นผู้สนับสนุนค่าเบี้ยประกันภัยให้บางส่วนและเกษตรกรสมทบในส่วนที่เหลือ แต่สำหรับลูกค้านักเงินกู้ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จะได้รับการสนับสนุนค่าเบี้ยประกันในส่วนที่เหลือ ซึ่งตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558-2561 ธ.ก.ส. ได้สนับสนุนเบี้ยประกันแทนเกษตรกรไปแล้วเฉลี่ยกว่าปีละ 1,000 ล้านบาท ทำให้มีเกษตรกรเข้าร่วมโครงการเป็นจำนวนมากอย่างต่อเนื่อง

ตาราง 1 ผลการชำระเบี้ยประกันภัยข้าวนาปี ย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ. 2557-2561)

ปีการผลิต	จำนวน เกษตรกร (ล้านราย)	พื้นที่เข้าร่วม โครงการ (ล้านไร่)	เบี้ยประกัน รวม	รัฐบาล อุดหนุนเบี้ย ประกันภัย	ธ.ก.ส. อุดหนุน เบี้ยประกันภัย	เกษตรกร ชำระเบี้ย ประกันภัย
2557	0.055	0.83	359.86	286.45	-	-
2558	0.092	1.51	614.34	481.36	12.80	12.80
2559	1.57	27.18	2,717.87	1,630.72	1,052.97	34.18
2560	1.76	26.12	2,527.10	1,410.41	907.35	32.93
2561	1.92	27.60	2,670.53	1,490.44	966.04	27.58

ที่มา: สำนักพัฒนาธุรกิจประกันภัย (สพภ.) ธ.ก.ส. *หน่วย : ล้านบาท

ทั้งนี้ จากการดำเนินโครงการในลักษณะดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่อง 3 ปี ผลการดำเนินการ ที่คาดหวังให้เกษตรกรเห็นความสำคัญของการทำประกันภัยและต้องการลดความเสี่ยงในการประกอบอาชีพด้วยตนเองก็ยังไม่เป็นที่ประจักษ์ จึงเกิดแนวคิดในการศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหามาให้เกษตรกรสนใจซื้อประกันภัยข้าวนาปีขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา (The Objectives)

1. เพื่อศึกษาสาเหตุของปัญหาเกษตรกรไม่ยอมจ่ายค่าประกันภัยด้วยตนเอง
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการแก้ปัญหาเกษตรกรไม่สนใจซื้อประกันภัยด้วยตนเอง

กรอบแนวคิดการวิจัย

1. การที่รัฐบาลและ ธ.ก.ส. สนับสนุนเบี้ยประกันภัยในโครงการประกันภัยข้าวนาปีให้แก่เกษตรกร ส่งผลต่อการซื้อประกันภัยข้าวนาปีด้วยตนเองหรือไม่
2. มาตรการอื่น ๆ ในการช่วยเหลือเกษตรกรกรณีเกิดภัยพิบัติธรรมชาติ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยทางการเกษตรด้วยตนเองหรือไม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (The Expected Benefit)

1. ธนาคารลดค่าใช้จ่ายในการอุดหนุนค่าเบี้ยประกันภัยซึ่งเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและส่งผลดีต่อผลการดำเนินงานธนาคาร
2. ลดงบประมาณภาครัฐในการช่วยเหลือเกษตรกร
3. เกษตรกรตระหนักถึงความสำคัญกับการซื้อประกันภัยเพื่อลดความเสี่ยงในการประกอบอาชีพของตนเอง

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง (Expectancy Theory)

ความคาดหวัง หมายถึง ความต้องการภายในตัวบุคคลซึ่งแต่ละคนมีความคาดหวังหรือคาดคะเนที่แตกต่างกันซึ่งเป็นไปตามปัจจัยภายนอก เช่น การศึกษา ประสบการณ์ ทั้งนี้ แต่ละคนจะพยายามทำหาวิธีการที่จะทำให้ตนเองได้ผลลัพธ์ตามความคาดหวังที่ได้วางไว้ และเมื่อได้ ผลลัพธ์ตามที่คาดหวังแล้วก็จะเกิดความพอใจ ทั้งนี้ ความคาดหวังไม่มีการสิ้นสุดสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์และความต้องการของบุคคล

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคล ซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการคาดหวัง โดยมีการเปรียบเทียบกันระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับ หากสิ่งที่ได้รับมากกว่าก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการของตนไม่ได้รับการตอบสนองความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น ดังนั้น ความพึงพอใจในการรับบริการของบุคคลหนึ่งอาจไม่เป็นที่พึงพอใจของอีกบุคคลหนึ่งได้

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับ การคาดหวังของลูกค้า (Kotler, 1994: 98) ระดับความพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะพยายามสร้างความพึงพอใจ ให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) การสร้างคุณค่าเพิ่มเกิดจากการผลิต (Manufacturing) และจากการตลาด (Marketing) รวมทั้งมีการทำงานร่วมกัน ฝ่ายต่าง ๆ

โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม (Total Quality) คุณค่าเกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) คุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า ต้นทุนของลูกค้าส่วนใหญ่ก็คือราคาสินค้านั้นเอง

ฟิทซ์เกอร์อัลด์; และ ดูรานท์ (R. Fitzgerald; & F. Durant. 1980: 586) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณะ (Public Service Satisfaction) ว่าเป็นการประเมินความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการของหน่วยการปกครองท้องถิ่น โดยมีพื้นฐานเกิดจากการรับรู้ (Perceptions) ถึงการส่งมอบการบริการที่แท้จริง และการประเมินนี้ก็จะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ เกณฑ์ (Criteria) ที่แต่ละบุคคลตั้งไว้ รวมทั้งการตัดสิน (Judgement) ของบุคคลนั้น

ทฤษฎีประกันภัย

การประกันภัย คือ การที่คนจำนวนหนึ่งตกลงที่จะจ่ายเงิน หรือที่เรียกกันว่าเบี้ยประกันภัยเข้ากองทุน โดยมีคนกลางเป็นผู้รับเงินเรียกว่าผู้รับประกัน และตกลงที่จะนำเงินกองทุนนี้ไปช่วยเหลือเยียวยาหรือแบ่งเบาความเสียหายจากการเกิดภัยให้แก่บุคคลใดบุคคลหนึ่งในกลุ่มตามที่ได้ตกลงกันไว้ซึ่งเรียกว่าผู้เอาประกัน ซึ่งทุกคนในกลุ่มถือเป็นผู้เอาประกันภัยด้วยกันทั้งสิ้นเพราะทุกคนอาจมีโอกาสที่จะประสบภัยได้เช่นกัน ซึ่งการทำประกันภัยมิได้ทำให้ป้องกันภัยแต่เป็นการเยียวยาให้กลับคืนสู่สภาพเดิมหรือใกล้เคียงสภาพเดิมเมื่อเกิดภัยขึ้น ดังนั้นทฤษฎีหรือหลักการที่ผู้รับประกันสามารถนำมาพิจารณาในการที่จะรับประกันภัยที่สำคัญมี 2 เรื่องสำคัญ ดังนี้

1. ทฤษฎีความน่าจะเป็นหรือหลักแห่งการคาดคะเน (Theory of Probability)

เป็นทฤษฎีพื้นฐานที่บริษัทประกันภัยนำไปใช้เป็นค่าประมาณในการคำนวณเบี้ยประกันที่จะเรียกเก็บจากผู้เอาประกันภัย โดยพิจารณาถึงโอกาสแห่งภัยที่อาจเกิดขึ้นได้ว่าควรจะเป็นเท่าใด หรือรวมถึงการใช้ข้อมูลในอดีตเป็นเครื่องมือสถิติในการคาดคะเน ถ้ากิจการประเภานั้น ๆ มีโอกาสที่ภัยจะเกิดขึ้นมีมาก ก็แสดงว่าบริษัทผู้รับประกันต้องเสี่ยงมาก ฉะนั้นต้องเรียกเบี้ยประกันในอัตราที่สูงขึ้นเพื่อให้เกิดความคุ้มค่ากับการที่ต้องลงทุนสำหรับความเสียหายที่สูงตามไปด้วย

2. ทฤษฎีว่าด้วยจำนวนมาก หรือกฎแห่งจำนวนมาก (Theory of Great Number) หรือกฎของการเฉลี่ย (Law of Average)

ทฤษฎีนี้มีหลัก ถ้าเพิ่มจำนวนของวัตถุที่ร่วมเสี่ยงภัยหรือวัตถุที่เอาประกันมากขึ้นแล้ว ค่าเสียหายที่จะเกิดขึ้นจริงจะเท่ากับค่าความเสียหายที่คาดว่าจะเกิดขึ้นได้หรือความน่าจะเป็นของโอกาสที่จะเกิดความเสียหายจะแม่นยำหรือถูกต้องมากขึ้น จึงจะเป็นประโยชน์สำหรับการคำนวณเบี้ยประกันภัยแต่ละประเภท กล่าวคือ การคำนวณความเสียหายจะใกล้เคียงกับเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นจริงมากขึ้นถ้าจำนวนวัตถุที่มีส่วนในเหตุการณ์เสี่ยงภัยมากขึ้น

ดังนั้น ถ้ากลุ่มผู้เสี่ยงภัยมีน้อย ค่าเบี้ยประกันภัยก็จะมีอัตราสูง เพราะทำให้การดำเนินงานการประกันภัยไปได้ยาก ในทางตรงกันข้ามถ้ากลุ่มผู้เสี่ยงภัยมีมากค่าเบี้ยประกันภัยก็จะมีอัตราต่ำและทำให้การประกันภัยดำเนินการไปด้วยดี

ทฤษฎีผังก้างปลา (Fish Bone Diagram)

คือ แผนผังสาเหตุและผล (Cause and Effect Diagram) ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหา กับสาเหตุทั้งหมดที่อาจทำให้เกิดปัญหา โดยการกำหนดปัญหาเป็นหัวปลา และสาเหตุของปัญหาเป็นก้างปลา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (2553) วิจัยเรื่อง การพัฒนาเครื่องมือทางการเงินสำหรับเกษตรกร: กรณีศึกษาการประกันภัยพืชผลโดยใช้ดัชนีสภาพอากาศในประเทศไทย พบว่า การปรับปรุงทุนประกันภัยจะสามารถตอบสนองความต้องการของเกษตรกรมากขึ้น การสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรเข้าใจกรมธรรม์จะเป็นปัจจัยสำคัญให้เกิดความยั่งยืนของโครงการควรมีการศึกษาการกำหนดเกณฑ์ประเมินความเสียหายในรูปแบบอื่น ๆ เช่น ดัชนีเขตพื้นที่

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (2557) วิจัยเรื่องการศึกษารูปแบบการประกันภัยพืชผลที่เหมาะสมของประเทศไทย: กรณีศึกษาข้าว พบว่า ประเทศไทยเหมาะกับการทำประกันภัยโดยอาศัยเกณฑ์การประเมินความเสียหายจากรัฐ มากกว่าแบบดัชนีสภาพอากาศ

สุพินดา จีวดี; และ รวสิสาห์ สุชาโต (2558) ความพอใจต่อคุณลักษณะประกันภัย ข้าวนาปีของเกษตรกร กรณีเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในจังหวัดขอนแก่น พบว่าเกษตรกรมีความพอใจกับรูปแบบการขายประกันภัยวงเงินชดเชย ความคุ้มครองขั้นต่ำ และคุณลักษณะในปัจจุบัน แต่หากจะให้พอใจมากที่สุด คือ มีค่าเบี้ยประกัน 100 บาท/ไร่ ความคุ้มครอง 1,700 บาท ต่อไร่

ฐิติมา จันทร์หอม (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องแรงจูงใจของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการประกันภัยพืชผล การเกษตร ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อประกันภัยมีได้ 6 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านตัวโครงการ ปัจจัยด้านเงื่อนไขการประกันภัย ปัจจัยด้านเบี้ยประกันภัย ปัจจัยด้านประสบการณ์ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม และปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาความเต็มใจจ่ายประกันภัยข้าวนาปีของเกษตรกร พบว่า สัดส่วนการเป็นเจ้าของที่ดินเพาะปลูกข้าวนาปี ประสบการณ์เพาะปลูก ลักษณะที่ตั้งของพื้นที่ (ในเขตชลประทานหรือนอกเขตชลประทาน) สัดส่วนรายได้นอกภาคเกษตรต่อรายได้ทั้งหมด การได้รับความเสียหายจากภัยธรรมชาติ 3 ปี ที่ผ่านมา มีผลต่อความเต็มใจในการจ่ายเบี้ยประกัน และสาเหตุที่ไม่เต็มใจคือ พื้นที่ได้รับความเสียหายแต่ทางราชการไม่ประกาศเป็นเขตภัยพิบัติ ไม่มั่นใจในการจ่ายค่าสินไหมทดแทน ความไม่เหมาะสมของค่าเบี้ยประกันภัย และค่าเบี้ยประกันสูง เงินชดเชยต่ำ

ศักดิ์ชัย ศิละม้าย (2549) ได้ทำการวิจัยเรื่อง มาตรการทางกฎหมายในการประกันภัยพืชผลเกษตร พบว่า ประเทศไทยควรมีการกำหนดกฎหมายเกี่ยวกับการประกันภัยทางการเกษตร โดยมีการกำหนดรูปแบบการประกันภัยแบบบังคับเพื่อให้การดำเนินการบรรลุผลสำเร็จ อันเป็นประโยชน์แก่เกษตรกรและประเทศชาติ โดยกำหนดให้เกษตรกรที่ทำการเพาะปลูกพืชผลเกษตรทางเศรษฐกิจต้องเข้าสู่ระบบการประกันภัยพืชผลเกษตรโดยการดำเนินการร่วมกันระหว่างรัฐบาล เอกชน และเกษตรกร โดยรัฐสงเคราะห์เบี้ยประกันภัยบางส่วนและให้เกษตรกรจ่ายส่วนที่เหลือ แต่ต้องมีอัตราที่ไม่สูงมากนักเพื่อให้เกษตรกรสามารถที่จะจ่ายเบี้ยประกันได้

วิธีการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาจากข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ในงานวิจัยอื่น ๆ โดยผู้ศึกษาไม่ได้มีการลงมือเก็บข้อมูลเกษตรกรด้วยตนเอง เป็นการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิที่ได้มาจากข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กับเรื่องที่ศึกษา โดยผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาจากรายงานเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสิ่งพิมพ์ ตลอดจนการติดต่อประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ สำนักพัฒนาธุรกิจประกันภัย (สพภ.) ธนาคารเพื่อ

การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่สำคัญในการประสานงานกับผู้เอาประกันภัย และผู้รับประกันภัย รวมทั้งศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารและพนักงานสำนักพัฒนาธุรกิจประกันภัย (สพภ.) ที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัยข้าวนาปี จำนวน 5 ท่าน

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิที่ได้มาจากการสรุปผลกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยศึกษาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการประกันภัยข้าวนาปี ตั้งแต่ปีการผลิตที่ 2553-2561 จำนวน 6 งานวิจัย ดังนี้

1. ประกันภัยข้าวนาปี 2553/54 1) ภาคเหนือ จำนวน 2 จังหวัด ได้แก่ นครสวรรค์ และเพชรบูรณ์ 2) ภาคกลาง จำนวน 2 จังหวัด ได้แก่ สระบุรี และลพบุรี 3) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 2 จังหวัด ได้แก่ นครราชสีมา และขอนแก่น
2. ประกันภัยข้าวนาปี 2555/56 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 1 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น
3. ประกันภัยข้าวนาปี ปี 2557/58 1) ภาคเหนือ จำนวน 1 จังหวัด ได้แก่ สุโขทัย 2) ภาคกลาง จำนวน 1 จังหวัด ได้แก่ นครสวรรค์ 3) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 2 จังหวัด ได้แก่ ขอนแก่น สุรินทร์ 4) ภาคใต้ จำนวน 1 จังหวัด ได้แก่ พัทลุง
4. ประกันภัยข้าวนาปี 2558/59 ภาคเหนือ จำนวน 1 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ 5 อำเภอ
5. ประกันภัยข้าวนาปี 2559/60 1) ภาคเหนือ จำนวน 7 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน พะเยา เพชรบูรณ์ พิจิตร กำแพงเพชร และนครสวรรค์ 2) ภาคกลาง จำนวน 6 จังหวัด ได้แก่ ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง สระบุรี นครนายก และฉะเชิงเทรา 3) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 5 จังหวัด ได้แก่ อุบลราชธานี สุรินทร์ ศรีสะเกษ นครราชสีมา และร้อยเอ็ด
6. ประกันภัยข้าวนาปี 2560/2561 ภาคเหนือ จำนวน 1 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดพะเยา อ.ดอกคำใต้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

รวบรวมงานวิจัย/การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับโครงการประกันภัยข้าวนาปี ตั้งแต่ปี 2553-2561 (Documentary Search/Written Material) รวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยต่าง ๆ และสัมภาษณ์ผู้บริหารพนักงาน ธ.ก.ส. ที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัยข้าวนาปี จำนวน 5 ท่าน และเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัย การคาดหวัง ความพึงพอใจ แผนผังสาเหตุและผล และผลการศึกษาที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวคิดการศึกษาในครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

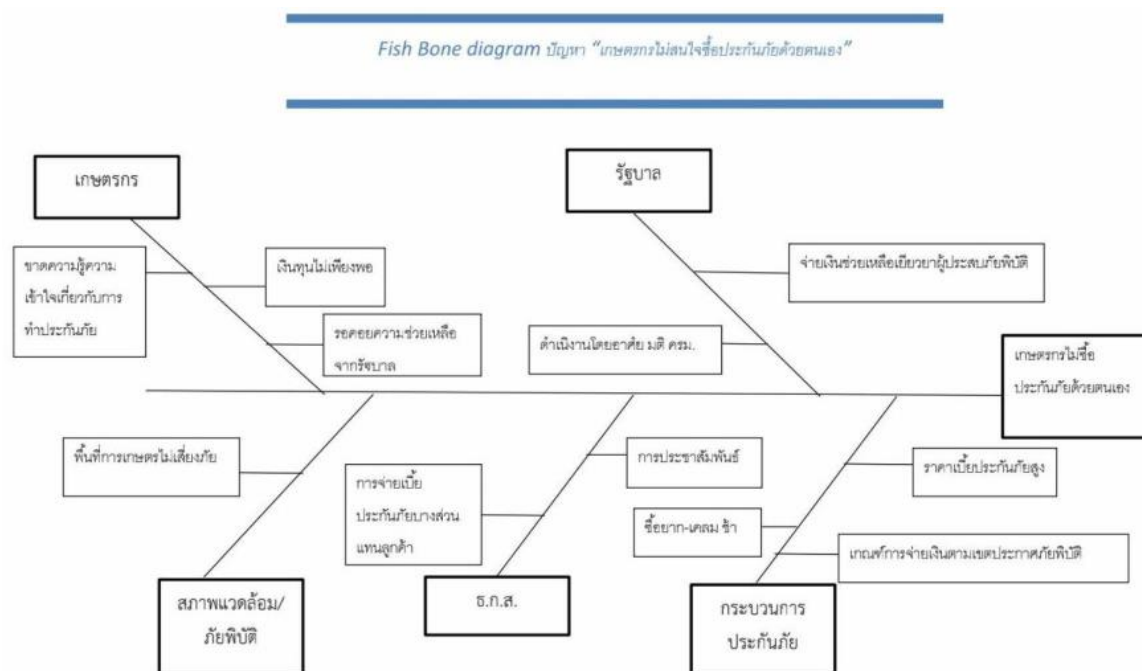
วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data Analysis) ประมวลผลจำแนกข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการจัดทำประกันภัยข้าวนาปี การจ่ายค่าสินไหมทดแทน ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อการจัดทำประกันภัยข้าวนาปี จากเกษตรกรทุกภาคในช่วงเวลาที่แตกต่างกันและนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์เปรียบเทียบ ตรวจสอบความเกี่ยวข้องหรือความสัมพันธ์และความแตกต่างของความต้องการของเกษตรกรในแต่ละปี เพื่อหาข้อสรุปแนวทางในการแก้ปัญหาเกษตรกรไม่สนใจซื้อประกันภัยด้วยตนเอง

ข้อมูลจากงานวิจัยพบว่ารูปแบบประกันภัยข้าวนาปีที่ดำเนินการอยู่ของประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 คือ ประกันภัยแบบสมัครใจ เป็นรูปแบบการร่วมมือของรัฐและเอกชน โดยรัฐอุดหนุนเบี้ยประกันส่วนหนึ่งเกษตรกรจ่ายเองส่วนหนึ่งโดยงบประมาณโครงการ เงื่อนไขการประกันภัยเป็นไปตามที่มติ ครม. อนุมัติในแต่ละปี มีโครงสร้างอัตราเบี้ยประกันภัยมาตรฐานเดียวโดยกำหนดความคุ้มครองแบบครอบคลุมหลายภัย เช่น อุทกภัย วาตภัย ฝนทิ้งช่วง อัคคีภัย เป็นต้น

ผลการศึกษา

จากการศึกษางานวิจัยและสัมภาษณ์ผู้บริหารพนักงาน ธ.ก.ส. ที่เกี่ยวข้องกับโครงการประกันภัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ จึงพบว่า

1. สาเหตุของปัญหา (Causes of the Problem) ปัญหาเกษตรกรไม่ยอมจ่ายค่าประกันภัยด้วยตนเอง ได้แก่



ภาพประกอบ 1 แผนผังสาเหตุและผล ปัญหา “เกษตรกรไม่สนใจซื้อประกันภัยด้วยตนเอง”

1.1 ข้อจำกัดของเกษตรกรและสภาพภูมิอากาศ การซื้อผลิตภัณฑ์ประกันภัยหรือสินค้าใด ๆ ต้องเกิดจากความต้องการหรือความจำเป็นของลูกค้า รวมไปถึงความสามารถในการชำระราคา เมื่อเกษตรกรประสบปัญหาภัยพิบัติอยู่บ่อยครั้งทำให้ภาระหนี้สินมากแม้ประกันจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญโดยการโอนความเสี่ยงแต่ยังไม่ใช่ว่าจำเป็นที่เกษตรกรจะต้องซื้อ ทุกครั้งที่ทำการเกษตรไม่เหมือนกับปัจจัยการผลิตอื่น ๆ เช่น เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย ยาปราบศัตรูพืช

1.1.1 ภาระหนี้สินส่งผลกระทบต่อกรจ่ายเบี้ยประกันภัยข้าวนาปี เนื่องจากการทำอาชีพเกษตรกรรม เป็นอาชีพที่มีความเสี่ยงในการประกอบอาชีพสูงเพราะรายได้ขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ เป็นสำคัญ และด้วยสภาพอากาศในปัจจุบันนี้มีความแปรปรวนสูง ยิ่งทำให้รายได้จากอาชีพเกษตรกรรมไม่แน่นอน เมื่อลงทุนประกอบอาชีพไปแล้วอาจได้ผลผลิตหรือได้ผลตอบแทนน้อยกว่าเงินที่ลงทุนไป ก็ทำให้เกิดหนี้สินจากการประกอบอาชีพและหากสภาพอากาศแปรปรวนต่อเนื่องทุกปีก็จะเกิดการสะสมของภาระหนี้สินมากขึ้น

ดังนั้น ด้วยรายได้จากการประกอบอาชีพเกษตรกรรมที่ไม่แน่นอน หากต้องหักภาระค่าใช้จ่ายในส่วนของการเพิ่มสูงขึ้น เช่น ค่าเมล็ดพันธุ์ ค่ายาปราบศัตรูพืช ค่าสูบน้ำ ค่าจ้างแรงงานและภาระหนี้สินเดิมที่ต้องผ่อนชำระคืนต่อเนื่องทุกปี ส่งผลให้เกษตรกรไม่มีศักยภาพในการชำระเบี้ยประกันเพื่อป้องกัน

ความเสี่ยงเพื่อเป็นเครื่องมือในการลดความเสี่ยงจากการประกอบอาชีพ ตรงกันข้ามค่าเบี้ยประกันกลับถูกมองว่าเป็นภาระต้นทุนการผลิต รวมไปถึงมีความเข้าใจว่าหากประสบภัยพิบัติต่อให้ไม่มีการซื้อประกันภัยก็จะได้รับการช่วยเหลือจากรัฐบาลอยู่แล้ว และค่าสินไหมทดแทนจากการทำประกันภัยก็เป็นเงินที่ได้รับจากรัฐบาลอีกช่องทางหนึ่ง

1.1.2 ไม่มีความเสี่ยงภัย ตามปกติของผู้ซื้อประกันภัยจะซื้อเมื่อเห็นว่าตนเองมีความเสี่ยงภัยสูงและต้องการโอนความเสี่ยงนี้ไปให้แก่บริษัทผู้รับประกันภัย แต่เนื่องจากการประกันภัยในภาคการเกษตรพื้นที่การเกษตรมีลักษณะที่แตกต่างกันตามแต่ละภูมิภาคประเทศ รวมทั้งบางพื้นที่ตั้งอยู่ในเขตชลประทาน ภัยพิบัติที่เกษตรกรให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ได้แก่ อุทกภัย และภัยแล้ง ซึ่งเกษตรกรจะสามารถคาดการณ์โอกาสในการเกิดภัยพิบัติของพื้นที่การเกษตรของตนเองตามประสบการณ์ที่เคยทำการเกษตรมาหากพื้นที่ใดมีโอกาสในการเกิดภัยน้อย เกษตรกรก็จะไม่ให้ความสำคัญในการซื้อประกันภัย

ดังนั้น เกษตรกรที่เคยได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติจึงเห็นความสำคัญและความจำเป็นในการทำประกันภัย และเกษตรกรที่อยู่พื้นที่เสี่ยงน้อยก็ยังคงไม่ให้ความสำคัญและมองว่าไม่ใช่เรื่องที่จำเป็นเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการทำการเกษตร เช่น ค่าปัจจัยการผลิต เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง รวมถึงค่าจ้างแรงงานต่าง ๆ

1.1.3 ไม่มีความสามารถในการจ่ายค่าเบี้ยประกันภัยข้าวนาปี ในแต่ละรอบการผลิตข้าวเกษตรกรมีต้นทุนการผลิตข้าวอยู่ที่ประมาณ 4,720 บาท/ไร่ เมื่อเกษตรกรต้องการลดความเสี่ยงจากการประกอบอาชีพต้องจ่ายเงินเพื่อซื้อประกันภัยเพิ่มขึ้น โดยในปีการผลิต 2561/62 สมาคมประกัน วิสาหกิจ กำหนดอัตราเบี้ยประกันไร่ละ 85 บาทเท่ากันทุกพื้นที่ และหากเกิดความเสียหายจะจ่าย เงินชดเชยในอัตราไร่ละ 1,260 บาท และหากเกษตรกรต้องการซื้อประกันภัยเพิ่มเติมเพื่อให้ครอบคลุมต้นทุนการผลิตมากที่สุด ก็สามารถซื้อเพิ่มเติมได้อีกในอัตราไร่ละ 6.42-27.82 บาท ตามพื้นที่ความเสี่ยง ก็จะได้รับเงินชดเชยเพิ่มไร่ละ 240 บาท รวมทั้งสิ้น 1,500 บาท/ไร่ แม้รัฐบาลจะช่วยออกค่าเบี้ยประกันภัยให้แก่เกษตรกร ไร่ละ 60 (เท่ากับ 51 บาท/ไร่) แต่อย่างไรก็ตามเกษตรกรก็ต้องออกเองอีก 34 บาทต่อไร่ ดังนั้น หากโดยเฉลี่ยพื้นที่เกษตรทำนาประมาณ 20 ไร่/แปลง เกษตรกรต้องใช้เงินซื้อประกัน ขั้นต่ำ 680 บาท และหากต้องการซื้อความคุ้มครองเพิ่มเติมกรณีที่เป็นพื้นที่เสี่ยงมาก เกษตรกรก็ต้องจ่ายเงินเพิ่มถึง 1,240 บาทต่อหนึ่งรอบการผลิต ซึ่งทั้งหมดนี้ถือเป็นต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ในขณะที่ปริมาณหรือราคาผลผลิตนั้น ไม่สามารถที่กำหนดได้อย่างแน่นอน

จากการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะทำประกันภัย แต่สาเหตุที่ไม่ได้ทำนั้น เนื่องจากเกษตรกรไม่ได้เตรียมเงินไว้สำหรับซื้อประกันภัย หรือบางรายก็มีเงินไม่เพียงพอเนื่องจากการทำประกันมีข้อกำหนดให้ทำประกันข้าวมั่วทั้งแปลง หากพื้นที่แปลงใหญ่เกษตรกรก็ต้องใช้เงินจ่ายเบี้ยประกันจำนวนมาก

1.2 กระบวนการประกันภัย หมายถึง การกำหนดเงื่อนไขหลักเกณฑ์การรับประกันภัย อัตราค่าเบี้ยประกันภัย การกำหนดวงเงินความคุ้มครอง รวมไปถึงวิธีการประเมินความเสียหายเพื่อขอรับเงินค่าสินไหมทดแทน ยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกร เกษตรกรส่วนใหญ่เห็นว่ายังไม่เกิดความคุ้มค่าที่จะจ่ายทำให้เกษตรกรไม่สนใจซื้อประกันภัยด้วยตนเอง

1.2.1 เงื่อนไขหลักเกณฑ์ของกรมธรรม์ยังไม่เหมาะสม เงื่อนไขในกรมธรรม์ต้องมีความชัดเจนที่เกษตรกรสามารถเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน รวมถึงจำนวนเงินชดเชย กำหนดระยะเวลาในการจ่ายเงิน ทำให้เกษตรกรบางส่วนยังไม่เชื่อมั่นในระบบประกันภัย ดังนั้นการสร้างความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับเงื่อนไขในกรมธรรม์ประกันภัยจึง

เป็นสิ่งสำคัญต่อความเชื่อมั่นในระบบประกันภัย ซึ่งปัจจุบันช่องทางการรับรู้หรือติดต่อเกี่ยวกับประกันภัยข้าวต้องติดต่อผ่าน ธ.ก.ส. เท่านั้น ดังนั้น ควรเพิ่มช่องทางอื่น ๆ ในการให้เกษตรกรสามารถรับข้อมูลเพิ่มเติมได้ เช่น จัดตั้งหน่วยงานที่ดูแลเกี่ยวกับประกันภัยข้าวโดยเฉพาะ เพื่อชี้แจงสร้างความเข้าใจ รวมถึงรับฟังข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะของเกษตรกรเพิ่มเติม รวมไปถึงช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ลดการกระจุกตัวในการจัดทำประกันภัยในช่วงฤดูทำการเกษตร

1.2.2 การกำหนดอัตราค่าเบี้ยประกัน และวงเงินคุ้มครอง อัตราค่าเบี้ยประกันที่เหมาะสมที่เกษตรกรต้องการเมื่อเทียบกับวงเงินคุ้มครองประมาณสัดส่วน 1 : 10-20 เท่า หรือความเต็มใจจ่ายเบี้ยประกันของเกษตรกรอยู่ในอัตราร้อยละ 5 ของวงเงินชดเชย ซึ่งปัจจุบันค่าเบี้ยประกัน Tier 1 ราคา 85 บาท/ไร่ หากเกิดภัยพิบัติจะได้เงินชดเชย 1,260 บาท/ไร่ คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 14.8 เท่า ในขณะที่ Tier2 คิดค่าเบี้ยประกันภัย อัตราไร่ละ 6.42/ 17.12/ 27.82 บาท หากเกิดภัยพิบัติจะได้เงินชดเชย 240 บาท/ไร่ คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 37.38 /14.01/8.63 เท่า

ดังนั้น สัดส่วนอัตราค่าเบี้ยประกันภัยที่เกษตรกรจะต้องจ่ายเพิ่มกรณีที่ไม่ได้เป็นลูกค้าเงินกู้ของ ธ.ก.ส. ร้อยละ 40 นั้น ในภาพรวมมีความเหมาะสมแล้ว ยกเว้นจังหวัดที่มีความเสี่ยงปานกลางและเสี่ยงสูง ควรมีการลดเบี้ยประกันหรือเพิ่มเงินชดเชยมากขึ้น

1.2.3 วงเงินคุ้มครองกรณีเกิดภัยพิบัติยังไม่ครอบคลุมต้นทุนการผลิต ที่เฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 3,500-5,000 บาท และการคำนวณเบี้ยประกันควรเป็นไปตามความเสี่ยงของแต่ละพื้นที่ระดับตำบล เพราะปัจจุบันใช้ความเสี่ยงระดับจังหวัดทำให้เกษตรกรบางพื้นที่ต้องเสียเบี้ยประกันเพิ่มขึ้นในขณะที่มีความเสี่ยงน้อย เช่น พื้นที่การเกษตรอยู่ใกล้แหล่งชลประทาน แต่ถูกคิดค่าเบี้ยประกันเสี่ยงสูงที่สุดเนื่องจากอยู่ในเขตจังหวัดที่มีโอกาสเกิดภัยแล้งสูง

1.2.4 การประเมินความเสียหายที่เหมาะสม วิธีการประเมินที่ใช้ในปัจจุบัน เป็นการประเมินโดยอาศัยการประกาศภัยของภาครัฐ ซึ่งมีผลให้เกษตรกรบางส่วนได้รับความเสียหายจากภัยพิบัติแต่ไม่ได้อยู่ในเขตประกาศภัยพิบัติก็ไม่ได้ได้รับเงินชดเชย ซึ่งต่อมาในปี พ.ศ. 2559 มีการปรับปรุงแก้ไขแนวทางในการจ่ายเงินชดเชยกรณีที่ไม่ได้ประกาศภัย โดยสมาคมประกันวินาศภัย มีการจัดตั้งกองทุน โดยเก็บจากบริษัทประกันภัยที่รวมเป็นผู้ประกันภัยอัตราร้อยละ 2.2525 ของเบี้ยประกันที่บริษัทได้รับ เพื่อเป็นเงินช่วยเหลือเกษตรกรที่ทำประกันภัยแต่อยู่นอกเหนือ เขตประกาศภัย ซึ่งในปีการผลิต 2559 สมาคมประกันวินาศภัยได้ดำเนินการจ่ายเงินช่วยเหลือ ในอัตราเดียวกับเงินชดเชยปกติ แต่ในปีการผลิต 2561 กลับพบว่า พื้นที่ที่ทำประกันภัยและอยู่นอกเขตประกาศภัยมีจำนวนมาก ทำให้เงินกองทุนที่เก็บจากเบี้ยประกันในปี 2561 ไม่เพียงพอ สมาคมฯปัจจุบันยังไม่สามารถจ่ายเงินชดเชยให้แก่เกษตรกรที่ทำประกันภัยได้อย่างครบถ้วน ทั้งนี้ แนวทางในการจ่ายเงินให้แก่เกษตรกรที่อยู่นอกเขตประกาศภัย ปี 2562 อยู่ระหว่างการเจรจาของส่วนงานที่เกี่ยวข้องเพื่อหาแนวทางการจ่ายเงินช่วยเหลือที่เหมาะสมสำหรับปีต่อไป

ดังนั้น ปัญหาการประเมินค่าเสียหายโดยอาศัยการประกาศภัยของภาครัฐ อาจไม่ครอบคลุมความเสียหายที่เกิดขึ้นจริง จึงเป็นปัจจัยหนึ่งส่งผลให้การทำประกันภัยไม่เป็นที่ต้องการของเกษตรกร

1.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการประกันภัย เป็นหน่วยงานที่ก่อให้เกิดโครงการประกันภัยทางการเกษตรขึ้นเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาภัยความเสียหายในการประกอบอาชีพจากเหตุภัยธรรมชาติ แต่เนื่องจากกำลังซื้อของเกษตรกรไม่เหมือนกับการประกอบอาชีพอื่น ๆ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีลักษณะผูกขาดจึงไม่เกิดการแข่งขันให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคเหมือนผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทำให้เกษตรกรไม่สนใจซื้อประกันภัยและยอมรับความเสี่ยงไว้เอง ทำให้รัฐบาลยังคงแบกรับภาระในการจ่ายเบี้ยประกันภัยอย่างต่อเนื่อง

หน่วยงานที่สำคัญได้แก่ รัฐบาล ธ.ก.ส. และสมาคมประกันวินาศภัย ควรต้องหารือเพื่อหาแนวทางในการสร้างความเข้าใจกับเกษตรกรให้เห็นความสำคัญเกี่ยวกับการทำประกันภัยให้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเกษตรกรยังรอคอยการช่วยเหลือจากรัฐบาล และเมื่อประสบภัยพิบัติเกษตรกรบางส่วนที่เข้าร่วมโครงการประกันภัยโดยเงินสนับสนุนจากรัฐบาลและ ธ.ก.ส. จะได้รับเงินค่าชดเชยความเสียหายจากสมาคมฯ มักเข้าใจผิดไปว่าเงินชดเชยดังกล่าวเป็นเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล จึงไม่เกิดความตระหนักในการจัดทำประกันภัยป้องกันความเสียหายด้วยตนเอง

บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้ง 6 ฝ่าย เกษตรกร/รัฐบาล/สมาคมประกันวินาศภัย/ธ.ก.ส./กรมส่งเสริมการเกษตร/กรมการปกครอง

เกษตรกร ศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับเงื่อนไขการทำประกันภัยทางการเกษตรให้มากขึ้น

รัฐบาล ลดการช่วยเหลือเกษตรกรกรณีเกิดภัยพิบัติและส่งเสริมให้เกษตรกรเห็นความสำคัญของการทำประกันภัยเพื่อลดความเสี่ยงจากการประกอบอาชีพด้วยตนเอง การอุดหนุนเบี้ยประกันภัยขึ้นพื้นฐานให้แก่เกษตรกรทุกราย

สมาคมประกันวินาศภัย กำกับดูแลการกำหนดค่าเบี้ยประกันภัย และเงินชดเชยที่เหมาะสม เนื่องจากประกันภัยข้าวเป็นการผูกพันทางธุรกิจโดยสมาคมประกันวินาศภัยเพียงแห่งเดียว รวมทั้งกำกับดูแลเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงินกองทุนเงินช่วยเหลือเกษตรกรที่อยู่นอกเขต การประกาศภัยให้มีประสิทธิภาพ

ธ.ก.ส. อบรมสร้างความเข้าใจแก่พนักงานผู้ปฏิบัติเกี่ยวกับโครงการประกันภัยข้าวให้ตระหนักถึงความสำคัญของการเสนอขายประกันภัยแก่เกษตรกร ให้เกษตรกรเกิดความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และความเต็มใจในการซื้อประกันภัยด้วยตนเอง ซึ่งโครงการประกันภัยข้าวปีนี้ มีลักษณะที่แตกต่างไปจากโครงการนโยบายรัฐโดยทั่วไปที่รัฐบาลเป็นผู้ให้การสนับสนุนเงินให้แก่เกษตรกรโดยตรง เช่น ประกันรายได้ งานช่วยเหลือค่าเก็บเกี่ยวและปรับปรุงพันธุ์พืช

กรมส่งเสริมการเกษตร เก็บรวบรวมข้อมูลเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ทั้งนี้ ควรมีการลงรายละเอียดระดับแปลงการผลิต เพื่อเป็นฐานข้อมูลการจ่ายค่าสินไหมทดแทนกรณีที่เกิด ภัยพิบัติและเป็นฐานข้อมูลในการกำหนดความเสี่ยงของพื้นที่ในปีต่อ ๆ ไป

กรมการปกครอง การประเมินความเสียหายเพื่อขอรับเงินชดเชยจากสมาคมประกันวินาศภัย ต้องอาศัยการประกาศเขตภัยพิบัติจากทางราชการ ซึ่งกรมการปกครองโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะเป็นผู้สำรวจความเสียหายและจัดทำรายงานภัยพิบัติฉุกเฉิน เพื่อรายงานให้คณะกรรมการให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยอำเภอ (ก.ช.ภ.อ.) และรายงานระดับจังหวัด (ก.ช.ภ.จ.) ให้พิจารณาประกาศเขตภัยพิบัติร่วมกับผู้ว่าราชการจังหวัด ตามมาตรา 14 ระเบียบกระทรวงการคลัง ว่าด้วยเรื่องเงินทดรองเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติกรณีฉุกเฉิน พ.ศ. 2562 ต่อไป

ดังนั้น จึงต้องมีการสร้างความเข้าใจกับผู้ปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้เห็นความสำคัญกับการรายงานความเสียหายของเกษตรกรให้คณะกรรมการระดับจังหวัดได้ รับทราบข้อมูลการประสบภัยและประกาศเป็นเขตภัยพิบัติ และทำให้เกษตรกรที่ได้รับความเสียหายมีสิทธิได้รับเงินชดเชยตามกฎหมาย

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

อภิปรายผลการวิจัย แนวทางในการแก้ปัญหาให้เกษตรกรซื้อประกันภัยด้วยตนเอง

ตาราง 2 แนวทางการแก้ปัญหาให้เกษตรกรซื้อประกันภัยด้วยตนเองและงบประมาณ

แนวทาง	ประมาณการจำนวนพื้นที่เข้าร่วมโครงการ (ล้านไร่)	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	งบประมาณ (ล้านบาท)	หน่วยงานรับผิดชอบ
การให้สินเชื่อเพื่อชำระค่าประกันภัย	30	อัตราดอกเบี้ย 7% ของต้นทุน 900 ล้านบาท	63+1,500 = 1,563	รัฐบาล
มาตรการทางกฎหมาย	60	ค่าเบี้ยประกัน 40-60 บาท/ไร่	2,400-3,360	รัฐบาล
การเพิ่มวิธีการในการพิจารณาจ่ายค่าสินไหมทดแทน และการจัดตั้งกองทุนประกันภัย	30	- ค่าอุปกรณ์และแรงงาน 500 ลบ. - จ่ายเงินเข้ากองทุน 60 ลบ.	560+1,500 = 2,060	บริษัทประกัน

จากตารางงบประมาณแต่ละแนวทางเลือก (Budget) จะเห็นได้ว่า

แนวทางที่ 1 การให้สินเชื่อเพื่อชำระค่าประกันภัย

หากประมาณจากพื้นที่การเกษตรที่ทำประกันภัยจำนวนปีในปีที่ผ่านมา มาจะอยู่ประมาณ 25-28 ล้านไร่ จึงวางเป้าหมายว่าจะมีพื้นที่การเกษตรเข้าร่วมโครงการประกันภัยเพิ่มขึ้นเป็น 30 ล้านไร่ และคาดการณ์ว่าอัตราค่าเบี้ยประกันภัยจะต่ำลงเล็กน้อย จาก 85 บาท/ไร่ เป็น 80 บาท ไร่/หากเป็นไปตามนโยบายเดิม รัฐบาลสนับสนุนเบี้ยประกันให้ 60% เกษตรกรออกเอง 40% ก็จะเท่ากับรัฐบาลจ่าย 50 เกษตรกรจ่าย 30

ดังนั้น หากเกษตรกรไม่มีเงินทุนเพียงพอที่จะซื้อประกันภัยด้วยตนเองและประสงค์ใช้สินเชื่อจาก ธ.ก.ส.ก็ต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7 ต่อปี ดังนั้นวงเงินสินเชื่อที่อาจมีการขอ กู้เงินจาก ธ.ก.ส. ก็จะอยู่ประมาณ $(30 \times 30) 900$ ล้านบาท อัตราดอกเบี้ยที่รัฐจะต้องชดเชยให้แก่ ธ.ก.ส. แทนเกษตรกร ประมาณ $(900 \times 7\%) 63$ ล้านบาท เมื่อรวมกับค่าเบี้ยประกันภัยเดิมที่รัฐบาลต้องคงต้องสนับสนุนอีกประมาณ 1,500 ล้านบาท/ปี ก็จะเท่ากับ 1,563 ล้านบาท ซึ่งแนวทางนี้จะทำให้เกษตรกรมีโอกาสสามารถเข้าถึงประกันภัยได้ในอัตราเบี้ยประกันที่เหมาะสม คือ 30 บาท/ไร่ แต่ได้รับความคุ้มครองพื้นฐานที่ 1,260 บาท/ไร่

แนวทางที่ 2 มาตรการทางกฎหมาย

มาตรการทางกฎหมายคือการที่รัฐบาลจะสนับสนุนเบี้ยประกันภัยขั้นพื้นฐานให้เกษตรกรทุกคนพื้นที่การเกษตรทุกแปลงเข้าสู่โครงการประกันภัย เมื่อประสบภัยพิบัติเกษตรกรจะได้รับเงินชดเชยความเสียหายโดยไม่มีการได้รับเงินเยียวยาจากทางรัฐบาล หากเกษตรกรที่ต้องการเพิ่มความคุ้มครองสามารถซื้อประกันภัยเพิ่มเติมได้ จึงเชื่อได้ว่าจำนวนพื้นที่ทำการเกษตรที่เข้าร่วมโครงการจะเพิ่มขึ้น คาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 60 ล้านไร่ จะส่งผลให้

ราคาเบี้ยประกันลดลง ประมาณ 30-50% โดยเบี้ยประกันที่รัฐบาลต้องสนับสนุนจะอยู่ที่ประมาณ 40-60 บาท/ไร่ ขึ้นอยู่กับการเจรจาต่อรองกับบริษัทประกันภัย งบประมาณทั้งหมดที่จะต้องใช้จ่ายประมาณ 2,400-3,600 ล้านบาท

แนวทางนี้จะทำให้เกษตรกรมีโอกาสสามารถเข้าถึงประกันภัยชั้นพื้นฐานได้อย่างทั่วถึง และหากเกษตรกรรายใดต้องการเพิ่มวงเงินการคุ้มครองก็สามารถซื้อเพิ่มด้วยตนเอง

แนวทางที่ 3 การเพิ่มวิธีการในการพิจารณาจ่ายค่าสินไหมทดแทน และการจัดตั้งกองทุนประกันภัย

ปัญหาการไม่เชื่อมั่นในระบบประกันภัยของเกษตรกรว่าเมื่อตนเองประสบภัยพิบัติจะได้รับเงินชดเชยจากบริษัทประกัน จึงทำให้ต้องพัฒนาเครื่องมือมาเพื่อสร้างความมั่นใจ ได้แก่ การตรวจสอบความเสียหายในรูปแบบวิทยาศาสตร์ได้แก่การใช้ภาพถ่ายดาวเทียม จากสำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (GISDA) และการติดตั้งเครื่องวัดปริมาณน้ำฝนในพื้นที่เอาประกันภัย ซึ่งการติดตั้งเครื่องมือต่าง ๆ ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วทั้งประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูง ประกอบกับต้องมีการดูแลรักษาอย่างต่อเนื่อง และแนวทางการใช้ชุมชนเป็นผู้สำรวจความเสียหายในพื้นที่ และแนวทางการประเมินโดยบุคคลภายนอก มีงบประมาณค่าใช้จ่ายประมาณ 500 ล้านบาท/ปี

การจ่ายเงินเข้ากองทุนเพื่อสนับสนุนหรือช่วยเหลือเกษตรกรที่ประสบภัยแต่ไม่ได้อยู่ในเขตประกาศภัยพิบัติของรัฐ เพื่อให้เกิดความมั่นใจในโครงการประกันภัยโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้ง 5 ส่วนงานร่วมเป็นกรรมการกองทุนเพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการเบิกจ่ายเงินกองทุน โดยกำหนดให้บริษัทประกันจ่ายเงินเข้ากองทุนอย่างต่อเนื่องปีละ 2.2525 ของเบี้ยประกันภัยที่ได้รับในแต่ละปี ซึ่งจะทำให้บริษัทประกันมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นประมาณ 60 ล้านบาท เมื่อรวมกับค่าเบี้ยประกันภัยเดิมที่รัฐบาลต้องคงต้องสนับสนุนอีกประมาณ 1,500 ล้านบาท/ปี ก็จะเท่ากับ 2,060 ล้านบาท

ทั้งนี้ แนวทางการสร้างความมั่นใจให้แก่เกษตรกรดังกล่าวเป็นต้นทุนการดำเนินงานของบริษัทประกันปีละประมาณ 560 ล้านบาท อาจส่งผลให้บริษัทคิดค่าเบี้ยประกันภัยเพิ่มสูงขึ้น และทำให้เกษตรกรที่มีความเสี่ยงน้อยไม่สนใจซื้อประกันภัยมากยิ่งขึ้น แต่ในกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงอาจจะมั่นใจในโครงการมากยิ่งขึ้น

ข้อดีและข้อเสียแต่ละแนวทางเลือก (Pro & Con)

ตาราง 3 ตารางเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของแต่ละแนวทาง

แนวทาง	ข้อดี	ข้อเสีย
การให้สินเชื่อเพื่อชำระค่าประกันภัย	เกษตรกรมีความสามารถในการชำระค่าเบี้ยประกันทำให้มีผู้สนใจเข้าร่วมโครงการมากขึ้น	รัฐบาลต้องรับภาระสองทางทั้งค่าเบี้ยประกันภัยและดอกเบี้ยการจากกู้ยืมเงินไปซื้อประกันภัย
มาตรการทางกฎหมาย	รัฐบาลจ่ายค่าเบี้ยประกันในอัตราลดลง แต่ครอบคลุมพื้นที่การเกษตรเพิ่มขึ้น การใช้จ่ายเงินภาครัฐมีประสิทธิภาพสูงขึ้น	- เกษตรกรไม่ตระหนักถึงความสำคัญของประกันภัย เพราะได้รับประกันภัยชั้นต่ำจากรัฐบาล

ตาราง 3 (ต่อ)

แนวทาง	ข้อดี	ข้อเสีย
		- เกษตรกรไม่ตระหนักถึงการป้องกันภัยของตนเอง เพราะคิดว่าเมื่อทำประกันภัยแล้วจะได้รับการชดเชยทุกกรณี
การเพิ่มเกณฑ์ในการพิจารณาจ่ายค่าสินไหม	เกษตรกรเชื่อมั่นในระบบประกันภัย ว่าหากเกิดภัยจะ	การใช้เกณฑ์พิจารณาจ่ายค่าเสียหายอื่น ๆ ทำให้มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูงขึ้น ประกอบกับ
ทดแทน และการจัดตั้ง	ได้รับเงินชดเชยความเสียหาย	การจัดตั้งกองทุนทำให้บริษัทมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น
กองทุนประกันภัย	แน่นอน	และอาจส่งผลกระทบต่อเบี้ยประกันภัย

แนวทางที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหาเกษตรกรไม่สนใจซื้อประกันภัยด้วยตนเองนั้น ควรมีการผสมผสานแนวทางการแก้ไขปัญหทั้งสามกรณีเข้าด้วยกัน ได้แก่ การให้สินเชื่อเพื่อชำระค่าเบี้ยประกันภัย เพื่อแก้ปัญหาเกษตรกรที่สนใจซื้อประกันภัยแต่ติดปัญหาเรื่องเงิน และมาตรการทางกฎหมายที่วางกฎเกณฑ์ให้ผู้ประกอบอาชีพเกษตรกรรมต้องจัดทำประกันภัย และรวมไปถึงการเพิ่มวิธีการในการพิจารณาจ่ายค่าสินไหมทดแทนรวมไปถึงการจัดตั้งกองทุนประกันภัยเพื่อให้โครงการประกันภัยชาวนาปีเกิดความยั่งยืนต่อเนื่องอาศัยหลักการเฉลี่ยทุกข์เฉลี่ยสุขเป็นสำคัญไม่เน้นผลกำไรเป็นที่ตั้ง เนื่องจากโครงการประกันภัยชาวนาปีมีปัญหามากมิตินี้จะต้องแก้ไข ทั้งในส่วนของตัวเองผลิตภัณฑ์นโยบายของรัฐบาล และการดำเนินธุรกิจของเอกชน ดังนั้น จึงต้องใช้แนวทางแก้ไขทั้งสามตามที่ได้เสนอมาประยุกต์เข้าด้วยกัน ซึ่งทั้งสามแนวทางนี้เป็นแนวทางใหม่ที่ยังไม่เคยได้ดำเนินการมาก่อนแต่สิ่งที่สำคัญที่สุดการดำเนินการทั้งสามแนวทางนี้จะทำให้ ธ.ก.ส. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเกี่ยวกับโครงการนโยบายรัฐได้เป็นอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตามเพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาในการป้องกันความเสี่ยงในการประกอบอาชีพให้แก่เกษตรกร และลดค่าใช้จ่ายของธนาคารทั้งยังเป็นการวางแผนงบประมาณค่าใช้จ่ายของภาครัฐอย่างยั่งยืนแนวทางที่เหมาะสมที่สุดก็เป็นแนวทางที่ 2 คือ การใช้มาตรการทางกฎหมายในการจัดทำประกันภัยชาวนาปี

แม้แนวทางการใช้มาตรการทางกฎหมายจะเป็นแนวทางที่ใช้งบประมาณมากที่สุด แต่เมื่อพิจารณาถึงการแก้ปัญหาในระยะยาวแล้วถือว่าคุ้มค่า เนื่องจากการอุดหนุนเบี้ยประกันแก่เกษตรกรทุกรายตามแนวทางนี้ จะทำให้เกษตรกรทุกรายได้รับประโยชน์จากโครงการนี้ไม่ว่าเกษตรกรจะเป็นลูกค้าเงินกู้ของ ธ.ก.ส. หรือลูกค้าของสหกรณ์การเกษตร หรือไม่ได้กู้เงินก็ตาม ในอดีตที่ผ่านมา ธ.ก.ส. ได้นำรายได้จากดอกเบี้ยจากเกษตรกรที่เป็นลูกค้าเงินกู้ประมาณปีละ 1,000 ล้านบาท มาเป็นค่าใช้จ่ายในการจ่ายเบี้ยประกันภัยให้แก่เกษตรกรบางส่วน ทำให้เกษตรกรซึ่งเป็นลูกค้าของสหกรณ์การเกษตรแต่ไม่มีเงินสมทบเพื่อซื้อประกันภัย ร้อยละ 40 จึงไม่ได้รับเงินอุดหนุนเบี้ยประกันภัยร้อยละ 60 จากรัฐบาล ประกอบกับในอดีตที่ผ่านมารัฐบาลจะต้องใช้งบประมาณในการช่วยเหลือเยียวยาให้แก่เกษตรกรปีละหลายพันล้าน โดยเฉพาะข้าวซึ่งเป็นพืชหลักของประเทศโดยในปี 2557-2559 รัฐต้องจ่ายเงินเยียวยาไปกว่า 2-3 พันล้านบาท หากดำเนินการตามแนวทางนี้จะเป็นการใช้งบประมาณได้อย่างมีประสิทธิภาพและจะเป็นการลดค่าใช้จ่ายเงินของ ธ.ก.ส. ในฐานะธนาคารของรัฐ และสามารถนำเงินดังกล่าวไปเพิ่มทุนในการดำเนินงาน เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนให้แก่เกษตรกรและสหกรณ์การเกษตรตามวัตถุประสงค์การก่อตั้งธนาคารต่อไป

ตาราง 4 การจ่ายเงินช่วยเหลือเยียวยาของรัฐบาลในระยะเวลา 12 ปี (พ.ศ.2548-2559)

รายการ	ปีเศษ												รวม	เฉลี่ย 12 ปี
	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559		
เกษตร(รป)	988,191	717,291	727,952	1,681,160	514,882	1,333,552	1,388,908	912,997	452,935	352,484	322,786	254,021	9,647,259	803,938
พื้นที่ประสบภัย	7807,041.00	7,799,590.00	6,923,728.00	8,864,773.00	6,020,688.00	12,005,755.00	13,483,456.00	7,634,671.00	3,955,666.00	2,915,557.59	3,208,318.41	3,515,487.00	84,134,622	7,011,219.33
ข้าบ(นท)	5175,655.00	6,223,132.00	5,588,973.00	7,008,630.00	5,164,588.00	8,052,717.00	10,084,988.00	6,621,266.00	2,672,582.00	2,657,228,404.09	2,548,208,413.59	3,307,261,692.00	8,588,871,012	714,155,917.64
พืช(นท)	1,910,678.00	1,047,048.00	1,152,941.00	1,442,720.00	641,255.00	3,071,448.00	1,988,777.00	955,329.00	1,120,815.00	533,707,427.12	1,080,792,804.72	474,801,320.00	2,052,263,360	171,021,946.65
พืชวน(นท)	730,736.00	529,379.00	211,814.00	413,423.00	214,835.00	881,555.00	1,388,721.00	428,157.00	162,489.00	106,555,919.77	3,614,446,989.74	203,487,970.00	3,929,481,819	327,455,818.21
รวม(ล้านบาท)	1,922.24	3,908,360.00	3,390.83	5,327.42	2,455.48	20,688.12	31,288.89	7,947.15	4,519.96	3,298,101,750.97	3,614,446,989.74	3,985,580,982.00	10,912,055,574	908,507,954.48

ที่มา: สำนักพัฒนาธุรกิจประกันภัย (สพภ.) ธ.ก.ส.

ตาราง 5 ตารางแสดงจำนวนเงินค่าสินไหมทดแทนที่เกษตรกรได้รับจากโครงการประกันภัย ข้าวนาปี

ปีการผลิต	พื้นที่เข้าร่วม โครงการ (ล้านไร่)	พื้นที่ ประสบภัย (ล้านไร่)	ร้อยละของพื้นที่ ความเสียหาย	เบี้ยประกันรวม	จำนวนเงินค่าสินไหม ทดแทน (ล้านบาท)
2559	27.18	0.750	2.76%	2,717.87	822.45
2560	26.12	1.664	6.37%	2,527.10	2,097.30
2561*	27.60	1.384	5.01%	2,670.53	1,741.51

ที่มา: สำนักพัฒนาธุรกิจประกันภัย (สพภ.) ธ.ก.ส.

ดังนั้น หากรัฐมีการโอนความเสี่ยงที่เกิดจากภัยธรรมชาติไปให้แก่บริษัทประกันภัยจะทำให้รัฐสามารถกำหนดงบประมาณรายจ่ายประจำปีได้แน่นอน สามารถบริหารจัดการงบประมาณได้อย่างเหมาะสมมีประสิทธิภาพช่วยเหลือเกษตรกรได้ครอบคลุมทุกพื้นที่ในอัตราที่เหมาะสมและด้วยระยะเวลาอันรวดเร็ว

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยควรมีการจัดทำประกันภัยเกษตรโดยการเข้ามาตราทางกฎหมายเข้ามาบังคับ เพื่อลดความเสี่ยงจากการประกอบอาชีพของเกษตรกรและในอนาคตจะเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายของรัฐบาลในระยะยาว และสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้แน่นอน สิ่งที่เป็นปัญหาสำหรับโครงการประกันภัยข้าวนาปี ตั้งแต่ปีการผลิต 2553-2561 คือเรื่องของการรับรู้ของเกษตรกร ที่ยังมีความเข้าใจเกี่ยวกับประกันภัยในระดับปานกลาง และให้ความสำคัญกับการทำประกันน้อยเนื่องจากคิดว่าเมื่อประสบภัยพิบัติจะได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลเสมอ จึงไม่เกิดการพึ่งตนเองอย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (2553) เรื่อง การพัฒนา

เครื่องมือทางการเงินสำหรับเกษตรกร: กรณีศึกษาการประกันภัยพืชผลโดยใช้ดัชนีสภาพอากาศในประเทศไทย ซึ่งกล่าวว่าการสร้างความเข้าใจกับเกษตรกรจะทำให้โครงการเกิดความยั่งยืน ประกอบกับวิธีในการประเมินความเสี่ยง โดยใช้เกณฑ์การประกาศภัยพิบัติของรัฐ ยังทำให้เกษตรกรยังไม่มั่นใจในการจ่ายเงินชดเชยกรณีเกิดภัยพิบัติแต่รัฐไม่ได้มีการประกาศเป็นเขตภัยพิบัติซึ่งเป็นถือเป็นเงินไขสำคัญในการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของโครงการนี้ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2561) เรื่องการศึกษาความเต็มใจจ่ายประกันภัยข้าวนาปีของเกษตรกร ซึ่งกล่าวไว้ว่า สาเหตุที่ไม่เต็มใจจ่ายคือ พื้นที่ได้รับความเสียหายแต่ทางราชการไม่ประกาศเป็นเขตภัยพิบัติ ไม่มั่นใจในการจ่ายค่าสินไหมทดแทน ความไม่เหมาะสมของเบี้ยประกัน อีกทั้งเงินชดเชยที่ได้รับจากสมาคมประกันภัยได้จำนวนน้อยไม่เพียงพอต่อต้นทุนการผลิตที่เสียไป รัฐยังคงต้องจ่ายงบประมาณเพื่อช่วยเหลือเพิ่มเติมทุกปีทำให้เกษตรกรบางส่วนเข้าใจว่าเงินที่ได้รับทั้งหมดนี้เป็นเงินของรัฐบาลมิใช่เงินที่ได้รับจากการประกันภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพนิดา จั้วดี; และ รวสิสาห์ สุชาติ (2558) เรื่อง ความพอใจต่อคุณลักษณะประกันภัยข้าวนาปีของเกษตรกร กรณีเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในจังหวัดขอนแก่น ที่พบว่า เกษตรกรพอใจรูปแบบการขาย วงเงินชดเชย ความคุ้มครองขั้นต่ำ แต่หากจะให้พอใจมากที่สุด เบี้ยประกัน 100 บาท/ไร่ ความคุ้มครอง 1,700 บาท/ไร่ จึงต้องมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกรมากขึ้น ด้วยสาเหตุดังที่กล่าวมาทั้งหมด จึงทำให้โครงการประกันภัยข้าวนาปีนี้ยังไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควรและเกษตรกรจึงไม่สนใจซื้อประกันด้วยตนเอง

ดังนั้น การใช้มาตรการบังคับตามกฎหมายโดยรัฐเป็นผู้สนับสนุนเบี้ยประกันพื้นฐานให้แก่เกษตรกร และการยกเลิกเงินช่วยเหลือเยียวยาอื่น ๆ จากรัฐบาล พร้อมกับการสร้างความรับรู้เข้าใจเกี่ยวกับโครงการประกันภัยข้าวนาปีให้แก่เกษตรกรจะทำให้ระบบประกันภัยยั่งยืน โดยที่ ธ.ก.ส. ไม่ควรสนับสนุนค่าเบี้ยประกันภัยให้แก่เกษตรกร ลูกค้า เพราะจะก่อให้เกิดความแบ่งแยกระหว่างเกษตรกรที่เป็นลูกค้า ธ.ก.ส. กับลูกค้าสถาบันการเงินอื่น ๆ เช่น สหกรณ์การเกษตร โดยการใช่วิธีการดังกล่าวทำให้การใช้จ่ายเงินงบประมาณภาครัฐมีประสิทธิภาพมาก โดยงบประมาณละ 2-3 พันล้านบาท ใกล้เคียงกับการจ่ายเงินเยียวยาความเสียหาย แต่ทำให้เกษตรกรได้รับความคุ้มครองครอบคลุมทุกพื้นที่การเกษตรมากขึ้น จากเดิม 30 ล้านไร่ เป็น 60 ล้านไร่

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาแนวทางในการแก้ปัญหาเกษตรกรไม่สนใจซื้อประกันด้วยตนเองในอนาคตที่เหมาะสมอีก เมื่อมีผลิตภัณฑ์ประกันภัยให้เกษตรกรเปรียบเทียบมากขึ้น หรือเมื่อมีการปรับแก้ไขรูปแบบการทำประกันภัยและวิธีการจ่ายค่าสินไหมทดแทน หรือเมื่อเกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจกับผลิตภัณฑ์ประกันภัยต่าง ๆ มากขึ้น

2. ด้วยข้อจำกัดของระยะเวลาที่ในการศึกษารั้งนี้ จึงเป็นการศึกษาข้อมูลลูกค้าเกษตรกรจากงานวิจัยผลงานทางวิชาการต่าง ๆ และข้อมูลสัมภาษณ์จากผู้เกี่ยวข้องของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในการจัดทำโครงการประกันภัยข้าวนาปีเพียงเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษารั้งต่อไปควรทำการศึกษาจากการสัมภาษณ์เกษตรกรในพื้นที่ครอบคลุมทุกภาค และศึกษาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร สมาคมประกันวินาศภัย สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.ธฤตพน อุสวัสด์อาจารย์ ที่ปรึกษาการศึกษา ค้นคว้าอิสระ ที่ได้ให้ความกรุณาแนะนำ ตรวจสอบและแก้ไขเนื้อหา ตลอดจนให้กำลังใจในการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระ

ขอขอบคุณ นายเกตุโกมล ไพรวีพงศ์ ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาธุรกิจประกันภัย และผู้บริหาร รวมถึงพี่ ๆ น้อง ๆ ในสำนักพัฒนาธุรกิจประกันภัยทุกท่าน ที่ให้ข้อมูลและผู้ที่ยกย่องช่วยเหลือในการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระ

และขอขอบคุณธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรที่สนับสนุนทุนการศึกษาและขอขอบคุณ ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือตลอดเวลา ที่ศึกษาอยู่ และพี่ ๆ เพื่อนนักศึกษาปริญญา ทุกท่าน ที่ได้ให้กำลังใจและความช่วยเหลือในการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระตลอดมา

เอกสารอ้างอิง

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. (2557). การศึกษารูปแบบการประกันภัยพืชผลที่เหมาะสมของ ประเทศไทย กรณีศึกษาข้าว. ศูนย์วิจัย ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.

ฐิติมา จันทร์หอม. (2560). แรงจูงใจของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการประกันภัยพืชผลการเกษตรของธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2558). การประกันภัยทางการเกษตรในประเทศไทย: สถานะ ปัจจุบัน เงื่อนไขสำคัญ นโยบาย กลยุทธ์ ความท้าทายและประสบการณ์เพื่อมุ่งสู่การเงินภาคชนบทที่ยั่งยืน. กรุงเทพฯ: ธนาคารฯ.

_____. รายงานกิจการประจำปี 2558. กรุงเทพฯ.

_____. รายงานกิจการประจำปี 2559. กรุงเทพฯ.

_____. รายงานกิจการประจำปี 2560. กรุงเทพฯ.

_____. รายงานกิจการประจำปี 2561. กรุงเทพฯ.

ประมุข ศรีชัยวงษ์; และ ภัทรพงษ์ เกริกสกุล. (2561). ทศนคติของเกษตรกรต่อโครงการประกันภัยข้าวนาปีใน อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศักดิ์ชัย ดีละม้าย. (2549). มาตรการทางกฎหมายในการประกันภัยพืชผลเกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

สถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนา. (2561). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการวิจัยรูปแบบการประกันภัย พืชผลที่เหมาะสมของประเทศไทย กรณีศึกษา ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์. กรุงเทพฯ: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.

สำนักงานวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. (2561). การศึกษาความเต็มใจจ่ายประกันภัยข้าวนาปีของเกษตรกร. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

สำนักพัฒนาธุรกิจประกันภัย. (2562). ผลการดำเนินงานโครงการประกันภัยข้าว. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.

สุพนิดา จิวดี; และ วิสสาข์ สุชาติ. (2558). ความพอใจต่อคุณลักษณะประกันภัยข้าวนาปีของเกษตรกร กรณีเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในจังหวัดขอนแก่น. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุภัทร คำมุงคุณ. (2559). การปฏิรูปด้านการบริหารความเสี่ยงของเกษตรกร การประกันภัยพืชผล. กรุงเทพฯ: สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

NBUS0063: การศึกษาปัจจัยเสี่ยงในขนส่งสินค้าผ่านจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน (ประเทศไทย) - ทวาย (ประเทศเมียนมา) กรณีศึกษาบริษัทเอบีซี จำกัด

THE STUDIED FACTOR OF RISK IN TRANSPORTATION CROSS BORDER AT BAN PHU NAM RON (THAILAND) - DAWEI (MYANMAR): CASE STUDY OF ABC CO., LTD.

กัญญารัตน์ พรหมจันทร์¹ เกศินี สื่อนิ²

¹ สาขาเทคโนโลยีโลจิสติกส์และการจัดการระบบขนส่ง คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจรัลพงษานุรักษ์

² อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาเทคโนโลยีโลจิสติกส์และการจัดการระบบขนส่ง คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าที่ส่งผลต่อการขนส่งสินค้าผ่านจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน (ประเทศไทย) - ทวาย (ประเทศเมียนมา) กรณีศึกษาบริษัท เอบีซี จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาค้นคว้าปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลต่อการขนส่งสินค้าผ่านจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน - ทวาย 2) เพื่อประเมินระดับความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการขนส่งสินค้าผ่านจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน - ทวาย 3) เพื่อหาแนวทางในการบริหารความเสี่ยงในการขนส่งสินค้าผ่านจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน - ทวาย ซึ่งมีการวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงภายใน ปัจจัยเสี่ยงภายนอก และปัจจัยเสี่ยงด้านอื่น ๆ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บข้อมูลและนำค่าความเสี่ยงมาหาค่าการประเมินค่าความเสี่ยง RPN (Risk Priority Number) เพื่อนำปัจจัยที่มีค่า RPN สูงสุดมาทำการบริหารความเสี่ยงและหาแนวทางแก้ไข ผลจากการศึกษา พบว่าปัจจัยเสี่ยงในการขนส่งสินค้าผ่านจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน - ทวาย มีทั้งหมด 29 ปัจจัย แบ่งเป็นปัจจัยเสี่ยงภายใน 13 ปัจจัย ปัจจัยเสี่ยงภายนอก 10 ปัจจัย และปัจจัยเสี่ยงอื่น ๆ 6 ปัจจัย โดยผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความเสี่ยงรุนแรงสูงสุด ได้แก่ ปัจจัยเสี่ยงจากการพักผ่อนของพนักงาน มีค่า RPN เท่ากับ 176.64 และแนวทางในการแก้ไขปัจจัยเสี่ยง คือ การรณรงค์ให้พนักงานพักผ่อนให้ครบ 8 ชั่วโมงก่อนขับรถ, การพักผ่อนให้พนักงานมีการพักผ่อนเพื่อหลีกเลี่ยงความเมื่อยล้า, การหาพนักงานมารับผิดชอบส่วนงานนี้เพิ่มเติม และการบริหารจัดการสินค้าต่อเที่ยวการขนส่งให้มีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การขนส่งสินค้า, การบริหารความเสี่ยง, การขนส่งสินค้าผ่านด่านชายแดน

Abstract

The studied factor of risk in transportation cross border at Ban Phu Nam Ron (Thailand) - Dawei (Myanmar) case study of ABC Co., Ltd. The objective was 1) to study the risk factors that affect transportation cross border at Ban Phu Nam -Dawei 2) to assess the level of risk that affects transportation cross border at Ban Phu Nam - Dawei 3) to find way to manage the risk in transportation cross border at Ban Phu Nam Ron - Dawei. Which has internal risk factor analysis, external risk factors, and other risk factors by using in-depth interviews to collect data and use risk values to check risk RPN (Risk Priority Number) to use the factors that have the highest RPN to manage risk and found solutions. The result of the studied shows that

29 risk factors for goods transportation cross border at Ban Phu Nam Ron (Thailand) - Dawei (Myanmar), divided into 13 internal risk factors, 10 external risk factors, and 6 other risk factors. The results of the analysis of the highest risk factors were employee rest have RPN equal to 176.64. And the solution to solve risk factors was the campaign to give employees a rest for 8 hours before driving, warning staff to have a truck stop to avoid fatigue, finding employees will be responsible for this part more and managing goods per transporting efficiently.

Keywords: Transportation, Risk Management, Transportation Cross Border

บทนำ

การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศเกิดจากการลงทุนและการเคลื่อนไหวของสินค้าตามมาตรการการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลโดยการสนับสนุนการพัฒนาเครือข่ายทางธุรกิจและการสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการขยายตัวในภาคธุรกิจมากขึ้น โดยกิจกรรมที่มีส่วนสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ การให้บริการขนส่งและเคลื่อนย้ายสินค้า รวมถึงการดำเนินธุรกิจของสถานประกอบการต่าง ๆ ที่ต้องทำบนถนน เช่น การขนส่งสินค้าและวัตถุดิบ เมื่อมีกิจกรรมในการขนส่งสินค้ามากขึ้นความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุทางถนนอันนำมาซึ่งความสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สินก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นด้วย (เพ็ญญา พรสุพิกุล; และคณะ. 2558) โดยปัจจุบันมูลค่าการค้าชายแดนระหว่างไทย - เมียนมา สูงขึ้นจากปี 2561 อยู่ที่ 1.9 แสนล้านบาท จากปัจจุบันมีมูลค่า 76,000 ล้านบาทต่อปีเป็น 100,000 ล้านบาท ต่อปี มีรถวิ่งข้ามแดนเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จาก 230,000 คันต่อปี (กรมการค้าต่างประเทศ. 2562)

การขนส่งสินค้าทางบกถือเป็นรูปแบบการขนส่งสินค้าหลักของประเทศไทย เนื่องจากเป็นรูปแบบการขนส่งที่มีความสะดวกและสามารถส่งสินค้าไปยังลูกค้าได้ไกลที่สุด อีกทั้งประเทศไทยได้มีการปรับปรุงโครงสร้างเครือข่ายทางถนนเพื่อรองรับการขนส่งสินค้าเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จึงส่งผลให้มีความสะดวกต่อธุรกิจการขนส่งสินค้าทางบกเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุนี้เองจึงส่งผลให้การขยายตัวและปริมาณการขนส่งสินค้าทางบกจึงมากขึ้นเป็นลำดับ (เพ็ญญา พรสุพิกุล; และคณะ. 2558) การขยายตัวและปริมาณการขนส่งทางบกที่เพิ่มขึ้นนี้เป็นผลดีต่อธุรกิจขนส่งสินค้าในการทำกำไรให้แก่องค์กร แต่การขยายตัวนี้ก็มาพร้อมกับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับองค์กรในธุรกิจเดียวกัน หรือต่างธุรกิจในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ซึ่งหากไม่มีการประเมินความเสี่ยงในองค์กรของตนแล้วนั้นก็อาจจะทำให้เสียเปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งได้

บริษัทเอปี้ จำกัด เป็นบริษัทที่ให้บริการจัดทำใบขนสินค้าทั้งขาเข้าและขาออก ให้บริการด้านขนส่งสินค้าข้ามด่านชายแดน การเดินพิธีการศุลกากร โดยสินค้าที่รับขนส่งมีหลากหลาย แต่จะมุ่งเน้นไปที่สินค้าเกษตร และสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นหลัก ซึ่งในการขนส่งสินค้าทั้งด่านบ้านพุน้ำร้อน สงขลาบุรี ระนอง ท่าเรือคลองเตย และท่าเรือแหลมฉบัง ซึ่งการขนส่งผ่านจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อนไปเมืองทวาย ประเทศพม่า นั้นมักมีปัญหาในด้านการขนส่ง ทำให้มีมูลค่าความเสียหายเกิดขึ้น โดยในปี 2561 มีมูลค่าความเสียหายจากการขนส่งเพิ่มขึ้นจากปี 2560 ร้อยละ 18.42 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยเสี่ยงในขนส่งสินค้าผ่านจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน (ประเทศไทย) - ทวาย (ประเทศเมียนมา) กรณีศึกษาบริษัทเอปี้ จำกัดว่าปัจจัยใดที่เป็นความเสี่ยงต่อการขนส่งสินค้าผ่านด่านชายแดน โดยศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการขนส่งและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นและเสนอแนวทางการบริหารความเสี่ยงเพื่อการขนส่งสินค้าข้ามแดนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

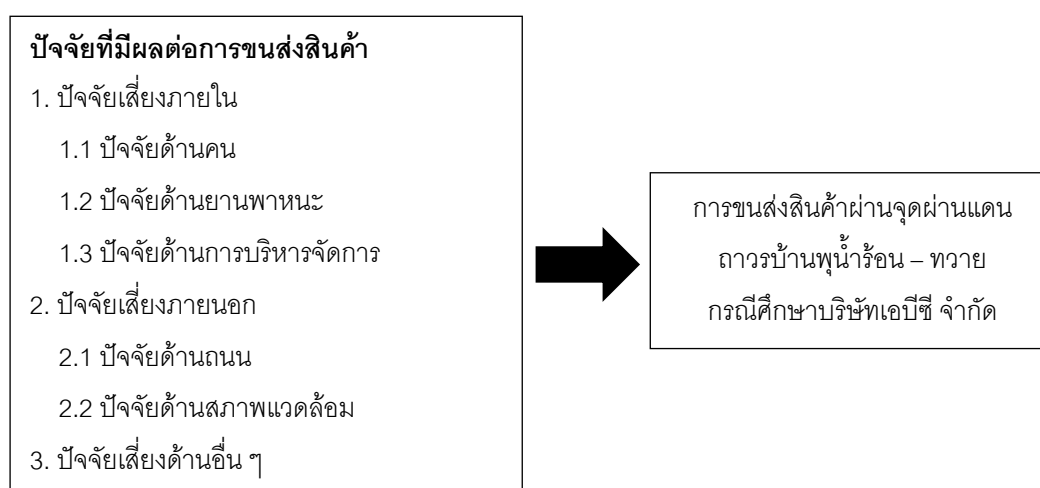
1. เพื่อศึกษาปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการขนส่งสินค้าผ่านด่านชายแดนบ้านพุน้ำร้อน - ทวาย
2. เพื่อประเมินระดับความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการขนส่งสินค้าผ่านด่านชายแดนบ้านพุน้ำร้อน - ทวาย
3. เพื่อหาแนวทางในการบริหารความเสี่ยงในการขนส่งสินค้าผ่านด่านชายแดนบ้านพุน้ำร้อน - ทวาย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการขนส่งสินค้าผ่านด่านชายแดนบ้านพุน้ำร้อน - ทวาย
2. ทราบระดับความรุนแรงของปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการขนส่งสินค้าผ่านด่านชายแดนบ้านพุน้ำร้อน - ทวาย
3. ทราบแนวทางในการบริหารความเสี่ยงในการขนส่งสินค้าผ่านด่านชายแดนบ้านพุน้ำร้อน - ทวาย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “การศึกษาปัจจัยเสี่ยงในขนส่งสินค้าผ่านจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน (ประเทศไทย) - ทวาย (ประเทศเมียนมา) กรณีศึกษาบริษัทเอบีซี จำกัด” ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

H_0 = ปัจจัยภายนอกด้านถนนและด้านสภาพแวดล้อม ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงในการขนส่งสินค้ามากที่สุด

H_1 = ปัจจัยภายนอกด้านถนนและด้านสภาพแวดล้อม ไม่ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงในการขนส่งสินค้ามากที่สุด

H_2 = ปัจจัยภายในด้านคน ยานพาหนะ และการบริหารจัดการ ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงในการขนส่งสินค้ามากที่สุด

H_3 = ปัจจัยภายในด้านคน ยานพาหนะ และการบริหารจัดการ ไม่ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงในการขนส่งสินค้ามากที่สุด

H_4 = ปัจจัยด้านอื่น ๆ ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงในการขนส่งสินค้ามากที่สุด

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ บริษัท เอบีซี จำกัด ตั้งอยู่ที่ ตำบลหนองลู อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี 71240
2. ขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2562 - กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย เนื้อหาเกี่ยวกับทฤษฎีการบริหารความเสี่ยงที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการระบุ ประเมิน และจัดการความเสี่ยง (ศูนย์บริการหลักสูตรฯ. 2562), เนื้อหาเกี่ยวกับทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความล้มเหลวและผลกระทบ (FMEA) โดยจะทำการวิเคราะห์หน้าที่ (Function) ของกระบวนการในทุกขั้นตอนเพื่อการพิจารณาว่ากระบวนการมีหน้าที่ประการใด แล้วจึงคาดการณ์ถึงปัญหา หรือลักษณะข้อบกพร่อง (ศุภวัฒน์ เริงเรียง. 2560) และปัจจัยที่มีผลต่อความเสี่ยงในการขนส่งสินค้า อันประกอบด้วย ปัจจัยเสี่ยงภายนอก ปัจจัยเสี่ยงภายใน และปัจจัยเสี่ยงด้านอื่น ๆ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือจำนวน 10 ชุด โดยเครื่องมือในการวิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรงด้วยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) เพื่อศึกษาว่ามีตัวแปรอิสระตัวใดบ้างที่ร่วมกันพยากรณ์ หรืออธิบายการผันแปรของตัวแปรตามได้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย คือ พนักงานในบริษัท เอบีซี จำกัด โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กล่าวคือ เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากผู้ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ ตามลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการขนส่งสินค้าผ่านจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน (ประเทศไทย) - ทวาย (ประเทศเมียนมา) พบรายละเอียดดังนี้

ตาราง 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	5	50
หญิง	5	50
รวม	10	100

จากตาราง 1 พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามเพศ เป็นเพศชาย 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และเพศหญิง 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50

ตาราง 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามเชื้อชาติ

เชื้อชาติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไทย	10	100
อื่น ๆ	0	0
รวม	10	100

จากตาราง 2 พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามเชื้อชาติ พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีเชื้อชาติไทย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 100

ตาราง 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ

ปัจจัยเสี่ยง	ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ (N = 10)			
	$\bar{X}$	S.D.	R	Sig.
ปัจจัยเสี่ยงภายใน				
ปัจจัยด้านคน	3.77	0.67	0.887	0.158
ปัจจัยด้านยานพาหนะ	3.41	1.00	0.589	0.643
ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	3.25	0.84	0.391	0.913
รวม			0.622	0.571
ปัจจัยเสี่ยงภายนอก				
ปัจจัยด้านถนน	4.97	0.93	0.634	0.959
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	4.54	1.31	0.631	0.351
รวม			0.633	0.655
ปัจจัยเสี่ยงด้านอื่น ๆ	2.01	0.79	0.391	0.993

จากตาราง 3 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กัน โดยพบว่าปัจจัยเสี่ยงภายนอกเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการขนส่งสินค้ามากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านถนน ($\bar{X} = 4.97$) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ($\bar{X} = 4.54$) และมีค่าความสัมพันธ์อยู่ที่ 0.63, Sig. เท่ากับ 0.65 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยจากสมมติฐานปฏิเสธ H_1 ยอมรับ H_0 แสดงว่าปัจจัยภายนอกด้านถนนและด้านสภาพแวดล้อม ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงในการขนส่งสินค้ามากที่สุด

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณที่มีค่าคะแนนรองลงมาคือ ปัจจัยเสี่ยงภายใน โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการขนส่งสินค้ามากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านคน ($\bar{X} = 3.77$) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านยานพาหนะ ($\bar{X} = 3.41$) และปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ($\bar{X} = 3.25$) มีค่าความสัมพันธ์อยู่ที่ 0.62, Sig. เท่ากับ 0.57 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณที่มีค่าคะแนนน้อยที่สุดคือ ปัจจัยเสี่ยงด้านอื่น ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.01 มีค่าความสัมพันธ์อยู่ที่ 0.39, Sig. เท่ากับ 0.99 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน

จากผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการประเมินค่าความเสี่ยง RPN ที่จะนำไปทำการบริหารความเสี่ยงตามตาราง 4 และ 5 ต่อไป

กำหนดความรุนแรงของความเสียหาย (S = Severity) โดยกำหนดช่วงค่าคะแนน 1-10

พิจารณาถึงความถี่ของโอกาสที่จะเกิดความเสียหาย (O = Occurrence of Failure Mode) โดยกำหนดช่วงค่าคะแนน 1-10

พิจารณาวิธีการในปัจจุบันที่ทำการตรวจสอบการเกิดความเสียหาย (D = Detectability of Case of Failure Mode) โดยกำหนดช่วงค่าคะแนน 1-10

ตาราง 4 ประเมินค่าความเสี่ยง RPN (Risk Priority Number)

ปัจจัยเสี่ยง	Severity (S) ความรุนแรง	Occurrence (O) โอกาสที่จะเกิด	Detection (D) การตรวจพบ	RPN
ปัจจัยเสี่ยงภายใน				
ปัจจัยด้านคน				
1. อายุของพนักงาน	8.20	5.80	1.80	85.61
2. การพักผ่อนของพนักงาน	8.60	7.90	2.60	176.64
3. โรคประจำตัวของพนักงาน	7.50	3.60	1.00	27.00
4. ประสบการณ์ทำงาน	7.20	4.50	1.50	48.60
5. ความชำนาญในเส้นทางขนส่ง	6.40	4.20	1.50	40.32
ปัจจัยด้านยานพาหนะ				
1. การตรวจเช็คสภาพรถ	8.60	5.10	1.90	83.33
2. อายุการใช้งานของรถ	8.30	5.20	1.60	69.06
3. การซ่อมบำรุงรถ	8	4.70	2.10	78.96
4. การบรรทุกสินค้าเกินขนาด	7.80	5.20	2.40	97.34
ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ				
1. ตารางเวลาในการขนส่งสินค้า	4.80	4.60	4.70	103.78
2. ความพร้อมด้านเอกสาร	4.10	4.30	4.10	72.28

ตาราง 4 (ต่อ)

ปัจจัยเสี่ยง	Severity (S) ความรุนแรง	Occurrence (O) โอกาสที่จะเกิด	Detection (D) การตรวจพบ	RPN
3. การบริหารรถในการขนส่งสินค้า	5.30	5.80	2.40	73.78
4. จำนวนรถในการขนส่ง	6.10	5.80	2.30	81.37
ปัจจัยเสี่ยงภายนอก				
ปัจจัยด้านถนน				
1. สภาพถนนที่ใช้ในการขนส่ง	9.80	9.10	3.50	312.13
2. ป้ายสัญลักษณ์จราจร	7.30	6.50	2.00	94.90
3. ความกว้างของถนน	5.40	4.60	3.30	81.97
4. จำนวนช่องทางจราจรต่อทิศทาง	6.20	5.50	2.00	68.20
5. ลักษณะพื้นผิวถนน	8.60	8.10	4.00	278.64
6. ไฟส่องสว่างข้างทาง	5.10	5.10	1.20	31.21
7. ความคดเคี้ยวและลาดชันของถนน	6.90	5.80	2.40	96.05
สภาพแวดล้อม				
1. ฝนตกหนัก	9.60	8.80	3.20	270.34
2. หมอก	8.40	7.60	1.70	108.53
3. คว้น	5.80	4.60	2.90	77.37
ปัจจัยเสี่ยงด้านอื่น ๆ				
1. การก่อการร้าย	7.10	3.60	1.60	40.90
2. อาชญากรรม	7.20	3.60	1.20	31.10
3. ระยะเวลาเปิด-ปิดด่านชายแดน	4.40	2.40	1.20	12.67
4. การเกิดอุบัติเหตุจากท้องถนน (โดยผู้อื่น)	6.90	4.10	2.00	56.58
5. กฎหมายระหว่างประเทศ	5.80	3.20	1.70	31.55
6. กฎระเบียบและข้อบังคับ	5.60	2.60	1.70	24.75

จากตาราง 4 พบว่า การประเมินค่าความเสี่ยง RPN (Risk Priority Number) ที่มีผลต่อการดำเนินงาน ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในการขนส่งสินค้าผ่านจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน-ทวาย การประเมินค่าความเสี่ยง RPN (Risk Priority Number) พบว่า 5 อันดับสูงสุดได้แก่ 1) สภาพถนนที่ใช้ในการขนส่ง 2) ลักษณะพื้นผิวถนน เป็นปัจจัยภายนอก ด้านถนน 3) ฝนตกหนัก เป็นปัจจัยภายนอก ด้านสภาพแวดล้อม 4) การพักผ่อนของพนักงาน เป็นปัจจัยภายในด้านคน และ 5) หมอก เป็นปัจจัยภายนอก ด้านสภาพแวดล้อม

ตาราง 5 แนวทางการบริหารความเสี่ยงของการพักผ่อนของพนักงาน

ก่อนการจัดความเสี่ยง				การบริหารความเสี่ยง				หลังการจัดความเสี่ยง			
คะแนน ความ รุนแรง	คะแนน โอกาส เกิด	คะแนน โอกาส ตรวจพบ	RPN	สาเหตุหลัก	สาเหตุย่อย	ระยะสั้น	ระยะยาว	คะแนน ความ รุนแรง	คะแนน โอกาส เกิด	คะแนน โอกาส ตรวจพบ	RPN
8.60	7.90	2.60	176.64	พนักงาน	มีการพักผ่อน ไม่เพียงพอ	รณรงค์ให้พนักงานพักผ่อนให้ครบ 8 ชั่วโมงก่อนขับรถ		8.60	3.60	1	30.96
					การโหมงานหนัก	ดักเตือนให้พนักงานมีการ พักทดเพื่อหลีกเลี่ยงความ เมื่อยล้า	หาพนักงานมารับผิดชอบ ส่วนงานนี้เพิ่มเติม				
					กระบวนการ ทำงาน	จำนวนสินค้าที่ขนส่ง มีจำนวนมาก	บริหารจัดการสินค้าต่อการขนส่งให้มีประสิทธิภาพ				
				พนักงานไม่เพียงพอ ต่อจำนวนงานที่มี มาก	ให้พนักงานที่ว่างในช่วง นั้นมาช่วย	จัดหาพนักงานเพิ่ม					

จากตาราง 5 พบว่า แนวทางการบริหารความเสี่ยงของการพักผ่อนของพนักงาน ก่อนการจัดความเสี่ยงมีค่า RPN อยู่ที่ 176.64 โดยสาเหตุหลักมาจาก 2 ส่วนคือ ส่วนของพนักงาน และกระบวนการทำงาน จึงได้เสนอแนวทางแก้ไขโดยมีทั้งระยะสั้นและระยะยาว โดยสาเหตุหลักเรื่องพนักงานจะมีสาเหตุย่อย คือ 1) มีการพักผ่อนไม่เพียงพอ แก้ปัญหาโดยการรณรงค์ให้พนักงานพักผ่อนให้ครบ 8 ชั่วโมงก่อนขับรถ 2) การโหมงานหนัก เนื่องจากพนักงานไม่เพียงพอ แก้ปัญหาโดยการดักเตือนให้พนักงานมีการพักทดเพื่อหลีกเลี่ยงความเมื่อยล้าระยะยาวและหาพนักงานมารับผิดชอบส่วนงานนี้เพิ่มเติม ลำดับต่อมาจะเป็นเรื่องของกระบวนการทำงานจะมีสาเหตุย่อย คือ 1) จำนวนสินค้าที่ขนส่งมีจำนวนมาก แก้ปัญหาโดยการบริหารจัดการสินค้าต่อการขนส่งให้มีประสิทธิภาพ 2) พนักงานไม่เพียงพอต่อจำนวนงานที่มีมาก แก้ปัญหาโดยการให้พนักงานที่ว่างในช่วงนั้นมาช่วยและจัดหาพนักงานเพิ่ม และหลังการจัดความเสี่ยงมีค่า RPN อยู่ที่ 30.96

สรุปผลการศึกษา

ปัจจัยเสี่ยงในการขนส่งสินค้าผ่านจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน-ทวายโดยผู้ศึกษาใช้การศึกษาและกำหนดปัจจัยเสี่ยงโดยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจำนวน 20 เรื่อง พบปัจจัยทั้งหมด 29 ปัจจัย

ปัจจัยเสี่ยงภายในที่ส่งผลกระทบที่สุดที่นำไปหาแนวทางการป้องกันหรือลดผลกระทบการพักผ่อน คือ ปัจจัยภายใน ในประเด็นการพักผ่อนของพนักงาน ค่า RPN เท่ากับ 176.64

ปัจจัยเสี่ยงภายนอก ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยด้านถนน และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงในการขนส่งสินค้า โดยที่ปัจจัยที่มีค่า RPN สูงสุด คือ ปัจจัยด้านถนน ในประเด็นสภาพถนนที่ใช้ในการขนส่ง ค่า RPN เท่ากับ 312.13

ปัจจัยเสี่ยงด้านอื่น ๆ ซึ่งประกอบไปด้วยการก่อการร้าย อาชญากรรม เวลาเปิด-ปิดด่านชายแดน และการเกิดอุบัติเหตุจากบุคคลอื่น กฎหมายระหว่างประเทศ และกฎระเบียบและข้อบังคับ ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงในการขนส่งสินค้า โดยที่ปัจจัยที่มีค่า RPN สูงสุดคือ การเกิดอุบัติเหตุจากบุคคลอื่น ค่า RPN เท่ากับ 56.58

แนวทางการบริหารความเสี่ยงนั้นจะดำเนินการโดยใช้ขั้นตอนการดำเนินงานตามกระบวนการบริหารความเสี่ยง ผู้ศึกษาจึงเลือกปัจจัยเสี่ยงที่นำมาหาแนวทางในการบริหารความเสี่ยง คือ ปัจจัยเสี่ยงภายใน ในประเด็นการพักผ่อนของพนักงาน และได้เสนอแนวทางการป้องกันความเสี่ยงคือ การรณรงค์ให้พนักงานพักผ่อนให้ครบ 8 ชั่วโมงก่อนขับรถ, การดักเตือนให้พนักงานมีการพักเพื่อหลีกเลี่ยงความเมื่อยล้า, การหาพนักงานมารับผิดชอบส่วนงานนี้เพิ่มเติม และการบริหารจัดการสินค้าต่อเที่ยวการขนส่งให้มีประสิทธิภาพ เมื่อเสนอแนวทางในการบริหารความเสี่ยงและประเมินค่าความเสี่ยง พบว่า หลังการจัดความเสี่ยงมีค่า RPN อยู่ที่ 30.96

อภิปรายผล

ความเสี่ยงในการขนส่งสินค้าผ่านจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน - ทวายนั้น สามารถวัดค่าได้โดยการใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ความล้มเหลวและผลกระทบ (FMEA) แล้วยังสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารความเสี่ยง โดยเมื่อทำการประเมินค่าความเสี่ยง RPN แล้วพบว่า ความเสี่ยงได้มีผลลัพธ์มากที่สุดส่งผลกระทบต่อการดำเนินการมากที่สุด ก็นำมาทำการหาแนวทางในการบริหารความเสี่ยงต่อไป

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเสี่ยงภายนอก ปัจจัยเสี่ยงภายใน และปัจจัยเสี่ยงด้านอื่น ๆ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กฤติยา เกิดผล; และคณะ (2561) จัดตุงค์ เพลินหัด (2561) และ เพ็ญภา พรสุพิกุล; และคณะ (2558) ที่ได้ระบุให้เห็นว่า ปัจจัยแต่ละส่วนมีอิทธิพลต่อการเกิดความเสี่ยงในการขนส่ง โดยทฤษฎีที่นำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการทำงาน เมื่อพบความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการดำเนินงานนั้นสอดคล้องกับทฤษฎีของ ประสิทธิ์ ไกรลมสม (2562) และ ณรงค์ ทมเจริญ; และคณะ (2560) ซึ่งพบว่า เป็นทฤษฎีการบริหารความเสี่ยง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กร

1. ควรทำแผนติดตามผลการดำเนินงานการจัดการความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง เพื่อดูว่าการจัดการความเสี่ยงนั้นมีประสิทธิภาพหรือไม่ รวมทั้งทำการประเมินความเสี่ยงเป็นระยะเพื่อหาความเสี่ยงใหม่ ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นเพื่อเป็นข้อมูลช่วยในการพิจารณาแก้ไขต่อไป

2. ควรต้องมีการฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับการบริหารจัดการงานของบริษัทให้เป็นระบบเพื่อไม่ให้มีการกระจุกตัวของงานที่ส่วนใดส่วนหนึ่งที่อาจจะก่อให้เกิดความเสี่ยงในอนาคตได้

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาแนวทางในการป้องกันหรือลดปัจจัยเสี่ยงยังมีอีกมากและอาจจะมีแนวทางที่สามารถแก้ไขปัจจัยเสี่ยงได้ดีกว่าแนวทางในปัจจุบัน เนื่องจากมีข้อจำกัดเรื่องระยะเวลาในการศึกษา ทำให้ไม่สามารถทดลองแนวทางอื่น ๆ ได้

2. ควรมีการศึกษาเครื่องมืออื่น ๆ มาใช้ประกอบการศึกษาด้วย เนื่องจากเครื่องมือที่ใช้ในวิจัยเล่มนี้อาจจะยังไม่ครอบคลุมการทำงานโดยละเอียด

เอกสารอ้างอิง

กรมการค้าต่างประเทศ. (2562). **ภาวะการค้าชายแดนไทย-เมียนมา**. สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2562, จาก <http://www.dft.go.th/Portals/3/%E0%B8%A2%20%202562.pdf>.

กฤติยา เกิดผล; และคณะ. (2561). การวิเคราะห์เส้นทางการขนส่งผลไม้จากจังหวัดจันทบุรีสู่การค้าชายแดนกัมพูชา. **วารสารวิจัยรำไพพรรณี**. 12(1): 148-157.

จัดตรงค์ เพลินหัด. (2561). แนวทางการลดอุบัติเหตุรถบรรทุกขนส่งยุค 4.0 กรณีศึกษาเส้นทางการขนส่งอำเภอ นครชัยศรี จังหวัดนครปฐม. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย**. 9(1): 179-192.

ณรงค์ ทมเจริญ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารความเสี่ยงทางธุรกิจของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในการขนส่งสินค้าทางอากาศ. **วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก**. 4(2): 288-301.

ด้านศุลกากรอรัญประเทศ. (2562). **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการค้าชายแดน**. สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2562, จาก <http://www.arancustoms.org/index.php?lay=show&ac=article&Id=570872>.

ประสิทธิ์ ไกรลสม. (2562). การวิเคราะห์ความเสี่ยงในขั้นตอนการรับน้ำมันดิบ. **วารสารวิจัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร**. 2(2): 35-40.

เพ็ญนภา พรสุพิกุล; และคณะ. (2558). ระบบการจัดการการขนส่งสินค้าทางถนนที่ปลอดภัย กรณีศึกษาผู้ประกอบการขนส่งสินค้าเพื่อการอุปโภคและบริโภค. การประชุมวิชาการระดับชาติ, 3-4 กันยายน 2558 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ศุภวัฒน์ เรียงเรียง. (2560). การวิเคราะห์สาเหตุของลักษณะข้อบกพร่องและผลกระทบ. สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2562, จาก <http://www.mim.psu.ac.th/index.php/2uncategorised92-failuremode-and-effect-analysis-fmea>.

ศูนย์บริการเหล็กสยาม. (2562). **คู่มือบริหารความเสี่ยงของบริษัทศูนย์บริการเหล็กสยาม**. สืบค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2562, จาก <http://www.ssscth.com/shearholder/2/243.pdf>.

NBUS0073: ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านรถเช่า กรณีศึกษา บริษัท นิค คาร์เร็นท์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

RELATIONS BETWEEN THE QUALITY OF SERVICE OF THE EMPLOYEES AFFECTING EFFICIENCY IMPROVEMENT OF RENTAL CAR BUSINESS OPERATIONS: A CASE STUDY OF NICK CAR RENT AND TRANSPORT COMPANY LIMITED

นาตยา เรือนงาม¹ ผศ.ดร.ศรากุล สุโคตรพรหมมี²

¹ นักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

² อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านรถเช่า กรณีศึกษา บริษัท นิค คาร์เร็นท์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด และศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของธุรกิจรถเช่า และศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของธุรกิจรถเช่า ของผู้ที่ใช้บริการรถเช่าที่บริษัท นิค คาร์เร็นท์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่ใช้บริการของบริษัท นิค คาร์เร็นท์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด จำนวน 235 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามความคิดเห็นแบบมาตราวัดประเมินค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุ และอาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่ต่างกัน และข้อมูลด้านเพศ ระดับการศึกษา รายได้ และด้านประเภทของรถเช่าที่ใช้บริการที่ต่างกัน ไม่ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่ต่างกัน และปัจจัยคุณภาพการให้บริการของพนักงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยภาพรวม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันโดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.063

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ ประสิทธิภาพ ธุรกิจรถเช่า

Abstract

This independent study purposes to study the individual factors affecting efficiency improvement of the rental car business and study the factors regarding the quality of services of the employees affecting the said efficiency improvement which has been provided to the customers of Nick Carrent & Transport Co., Ltd.

The samples employed in this research were 235 customers taking services from Nick Carrent & Transport Co., Ltd. The tool used in this research consisted of a 5-point questionnaire and the percentage, mean, standard deviation, and Pearson's Correlation Coefficient were used as the statistics for data analysis.

The results illustrated that the different personal data in the aspect of age and occupation resulted in the different operational efficiencies and the different data in the aspect of gender, education level, income, and type of rental car, yielded indifferent operational efficiency. The factor of quality of services provided by the employees and the overall operational efficiency yielded the reverse relationship with the correlation coefficient of 0.063.

Keywords: quality of service, efficiency, rental car business

บทนำ

การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย ภาครัฐบาลได้ให้ความสำคัญกว่าที่ผ่านมาเพิ่มมากขึ้น เนื่องด้วยต้องการให้ภาคธุรกิจเป็นตัวผลักดันเศรษฐกิจของประเทศให้ดีขึ้นกว่าเดิม เพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมของประชาชน ด้วยการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ โครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคธุรกิจให้เติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน มีประสิทธิภาพและมาตรฐานสู่สากล โดยใช้ขีดความสามารถของบุคลากรเป็นหลัก ได้วางเป้าหมายแห่งความสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วย 1) ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ (Strategic Position) ภาครัฐได้เล็งเห็นว่าประเทศไทยคือศูนย์กลางธุรกรรมการค้าและบริการของกลุ่มประเทศลุ่มแม่น้ำโขงและเป็นประตูการค้าสู่ตลาดเอเชีย (Trade and Service Hub of GMS, and Gateway to Asia) เพื่อศักยภาพและความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative advantage) และนำไปสู่ความร่วมมือและการเติบโตที่ยั่งยืนร่วมกันในภูมิภาค 2) เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objectives) ประกอบด้วย การเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการให้บริการลูกค้าด้วยระบบโลจิสติกส์ (Logistics Efficiency and Responsiveness) การสร้างความเข้มแข็งและมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจไทยในโซ่อุปทาน (Value Creation) และการเติบโตที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค (Regional Inclusive Growth) 3) ผลสัมฤทธิ์สุดท้าย (Ultimate Goal) ภาครัฐต้องการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคธุรกิจและการสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจร่วมกันบนพื้นฐานที่เข้มแข็ง มีการกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจ และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างยั่งยืนในภูมิภาค (แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของไทย ฉบับที่ 2, 2556-2560)

รูปแบบการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการจากภาครัฐบาลและภาคเอกชน มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เนื่องด้วยเศรษฐกิจภายในประเทศค่อนข้างชะลอตัว ส่งผลให้เม็ดเงินลงทุนที่มีค่อนข้างต่ำ ผู้ให้บริการจึงต้องควบคุมต้นทุนการผลิตและการบริการให้ต่ำลง จากที่เคยซื้อรถยนต์เป็นสินทรัพย์ขององค์กร ก็หันมาใช้บริการเช่ารถยนต์แทน เพื่อดำเนินงานทางธุรกิจ หรือการรับรองลูกค้า เป็นต้น ผู้ให้บริการเล็งเห็นว่าเป็นการลงทุนโดยไม่ต้องใช้เงินเป็นจำนวนมาก เพื่อมาซื้อรถยนต์ ไม่ต้องดูแลรักษาและเสียเงินซ่อมบำรุง ไม่มีค่าใช้จ่ายในส่วนที่เป็นเงินเดือนพนักงานขับรถ และการต่อทะเบียนรถหรือการทำประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การบริการที่ได้ประสิทธิภาพ นอกจากจะต้องให้บริการที่ตรงเวลา สินค้าหรือบริการอยู่ในสภาพสมบูรณ์ และอยู่ในต้นทุนที่เหมาะสม นอกจากนี้การทำงานที่ได้ประสิทธิภาพยังถือเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือที่ดีแก่บริษัทได้อีกทางหนึ่งด้วย ลักษณะปัญหาที่พบอยู่

บ่อยครั้ง ที่ทำให้การบริการไร้ประสิทธิภาพ เกิดจากภายในบริษัท อาจกล่าวได้ว่าพนักงานที่ทำหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโดยตรงหรือบางส่วนของการปฏิบัติงาน อาจจะปฏิบัติงานได้ไม่เต็มศักยภาพของตัวเอง ผลอาจมาจากไม่ได้คำนึงถึงคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างแท้จริง จึงเป็นสาเหตุให้ต้นทุนของสินค้าสูง และเกิดความล่าช้าในการให้บริการ

บริษัท นิค คาร์เร็นท์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2548 เป็นบริษัทที่ให้บริการรถเช่าเอกชน ในภาคตะวันออกเป็นหลัก และในภาคอื่น ๆ ในประเทศไทย และยังมีบริการแบบจ้างเหมาบริการ (Outsourcing Services) ให้ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ได้แก่ การบริการพนักงานขับรถขนย้าย การบริการรถเช่า บริการพนักงานธุรการ บริการพนักงานรับโทรศัพท์ บริการช่างไฟฟ้า บริการช่างซ่อมบำรุง บริการดูแลรักษาสวนหย่อม เป็นต้น โดยใช้พนักงานของบริษัทตนเองในทุก ๆ บริการ ตั้งแต่ติดต่อประสานงานกับลูกค้า จัดหารถยนต์ประเภทต่าง ๆ ตามที่ลูกค้าต้องการ ส่งมอบรถให้ถึงมือลูกค้า รับรถกลับเข้ามาในบริษัท ดูแล ตรวจสอบรถยนต์ให้ได้มาตรฐานอยู่ตลอดเวลา เพื่อพร้อมให้บริการอยู่เสมอ ทุกวันโดยไม่มีวันหยุด งานทุกงานของบริษัทเกี่ยวข้องกับการให้บริการขนส่งให้กับลูกค้าทำหน้าที่โดยพนักงานในทุก ๆ ขั้นตอน ทำให้เห็นปัญหาของบริษัท นิค คาร์เร็นท์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ในเรื่องของคุณภาพในการให้บริการของพนักงาน เพราะพนักงานคือผู้ที่เป็นตัวกลางในการให้บริการไปถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด และยังเป็นตัวเพิ่มความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน และสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งอีกด้วย นอกจากนี้ยังคาดหวังว่าจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งหรือสามารถควบคุมให้อยู่ในระดับที่พึงพอใจได้ และเน้นการให้บริการที่มีความรวดเร็วตรงต่อเวลา บริการที่จะส่งมอบให้กับลูกค้าอย่างถูกต้อง และมีความปลอดภัยมากที่สุด

จากปัญหา และความสำคัญข้างต้นผู้ศึกษาจึงมีความต้องการศึกษาถึงเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านรถเช่า กรณีศึกษา บริษัท นิค คาร์เร็นท์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด” โดยให้รู้ถึงปัญหาและแนวทางการแก้ไขปรับปรุงในการบริการ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของบริษัท นิค คาร์เร็นท์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านรถเช่าของบริษัท นิค คาร์เร็นท์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านรถเช่าของบริษัท นิค คาร์เร็นท์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

สมมติฐานในการวิจัย

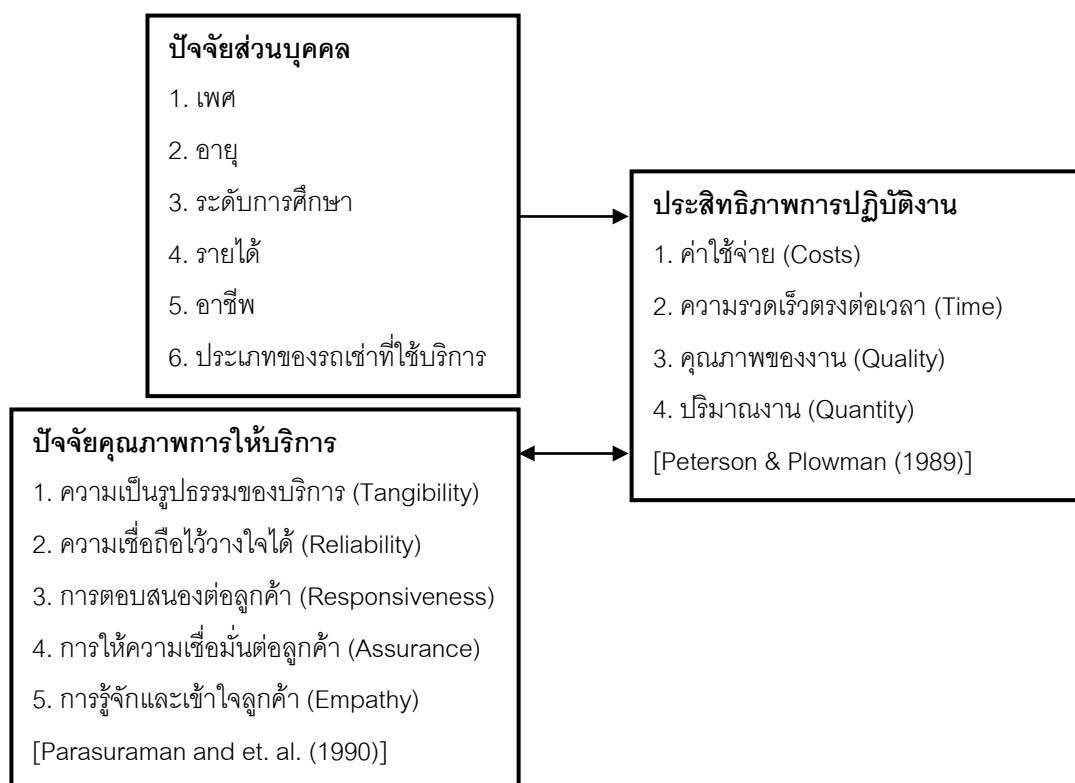
1. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านรถเช่าของบริษัท นิค คาร์เร็นท์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด
2. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านรถเช่าของบริษัท นิค คาร์เร็นท์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำผลจากการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการจัดการการบริการภายในบริษัท นิค คาร์เร้นท์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ให้เหมาะสมกับลักษณะของแต่ละบุคคล
2. เป็นแนวทางให้บริษัท นิค คาร์เร้นท์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ใช้ในการบริหารวางแผนและกำหนดนโยบายคุณภาพการให้บริการของพนักงาน
3. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปปรับใช้ในบริษัทที่มีลักษณะการปฏิบัติงานที่ใกล้เคียงกัน
4. เพื่อเป็นข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานไปใช้อ้างอิงต่อไป
5. เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่กำลังสนใจเกี่ยวกับเรื่องนี้ นำไปเป็นแนวทางต่อไปในอนาคต

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ด้านรถเช่า กรณีศึกษา บริษัท นิค คาร์เร้นท์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ได้กำหนดกรอบแนวคิดของการศึกษา ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล และปัจจัยคุณภาพการให้บริการ จากแนวคิด SERVQUAL 5 มิติ ของ Parasuraman; et al. (1990) และตัวแปรตาม ได้แก่ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน จากแนวคิดของ Peterson; & Plowman (1989)



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ในด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ผู้วิจัยอ้างอิงแนวคิดของ Parasuraman; & Berry, Zeithaml และในด้านประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ใช้แนวคิดของ Peterson; & Plowman เป็นเครื่องมือในการประเมิน

2. ขอบเขตด้านประชากร คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท นิค คาร์เร้นท์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด จำนวนทั้งสิ้น 567 คน โดยคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ YAMANE ได้ทั้งสิ้น 235 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย ตั้งแต่เดือนมกราคม 2562 ถึงเดือนกันยายน 2562

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Study) ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 235 ชุด ผ่านการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และทดสอบความเชื่อมั่น ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.823

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท นิค คาร์เร้นท์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Yamane โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนในระดับที่ยอมรับได้เท่ากับ 5% บนความเชื่อมั่น 95%

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Deacriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการของพนักงานและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ($\text{Mean} = \bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

การวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงาน โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ใช้สถิติ T-test และ F-test (One Way Analysis of Variance)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร คือ คุณภาพการให้บริการของพนักงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านรถเช่า ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการของพนักงาน พบรายละเอียดดังนี้

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการของพนักงาน

คุณภาพการให้บริการของพนักงาน	Mean	S.D.	แปลผล
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility)	3.56	0.623	มาก
2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)	3.78	0.643	มาก
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	3.57	0.691	มาก
4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)	3.76	0.535	มาก
5. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)	3.67	0.508	มาก

ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการของพนักงาน พบว่า คุณภาพการให้บริการของพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยคุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

ผลการศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน พบรายละเอียดดังนี้

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน	Mean	S.D.	แปลผล
1. ค่าใช้จ่าย (Costs)	4.03	0.471	มาก
2. ความรวดเร็วตรงต่อเวลา (Time)	4.06	0.389	มาก
3. คุณภาพของงาน (Quality)	4.15	0.455	มาก
4. ปริมาณงาน (Quantity)	4.13	0.474	มาก

ผลการศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน พบว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านคุณภาพของงาน (Quality) ปริมาณงาน (Quantity) ความรวดเร็วตรงต่อเวลา (Time) และค่าใช้จ่าย (Costs) มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการของพนักงานและประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ตาราง 3 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการของพนักงานและประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

	Correlation	COS	TIM	QUA	NAT	YYY
XXX	Pearson Correlation	0.116	0.138	0.248	0.363	0.063
	Sig. (2-tailed)	0.075	0.035*	0.000*	0.000*	0.338
TMU	Pearson Correlation	0.195	0.198	0.245	0.236	0.015
	Sig. (2-tailed)	0.003*	0.002*	0.000*	0.000*	0.813
RNU	Pearson Correlation	0.017	0.007	0.273	0.470	0.101
	Sig. (2-tailed)	0.791	0.912	0.000*	0.000*	0.123
LOU	Pearson Correlation	0.234	0.030	0.127	0.164	0.110
	Sig. (2-tailed)	0.000*	0.651	0.052	0.012*	0.093
APU	Pearson Correlation	0.186	0.027	0.199	0.030	0.189
	Sig. (2-tailed)	0.004*	0.678	0.002*	0.648	0.004*
EQU	Pearson Correlation	0.007	0.222	0.222	0.140	0.052
	Sig. (2-tailed)	0.916	0.001*	0.001*	0.032*	0.428

XXX = ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของพนักงาน

TMU = ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility)

RNU = ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)

LOU = ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)

APU = ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)

EQU = ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)

YYY = ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

COS = ด้านค่าใช้จ่าย (Costs)

TIM = ด้านความรวดเร็วตรงต่อเวลา (Time)

QUA = ด้านคุณภาพของงาน (Quality)

NAT = ด้านปริมาณงาน (Quantity)

ผลการศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการของพนักงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามกัน โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.063

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของพนักงาน พบว่า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยภาพรวมไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.189 ส่วนด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามกัน

สรุปผลการศึกษา

คุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านคุณภาพของงาน (Quality) ปริมาณงาน (Quantity) ความรวดเร็วตรงต่อเวลา (Time) และค่าใช้จ่าย (Costs) มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของพนักงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยภาพรวม มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามกัน

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของพนักงานด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยภาพรวมไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.189 ส่วนด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามกัน

อภิปรายผล

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านรถเช่า กรณีศึกษา บริษัท นิค คาร์เร็นท์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยคุณภาพการให้บริการของพนักงาน โดยรวมมีความสำคัญมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย บัวบุญ (2552) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่ง จำกัด กรณีศึกษาเส้นทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของพนักงานรายด้าน พบว่า ด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) รองลงมาได้แก่ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) และด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จงจิ๋ว หลี (2557) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของบริษัทนำเที่ยวประเทศจีนที่มีผลต่อความไว้วางใจในบริษัทนำเที่ยวและความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมมีความสำคัญมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลักษณะชัย ธนะวังน้อย (2554) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานเครือข่ายโทร และผลการวิเคราะห์ปัจจัยประสิทธิภาพการปฏิบัติงานรายด้าน พบว่า ด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านคุณภาพของงาน (Quality) รองลงมา ได้แก่ ปริมาณงาน (Quantity) ความรวดเร็วตรงต่อเวลา (Time) และด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ค่าใช้จ่าย (Costs) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

อำพร ธงชมเชย (2558) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานร่วมกันของแรงงานไทยและแรงงานข้ามชาติในธุรกิจตู้ต่อเรือ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการของพนักงาน กับการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านรถเช่า กรณีศึกษา บริษัท นิค คาร์เร็นท์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านรถเช่า ดังนี้

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของพนักงาน แสดงให้เห็นว่า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยภาพรวมไปในทิศทางเดียวกันแสดงถึงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่ดี แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจะพบว่ามีส่วนที่บริษัทควรปรับปรุงและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นเพื่อประสิทธิผลที่มากขึ้นสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าบริษัทควรคำนึงถึงความพร้อมและความทันสมัยของยานพาหนะ อุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ อยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีก
2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าบริษัทควรพัฒนาและฝึกอบรมให้กับพนักงาน เพื่อเพิ่มความรู้ในการให้บริการและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานให้ดีขึ้น
3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าบริษัทควรมีความพร้อมในการรองรับความต้องการของลูกค้าในการเช่ารถทุกเวลามากขึ้น
4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าบริษัทควรให้ความสำคัญในการแสดงออกเรื่องความมีน้ำใจ ความจริงใจ ซื่อสัตย์ในการให้บริการแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ
5. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าบริษัทควรคำนึงถึงความใส่ใจเรื่องเล็กน้อย ไม่ว่าจะเป็นปัญหาที่เกิดจากอะไรก็ตาม ที่เป็นเหตุสุดวิสัยทุกอย่าง ควรแจ้งให้ลูกค้าที่ใช้บริการได้ทราบทันที เพื่อเป็นมาตรฐานที่ดีและความใส่ใจให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้เห็น

เอกสารอ้างอิง

- กุลจิรา ปลิวจันทิก. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่**. การค้นคว้าอิสระ. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ข้อมูลจากบริษัท นิค คาร์เร็นท์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2560.
- จิราวรรณ ศรีทอง. (2555). **การพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดสุราษฎร์ธานี**. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชุมพร แยมโชนัฐ. (2555). **คุณภาพการให้บริการขนส่งของบริษัท ปานทอง ทรานสปอร์ต จำกัด**. การค้นคว้าอิสระ. วิทยาลัยเซารัสท์บางกอก.
- ธกรกฤษ ภู่อ้นชัย. (2557). **ยุทธศาสตร์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สายงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ รองรับการแข่งขันเข้าสู่ AEC ปี พ.ศ. 2558**. การค้นคว้าอิสระ. มหาวิทยาลัยบูรพา.

- ธัญญา ทองหอม. (2556). อิทธิพลของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรการชุมนุมสหกรณ์ชาวสวนปาล์มน้ำมันกระบี่ จำกัด. การค้นคว้าอิสระ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ธัญมณีนท์ ธนศิริกุล. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร กรณีศึกษาบริษัทบริการภาคพื้นการบินกรุงเทพเวิลด์ไวด์โพลีเทอรัล จำกัด. การค้นคว้าอิสระ. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- บุญยฤทธิ์ สุริยวงศ์. (2554). คุณภาพการให้บริการนำเรือเข้าเทียบท่าเรือไออาร์พีซีระยองในทัศนะของผู้ใช้บริการ. การค้นคว้าอิสระ. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ปนัดดา ตันติวัฒนพานิช. (2550). การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการของบริษัทบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปณชิตา ศิริวัฒน์. (2551). คุณภาพการให้บริการของรถโดยสารประจำทางเทศบาลนครเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- แผนพัฒนายุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของไทย ฉบับที่ 2. การอำนวยความสะดวกทางการค้าและการจัดการโซ่อุปทานเพื่อความสามารถในการแข่งขัน. (2556-2560). จาก www.news.mot.go.th/motc/portal/graph/logistic2.pdf.
- พีรณนธ์ ธนาธิปวรนนท์. (2554). เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ กรณีศึกษา สายการบินไทยแอร์เอเชียกับสายการบินนกแอร์. การค้นคว้าอิสระ. มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- พูนสุข ภูสุข. (2555). ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานตามหลักอิทธิบาท 4 ของข้าราชการฝ่ายอัยการ สำนักงานอัยการคดีเยาวชนและครอบครัวจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ลักษณะชัย ธนะวังน้อย. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานเครือข่าย. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วสันนันทน์ สุดประเสริฐ. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าบริษัท ชัมมิท สอนต้าอโต้โมบิล จำกัด (สาขาบางนา). การค้นคว้าอิสระ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). กลยุทธ์การตลาด การบริการการตลาดและกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิลป์ชัย อุ่นอรุณ. (2554). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ การปฏิบัติงานเพื่อกำจัดความสูญเปล่าและประสิทธิภาพการขนส่งทางบก กรณีศึกษา บริษัท เอ็น เอ็ม แอล จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สมชาย บัวบุญชัย. (2552). ความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทขนส่ง จำกัด กรณีศึกษาเส้นทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- อำพร ธงชมเชย. (2558). ความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานร่วมกันของแรงงานไทยและแรงงานข้ามชาติในธุรกิจอุตสาหกรรม. การค้นคว้าอิสระ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

Kartz, Daniel; & Kaln, Robert L. (1987). *The Social Psychology of Organization*. New York: John Wiley & Sons.

Parasuraman; et al. (1990). *Delivering Service Quality: Planning Customer Perceptions and Expectation*. New York: Free Press

Wolfgang, Kersten; & Jan, Koch. (2009). *The Effect of Quality Management on the Service Quality and Business Success of Logistics Service Providers*. Institute of Business Logistics and General Management, Hamburg University of Technology, Hamburg, Germany.

NBUS0078: KNOWLEDGE MANAGEMENT AND EMPLOYEE PERFORMANCE A CASE STUDY GAOYANG CONSTRUCTION CO., LTD.

YANGYANG CUI¹ Associate Professor Dr. Duangta Saranrom² Dr. Yootanat Boonyachai³

¹ นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² อาจารย์ประจำ สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

Abstract

The purposes of this research were to study the level of knowledge management, to study the level of employee's performance, and to explore the relationship between knowledge management and employee performance of Gaoyang Construction Co., Ltd. A questionnaire was collected from 219 employees by sending it to company. The statistics used in this research were frequency, percentage, mean, standard deviation and Pearson correlation.

The results showed that most of respondents were at agree level with the knowledge management. The highest mean was knowledge sharing and enrichment, while the lowest mean was knowledge creation and capture. Most of respondents were at agree level with employee's performance. The highest mean was process performance, the second was individual performance and the lowest was organization performance. There was a strong positive correlation between knowledge management and employee's performance with statistically significant at .01 level.

Keywords: Knowledge management, Employee's performance

Introduction

The development of knowledge can be divided into three stages. The first stage is before the end of the 19th century, when knowledge was mainly used in tools and production processes, resulting in the industrial revolution, the emergence of which made the productivity develop rapidly, and the second stage was born at the end of 19th century, At the end of the twentieth century, Taylor put forward the scientific management method, organizing both technical and nontechnical work with the scientific management method of knowledge, which made the productivity increase rapidly. The third stage was after the eighties of the twentieth century, with the advent of the knowledge economy, knowledge was systematically used to define what new knowledge was needed. (Drucker. 1999).

Therefore, the research is studying focuses on knowledge management and employee performance of Gaoyang construction Co. Ltd. Nowadays is the era of the knowledge economy the concept of knowledge management is particularly important. For enterprises, whether they have a strong knowledge management system or not will affect their employee performance. On the basis of the

literature review, this study will theoretically sort out the correlation between knowledge management and employee performance, and on this basis, put forward relevant assumptions, that is, there is a positive correlation between knowledge management and employee performance; and then, by asking questions. Volume survey, using a regression analysis method, through empirical analysis to verify whether there is a positive correlation between knowledge management and employee performance, to provide relevant decision-making reference for improving enterprise performance.

Objectives

1. To study the level of knowledge management of Gaoyang Construction Co., Ltd.
2. To study the level of employee performance of Gaoyang Construction Co., Ltd.
3. To explore a relationship between knowledge management and employee performance of Gaoyang Construction Co., Ltd.

Research Hypothesis

There is a positive significant relationship between knowledge management and employee performance of Gaoyang Construction Co., Ltd.

Expected benefits

1. The results can be used as a guideline for the company to get their competitive advantage.
2. The research results can provide a basis for enterprises to improve knowledge acquisition and screening ability.
3. The research results can provide a basis for enterprises to enhance the innovation and diffusion ability of knowledge

Research concept

The independent variables of research is knowledge management (Uriarte2008) and the dependent variables is employee performance. (Swanson1995).

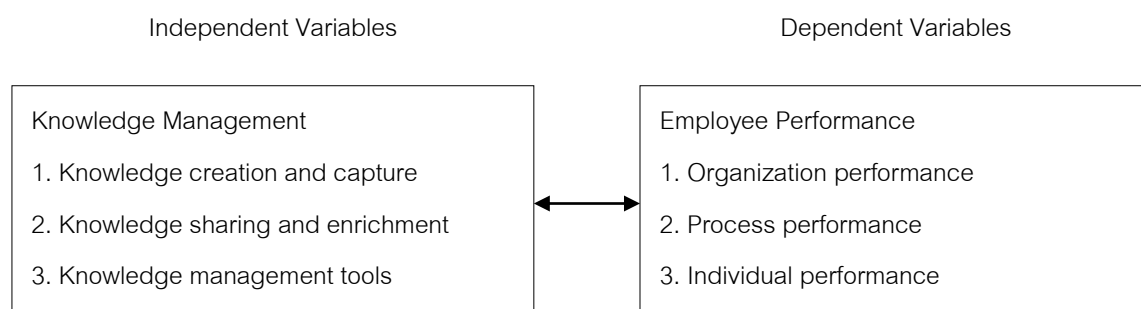


Figure 1.1 Conceptual Framework

Research Methods

Research Scope

1. The research population is 480 employees.
2. The research time was May to December 2019
3. The research area was Gaoyang Construction Co., Ltd. China

Research Tools

Validity and Reliability

Validity refers to the fact that indicators can truly measure the authenticity of what people want to measure. It includes content validity and structure validity. Content validity refers to the degree of recognition of the validity of the questionnaire by experts and scholars. The structural validity can be expressed by the index commonality. If the index commonality is greater than 0.50, the structural validity of the questionnaire is acceptable.

1. Validity of (IOC)

The Item-Objective Congruence (IOC) was used to evaluate the items of the questionnaire based on the score range from -1 to +1. (Rovinolli; & Hableton. 1977)

Congruent = +1

Questionable = 0

Incongruent = -1

Total 1 $36/36 = 1.000$; Total 2 $= 34/36 = 0.9444$; Total 3 $33/36 = 0.917$ The items that had scores lower than 0.50 were revised on the other hand, the items that had scores higher than or equal to 0.50 were reserved. In this process, three experts checked the questionnaire. The average score is 0.95, more than 0.50. The score was accepted to issue questionnaire.

2. Reliability

The reliability (Try Out) of the questionnaire was, determined by using to test for non-response bias, the mean of all variables obtained from early and late respondents was calculated. In order to evaluate the reliability, an initial sample of 30 questions was per teste. The

reliability value was calculated by using Cronbach's alpha to ensure whether there was internal consistency within the items George and Mallery (2010) illustrated the value of Coefficient Cronbach's Alpha as the following: 0.90 = Excellent, 0.80 = Good, 0.70 = Acceptable, 0.60 = Questionable, 0.50 Poor, lower than, 0.50 = Unacceptable

According to the questionnaire trial, the total Cronbach's alpha was 0.99, the Cronbach's alpha of knowledge management was 0.99, the Cronbach's alpha of employee's performance was 0.99. The questionnaire was highly reliable.

Population and Sample

This research takes Gaoyang Construction Co., Ltd. as the research object. The company is a typical construction company but also faces typical development problems. It is completely consistent with the research theme. There are 480 employees and managers. In this study, respondents were scored with the current Likert scale 5. The table shows that with 480 populations of the sample size would be 219 employees.

The sample size is calculated using Taro Yamane (1973), the Computation process as follows

$$: \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Sample size

N = Sample population

e = Error used in research

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

$$= \frac{480}{1 + 480(.05)^2}$$

$$= 218.18$$

Sample size = 219 employees

Study Results

$\bar{X}$ = Mean, SD = Standard Deviation, r = Pearson's product correlation coefficient, Sig = Statistical significance to test hypothesis, ** = Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Table1 Mean and Std. Deviation of Base Knowledge Management

Knowledge management	$\bar{X}$	S.D.	Level	Rank
1. Knowledge creation and capture	3.52	1.104	Agree	3
2. Knowledge sharing and enrichment	3.93	.943	Agree	1
3. Knowledge management tools	3.72	.997	Agree	2
Total	3.72	0.21	Agree	

Table 1 showed that the knowledge management was at the agree level ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.21). The highest was knowledge sharing and enrichment, at the agree level ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.943). The second level was knowledge management tools, at the agree level ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.997) and the lowest was knowledge creation and capture, at the agree level ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 1.109) respectively.

Table 2 Mean and Std. Deviation of Employee Performance

Performance	$\bar{X}$	S.D.	Level	Rank
1. Organization Performance	3.75	0.066	Agree	3
2. Process Performance	3.77	0.047	Agree	1
3. Individual Performance	3.76	0.020	Agree	2
Total	3.76	0.050	Agree	

Table 2 showed that employee performance at the agree level ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.050). The highest was process performance, at the agree level. ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.047). The second was individual performance, at the agree level ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.020). The lowest was organization performance at the agree level, ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.066) respectively.

Table 3 Pearson correlations of knowledge management and Employee Performance

Knowledge management	Employee Performance			
	r	Sig. (2-tailed)	Level	Rank
1. Knowledge creation and capture	.876**	.000	very strong	1
2. Knowledge sharing and enrichment	.854**	.000	very strong	3
3. Knowledge management tools	.860**	.000	very strong	2
Total	.874**	.000	Very strong	

** . Correlation is significant at the .01 level (2-tailed)

Table 3 showed that there was a relationship between knowledge management and employee performance at a very strong positive correlation ($r = .874^{**}$). All aspects of knowledge management

variables had very strong positive correlation with employee's performance. The highest was knowledge creation and capture ($r = .876^{**}$). The second was knowledge management tools ($r = .860^{**}$). The lowest was Knowledge sharing and enrichment ($r = .854^{**}$) with statistically significant at .01 level.

Table 4 Pearson correlations of knowledge management and organization performance

Knowledge Management	Organization Performance			
	r	Sig. (2tailed)	Level	Rank
Knowledge Creation and Capture	.621 ^{**}	.000	strong	3
Knowledge Sharing and Enrichment	.788 ^{**}	.000	strong	1
Knowledge Management Tool	.624 ^{**}	.000	strong	2
Total	.748 ^{**}	.000	Strong	

^{**}. Correlation is significant at the .01 level (2-tailed)

Table 4 showed that there was a relationship between knowledge management and organization performance at a strong positive correlation ($r = .748^{**}$). All aspects of knowledge management variables had strong positive correlation with organization's performance. The highest was knowledge sharing and enrichment ($r = .788^{**}$). The second was knowledge management tools ($r = .624^{**}$), The lowest was knowledge creation and capture ($r = .621^{**}$) with statistically significant at .01 level.

Table 5 Pearson Correlations of Knowledge Management and Process Performance

Knowledge Management	Process Performance			
	r	Sig. (2tailed)	Level	Rank
Knowledge Creation and Capture	.736 ^{**}	.000	strong	3
Knowledge Sharing and Enrichment	.789 ^{**}	.000	strong	1
Knowledge Management Tool	.787 [*]	.000	strong	2
Total	.758 [*]	.000	Strong	

^{**}. Correlation is significant at the .01 level (2-tailed)

Table 5 showed that there was a relationship between knowledge management and process performance at a strong positive correlation ($r = .758^{**}$). All aspects of knowledge management variables

had strong positive correlation with process performance. The highest was knowledge sharing and enrichment ($r = .789^{**}$). The second was knowledge management tools ($r = .787^{**}$). The lowest was knowledge creation and capture ($r = .736^{**}$) with statistically significant at .01 level.

Table 6 Pearson correlations of knowledge management and individual performance

Knowledge management	Individual Performance			
	r	Sig. (2tailed)	Level	Rank
Knowledge Creation and Capture	.652 ^{**}	.000	strong	3
Knowledge Sharing and Enrichment	.754 ^{**}	.000	strong	2
Knowledge Management Tool	.758 [*]	.000	strong	1
Total	.754 [*]	.000	Strong	

^{**}. Correlation is significant at the .01 level (2-tailed)

Table 6 showed that there was a relationship between knowledge management and individual performance at a strong positive correlation ($r = .754^{**}$). All aspects of knowledge management variables had strong positive correction with individual performance. The highest was knowledge management tools ($r = .758^{**}$). The second was knowledge sharing and enrichment ($r = .754^{**}$). The lowest was knowledge creation and capture ($r = .652^{**}$) with statistically significant at .01 level.

Summary

Pearson correlation between knowledge management and employee performance.

The variable of knowledge management and employee performance had been analyzed. The variables of knowledge management were found related significantly to employee performance. The statistic showed that there was a strong positive correlation between knowledge management and employee performance. The highest was knowledge creation and capture. The second was knowledge management tools, and the lowest was knowledge sharing and enrichment with statistically significant at 01 level.

Pearson correlation of knowledge management and organization performance

The variable of knowledge management and organization performance had been analyzed. There was related significantly between the variables of knowledge management and organizational performance. The statistic showed that there was a strong positive correlation between knowledge management and organization performance. The highest was knowledge sharing and enrichment. The

second was knowledge management tools, and the lowest was knowledge creation and capture with statistically significant at 01 level.

Pearson correlation of knowledge management and process performance

The variables of knowledge management and process performance had been analyzed. The variables of knowledge management were found related significantly to process performance. The statistic showed that there was a strong positive correlation between knowledge management and process performance. The highest was knowledge sharing and enrichment. The second was knowledge management tools and the lowest was knowledge creation and capture with statistically significant at .01 level.

Pearson correlation between knowledge management and individual performance.

The variables of knowledge management and the individual performance had been analyzed. There was related significantly between the variables of knowledge management and individual performance. The statistic showed that there was a strong positive correlation between and. The highest was knowledge management tools. The second was knowledge sharing and enrichment and the lowest was knowledge creation and capture with statistically significant at .01 level.

Discussion

Knowledge Management

Most of the respondents were agreed on the level with knowledge management. The level of knowledge management in this study was totally the same as the other research, such as Suryaningrum (2012) studied on knowledge management and performance of small and medium entities in Indonesia. The result showed that most of the respondents were at agree level with knowledge management. Danish (2012) studied on impact of knowledge management practices on organizational performance; evidence from Parkistan. The statistic of the study showed that knowledge management was at agreed level. However, the result of this research different from related research, such as Mengmeng Chen (2018) studied on knowledge management and employee performance. The results showed that most of the respondents were at disagree level with knowledge management.

Employee Performance

The result showed that most of the respondents were at agree level with employee performance. The result of this research was the same as related research. Such as Yan Yan (2018) studied employee development and employee performance. However, the result of this research different from related research, such as Mengmeng Chen (2018) studied on knowledge management and employee performance. The results showed that most of the respondents were at disagree levels with employee performance.

Correlation

There was a positive correlation between knowledge management and employee performance, the related research such as Mengmeng Chen (2018) studied on knowledge management and employee performance. A case study on Henan Dexun Commercial and Trading Co., Ltd. The result showed that there was a positive correlation between knowledge management and employee performance significantly at .05 level.

Suggestion

The level of knowledge management and employee performance in Gaoyang Construction Co., Ltd was at agree level. Knowledge management and employee's performance had a positive strong correlation. If the company want to increase the performance, the company can focus on increasing knowledge management level. Some related researches used innovation as an intermediary factor to study the relationship between knowledge management and performance. It was worth to study the mediating effect of innovation between knowledge management and performance. The company can do something in innovation such as develop a new process or design new product to growth the employee performance.

Reference Materials

- Danish, K. (2012). Impact of Knowledge Management Practices on Organizational Performance, evidence from Pakistan. *International Journal of Information Management*. 31(6): 502-509.
- Drucker. (1999). *Knowledge Management M*. Translated by Yang Kaifeng. Beijing: Renmin University of China Press. 48-52.
- Evans, J. D. (1996). *Straightforward Statistics for the Behavioral Sciences*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole Publishing.
- Likert, R. A. (1932). Technique for the Measurement of Attitude. *Archives Psychological*. 3(1): 42-48.
- Mengmeng, Chen. (2018). *Knowledge Management and Employee Performance*. (Unpublished).
- Jensen, M. C.; & Murphy, K. J. (1990). Performance Pay and TOP-Management Incentives. *Journal of Political Economy*. 98(2): 225-264.
- Suryaningrum, D. H. (2012). Knowledge Management and Performance of Small and Medium Entities in Indonesia. *International Journal of Innovation, Management and Technology*. 3(1). Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2686887.
- Swanson, R. A. (1995). Human Resource Development: Performance is the Key. *Human Development*.
- Uriarte, M. (2008). *Introduction to Knowledge Management*. First Published 1958 Corrected Edition 1962 by Routledge Kegan Paul Ltd 1958.

Warmbrod, R. J. (2004). Reporting and Interpreting Scores Derived from Likert-type Scales. *J. Agric. Educ.* 55(5):30-47.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd ed., New York: Harper and Row Publications.

Yan, Yan. (2018). *Employee Development and Employee Performance*. (Unpublished).

NBUS0087: คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

THE QUALITY OF LIFE OF THE ELDERLY IN THANYABURI DISTRICT, PATHUMTHANI PROVINCE

ชนิษฐา พลงาม¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล²

¹ หลักสูตรปริญญาตรีวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างของคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี จำนวน 393 ตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaires) มีค่าความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test ทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ เชฟเฟ (Scheffe)

ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้สูงอายุที่มีเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และลักษณะการอยู่อาศัย แตกต่างกันมีคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิต, ผู้สูงอายุ

Abstract

This research aimed to 1) to survey the quality of life of the elderly in Thanyaburi District, Pathum Thani Province 2) to survey the differences in the quality of life of the elderly in Thanyaburi District, Pathum Thani Province. classified by personal factors . The samples were 393 of the elderly in Thanyaburi District, Pathum Thani Province, selected by Convenience Sampling. The tool used in this study was a questionnaire. The statistics used to analyze data including percentage, mean, Standard Deviation, t-test and F-test, Compare pairs by Scheffe method.

The results of this study revealed that quality of life of the elderly In Thanyaburi district Pathum Thani Province In which the overall were at a rather high level. The hypothesis testing found that different gender, age, education level, occupation and accommodation had influence on the quality of life of the elderly In Thanyaburi district Pathum Thani Province at .01 level of significance.

Keywords: Quality of life, The elders

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โครงสร้างทางประชากรในประเทศไทยมีประชากรที่อยู่ในวัยทำงานหรืออายุ 15 ปี ขึ้นไป จำนวน 56.54 ล้านคน จำแนกเป็นผู้อยู่ในกำลังแรงงาน 38.42 ล้านคน อัตราการมีส่วนร่วมในกำลังแรงงาน ของประชากรวัยแรงงานทั้งหมด ได้แก่ ผู้มีงานทำ 37.78 ล้านคน ผู้ว่างงาน 0.38 ล้านคน และผู้รอฤดูกาล 0.26 ล้านคน ขณะที่ผู้ไม่อยู่ในกำลังแรงงานมีจำนวน 18.12 ล้านคน จำแนกเป็นผู้ทำงานบ้าน 5.33 ล้านคน เรียนหนังสือ 4.34 ล้านคน เด็ก คนชราและคนที่ไม่สามารถทำงานได้มี 6.61 ล้านคน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2562) การมีประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นและมีอายุยืนยาวขึ้น ส่งผลให้โครงการสร้างประชากรของประเทศเปลี่ยนแปลงไป คืออัตราส่วนผู้สูงอายุที่เป็นภาระเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่อัตราส่วนและจำนวนประชากรวัยแรงงานเริ่มลดลง ซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจส่วนรวมต่อการออมและการลงทุนทำให้ผู้สูงอายุต้องเสี่ยงต่อการถูกทอดทิ้งให้อยู่ตามลำพังมากขึ้น เพราะประชากรวัยแรงงานส่วนหนึ่งต้องย้ายถิ่นเพื่อประกอบอาชีพ ซึ่งอาจจะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้บุตรหลานมีเวลาเอาใจใส่ผู้สูงอายุน้อยลง ผู้สูงอายุจึงต้องรับผิดชอบตนเองมากขึ้น เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีคุณภาพ (ภูริชญา เทพศิริ. 2555)

สังคมไทยได้ก้าวเข้าสู่การเป็น สังคมผู้สูงอายุแล้ว นั่นก็คือการมีอายุมัธยฐาน (median age) สูงขึ้น อายุมัธยฐานมีค่ามากแสดงว่าสังคมมีผู้สูงอายุมากขึ้น ซึ่งจากการคาดประมาณอายุมัธยฐานประชากรของประเทศไทย ปี 2543-2573 ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ พบว่า อีก 20 ปีข้างหน้า อายุมัธยฐานของประชากรไทยจะเพิ่มสูงขึ้นเป็น 40 ปี หมายความว่าอีก 20 ปีข้างหน้า ถ้าประชากรไทยมีจำนวนประมาณ 70 ล้านคน จะมีประชากรครึ่งหนึ่ง หรือ 35 ล้านคน ที่มีอายุสูงกว่า 40 ปี (สำนักงานปลัด กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. 2556)

การที่สังคมไทยเป็นสังคมผู้สูงอายุ ผลที่ตามมาคือ ผู้ที่อยู่ในวัยแรงงานต้องรับภาระมากขึ้นในการเลี้ยงดูผู้สูงอายุ จาก ข้อมูลคาดประมาณ พบว่าปี 2523 ประเทศไทยมีอัตราส่วนเกื้อหนุนผู้สูงอายุเท่ากับ 10 คน และลดลงเหลือเพียง 6 คน ในปี 2553 แสดงว่าคนที่อยู่ในวัยแรงงานเพียง 6 คน ต้องเลี้ยงดูผู้สูงอายุจำนวน 1 คน ซึ่งมีแนวโน้มลดลงเรื่อย ๆ และในปี 2563 จะลดเหลือจำนวน 4 คน โดยพิจารณาจากอัตราส่วนเกื้อหนุนผู้สูงอายุ (potential support ratio) ซึ่งหมายถึง จำนวนคนในวัยแรงงาน (อายุ 15-59 ปี) เทียบกับจำนวนผู้สูงอายุ 60 ปี อัตราการเกื้อหนุนผู้สูงอายุที่ลดลงอย่างต่อเนื่องนี้ จะส่งผลกระทบโดยตรงต่อ ผู้สูงอายุในอนาคตอันใกล้ เพราะถ้าคนในวัยแรงงานซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการสร้างงาน สร้างรายได้ให้ประเทศไม่เพียงพอ ย่อมจะมีผลกระทบต่อการจัดหาสวัสดิการต่าง ๆ ให้ผู้สูงอายุในอนาคตด้วยเช่นกัน จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าว การเตรียมความพร้อม จึงเป็นสิ่งที่ทุกภาคส่วนต้องเข้ามาทำงานร่วมกัน (สำนักงานปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. 2556) จะต้องตระหนักและมีการเตรียมการด้านต่าง ๆ พร้อมทั้งระดมทรัพยากรและสหวิทยาการต่าง ๆ เพื่อพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสุขภาพ ด้านสังคม การส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี การคุ้มครองดูแลผู้สูงอายุการจัดสวัสดิการให้สามารถเข้าถึงบริการที่จำเป็นขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิต ตลอดจนการสร้างหลักประกันทางสังคม เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับผู้สูงอายุอย่างทั่วถึง (สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ. 2556) ด้านสาธารณสุขต้องมีการวางแผนเพื่อเตรียมรับมือกับ 96 97 กับปัญหาสุขภาพผู้สูงอายุ ในด้านสวัสดิการควรจัดสรรสวัสดิการที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง ขณะเดียวกัน ครอบครัวก็มีความสำคัญมากในการปลูกฝังการดูแลรักษาสุขภาพ และโภชนาการที่ถูกต้องตั้งแต่วัยเด็ก เพื่อให้ก้าวสู่วัยผู้สูงอายุ ที่แข็งแรง ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ ตลอดจนการให้ความรักและเอาใจใส่ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวเพื่อให้ผู้สูงอายุมี สุขภาพจิตที่ดีการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจึงส่งผลโดยตรงต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมของประเทศโดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศกำลังพัฒนาจึงต้องมีการวางแผนการจัดการที่ดี

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตอำเภอรัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ผู้ศึกษาคาดว่าการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ โดยนำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนทางการดูแลช่วยเหลือผู้สูงอายุให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างเหมาะสม ช่วยเหลือตัวเองได้ตามอัตภาพและไม่เป็นภาระแก่ผู้อื่น ซึ่งจะช่วยให้บรรลุเป้าหมายของการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุต่อไป

วัตถุประสงค์

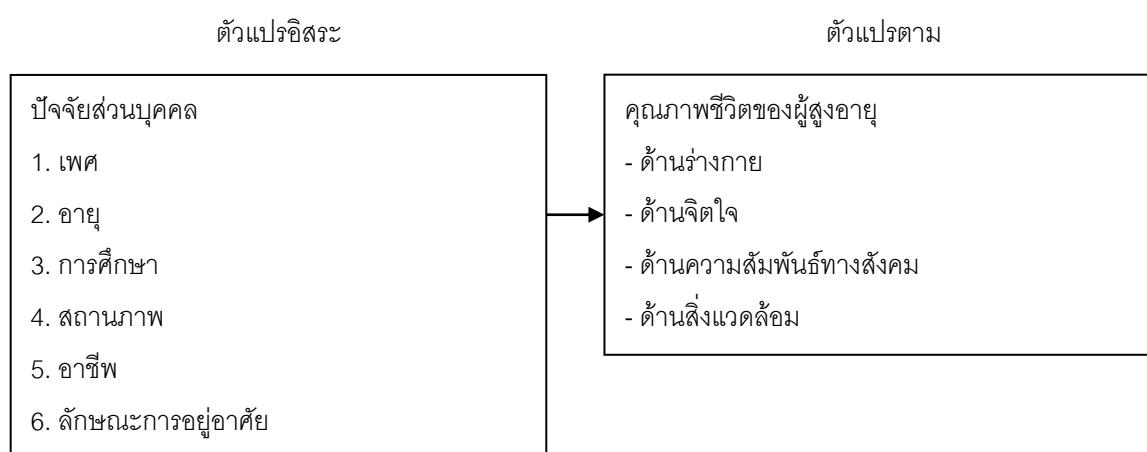
1. เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอรัญบุรี จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาระดับความแตกต่างของคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ อำเภอรัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่สอดคล้องกับความต้องการสำหรับผู้สูงอายุในท้องถิ่น
2. เป็นแนวทางให้กับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการกำหนดนโยบายและมาตรการในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ

กรอบแนวคิด

ใช้แนวคิดคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ตามแนวคิดขององค์การอนามัยโลกชุดย่อฉบับภาษาไทย (WHOQOL-BRES-THAI) ของ สุวัฒน์ มหัตนิรันดร์กุล; และคณะ (2540) เป็นเครื่องชี้วัดคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ จะประกอบด้วยองค์ประกอบของคุณภาพชีวิต 4 ด้าน ดังนี้ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

ประชากร ได้แก่ ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป และมีภูมิลำเนา ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี มีจำนวนทั้งสิ้น 23,989 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดปทุมธานี. 2561)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป และมีภูมิลำเนา ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี จำนวน 393 ราย โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตร ทาโร ยามาเน่ (Yamane. 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษานี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และลักษณะการอยู่อาศัย

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close End Questions) โดยได้จัดแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ

- 5 หมายถึง มากที่สุด
- 4 หมายถึง มาก
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง เล็กน้อย
- 1 หมายถึง ไม่เลย

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี เป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended Questions) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะตามกรอบแนวคิดคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ 4 ด้าน

1. คุณภาพชีวิตด้านร่างกาย
2. คุณภาพชีวิตด้านจิตใจ
3. คุณภาพชีวิตด้านความสัมพันธ์ทางสังคม
4. คุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม

เกณฑ์แปลความหมายค่าเฉลี่ย

ใช้เกณฑ์ของ Best (1977) ดังนี้

- | | |
|-----------|-------------|
| 4.50-5.00 | สูง |
| 3.50-4.49 | ค่อนข้างสูง |
| 2.50-3.49 | ปานกลาง |
| 1.50-2.49 | ค่อนข้างต่ำ |
| 1.00-1.49 | ต่ำ |

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ reliability coefficient alpha ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ .849

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test ทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ เชฟเฟ (Scheffe)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ใน 2 ประเด็นดังนี้

ประเด็นที่ 1

คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ผลการวิเคราะห์ทั้งในภาพรวมและรายด้าน มีผลการวิเคราะห์อยู่ในระดับค่อนข้างสูงทั้งในระดับภาพรวมและรายด้าน โดยในภาพรวมมีความคิดเห็นระดับค่อนข้างสูงมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.9023 เมื่อพิจารณารายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างสูงทั้ง 4 ด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านจิตใจ รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม และด้านร่างกาย มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1 คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

ปัจจัยคุณภาพชีวิต	ระดับคุณภาพชีวิต		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านร่างกาย	3.6366	.43080	ค่อนข้างสูง
2. ด้านจิตใจ	4.2819	.50880	ค่อนข้างสูง
3. ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม	3.8407	.46023	ค่อนข้างสูง
4. ด้านสิ่งแวดล้อม	3.8499	.48145	ค่อนข้างสูง
รวมค่าเฉลี่ย	3.9023	.33559	ค่อนข้างสูง

ประเด็นที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

1. เพศที่แตกต่างกันมีคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน ในด้านร่างกายและด้านความสัมพันธ์ทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05
2. อายุที่แตกต่างกันมีคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน ในด้านความสัมพันธ์ทางสังคมและด้านสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05
3. การศึกษาที่แตกต่างกันมีคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกันในด้านสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
4. สถานภาพที่แตกต่างกันมีคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน ในด้านร่างกาย ด้านจิตใจ และด้านสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
5. อาชีพที่แตกต่างกันมีคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ที่แตกต่างกัน ในด้านร่างกาย ด้านจิตใจ และด้านความสัมพันธ์ทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
6. ลักษณะการอยู่อาศัยแตกต่างกันมีคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ไม่มีด้านใดเลยที่มีความแตกต่างกัน ตามรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตาราง 2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

ระดับคุณภาพชีวิต	เพศ		อายุ		การศึกษา		สถานภาพ		อาชีพ		ลักษณะการอยู่อาศัย	
	T	p-value	F	p-value	F	p-value	F	p-value	F	p-value	F	p-value
1. ด้านร่างกาย	-2.292*	.022	.619	.539	.435	.824	5.371**	.005	4.415**	.001	.728	.573
2. ด้านจิตใจ	-.789	.431	1.642	.195	.936	.458	7.709**	.001	3.571**	.004	1.672	.156
3. ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม	-2.699**	.007	3.357*	.036	.845	.519	.746	.475	3.265**	.007	1.928	.105
4. ด้านสิ่งแวดล้อม	-.081	.936	9.915**	.000	4.559**	.000	6.063**	.003	2.158	.058	1.628	.166

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ผลการวิเคราะห์ทั้งในภาพรวมและรายด้าน มีผลการวิเคราะห์อยู่ในระดับค่อนข้างสูงทั้งในระดับภาพรวมและรายด้าน โดยในภาพรวมมีความคิดเห็นระดับค่อนข้างสูงมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.9023 เมื่อพิจารณารายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างสูงทั้ง 4 ด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านจิตใจ รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม และด้านร่างกายมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ตามลำดับ โดยระดับที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านจิตใจ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เจษฎา บุญทา (2545) ศึกษาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในตำบลแม่หอพระ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ สอดคล้องกับที่สะท้อนให้เห็นว่าภาวะจิตใจเป็นประเด็นสำคัญเพราะผู้สูงอายุจะประสบปัญหาด้านภาวะความโดดเดี่ยวความเหงา และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ยุพิน ทรัพย์แก้ว (2558)

ส่วนประเด็นการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยภูมิหลังพบว่าปัจจัยภูมิหลังที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับระดับคุณภาพชีวิตโดยตรงโดยเฉพาะระดับการศึกษา ทั้งนี้เพราะระดับความรู้จะทำให้มีความเข้าใจและเข้าถึงสาระความรู้จากสื่อต่าง ๆ ส่วนประเด็นฐานะทางเศรษฐกิจยังเป็นปัจจัยสำคัญเพราะผู้ที่มีรายได้มากจะมีเงินที่รองรับการดูแลทั้งในด้านอาหารการกิน ที่อยู่อาศัย รวมถึงสุขภาพ มากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อยที่แม้จะมีอายุมากขึ้นแต่ก็ต้องหารายได้เพื่อประทังชีพทำให้ขาดการดูแลและชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของตนเองส่งผลต่อคุณภาพชีวิตโดยรวม สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุทธิพงศ์ บุญผดุง (2554) และ อารดา วีรเกียรติกำจร (2554)

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้นำชุมชนควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมภายในชุมชนมากยิ่งขึ้น เพราะจะทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกว่าคุณค่าไม่โดดเดี่ยว และช่วยให้สภาพจิตใจของผู้สูงอายุดีขึ้นด้วย
2. ผู้สูงอายุ ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี มีความวิตกกังวล กลัวจะถูกทอดทิ้ง กังวลว่าจะไม่มีคนดูแล ไปจนถึงมีความรู้สึกเหงาและโดดเดี่ยว หมกมุ่นใจหรือเศร้าใจบ่อยครั้ง ทั้งนี้ครอบครัวหรือชุมชนควรเอาใจใส่และให้ความอบอุ่นกับผู้สูงอายุอยู่เสมอ

3. หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานในท้องถิ่น ควรส่งเสริมสุขภาพและสร้างเครือข่ายผู้สูงอายุ เพื่อให้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพอนามัยแก่ผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของตนเองมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในเชิงปริมาณที่เน้นการศึกษาภาพรวม ควรขยายพื้นที่เป้าหมายให้ครอบคลุม ทุกอำเภอในจังหวัดปทุมธานี แล้วนำผลการศึกษาที่ได้แต่ละอำเภอมาเปรียบเทียบกัน และนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นแนวทางแก้ปัญหาหรือส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุต่อไป

2. ควรมีการวิจัยและประเมินผลเป็นรายปี ในด้านปัญหาและความต้องการของผู้สูงอายุกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อนำผลการวิจัยดังกล่าวไปวางแผน ปรับปรุง กลยุทธ์ในการให้ความช่วยเหลือ หรือสร้างนโยบายใหม่เพื่อให้สามารถแก้ปัญหาและสอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- เจษฎา บุญทา. (2545). **คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุตำบลแม่หอพระ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภูริชญา เทพศิริ. (2555). **คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในตำบลทองหลาง อำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก**. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก.
- ยุพิน ทรัพย์แก้ว. (2558). **การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุด้วยหลักสูตรโรงเรียนผู้สูงอายุของศูนย์ความเป็นเลิศด้านการสร้างเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครศรีธรรมราช. วารสารการพยาบาลและการศึกษา. 9(2): 1-12.**
- สำนักงานปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2556). **สถานการณ์ประชากรสูงอายุไทย ปี 2554**. จาก http://www.msociety.go.th/document/statistic/statistic_8397.pdf.
- สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ. (2556). **แผนกลยุทธ์สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ (สทส.) ปี พ.ศ. 2556-2559**. จาก http://www.oppo.opp.go.th/info/strategy_56-59.p.
- สุทธิพงศ์ บุญผดุง. (2554). **การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่นโดยใช้โรงเรียนเป็นฐานตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง (ระยะที่ 1)**. รายงานวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุวัฒน์ มหัตนรินทร์กุล. (2540). **ความหมายของคุณภาพชีวิต เปรียบเทียบแบบวัดคุณภาพชีวิตขององค์การอนามัยโลกชุด 100 ตัวชี้วัด และ 26 ตัวชี้วัด**. เชียงใหม่: โรงพยาบาลสวนปรุง.
- อารดา วีระเกียรติการ. (2554). **คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Best, J. W. (1977). **Research in Education**. 3rd ed., New Jersey: Prentice-Hall Inc.

NBUS0088: ปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าOTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี

MANAGEMENT FACTORS AFFECTING THE BUSINESS SUCCESS OF OTOP ENTERPRISES IN SUPHANBURI PROVINCE

วรรณถ พจน์สุวรรณ¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.สานิต ศิริวิศิษฐ์กุล²

¹ หลักสูตรปริญญาตรีวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ประกอบการสินค้าOTOPในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 159 ตัวอย่างของผู้ประกอบการสินค้าโอท็อปในจังหวัดสุพรรณบุรี ทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามแบบ สถิติ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าOTOPในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านกลยุทธ์ ปัจจัยด้านระบบการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านทักษะ และปัจจัยด้านค่านิยมร่วม สามารถร่วมกันอธิบายระดับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้ร้อยละ 42.2 ($R^2 \text{ Adj} = .422$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำหลัก: ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ สินค้าOTOP

Abstract

This research aimed to 1) to study the success of business operations of OTOP products enterprises in Suphanburi Province, 2) to study the management factors that affect the success of business operations of OTOP products enterprises in Suphanburi Province., classified by personal factors. The samples were 159 of the Of OTOP enterprises in Suphanburi Province , selected by Convenience Sampling. The tool used in this study was a questionnaire. The statistics used to analyze data including percentage, mean, Standard Deviation including Multiple Regression Analysis

The results of this study revealed that Business success of OTOP products enterprises in Suphanburi Province the overall picture is quite high. The hypothesis testing found that strategic factors operational system factors skill factor and factors of common values able to jointly explain the level of success in business operations by 42.2 percent ($R^2 \text{ Adj} = .422$) with statistical significance at the level of .01

Keywords: Business success, OTOP

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การดำเนินงานเชิงยุทธศาสตร์ในการเชื่อมโยงจากท้องถิ่นสู่สากลในการพัฒนา คุณภาพ มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ OTOP ไปสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ กระทรวงมหาดไทย จึงได้กำหนดให้ “การส่งเสริมอาชีพผลิตสินค้า OTOP” เป็นนโยบายเร่งด่วนที่สำคัญ เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้กับประชาชนในชุมชนท้องถิ่น โดยมอบหมายให้กรมการพัฒนาชุมชน ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืนเป็นรากฐานเศรษฐกิจของประเทศ (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน. 2559)

สินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลจึงเป็นกลยุทธ์ในการแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจที่ฐานรากอย่างแท้จริงและเป็นเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญต่อการผลักดันอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ อย่างไรก็ตาม ภายใต้ภาวะการแข่งขันการของผู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) สินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลของไทยต้องประสบกับปัญหาต่าง ๆ มากมายซึ่งจากผลการศึกษาของ ดนัยมัย เจียรกุล (2557) ซึ่งได้รวบรวมปัญหาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสรุปสภาพปัญหาพบว่าปัญหาของการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นมีปัญหาหลักอยู่ 7 ประการด้วยกัน คือ 1. ปัญหาเครือข่ายวิสาหกิจ ขาดการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาเครือข่ายในการสร้างความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรม 2. ปัญหาด้านการจัดการ นอกจากปัญหาความไม่เอาใจจึงเอาจริงเอาจังในการพัฒนาของคนในกลุ่ม OTOP เอง 3. ปัญหาด้านการตลาดจะพบว่าสินค้า OTOP ไม่มีการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับรองมาตรฐาน 4. ปัญหาด้านการผลิตของ OTOP คือ ขาดวัตถุดิบขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัย และไม่มีทักษะในการผลิตวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ 5. ปัญหาด้านการเงินและแหล่งเงินทุนต่ำเนื่องจากผู้ประกอบการยังขาดทักษะการบริหารการเงินและบัญชีไม่มีระบบบันทึกบัญชีที่ถูกต้องและไม่มีการบันทึกรายรับรายจ่าย 6. ปัญหาด้านเทคโนโลยี ขาดการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการดำเนินงานขาดทักษะแรงงาน 7. ปัญหาขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ ขาดการสนับสนุนอย่างจริงจังจากรัฐ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ต้องเร่งพัฒนาสินค้าทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากลเพื่อสร้างความเชื่อถือต่อผู้บริโภคโดยผสมผสานวัฒนธรรมภูมิปัญญากับเทคโนโลยีนวัตกรรมและพัฒนาการนำเสนอความโดดเด่นของสินค้าให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าในตัวสินค้าสามารถเพิ่มมูลค่าและลดอุปสรรคการแข่งขันทางด้านราคา ให้ความสำคัญและตระหนักถึงการสร้างตราที่ยี่ห้อสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ (อัญชรา พุทธิกาญจนกุล และคณะ. 2558) และกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาธุรกิจสินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลให้อยู่รอดก็คือการเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบการทางธุรกิจนั่นเอง

จากนโยบายโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นนโยบายเพื่อแก้ปัญหาความยากจนเพื่อเป็นรากฐานในการพัฒนาประเทศต่อไป ซึ่งหากนโยบายการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประสบความสำเร็จนั้นในภาพรวมระดับประเทศนั้นก็ถือว่าสามารถแก้ปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจได้และสามารถยกระดับความเป็นอยู่ของคนในประเทศให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จึงได้ศึกษาถึงผลสำเร็จของการ ดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ดังนั้นเมื่อมีการวิจัยเรื่องนี้เสร็จสิ้นแล้วผลการวิจัยนี้ สามารถนำไปเป็นองค์ความรู้เพื่อพัฒนาโครงการนี้ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น

จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการจัดทำโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสุพรรณบุรีแบ่งเป็น 5 ประเภท ประกอบด้วย ประเภทอาหาร จำนวน 329 ผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่ม จำนวน 21

ผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย จำนวน 115 ผลิตภัณฑ์ ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก จำนวน 252 ผลิตภัณฑ์ ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน 113 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ OTOP จำแนกเป็น 4 กลุ่ม ตามคุณภาพและปริมาณที่สามารถผลิตได้ ดังนี้ กลุ่มดาวเด่นสู่สากล จำนวน 103 ผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ผลิตได้มาก เช่น สาลี่เอกชัยฯ ของเดอร์ เป็นต้น กลุ่มอนุรักษ์สร้างคุณค่า (เป็นผลิตภัณฑ์งานฝีมือ ผลิตได้น้อยขึ้น คุณภาพสูง) จำนวน 101 ผลิตภัณฑ์ เช่น ผ้าดันมือ ผ้าปักฉลุ เป็นต้น กลุ่มพัฒนาสู่การแข่งขัน (เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพปานกลาง ผลิตได้มาก) จำนวน 199 ผลิตภัณฑ์ เช่น ฐูป สมุนไพร เป็นต้น และกลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพน้อย ผลิตง่าย) จำนวน 427 ผลิตภัณฑ์ เช่น อาหาร ตะกร้าจักสาน เป็นต้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถกำหนดมาตรการส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้า OTOP ให้มีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าเพิ่มมากขึ้น
2. เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องนำผลวิจัยมาประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มสมรรถภาพในการบริหารจัดการธุรกิจ

กรอบแนวคิด

จากการศึกษาผู้วิจัยได้ทบทวนมาจากแนวคิดทฤษฎีการจัดการ 7'S ของ McKinsey (1982) ส่วนความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ผู้วิจัยได้ศึกษาจากแนวคิดของ ผศ.ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล (2559) ซึ่งทำให้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

การจัดการ 7'S McKinsey

- 1.Strategy (กลยุทธ์)
- 2.Structure (โครงสร้าง)
- 3.Style (รูปแบบ)
- 4.System (ระบบ)
- 5.Staff (บุคคล)
- 6.Skill (ทักษะ)
- 7.Shared Value (ค่านิยมร่วม)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP

- 1.ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน
- 2.กำไรเฉลี่ยต่อเดือน
- 3.การรักษากลุ่มลูกค้าเดิม
- 4.การหากลุ่มลูกค้าใหม่
- 5.ช่องทางการจำหน่าย
- 6.การขยายธุรกิจ
- 7.สภาพการเงินทางธุรกิจ

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของวิจัย

การจัดการ 7'S McKinsey ได้แก่ Strategy (กลยุทธ์) Structure (โครงสร้าง) Style (รูปแบบ) System (ระบบ) Staff (บุคคล) Skill (ทักษะ) Shared Value (ค่านิยมร่วม) ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 263 คน (ข้อมูล สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน. 2561)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 159 ตัวอย่าง โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ตอนดังนี้ ได้แก่

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการ 7'S McKinsey โดยมีเกณฑ์ดังนี้

- | | | | |
|---|---------|--------------|------------------|
| 1 | หมายถึง | มีความสำเร็จ | ระดับต่ำ |
| 2 | หมายถึง | มีความสำเร็จ | ระดับค่อนข้างต่ำ |
| 3 | หมายถึง | มีความสำเร็จ | ระดับปานกลาง |
| 4 | หมายถึง | มีความสำเร็จ | ระดับค่อนข้างสูง |
| 5 | หมายถึง | มีความสำเร็จ | ระดับสูง |

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เป็นแบบปลายปิด (Close Ended Question) แบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับ ดังนี้

- | | | | |
|---|---------|--------------|------------------|
| 1 | หมายถึง | มีความสำเร็จ | ระดับต่ำ |
| 2 | หมายถึง | มีความสำเร็จ | ระดับค่อนข้างต่ำ |
| 3 | หมายถึง | มีความสำเร็จ | ระดับปานกลาง |
| 4 | หมายถึง | มีความสำเร็จ | ระดับค่อนข้างสูง |
| 5 | หมายถึง | มีความสำเร็จ | ระดับสูง |

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ผลิตสินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended Questions)

เกณฑ์แปลความหมายค่าเฉลี่ย ใช้เกณฑ์ของ Best (1977) ดังนี้

- | | |
|-------------|-------------|
| 4.50 - 5.00 | สูง |
| 3.50 - 4.49 | ค่อนข้างสูง |
| 2.50 - 3.49 | ปานกลาง |
| 1.50 - 2.49 | ค่อนข้างต่ำ |
| 1.00 - 1.49 | ต่ำ |

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ reliability coefficient alpha ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามฉบับปัจจัยการจัดการ มีค่าเท่ากับ .833 และแบบสอบถามความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมีค่าเท่ากับ .803

สถิติ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ใน 3 ประเด็นดังนี้

ประเด็นที่ 1

ปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าOTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการจัดการ 7'S McKinsey โดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.2561 เมื่อพิจารณารายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง 2 ด้าน คือ ด้านรูปแบบการบริหาร และด้านค่านิยมร่วม อยู่ในระดับค่อนข้างสูง 4 ด้าน คือ ด้านกลยุทธ์ ด้านโครงสร้าง ด้านระบบการปฏิบัติงาน และด้านบุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ ด้านทักษะ ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1

ปัจจัยการจัดการ 7'S McKinsey	ระดับความสามารถ		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านกลยุทธ์	4.0608	.43227	ค่อนข้างสูง
2. ด้านโครงสร้าง	4.2411	.44518	ค่อนข้างสูง
3. ด้านระบบการปฏิบัติงาน	4.3920	.48251	ค่อนข้างสูง
4. ด้านรูปแบบการบริหาร	4.6667	.34576	สูง
5. ด้านบุคลากร	4.3291	.44530	ค่อนข้างสูง
6. ด้านทักษะ	3.4759	.50935	ปานกลาง
7. ด้านค่านิยมร่วม	4.6268	.47195	สูง
รวมค่าเฉลี่ย	4.2561	.25670	ค่อนข้างสูง

ประเด็นที่ 2

ปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าOTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จ โดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.5415 เมื่อพิจารณารายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างสูง 3 ด้าน คือ การรักษากลุ่มลูกค้าเดิม การหากลุ่มลูกค้าใหม่ และช่องทางการจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง 4 ด้าน คือ ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน กำไรเฉลี่ยต่อเดือน การขยายธุรกิจ และสภาพการเงินทางธุรกิจ ตามลำดับรายละเอียดดังตาราง 2

ตาราง 2

ปัจจัยความสำเร็จ	ระดับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	3.2369	.29374	ปานกลาง
2. กำไรเฉลี่ยต่อเดือน	3.2767	.37915	ปานกลาง
3. การรักษากลุ่มลูกค้าเดิม	3.8386	.35550	ค่อนข้างสูง
4. การหากลุ่มลูกค้าใหม่	3.8616	.37746	ค่อนข้างสูง
5. ช่องทางการจำหน่าย	4.1195	.63896	ค่อนข้างสูง
6. การขยายธุรกิจ	3.2348	.36851	ปานกลาง
7. สภาพการเงินทางธุรกิจ	3.2222	.37628	ปานกลาง
รวมค่าเฉลี่ย	3.5415	.21950	ค่อนข้างสูง

ประเด็นที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณปัจจัยการจัดการ ในการทำนายความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าOTOPในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (All Enter Multiple Regression Analysis) พบว่าปัจจัยด้านกลยุทธ์ ปัจจัยด้านระบบการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านทักษะ และปัจจัยด้านค่านิยมร่วม สามารถร่วมกันอธิบายระดับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้ร้อยละ 42.2 ($R^2 \text{ Adj} = .422$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 รายละเอียดดังตาราง 3

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณปัจจัยการจัดการ ในการทำนายความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าOTOPในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (All Enter Multiple Regression Analysis)

ตัวแบบ (Model)	ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ				
	B	SE(b)	Beta	T	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.384	.239		5.792	.000
ด้านกลยุทธ์	.136	.035	.267	3.823**	.000
ด้านโครงสร้าง	.029	.035	.058	.827	.410
ด้านระบบการปฏิบัติงาน	.122	.030	.269	4.100**	.000
ด้านรูปแบบการบริหาร	.005	.042	.008	.121	.904
ด้านบุคลากร	-.008	.037	-.016	-.208	.835
ด้านทักษะ	.077	.032	.179	2.391*	.018
ด้านค่านิยมร่วม	.149	.032	.320	4.694**	.000
R	R^2	Adjusted R^2	SE(est.)	F	Sig.
.669	.447	.422	.16694	17.448**	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

ปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการจัดการ 7'S McKinsey โดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.2561 โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการบริหาร ทั้งนี้เพราะเพราะการบริหารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุดอันจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลการจัดการที่ดีจะมีส่วนช่วยให้เกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน ลดความซ้ำซ้อนหรือขัดแย้งในหน้าที่ ช่วยให้บุคลากรได้ทราบขอบเขตงาน ความรับผิดชอบ มีความสะดวกในการติดต่อประสานงาน ผู้บริหารสามารถตัดสินใจในการบริหารจัดการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว Darwin Hendel. AERA Mini Presentation. (1977) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นิตย์ สุขศรี (2553) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จ โดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.5415 โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งนี้เพราะ สินค้าโอท็อปจะประสบความสำเร็จได้คืออยู่การจำหน่ายสินค้ามากกว่าปัจจัยอื่นๆ เพราะสินค้าโอท็อปเป็นองค์กรธุรกิจขนาดเล็กที่ไม่มีความซับซ้อนทั้งด้านการจัดการเทคโนโลยีการผลิต การตลาดจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปราณี ดันประยูร (2554) และสรวิศ ปิ่นรัตนานนท์ (2555) ส่วนผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณปัจจัยการจัดการ ในการทำนายความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (All Enter Multiple Regression Analysis) พบว่าปัจจัยด้านกลยุทธ์ ปัจจัยด้านระบบการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านทักษะ และปัจจัยด้านค่านิยมร่วมสามารถร่วมกันอธิบายระดับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้เพราะกลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง การบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้บริหารตอบคำถามที่สำคัญ อาทิ องค์กรอยู่ที่ไหนในขณะนี้ องค์กรมีเป้าหมายอยู่ที่ไหน พันธกิจของเราคืออะไร พันธกิจของเราควรจะเป็นอะไรและใครเป็นผู้รับบริการของเราการบริหารเชิงกลยุทธ์จะมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง การบริหารเชิงกลยุทธ์จะช่วยให้องค์กรกำหนดและพัฒนาข้อได้เปรียบทางการแข่งขันขึ้นมาได้เป็นแนวทางที่บุคคลภายในองค์กรรู้ว่าจะใช้ความพยายามไปในทิศทางใดจึงจะประสบความสำเร็จ (ประชา ดันเสนีย์. 2550) ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ อารยา อึ้งไพบูลย์กิจ (2559)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการศึกษารั้งนี้

1. ภาครัฐควรส่งเสริมสนับสนุนด้านเทคโนโลยีการผลิตต่อผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป ในจังหวัดสุพรรณบุรี
2. ควรให้ความรู้และจัดอบรมเชิงปฏิบัติการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่มีความหลากหลายขึ้น
3. ควรสนับสนุนด้านทุนเพื่อผู้ประกอบการจะได้มีสายงานในการกระจายสินค้าในวงที่กว้างยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยการจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบความคล้ายคลึงกัน
2. ควรใช้ระเบียบวิธีเชิงคุณภาพเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลการดำเนินการที่มีความลุ่มลึกและหลากหลายอันส่งผลต่อการทำความเข้าใจประเด็นศึกษาที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- นิത്യ สุขศรี. (2553). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- ประชา ตันเสนีย์. (2550). รูปแบบของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพของผู้บริหารระดับสูง ของบริษัท [มหาชน] ในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย . กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปราณี ตันประยูร. (2554). คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล. (2559). การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดปทุมธานี . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. คณะรัฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- สรวิศ ปิ่นรัตนานนท์. (2555). ความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสามารถของผู้ประกอบการต่อความสำเร็จทางการตลาดธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.
- สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย วิสาหกิจชุมชน สืบค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2562. จาก <http://www.cep.cdd.go.th>.
- อารยา อึ้งไพบูลย์กิจ. (2559). ปัจจัยเหตุและผลของขีดความสามารถเชิงพลวัตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจการขนส่ง ในประเทศไทย วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ปีที่ 11 ฉบับที่ 3 (กันยายน – ธันวาคม 2559) 350 -359
- อัญชรา พุทธิกาญจนกุล และคณะ (2558) แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2558
- Darwin Hendel. AERA Mini Presentation, 1977. Value based Management.net. 7-S Framework of McKinsey. Available: http://www.valuebasedmanagement.net/methods_7S.html (9 April 2008), 2008.

NBUS0089: การเตรียมความพร้อมของบุคลากรวัยกลางคนเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

PREPARATION FOR AGING SOCIETY OF MIDDLE-AGED IN THANYABURI DISTRICT PATHUMTHANI PROVINCE

จันทร์กระมล จิตรินิตย์¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล²

¹ หลักสูตรปรัชญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ของประชากรในวัยกลางคนในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 2) เพื่อศึกษาการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ของประชากรในวัยกลางคนในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี จำนวน 385 ตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test

ผลการศึกษา พบว่า การเตรียมความพร้อมของบุคลากรวัยกลางคนเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่อยู่อาศัยแตกต่างกันมีการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำหลัก: การเตรียมความพร้อม, วัยกลางคน, สังคมผู้สูงอายุ

Abstract

This objective of this research were to study the preparation to enter the aging society of middle-aged population in Thanyaburi district Pathum Thani Province 2) to study the preparation to enter the aging society of middle-aged population in Thanyaburi district Pathum Thani Province, classified by personal factors. The samples were 385 of the middle-aged population in Thanyaburi district Pathum Thani Province , selected by Convenience Sampling. The tool used in this study was a questionnaire. The statistics used to analyze data including percentage, mean, Standard Deviation, t-test and F-test.

The results of this study revealed that the preparation of middle aged personnel to enter the aging society in Thanyaburi district. Pathum Thani Province In which the overall was at a rather high level. The hypothesis testing found that different gender, age, marital status, occupation, monthly income and housing had influence on the preparation of middle aged personnel to enter the aging society at .01 level of significance.

Keywords: Preparation, Middle aged personnel, Aging society

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาความก้าวหน้าสู่ยุคอนาคต สำหรับบุคลากรวัยกลางคนสู่สังคมวัยผู้สูงอายุ ด้วยโลกที่พัฒนาอย่างรวดเร็วทำให้เวลาก็หมุนไปอย่างรวดเร็วเช่นกัน ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาทำให้พบว่าการสูงวัยของประชากรเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก สะท้อนให้เห็นว่าโลกเราในปัจจุบันได้ก้าวเข้าสู่สังคมของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุนั้น จะแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมของแต่ละประเทศ เช่น นโยบายการดูแลประชาชนผู้สูงวัย นโยบายการคุมกำเนิด นโยบายเบี้ยยังชีพ ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการแพทย์ รวมถึงการใส่ใจดูแลสุขภาพของประชาชนที่มากขึ้น ทำให้ประชาชนมีอายุที่ยืนยยืนขึ้น ส่วนโครงสร้างทางสังคม ค่านิยม และทัศนคติ ภายใต้ยุคแห่งการแข่งขันที่ทำให้ผู้หญิงมีการแต่งงานช้าและปริมาณการแต่งงานลดลง ส่งผลให้อัตราการเกิดของประชากรน้อยลง ขณะที่อายุขัยเฉลี่ยของผู้สูงอายุกลับสูงขึ้น โดยปัจจุบันรัฐบาลทั่วโลก ต่างให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตกลุ่มผู้สูงอายุดังกล่าว อีกทั้งยังสนับสนุนการจ้างงานผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น ซึ่งในหลายๆ ประเทศก็ได้มีการออกกฎหมายสนับสนุนการจ้างงานผู้สูงอายุ เช่นเดียวกับประเทศไทย ที่เมื่อต้น พ.ศ. 2560 รัฐบาลได้ออกกฎหมายสนับสนุนให้บริษัทที่จ้างผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไปเข้าทำงาน และให้หน่วยงานเอกชนสามารถใช้สิทธิยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลได้ถึงร้อยละของเงินที่จ่ายให้แก่ลูกจ้างสูงอายุ (พระราชบัญญัติ พ.ร.บ. 2561)

ประเทศไทย เข้าสู่ “สังคมสูงวัย” มาเป็นเวลา 10 ปี นับตั้งแต่ปี 2548 และกำลังเข้าสู่ “สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์” หากประชากรไทยที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวนมากถึง ร้อยละ 20 ในปี 2564 หรือในอีก 1 ปีข้างหน้า โดยข้อมูลประชากรในปี 2557 มีจำนวนประชากรในประเทศไทย ประมาณ 68 ล้านคน หรือแบ่งเป็นประชากรที่มีรายชื่ออยู่ในทะเบียนราษฎร จำนวน 65 ล้านคน ซึ่งรวมถึงประชากรสัญชาติไทย และไม่ใช่สัญชาติไทย ส่วนอีก 3 ล้านคน เป็นประชากรที่ไม่ได้อยู่ในทะเบียนราษฎร ส่วนใหญ่เป็นแรงงานย้ายถิ่นฐานจากประเทศใกล้เคียง แม้ว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวน ประชากรยังคงเพิ่มขึ้นต่อไป แต่เป็นการเพิ่มขนอย่างช้าลง อัตราการเพิ่มประชากรในปี 2557 อยู่ที่ร้อยละ 0.5 ต่อปีและมีแนวโน้มที่จะลดลงไปอีกจนถึงจุดอิมมิตัว ในปี 2565 ส่งผลกระทบไปที่ โครงสร้างอายุของประชากรเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน โดยประชากรผู้สูงอายุจากปี 2548 ที่มีสัดส่วน ประชากรผู้สูงอายुर้อยละ 10 และเพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 15 ของประชากรทั้งหมด หรือจำนวน 10 ล้านคน ในปี 2557 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2558) และพระราชบัญญัติผู้สูงอายุล่าสุด เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม ราชกิจจานุเบกษา ได้เผยแพร่พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 โดยมีรายละเอียดระบุว่าสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร มีพระราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า โดยที่เป็นการสมควรแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายว่าด้วยผู้สูงอายุ จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของสภานิติบัญญัติแห่งชาติทำหน้าที่รัฐสภา มีสาระสำคัญคือ การนำเงินจากภาษีบาปได้แก่สุราและยาสูบ จำนวนร้อยละ 2 หรือไม่เกิน 4,000 ล้านบาทต่อปี นำส่งเข้ากองทุนเพื่อจ่ายเงินสงเคราะห์เพื่อการยังชีพแก่ผู้สูงอายุที่มีรายได้น้อย โดยกำหนดให้คณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติเป็นผู้กำหนดคุณสมบัติของผู้สูงอายุที่มีรายได้น้อย ทั้งนี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนด 30 วัน นับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษา ทั้งนี้ เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้คือ โดยที่ปัจจุบันประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ รัฐบาลจึงมีนโยบายและมาตรการในการดูแลผู้สูงอายุที่มีรายได้น้อย โดยการให้เงินช่วยเหลือเพื่อการยังชีพแก่ผู้สูงอายุที่มีรายได้น้อย เพื่อให้ได้รับสวัสดิการที่จำเป็น จากการที่รัฐเข้ามาช่วย

เข้ามาดูแลในเรื่องต่างๆ ตามที่พระราชบัญญัติได้ตราไว้แล้ว แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าดูแลได้ควบคุมทุกขั้นตอนไปทุกอย่าง ดังนั้นประชากรหรือบุคลากรวัยกลางคนที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมให้กับตนเองในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการเงิน ด้านอาชีพหลังเกษียณ ด้านสุขภาพ ด้านสังคม และสุดท้ายด้านจิตใจ ซึ่งถ้าหากเราขาดการเตรียมความพร้อมอาจทำให้เกิดปัญหาสำคัญในระดับประเทศ การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุต้องมีการเตรียมความพร้อมตั้งแต่วัยกลางคนของชีวิต เพื่อประชากรผู้สูงอายุจะได้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและการเตรียมความพร้อมต้องเตรียมความพร้อมทั้งระดับ ครอบครัว ชุมชน และระดับประเทศ

สรุปได้ว่า การที่จะให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี เข้าสู่วัยสูงอายุอย่างมีคุณภาพ ครอบครัวชุมชนและภาครัฐ ต้องมีการเตรียมพร้อม โดยต้องเตรียมความพร้อมตั้งแต่วัยต้นของ ชีวิตในมิติต่างๆ เช่น มิติด้านการเงิน อาชีพหลังเกษียณ สุขภาพ สังคม และด้านจิตใจ เพื่อประชากรผู้สูงอายุจะได้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ถ้าไม่มีการเตรียมความพร้อม จะมีผลกระทบทั้งในแง่เศรษฐกิจ ความมั่นคงทางสังคม และการบริหารประเทศ และการเตรียมความพร้อมต้องเตรียมความพร้อมทั้งระดับ ครอบครัว ชุมชน และสูงไปถึงระดับประเทศ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาประเด็น การเตรียมความพร้อมของบุคลากรวัยกลางคนเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี เพื่อค้นหาว่าบุคลากรวัยกลางคนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของประชากรในประเทศมีการเตรียมความพร้อมและตระหนักในเรื่องนี้ระดับใดและเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ที่แตกต่างกัน เป็นการศึกษาค้นคว้า นำเสนอเผยแพร่ให้กับผู้ที่ต้องการจะศึกษาหาความรู้หรือผู้ที่ต้องการจะใช้ประโยชน์ เช่น รัฐบาล เพื่อนำไปกำหนดนโยบายเพื่อช่วยเหลือและดูแลผู้สูงอายุในอนาคตอันใกล้ทำให้ประเทศชาติเกิดความมั่นคงและยั่งยืนในทุก ๆ ด้าน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ของประชากรในวัยกลางคนในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ของประชากรในวัยกลางคนในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

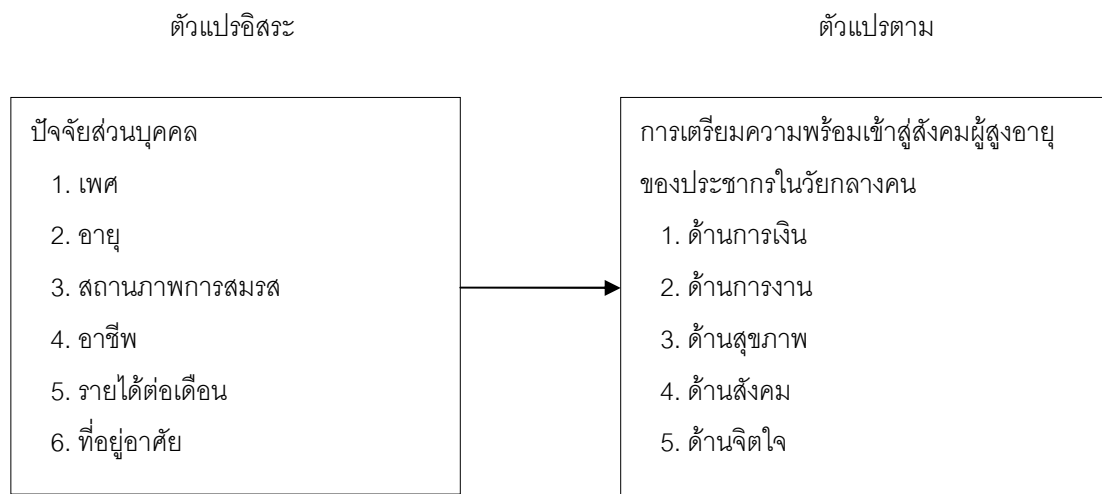
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ได้แนวทางการเตรียมความพร้อมของบุคลากรวัยกลางคนเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ
2. เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานให้กับภาครัฐในการกำหนดนโยบายการเตรียมความพร้อมของบุคลากรวัยกลางคน เพื่อก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างมีคุณภาพ

กรอบแนวคิด

ใช้แนวคิดการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ของประชากรในวัยกลางคน ตามแนวคิดการเตรียมความพร้อมในการรองรับเข้าสู่สังคมสูงอายุ การศึกษาของ ศิวีไล ชยางกูร (2554) และ ภัทรดา วลัยกมลลาค (2556) เพื่อค้นหาการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่สังคมชราภาพเรื่อง สุขภาพ ผู้ดูแล สภาพที่อยู่อาศัย การดำรงอยู่ในอนาคต นอกจากนี้ยังศึกษาการเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยผู้สูงอายุของ ชนัญญา ปัญญพล (2558) และการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุ ที่อธิบายให้เห็นถึงความต้องการเมื่อเข้าวัยผู้สูงอายุ แบ่งออกเป็นด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจการเงิน โดยมีการศึกษาเกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุในด้าน

ร่างกายของ ปิยะพรรณ ลิ้มละมัย (2550) และ วิภาวดี มุทะสินธุ์ (2552) จากการศึกษาทฤษฎี แนวความคิด งานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ซึ่งทำให้กำหนดกรอบแนวความคิดในการศึกษา ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร ได้แก่ บุคลากรวัยกลางคนในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี จำนวน 10,110 คน (ระบบสถิติทางการทะเบียน. 2561)

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรวัยกลางคนในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัด ปทุมธานี จำนวน 385 คน โดยการสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane 1973) ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ตอนดังนี้ ได้แก่

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้ ต่อเดือน ที่อยู่อาศัย

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมของบุคลากรวัยกลางคนเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 5 ด้านโดยมีเกณฑ์ดังนี้

- | | | | |
|---|------------------|-------|------------|
| 1 | หมายถึง เห็นด้วย | ระดับ | น้อยที่สุด |
| 2 | หมายถึง เห็นด้วย | ระดับ | น้อย |
| 3 | หมายถึง เห็นด้วย | ระดับ | ปานกลาง |
| 4 | หมายถึง เห็นด้วย | ระดับ | มาก |
| 5 | หมายถึง เห็นด้วย | ระดับ | มากที่สุด |

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของการเตรียมความพร้อมของบุคลากรวัยกลางคนเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended Questions)

เกณฑ์แปลความหมายค่าเฉลี่ย ใช้เกณฑ์ของ Best (1977) ดังนี้

4.50 - 5.00	สูง
3.50 - 4.49	ค่อนข้างสูง
2.50 - 3.49	ปานกลาง
1.50 - 2.49	ค่อนข้างต่ำ
1.00 - 1.49	ต่ำ

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ reliability coefficient alpha ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ .894

สถิติ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test ทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีแบบ Scheffe

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ใน 2 ประเด็นดังนี้

ประเด็นที่ 1 การเตรียมความพร้อมของบุคลากรวัยกลางคนเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ผลการวิเคราะห์ทั้งในภาพรวมและรายด้าน มีผลการวิเคราะห์อยู่ในระดับค่อนข้างสูงทั้งในระดับภาพรวมและรายด้าน โดยในภาพรวมมีความคิดเห็นระดับค่อนข้างสูงมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.0177 เมื่อพิจารณารายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างสูงทั้ง 5 ด้าน และโดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านสุขภาพ รองลงมาคือ ด้านจิตใจ ด้านอาชีพหลังเกษียณ ด้านสังคม และด้านการเงินน้อยที่สุดตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1 การเตรียมความพร้อมของบุคลากรวัยกลางคนเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

ปัจจัยการเตรียมความพร้อม	ระดับความพร้อม		
	$\bar{X}$	SD.	ระดับ
1. ด้านการเงิน	3.8325	.46304	ค่อนข้างสูง
2. ด้านอาชีพหลังเกษียณ	3.9987	.52629	ค่อนข้างสูง
3. ด้านสุขภาพ	4.1857	.54240	ค่อนข้างสูง
4. ด้านสังคม	3.9307	.50314	ค่อนข้างสูง
5. ด้านจิตใจ	4.1411	.55538	ค่อนข้างสูง
รวมค่าเฉลี่ย	4.0177	.37276	ค่อนข้างสูง

ประเด็นที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

1. เพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเตรียมความพร้อม แตกต่างกันในด้านอาชีพหลังเกษียณ และด้านสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเตรียมความพร้อม แตกต่างกันด้านการเงิน ด้านอาชีพหลังเกษียณ ด้านสุขภาพ ด้านสังคม และด้านจิตใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. สถานภาพการสมรส แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเตรียมความพร้อม แตกต่างกันในด้านการเงิน และด้านอาชีพหลังเกษียณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. อาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเตรียมความพร้อม แตกต่างกันในด้านการเงิน ด้านอาชีพหลังเกษียณ และด้านสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5. รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเตรียมความพร้อม แตกต่างกันในด้านสุขภาพ และด้านจิตใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

6. ที่อยู่อาศัยแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเตรียมความพร้อม แตกต่างกันในด้านการเงิน ด้านอาชีพหลังเกษียณ และด้านจิตใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 รายละเอียดดังตาราง 2

ตาราง 2 การเตรียมความพร้อมของบุคลากรวัยกลางคนเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

ระดับ จิตสำนึก สาธารณะ	เพศ		อายุ		สถานภาพการ สมรส		อาชีพ		รายได้ต่อ เดือน		ที่อยู่อาศัย	
	T	p- value	F	p- value	F	p- value	t	p- value	F	p- value	F	p- value
1). ด้าน การเงิน	.329	.742	8.38 0**	.000	16. 388 **	.000	2.91 2**	.004	.115	.734	13.0 30**	.000
2). ด้าน อาชีพหลัง เกษียณ	- 2.181 *	.030	7.66 0**	.000	14.3 68**	.000	3.82 7**	.000	.671	.413	3.89 0**	.009
3). ด้าน สุขภาพ	- 2.042 *	.042	6.91 3**	.000	2.0 53	.153	2.71 1**	.007	24.5 59**	.000	3.08 9	.027
4). ด้าน สังคม	1.64 7	.100	5.67 2**	.000	.08 4	.772	1.91 5	.056	1.16 2	.282	2.25 2**	.082
5). ด้าน จิตใจ	.514	.608	10.37 3**	.000	1.6 65	.198	- .665	.506	9.97 4**	.002	6.59 8**	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

การเตรียมความพร้อมของบุคลากรวัยกลางคนเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในเขตอำเภอัญญบุรีจังหวัดปทุมธานี ผลการวิเคราะห์ทั้งในภาพรวมและรายด้าน มีผลการวิเคราะห์อยู่ในระดับค่อนข้างสูงทั้งในระดับภาพรวมและรายด้าน โดยในภาพรวมมีความคิดเห็นระดับค่อนข้างสูงมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.0177 เมื่อพิจารณารายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างสูงทั้ง 5 ด้าน และโดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านสุขภาพ ทั้งนี้เพราะคนไทยมีความตระหนักในเรื่องสุขภาพของคนสูงวัยว่าจะต้องประสบปัญหา ประกอบกับการรณรงค์ด้านสาธารณสุขถึงปัญหาสุขภาพผู้สูงวัยที่จะต้องประสบปัญหาในโรคต่างเช่นความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน โรคหัวใจเป็นต้นซึ่งโรคดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตโดยรวมของผู้สูงอายุนั้นจึงมีการเตรียมความพร้อมมากที่สุดสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กุณทลี เภาแสงธรรม (2521:128) กล่าวว่า การเตรียมความพร้อมด้านร่างกาย เป็นพฤติกรรมในการดูแลเอาใจสุขภาพของบุคคล ทั้งด้านการส่งเสริมสุขภาพ และ โภชนาการ สอดคล้องกับหลักปฏิบัติในการเตรียมตัวเข้าสู่วัยสูงอายุของกรมอนามัย กระทรวง สาธารณสุข ประการหนึ่งว่า “พยายามรักษาสุขภาพให้แข็งแรง โดยออกกำลังกาย และตรวจสุขภาพ อย่างสม่ำเสมอ” ผู้ที่มีความรู้ในการเป็นผู้สูงอายุที่มีศักยภาพย่อมรู้ถึงแนวทางการเตรียมความพร้อม ได้ดีโดยเฉพาะด้านร่างกายที่คำนึงถึงภาวะสุขภาพที่ดี สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สิริชัย คำชมพู (2550) และ เบญจรัตน์ เรื่องคำพจน์ (2557) และยังพบว่าปัจจัยภูมิหลังส่วนบุคคลนั้นมีความสัมพันธ์กับระดับการเตรียมความพร้อมทั้งนี้เพราะปัจจัยภูมิหลังไม่ว่าจะเป็นอาชีพ ระดับการศึกษา ล้วนแต่ส่งผลกระทบต่อระบบความคิดอย่างมีวิจยารณญาณอันก่อให้เกิดระบบความคิดอย่างมีแผน สอดคล้องผลการวิจัยของ นภาพร ชัยวรรณและคณะ (2551) เรื่องการเตรียมการเพื่อเข้าสู่วัยสูงอายุ ที่แสดงให้เห็นว่าปัจจัยภูมิหลังนั้นส่งผลกระทบต่อระดับการเตรียมความพร้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เช่นเดียวกับผลการวิจัยของวิทธิลักษณ์ จันทรธนนสมบัติ(2552)

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานภาครัฐหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความใกล้ชิดต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนต้องเร่งสร้างความตระหนักการเตรียมความพร้อมในการก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุเพื่อที่ประเทศไทยจักได้เป็นสังคมผู้สูงอายุที่มีคุณภาพในอนาคตโดยประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทุกคนและคนในชุมชนรับทราบ
2. กระตุ้นและส่งเสริมให้คนในชุมชนดูแลกันเองโดยสร้างเครือข่ายชุมชนให้เข้มแข็ง และให้ข้อคิดผู้สูงอายุด้วยว่าคุณภาพชีวิตที่ดีต้องเริ่มต้นที่ตัวเอง สร้างเครือข่ายช่วยเหลือดูแลอันเป็นการลดภาระของหน่วยงานภาครัฐและทำให้การดูแลคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องให้ความรู้การเตรียมความพร้อมก้าวสู่สังคมชราภาพในเรื่องการออมเงิน สุขภาพกาย ใจ สภาพที่อยู่อาศัย การวางแผนดำเนินชีวิตในอนาคต ให้บุคคลวัยกลางคน ได้ตระหนักและเห็นเป็นเรื่องสำคัญ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การจัดทำวิจัยในครั้งนี้ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเฉพาะประชาชนในเขตพื้นที่อำเภอัญญบุรีจังหวัดปทุมธานี ดังนั้นในการวิจัยการเตรียมความพร้อมของบุคลากรวัยกลางคนเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุครั้งต่อไปควรมีการครอบคลุมทั่วทุกจังหวัด ภูมิภาค หรืออาจจะครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาให้แก่ผู้สนใจและนำไปต่อยอดในการศึกษาในอนาคต

2. ควรมีการศึกษาแนวทางการเตรียมความพร้อมของบุคลากรวัยกลางคนเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุทั่วทั้งจังหวัดปทุมธานี หรือต่างจังหวัดในการทำให้ประชาชนมีการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ให้ได้

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณ์ เสงี่ยมธรรม. (2551). การเตรียมการเข้าสู่วัยสูงอายุที่มีศักยภาพของบุคลากรกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ ภาควิชาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนัญญา ปัญจพล. (2558). การเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุ: กรณีศึกษานักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข (ส่วนกลาง). (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ ภาควิชาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นภาพร ชัยวรรณ. (2547). ประชากรสูงอายุไทย ผู้สูงอายุในประเทศไทยรายงานทบทวนองค์ความรู้และสถานการณ์ในปัจจุบันตลอดจนข้อเสนอแนะทางนโยบายและการวิจัย กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 2-11.
- เบญจรัตน์ เรืองคำพัฒน์. (2557). การวางแผนเพื่อสร้างหลักประกันภายหลังการเกษียณอายุของข้าราชการสังกัดกรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน กรณีศึกษา ศูนย์ฝึกอบรมเด็กและเยาวชน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ ภาควิชาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2561). 4 ธุรกิจรับสังคมผู้สูงอายุ. สืบค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2562. จาก <https://www.prachachat.net/csr-hr/news-237212>
- ปิยะพรรณ ลิ้มละมัย. (2550). ศักยภาพผู้สูงอายุในการดูแลสุขภาพตนเองในชมรมผู้สูงอายุโรงพยาบาลเจ้าพระยายมราช. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2558). รายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทยประจำปี พ.ศ.2558. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2562. จาก. <http://thaitgri.org/?p=37841>
- ลภัสรดา วลัยกมลลาค, และ ศุภวัฒนากร วงศ์ธนวสุ. (2556). การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุขององค์การบริหารส่วนตำบลปากบาง อ.เทพา จ.สงขลา. การประชุมหาญใหญ่ วิชาการ ครั้งที่ 4 การวิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมไทย. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์หาดใหญ่. (อัคราณา).
- วิมลลักษณ์ จันทร์ธนสมบัติ. (2552). ทักษะต่อการเป็นผู้สูงอายุที่มีความสุขของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาสาธารณสุข 40 บางแค. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ ภาควิชาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิภาวดี มุทะสินธุ์. (2552). การเพิ่มความสามารถในพฤติกรรมสร้างเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาชมรมผู้สูงอายุ โรงพยาบาลตำรวจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริไฉ ช่างกูร. (2554). การเตรียมความพร้อมของครัวเรือนและชุมชนในการก้าวสู่สังคมชราภาพของเทศบาลตำบลศาลายา นครปฐม. สถาบันวิจัยและพัฒนา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

สิริชัย คำชมพู. (2550). การเตรียมการสร้างหลักประกันเพื่อการดำรงชีวิตในวัยสูงอายุของข้าราชการสังกัด
สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์
ภาควิชาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

NBUS0090: การศึกษาปัจจัยการส่งมอบพริกชุบเปอร์ฮอตไปยังประเทศมาเลเซีย กรณีศึกษา ไร่พริกผลพิกุล ตำบลบางพระหลวง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

A STUDY OF SUPER HOT CHILI DELIVERY FACTORS TO MALAYSIA: A CASE STUDY OF PHON PHIKUN FARM BANG PHRA LUANG SUBDISTRICT, MUEANG DISTRICT, NAKHON SAWAN PROVINCE.

กมลชนก เดชสุวรรณ¹ เกศินี สีอิน²

¹ นักศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีโลจิสติกส์และการจัดการระบบขนส่ง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์พานารอด 122/41 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

² อาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีโลจิสติกส์และการจัดการระบบขนส่ง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์พานารอด 122/41 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

บทคัดย่อ

จากการศึกษาการศึกษาปัจจัยการส่งมอบพริกชุบเปอร์ฮอตไปยังประเทศมาเลเซียกรณีศึกษา ไร่พริกผลพิกุล ตำบลบางพระหลวง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยการส่งมอบพริกชุบเปอร์ฮอตเพื่อการส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการส่งมอบพริกชุบเปอร์ฮอตเพื่อการส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย 3) เพื่อเสนอแนวทางในการบริหารความสัมพันธ์ของผู้ส่งมอบพริกและผู้ส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย กลุ่มประชากร คือ เกษตรกรผู้ปลูกพริกชุบเปอร์ฮอต ตำบลบางพระหลวง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ และผู้ส่งออกพริกชุบเปอร์ฮอตไปยังประเทศมาเลเซีย ได้แก่ ร้านเจ้แอล-เฮียหงวน และร้านคุณตาม ตลาดสี่มุมเมือง มีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และแสดงวิเคราะห์ผลในรูปแบบของค่าความถี่ มีค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ในการบริหารความสัมพันธ์ของเกษตรกรกับพ่อค้าคนกลางมีปัจจัยเรียงลำดับดังนี้ การตอบสนองความต้องการเป็นหลัก รองลงมาความสัมพันธ์ระยะยาว รองลงมาความไว้วางใจ รองลงมาความร่วมมือ และสุดท้ายคือด้านการสื่อสาร ตามลำดับ โดยการตอบสนองความต้องการพ่อค้าคนกลางสามารถคิดค้นหรือพัฒนาระบบการดำเนินงานร่วมมือกับเกษตรกร โดยจัดหาแหล่งเมล็ดพันธุ์หรือนำเมล็ดพันธุ์ที่ดีมาให้ พร้อมกับปุ๋ยที่ดีเพื่อผลผลิตที่จะออกมาตรงตามความต้องการของตนเอง และยังสามารถไปปรับผลผลิต ณ บริเวณสถานที่หน้าไร่ของเกษตรกรอีกด้วย ในส่วนของการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งมอบกับพ่อค้าคนกลาง ผู้ส่งออกทั้งสองรายส่วนใหญ่มองถึงเรื่องความพึงพอใจเป็นหลักรองมาเป็นความสัมพันธ์ระยะยาว รองลงมาความไว้วางใจ รองลงมาการตอบสนองความต้องการ รองลงมาด้านการสื่อสาร และสุดท้ายความร่วมมือตามลำดับ โดยในด้านของความพึงพอใจของผู้ส่งออกที่มีต่อพ่อค้าคนกลาง เป็นสิ่งที่พ่อค้าคนกลางทำให้ผู้ส่งออกประทับใจ เช่นปัจจัยดังนี้ พ่อค้าคนกลางสามารถให้บริการจัดส่งพริกชุบเปอร์ฮอตที่มีคุณภาพสดใหม่ ได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ อีกทั้งยังสามารถปรับเปลี่ยนได้ทันตามสถานการณ์ของเศรษฐกิจตลาดในและนอกประเทศอย่างคุ้มค่ากับราคารับซื้อที่ผู้ส่งออกให้กับพ่อค้าคนกลาง

คำสำคัญ: การบริหารความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์, การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

Abstract

From the study, studying the factors of delivery of super hot pepper to Malaysia, case study Phon Phikun Chili Farm Bang Phra Luang Subdistrict, Mueang District, Nakhon Sawan Province 1) To study the factors of super hot pepper delivery for export to Malaysia 2) To analyze the factors of super hot pepper delivery for export to Malaysia 3) To propose guidelines for managing relations of chili suppliers and exporters to Malaysia. The population group is Super Hot Pepper Farmers. Bang Phra Luang Subdistrict, Mueang District, Nakhon Sawan Province And the exporter of super hot peppers to Malaysia including JL-Hia Nguan shop And Khun Tam's shop Si Mum Mueang Market With specific sampling By using questionnaires as a research tool And show the results analysis in the form of frequency values with percentage, average, standard deviation The results of the research showed that In managing the relationship of farmers and middlemen, there are the following factors: Meeting the needs Followed by a long-term relationship Trust Followed by cooperation And finally, communication, respectively, by responding to the needs, middlemen can invent or develop operational processes in collaboration with farmers. By procuring seed sources or bringing good seeds Along with good fertilizer for products to be produced to meet their needs And can also go to pick up the produce at the place in front of the farmer's field as well In terms of managing the relationship between the exporter and the middleman Most of both exporters view satisfaction as follows, followed by a long-term relationship. Trust Response to the needs Followed by communication And finally, cooperation, respectively, in terms of the satisfaction of the exporters towards the middleman Is what middlemen make instant exporters Such as the following factors The middleman can provide the delivery service of super quality hot peppers, fresh In time It can also be adjusted in accordance with the situation of the domestic and foreign market economy, which is worth the purchase price that the exporter gives to the middleman.

Keywords: Supplier Relationship Management, Customer Relationship Management

บทนำ

จากสถิติการส่งออกพริกสด ช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีการส่งออกพริกสด ปริมาณ 12,905,270 ตัน คิดเป็นมูลค่า 344,575,494 ล้านบาท ซึ่งส่งออกไปประเทศมาเลเซียปริมาณ 11,032,082 ตัน คิดเป็นมูลค่า 257,780,249 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 74.81 ของการส่งออกทั่วโลก (กระทรวงพาณิชย์. 2562) ในปัจจุบัน พริกเป็นพืชที่ต้องการของตลาดมากขึ้นเนื่องจาก “พริกซูเปอร์ฮอต” มีความต้านทานต่อโรคและแมลงศัตรูพืชอื่น ๆ ประกอบกับข้าว ผลใหญ่ และเนื้อหนาทนทานต่อการขนส่ง และมีอัตราการสูญเสียน้อยกว่าพริกพันธุ์อื่น ๆ ให้ผลผลิตที่เยอะ อีกทั้งเป็นพริกที่นิยมนำมาแปรรูปได้ดี เช่น ซอสพริก พริกแห้ง และพริกป่น ที่สำคัญได้ราคาดีกว่าสายพันธุ์อื่น ๆ จึงทำให้เกษตรกรหันมาทำไร่พริกซูเปอร์ฮอตตามความต้องการของตลาด

สำหรับเกษตรกรในพื้นที่ อำเภอมะนัง จังหวัดนครสวรรค์ มีจำนวนหลายรายที่นิยมหันมาเอาพริกมาปลูก สลับกับการปลูกข้าว หรือเปลี่ยนมาปลูกแต่พริกเลย เนื่องจากเศรษฐกิจราคาข้าวตอนนี้ตกต่ำไปกว่าเดิมเยอะ ส่งผล

ให้รายได้ไม่เพียงพอต่อการเลี้ยงครอบครัว การส่งขายตอนนี้ราคาพริกอยู่ในระดับราคาที่พอใช้ได้ คือประมาณ กิโลกรัมละ 45-55 บาท (ตลาดไท, 2562) ซึ่งในการขายจำเป็นต้องศึกษาตลาดของโซอุปทาน เพราะเป็นส่วนสำคัญที่ต้องรู้ว่าจะสามารถนำผลผลิตที่เก็บเกี่ยวไปขายได้ที่ไหน เพื่อให้ความมั่นใจว่าผลผลิตที่ได้มานั้นจะมีตลาดรองรับ ในปัจจุบันสถานการณ์แวดล้อมด้านการตลาดของพริกมีการแข่งขันและมีคู่แข่งหน้าใหม่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร หรือผู้ส่งออกผลผลิตต่าง ๆ โดยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทำให้ข้อจำกัดในการเลือกและการเข้าถึงสินค้าหรือบริการของลูกค้าลดลงหรือหมดไปในที่สุด ปัจจุบันนี้เองที่เป็นสาเหตุสำคัญที่ส่งเสริมให้ลูกค้ามีอำนาจมากขึ้น ลูกค้าสามารถเปลี่ยนไปเลือกใช้บริการด้วยความจงรักภักดีที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ซึ่งลูกค้าในปัจจุบันนี้คาดหวังมากขึ้นที่จะได้รับการบริการในแบบเฉพาะที่ตนเองต้องการ คุณค่าที่สูงขึ้นและเข้าใจ ถึงสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น กิจกรรมที่ต้องการก้าวให้ทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ ต้องทำความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าเพื่อคาดการณ์และตอบสนองความต้องการลูกค้าการรักษฐานลูกค้าจึงเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการบรรลุความสำเร็จในการแข่งขันทางธุรกิจซึ่งธุรกิจหลายแห่งยอมทุ่มงบประมาณเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ตลอดจนรักษากลุ่มลูกค้าให้ได้ กลยุทธ์ที่ได้รับความนิยมจากธุรกิจต่าง ๆ ในการสร้างยอดขายและการซื้อซ้ำคือการใช้การตลาดแบบการบริหารลูกค้าความสัมพันธ์ (ศิริพร วิษณุภูมิชาญ, 2549)

จากที่กล่าวมาเป็นสาเหตุที่สนับสนุนให้ผู้วิจัยสนใจทำการศึกษาปัจจัยการส่งมอบพริกซูเปอร์ฮอตไปยังประเทศมาเลเซีย ผู้วิจัยหวังว่าผลงานวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของโซอุปทานการส่งมอบพริก โดยสามารถนำผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการพิจารณาบริหารความสัมพันธ์ของผู้ส่งมอบพริกและผู้ส่งออกสินค้าเกษตรอื่น ๆ ปรับปรุงพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดี และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจความไว้วางใจและความภักดีต่อลูกค้า

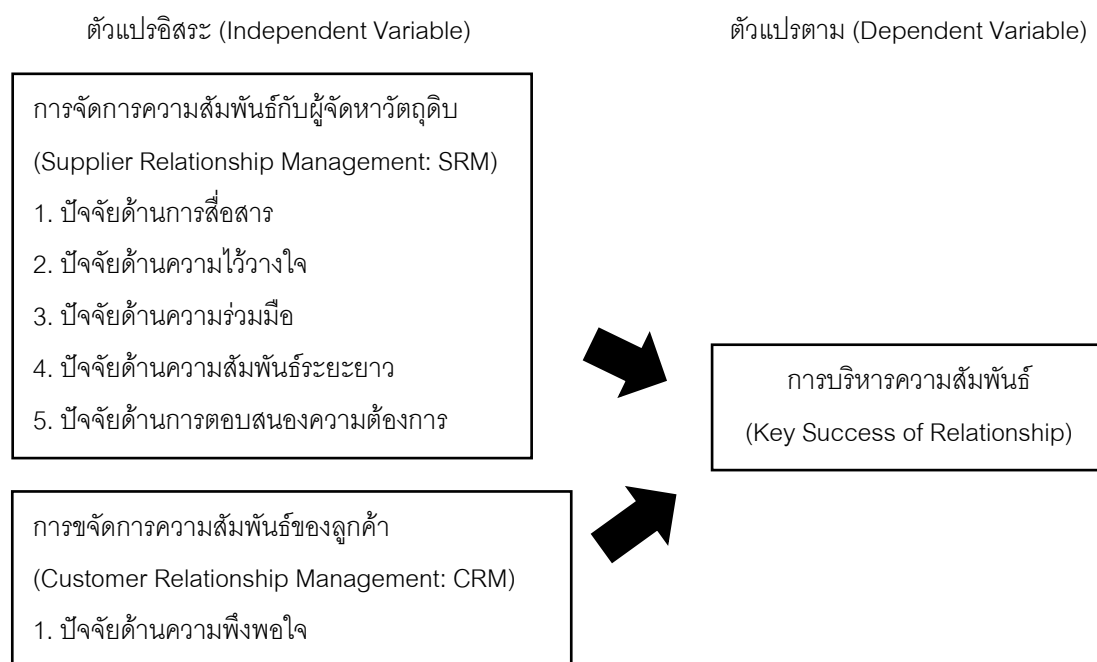
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งมอบพริกซูเปอร์ฮอตเพื่อการส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งมอบพริกซูเปอร์ฮอตเพื่อการส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย
3. เพื่อเสนอแนวทางในการบริหารความสัมพันธ์ของผู้ส่งมอบพริกและผู้ส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้สามารถทราบถึงปัจจัยการส่งมอบพริกซูเปอร์ฮอตเพื่อการส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย
2. ทำให้สามารถวิเคราะห์ปัจจัยการส่งมอบพริกซูเปอร์ฮอตเพื่อการส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย
3. ทำให้สามารถเสนอแนวทางในการบริหารความสัมพันธ์ของผู้ส่งมอบพริกและผู้ส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการ

1) กำหนดขอบเขตและวัตถุประสงค์ 2) ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ในการส่งมอบพริกซูปเปอร์ฮอทเพื่อการส่งออกที่เกิดขึ้นในโซ่อุปทานของเกษตรกร พ่อค้าคนกลาง และผู้ส่งออก 3) ศึกษาความสัมพันธ์ตั้งแต่ เกษตรกร (ต้นน้ำ) พ่อค้าคนกลาง (กลางน้ำ) และผู้ส่งออก (ปลายน้ำ) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการส่งมอบพริกซูปเปอร์ฮอทเพื่อการส่งออกไปประเทศมาเลเซีย 4) เก็บข้อมูลจากการปฏิบัติงานจริงของเกษตรกร พ่อค้าคนกลาง และผู้ส่งออก 5) นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยการส่งมอบพริกซูปเปอร์ฮอทเพื่อการส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย 6) นำแบบสอบถามไปลงพื้นที่จริง 7) นำข้อมูลมาวิเคราะห์และเสนอแนวทางในการบริหารความสัมพันธ์ของผู้ส่งมอบพริกและผู้ส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ได้มาจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) มาจากที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากเกษตรกรที่ทำการศึกษารวมถึงการพูดคุยเบื้องต้นกับเกษตรกรผู้ปลูกพริก พ่อค้าคนกลาง และผู้รวบรวมผลผลิตเพื่อการส่งออก จากนั้นนำแบบสอบถามให้ทั้งสามส่วนในโซ่อุปทาน นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้เข้าไปศึกษากระบวนการทำงานและการเชื่อมโยงทุกขั้นตอนจริงของเกษตรกร พ่อค้าคนกลาง และผู้รวบรวมผลผลิตเพื่อการส่งออก ซึ่งนำไปสู่ขั้นตอนการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ต่อการส่งมอบพริกซูปเปอร์ฮอทเพื่อการส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารที่สามารถอ้างอิงได้ โดยรวบรวมข้อมูลจากบทความทางวิชาการทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การร่างแบบสอบถาม

1. นำแบบสอบถามที่ได้ทดสอบความเที่ยงตรงหรือความสอดคล้องของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญอย่างน้อย 5 ท่าน ให้ค่าคะแนนเป็นรายข้อคำถาม โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC)

2. คำนวณค่า Item-Objective Congruence Index (IOC) และแปลผล

3. ค่า IOC ที่ดีจะต้องมีค่าเข้าใกล้ 1 และไม่ต่ำกว่า 0.7 หากมีข้อคำถามที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.7 ให้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ แบ่งออกเป็น 2 ชุด ดังนี้

3.1 การคิดค่า (Item-Objective Congruence Index: IOC) ของเกษตรกร

3.2 การคิดค่า (Item-Objective Congruence Index: IOC) ของผู้ส่งออก

4. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง โดยกำหนดประชากรโดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยใช้เหตุผลในการเลือกเพื่อความเหมาะสมในการวิจัย ดังนี้

4.1 เกษตรกร ตำบลบางพระหลวง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 5 ราย

4.2 ผู้รวบรวมผลผลิตพริกเพื่อการส่งออก จำนวน 2 ราย ร้านเจ้แอล-เฮียหจวน ตลาดไท จังหวัดปทุมธานี และร้านคุณตาม ตลาดสี่มุมเมือง จังหวัดปทุมธานี

5. ทำการลงพื้นที่เพื่อแจกแบบสอบถาม โดยสร้างแบบสอบถาม 2 ส่วน ดังนี้

5.1 ส่วนที่หนึ่ง ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ทำแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการเพาะปลูกพริก และจำนวนพื้นที่ทำการเกษตร เป็นต้น

5.2 ส่วนที่สอง ความสัมพันธ์ในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งมอบพริกซูเปอร์ฮอทจากเกษตรกรต่อพ่อค้าคนกลาง บนพื้นฐานการจัดการความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์ (Supplier Relationship Management: SRM) มาปรับใช้กับชุดแบบสอบถามของเกษตรกรต่อการส่งมอบพริกให้กับพ่อค้าคนกลาง และความสัมพันธ์ในปัจจัยการส่งมอบพริกซูเปอร์ฮอทของผู้ส่งออกต่อพ่อค้าคนกลางบนพื้นฐานการจัดการความสัมพันธ์ของลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) มาปรับใช้กับชุดแบบสอบถามของผู้ส่งออกที่มีต่อการรับมอบพริกจากพ่อค้าคนกลาง

การศึกษาปัจจัยการส่งมอบ พริกขี้หนูเพื่อการ ส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย	ค่าความเที่ยงตรงแบบสอบถาม (IOC)					ผลคำนวณ คะแนน (ต้องได้ 0.70–1.00)
	คุณสมจิตร	คุณวิษณุ	คุณศุภินกานต์	คุณสงคราม	คุณละอองดาว	
1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ทำแบบสอบถาม						
1. เพศ	1	1	1	1	1	1.00
2. อายุ	1	1	1	1	1	1.00
3. ระดับการศึกษา	1	1	1	1	1	1.00
4. พื้นที่ถือครองในการทำ การเกษตร	1	1	1	1	1	1.00
5. พื้นที่ทำการเพาะปลูก	1	1	1	1	1	1.00
6 ประสบการณ์ในการปลูกพริก	1	1	1	1	1	1.00
2. ปัจจัยด้านการสื่อสาร						
2.1 เพื่อคัดค้านกลางมีการสร้าง ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อกำหนด ด้านคุณภาพกับเกษตรกรอย่าง ชัดเจน	1	1	1	1	1	1.00
2.2 เพื่อคัดค้านกลางมีการ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับ เกษตรกรอยู่เสมอ	1	0	1	1	1	0.80
2.3 เพื่อคัดค้านกลางมีการแบ่งปัน ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ เกษตรกร	1	1	1	1	1	1.00
2.4 เพื่อคัดค้านกลางมีการแจ้ง ความต้องการที่แน่นอนให้กับ เกษตรกร	1	1	1	1	1	1.00
3. ปัจจัยด้านความไว้วางใจ						
3.1 เพื่อคัดค้านกลางมีความ น่าเชื่อถือ	1	1	1	1	1	1.00
3.2 เพื่อคัดค้านกลางมีภาพลักษณ์ หรือมีชื่อเสียงที่ดีที่ทำให้ เกษตรกรมีความไว้วางใจ	1	1	1	1	1	1.00
3.3 เพื่อคัดค้านกลางมีความซื่อสัตย์ และเที่ยงตรงในด้านราคารับซื้อ	1	1	1	1	1	1.00

ภาพประกอบ 1 แสดงค่า IOC ของเกษตรกร

4. ปัจจัยด้านความร่วมมือ						
4.1 เพื่อค้ำคานกลางมีส่วนร่วมในการจัดหาเมล็ดพันธุ์พืชไร่ (5%)	1	1	1	1	1	1.00
4.2 เพื่อค้ำคานกลางมีส่วนร่วมในการพัฒนาพันธุ์พืชไร่ (5%)	1	1	1	1	1	1.00
4.3 เพื่อค้ำคานกลางมีส่วนร่วมในการพัฒนาสูตรปุ๋ยต่าง ๆ ที่ทำให้ผลผลิตออกมาดี	1	0	1	1	1	0.80
4.4 เพื่อค้ำคานกลางมีส่วนร่วมในการขนส่งพืชไร่ (5%) จากไร่ไปยังโรงงานของตนเอง	1	1	1	1	1	1.00
5. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระยะยาว						
5.1 เพื่อค้ำคานกลางมีการประเมินคุณภาพของผลผลิตพืช	1	1	1	1	1	1.00
5.2 เพื่อค้ำคานกลางมีการประกันราคาขั้นต่ำตามสถานการณ์ของตลาด	1	1	1	1	1	1.00
6. ปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการ						
6.1 เพื่อค้ำคานกลางมีการคิดค้นหรือพัฒนากระบวนการดำเนินงานร่วมกับเกษตรกร	0	1	1	1	1	0.80
6.2 เพื่อค้ำคานกลางสามารถจัดหาแหล่งเมล็ดพันธุ์ที่ดีตามที่เกษตรกรต้องการได้	1	1	1	1	1	1.00
6.3 เพื่อค้ำคานกลางสามารถจัดหาแหล่งปุ๋ยที่ดีตามที่เกษตรกรต้องการได้	1	1	1	1	1	1.00
6.4 เพื่อค้ำคานกลางสามารถมารับผลผลิตได้ที่ไร่ของเกษตรกร โดยที่เกษตรกรไม่ต้องทำการขนส่งเอง	1	1	1	1	1	1.00

ภาพประกอบ 2 แสดงค่า IOC ของเกษตรกร (ต่อ)

การศึกษาปัจจัยต่อการรับมอบพริกขี้หนูเพื่อการส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย	ค่าความเที่ยงตรงแบบสอบถาม (IOC)					ผลคำนวณคะแนน (ต้องได้ 0.70-1.00)
	คุณวินัย	คุณยุติ	คุณณัฐชนก	คุณทศพรวรรณ	คุณพิเชษฐ์	
1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ทำแบบสอบถาม						
1. เพศ	1	1	1	1	1	1.00
2. อายุ	1	1	1	1	1	1.00
3. ระดับการศึกษา	1	1	1	1	1	1.00
6 ประสบการณ์ในการส่งออกพริก	1	1	1	1	1	1.00
2. ปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ส่งออก						
2.1 เพื่อคัดค้านกลางสามารถให้บริการจัดส่งพริกขี้หนูที่มีคุณภาพสดใหม่	1	1	1	1	1	1.00
2.2 เพื่อคัดค้านกลางสามารถจัดส่งพริกได้ตรงตามเวลาที่ผู้ส่งออกพริกขี้หนูต้องการได้	1	1	1	1	1	1.00
2.3 เพื่อคัดค้านกลางสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการในตลาดได้อย่างถูกต้องแม่นยำ	1	1	1	1	1	1.00
2.4 เพื่อคัดค้านกลางสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ส่งออกได้สมกับราคารับซื้อ	1	1	1	1	1	1.00
3. ปัจจัยด้านการสื่อสาร						
3.1 เพื่อคัดค้านกลางมีการสอบถามเกี่ยวกับข้อกำหนดด้านคุณภาพของพริกขี้หนูอยู่เสมอ	1	1	1	1	1	1.00
3.2 เพื่อคัดค้านกลางมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับผู้ส่งออกอยู่เสมอ	1	0	1	1	1	0.80
3.3 เพื่อคัดค้านกลางมีการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ส่งออก	1	1	0	1	1	0.80

ภาพประกอบ 3 แสดงค่า IOC ของผู้ส่งออก

4. ปัจจัยด้านความไว้วางใจ						
4.1 พ่อค้าคนกลางสามารถเชื่อถือได้	1	1	1	1	1	1.00
4.2 พ่อค้าคนกลางมีภาพลักษณ์หรือมีชื่อเสียงที่ดีทำให้ผู้ส่งออกพริกขี้หนูแปรรูปมีความไว้วางใจ	1	1	1	1	1	1.00
4.3 พ่อค้าคนกลางมีความซื่อสัตย์และเที่ยงตรงในด้านปริมาณผลผลิต	1	1	1	1	1	1.00
5. ปัจจัยด้านความร่วมมือ						
5.1 พ่อค้าคนกลางมีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักเกณฑ์การคัดเลือกคุณภาพพริก	1	1	1	0	1	0.80
5.2 พ่อค้าคนกลางมีส่วนร่วมในการคำนวณความต้องการผลผลิต	1	1	0	1	1	0.80
6. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระยะยาว						
6.1 พ่อค้าคนกลางมีการประเมินคุณภาพของผลผลิตก่อนจะส่งมายังโรงงานผู้ส่งออก	1	1	1	1	1	1.00
6.2 พ่อค้าคนกลางมีการเลือกสรรเกษตรกรจากหลายแหล่งเพื่อลดการพึ่งพาจากเกษตรกรรายเดียว	1	1	1	1	1	1.00
7. ปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการ						
7.1 พ่อค้าคนกลางมีการคิดค้นหรือพัฒนากระบวนการดำเนินงานร่วมมือกับผู้ส่งออก	0	1	1	1	1	0.80
7.2 พ่อค้าคนกลางสามารถจัดหาลักษณะพริกขี้หนูแปรรูปที่ดีให้กับผู้ส่งออกได้	1	1	1	1	1	1.00
7.3 พ่อค้าคนกลางสามารถจัดหาพริกขี้หนูแปรรูปตรงตามจำนวนที่ผู้ส่งออกต้องการได้	1	1	1	1	1	1.00
7.4 พ่อค้าคนกลางสามารถนำส่งผลผลิตที่สุกรวบรวมผลผลิตของผู้ส่งออกได้	1	1	1	1	1	1.00

ภาพประกอบ 3 แสดงค่า IOC ของผู้ส่งออก (ต่อ)

การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

สรุปผลการวิจัย

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยการส่งมอบพริกขี้หนูแปรรูปเพื่อการส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย ผ่านการประเมินปัจจัยโดยผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ เกษตรกรจำนวน 5 ราย และผู้ส่งออกจำนวน 5 ราย ได้แบ่ง

ออกเป็นปัจจัยดังนี้ ในส่วนของเกษตรกร ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสื่อสาร ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านความร่วมมือ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระยะยาว และปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการ ในส่วนของผู้ส่งออก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความพึงพอใจ ปัจจัยด้านการสื่อสาร ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านความร่วมมือ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระยะยาว และปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการส่งมอบพริกซูเปอร์ฮอทเพื่อการส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย กลุ่มตัวอย่างของเกษตรกรใน ตำบลบางพระหลวง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 5 ราย ส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย คิดเป็นร้อยละ 60 จำนวน 3 ราย มีอายุ 51-60 ปี ร้อยละ 60 จำนวน 3 ราย ระดับการศึกษา ประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 80 จำนวน 4 ราย มีพื้นที่ทำการเพาะปลูกพริกซูเปอร์ฮอทเป็นของตนเอง ร้อยละ 100 จำนวน 5 ราย ทั้งหมดของจำนวนผู้ทำแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่มีพื้นที่ทำการเพาะปลูก 10-50 ไร่ ร้อยละ 80 จำนวน 4 ราย โดยมีประสบการณ์ปลูกพริกซูเปอร์ฮอทมาแล้ว มากกว่า 15 ปี ร้อยละ 100 จำนวน 5 ราย หรือทั้งหมดของจำนวนผู้ทำแบบสอบถาม โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยระดับต่าง ๆ ดังนี้ เกษตรกรส่วนใหญ่มองถึงเรื่องการตอบสนองความต้องการเป็นหลัก รองลงมาความสัมพันธ์ระยะยาว รองลงมาความไว้วางใจ รองลงมาความร่วมมือ และสุดท้ายคือด้านการสื่อสาร ตามลำดับ โดยการตอบสนองความต้องการพ่อค้าคนกลางสามารถคิดค้นหรือพัฒนากระบวนการดำเนินงานร่วมมือกับเกษตรกร โดยจัดหาแหล่งเมล็ดพันธุ์หรือนำเมล็ดพันธุ์ที่ดีมาให้ พร้อมกับปุ๋ยที่ดีเพื่อผลผลิตที่จะออกมาตรงตามความต้องการของตนเอง และยังสามารถไปรับผลผลิต ณ บริเวณสถานที่หน้าไร่ของเกษตรกรอีกด้วย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3) เพื่อเสนอแนวทางในการบริหารความสัมพันธ์ของผู้ส่งมอบพริกและผู้ส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย ในส่วนของผู้ส่งออก ร้านเจ้แอล-เฮียหงวน ตลาดไท จังหวัดปทุมธานี จำนวน 1 ราย และร้านคุณตามตลาดสี่มุมเมือง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 1 ราย ทั้งสองคนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ชาย คิดเป็นร้อยละ 100 มีอายุ 25-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 50 จำนวน 1 ราย และ อายุ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 50 จำนวน 1 ราย โดยมีระดับการศึกษา อยู่ที่มัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 100 จำนวน 2 ราย มีประสบการณ์ในการส่งออกพริก 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 50 จำนวน 1 ราย มากกว่า 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 50 จำนวน 1 ราย โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยระดับต่าง ๆ ดังนี้ ผู้ส่งออกทั้งสองคนส่วนใหญ่มองถึงเรื่องความพึงพอใจเป็นหลัก รองลงมาเป็นความสัมพันธ์ระยะยาว รองลงมาความไว้วางใจ รองลงมาการตอบสนองความต้องการ รองลงมาด้านการสื่อสาร และสุดท้ายความร่วมมือ ตามลำดับ โดยในด้านของความพึงพอใจของผู้ส่งออกที่มีต่อพ่อค้าคนกลาง เป็นสิ่งที่พ่อค้าคนกลางทำให้ผู้ส่งออกประทับใจ เช่น ปัจจัยดังนี้พ่อค้าคนกลางสามารถให้บริการจัดส่งพริกซูเปอร์ฮอทที่มีคุณภาพสดใหม่ ได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ อีกทั้งยังสามารถปรับเปลี่ยนได้ทันตามสถานการณ์ของเศรษฐกิจตลาดในและนอกประเทศอย่างคุ้มค่ากับราคารับซื้อที่ผู้ส่งออกให้กับพ่อค้าคนกลาง

ในการบริหารความสัมพันธ์นั้นไม่ได้เน้นเพียงแค่การขายและการบริการลูกค้าเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเก็บข้อมูลพฤติกรรมในการใช้จ่ายและความต้องการของลูกค้า จากนั้นจะนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์และใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจอย่างมาก ถือเป็นการบรรลุเป้าหมายในการบริหารความสัมพันธ์

การอภิปรายผล

จากการดำเนินงานการศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยการส่งมอบพริกชุบเปอร์ฮอทไปยังประเทศมาเลเซีย พบว่าปัจจัยที่ผลต่อการส่งมอบพริกชุบเปอร์ฮอทไปยังประเทศมาเลเซีย คือปัจจัยความพึงพอใจเป็นหลัก รองลงมา เป็นความสัมพันธ์ระยะยาว รองลงมาความไว้วางใจ รองลงมาการตอบสนองความต้องการ รองลงมาด้านการสื่อสาร และสุดท้ายความร่วมมือ สอดคล้องกับ ศราวุทธิ์ ตริยสินันท์ (2554) เรื่อง ความสัมพันธ์ห่วงโซ่อุปทานระหว่าง ผู้จัดการวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่าการตระหนักความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้จัดการวัตถุดิบและผู้ซื้อในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทานในภาพรวม และประสิทธิผลการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทานในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ การตระหนักด้านการเชื่อมโยงในห่วงโซ่อุปทานที่สูงขึ้นจะส่งผลต่อการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้จัดการวัตถุดิบและผู้ซื้อให้เพิ่มสูงขึ้น การเพิ่มขึ้นของการดำเนินงานด้านความร่วมมือและการดำเนินงานด้านการสื่อสารจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้จัดการวัตถุดิบและผู้ซื้อให้เพิ่มสูงขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการส่งมอบอาจจะเป็นในเชิงบนพื้นฐานแนวคิดอื่น ๆ
2. ควรเลือกจำนวนประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างให้เหมาะสมแก่ระยะเวลาการทำวิจัย เพื่อให้ได้

ความถูกต้องของข้อมูลอย่างมากที่สุด

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้ทำการศึกษารายต่อไป อาจจะสามารถต่อห่วงโซ่อุปทานของพริกชุบเปอร์ฮอท โดยการบริหารความสัมพันธ์ ไปจนถึงผู้บริโภค หรือผู้นำพริกไปแปรรูปเป็นอย่างอื่นต่อไปได้อีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงพาณิชย์. (2562). สถิติการส่งออกพริกของประเทศไทย ปี 2562. สืบค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2562, จาก <http://tradereport.moc.go.th/TradeThai.aspx>.
- ตลาดไท ราคาสินค้าพริกขี้หนูแดง. (2562). ราคาพริกชุบเปอร์ฮอท. สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2562, จาก <https://talaadthai.com/product/9-45-04-thai-red-birds-eyechillissuper-hot>.
- ศิริพร วิษณุภูมิหามาชัย. (2549). การบริหารลูกค้าความสัมพันธ์. สืบค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2562, จาก <http://km.citu.tu.ac.th/km/wp-content/uploads/2011/12/working-team.pdf>.

NBUS0094: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งภายในประเทศ

MARKETING MIX FACTORS AFFECTING THE SATISFACTION OF DOMESTIC TRANSPORTATION USERS

ปณิยา อินทภาค¹

¹ อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการขนส่งภายในประเทศ บริษัท อานาคาโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจผู้ใช้บริการขนส่งภายในประเทศ บริษัท อานาคาโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการขนส่งภายในประเทศ บริษัท อานาคาโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้ใช้บริการ บริษัทขนส่ง อานาคาโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 208 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามทำวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไป และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐานใช้สถิติค่า t-test, F test วิเคราะห์ค่า Sig ในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลจากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 26-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานรับจ้างทั่วไป รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัท อานาคาโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.17 เมื่อพิจารณาทั้ง 7 ด้าน โดยเรียงลำดับความพึงพอใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านช่องทางจัดจำหน่าย การเปรียบเทียบความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการขนส่งภายในประเทศ บริษัท อานาคาโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพแตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอแตกต่างกัน

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมการตลาด, ความพึงพอใจ, ผู้ใช้บริการขนส่ง

Abstract

This study aimed 1) to study the factors of personal transport in the country. Naga logistics company limited Muang Samut Prakan 2) study the marketing mix factors affecting satisfaction of transport within the country. Naga logistics company limited Muang Samut Prakan 3) To compare the satisfaction factor in the marketing mix by the personal data of users of local transport. Naga logistics company limited Muang Samut Prakan. The sample used in this research is the use of rubrics, the carrier Naga logistics Ltd. Muang Samut some 208 people used to collect information from the information received. do query data were analyzed using descriptive statistics (descriptive statistics) and the frequency (frequency) percentage (percentage), average ($\bar{X}$), and Standard Deviation (S.D.) To describe Overview And statistics in the region at (Inferential Statistics) for statistical analysis, hypothesis testing using the t-test, F-test analysis of the Sig significance level of .05.

The study found that the majority were male, aged 26-35 years of undergraduate education. Job General Monthly income of 10001-20000 baht marketing mix factors affecting satisfaction of transport logistics company, Naga Limited, Muang Samut Prakan. The overall level with an average of 4. 17. Seven considering the descending order from most to least satisfying aspect of product, price, promotion, marketing personnel process Physical And side channels The satisfaction factor in the marketing mix by the personal data of users of local transport. Naga Logistics Company limited Muang Samut found that gender, age, education, income and occupation differences affecting customer satisfaction include the marketing mix of product, price, and distribution channels. The promotion of individual processes. And the physical appearance and the presentation is different.

Keywords: Marketing mix factors, Satisfaction, Transport users

บทนำ

การขนส่ง (Transportation) เป็นอุปสงค์ต่อเนื่อง (Derived Demand) ของธุรกิจการค้า เมื่อมีความต้องการสินค้าเกิดขึ้น ทำให้เกิดการค้าขายแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย การขนส่งจึงเข้ามาช่วยสนับสนุนการค้าให้สามารถส่งสินค้าจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง นอกจากนี้การขนส่งยังต้องคำนึงถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยจัดบริการขนส่งให้ถูกที่และถูกเวลา และทันต่อความต้องการ

ในปัจจุบันความต้องการใช้บริการขนส่งของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้มีการขยายสาขาไปตามสถานที่ต่าง ๆ ที่สะดวกต่อการรับบริการของผู้บริโภค และมีทางเลือกในการให้บริการขนส่งมากขึ้น ซึ่งในตำบลแพรวหา อำเภอมือง เป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่มีการบริการขนส่งภาคเอกชน ได้แก่ บริษัทขนส่ง อนาคตโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอมือง จังหวัดสมุทรปราการ และยังมีขนส่งเอกชนที่ก่อตั้งขึ้นอีกหลายบริษัท และทำให้มีการแข่งขันในการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด จึงทำให้บริษัทต่าง ๆ พยายามหาวิธีการให้บริการการขนส่งที่ดี ตลอดจนสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับลูกค้าได้มากที่สุด

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งภายในประเทศ ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน ของบริษัทขนส่ง อานาคาโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ เพื่อนำผลวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการด้านการขนส่งเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและสร้างความพึงพอใจให้ได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการขนส่งภายในประเทศ บริษัทอานาคาโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งภายในประเทศ บริษัท อานาคาโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการขนส่งภายในประเทศ บริษัทอานาคาโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

สมมติฐานของงานวิจัย

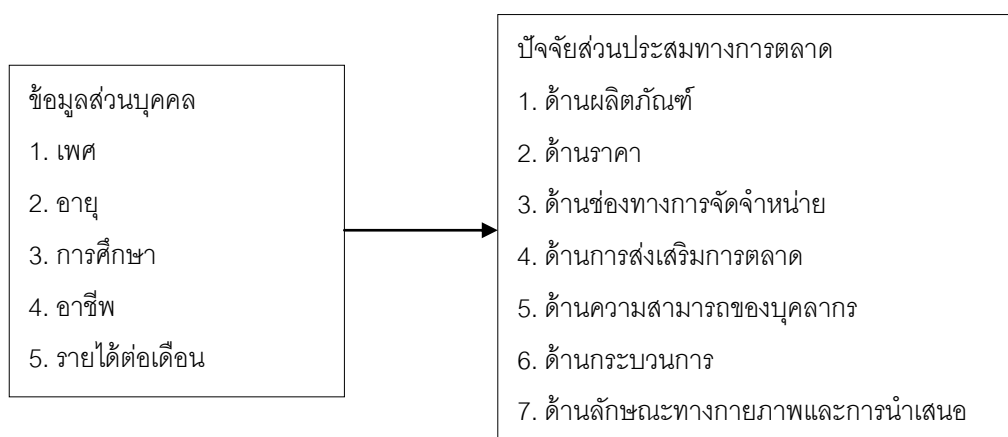
ข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการขนส่งภายในประเทศ บริษัทอานาคาโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
2. ทำให้ทราบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งภายในประเทศ บริษัท อานาคาโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
3. ทำให้ทราบข้อมูลความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการขนส่งภายในประเทศ บริษัทอานาคาโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

กรอบแนวความคิด

การศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งภายในประเทศ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors)

สิริฐากร ชูทรัพย์ (2553: 79) กล่าวถึง ปัจจัยส่วนบุคคลว่า 1) เพศ: ผู้หญิงกับผู้ชายจะมีพฤติกรรมในการซื้อแตกต่างกัน 2) อายุ: เด็กจะซื้อสินค้าเพราะต้องการของเล่น วัยรุ่นจะซื้อสินค้าตามแฟชั่นในช่วงเวลานั้น ผู้ใหญ่จะซื้อสินค้าโดยเปรียบเทียบระหว่างคุณภาพกับราคา ในขณะที่คนชราจะซื้อสินค้าโดยคำนึงถึงผลกระทบ 3) สถานภาพ: คนโสดจะซื้อสินค้าโดยใช้เหตุผลส่วนตัวเป็นหลัก ในขณะที่คนที่มีครอบครัว จะคำนึงถึงความต้องการของสมาชิกในครอบครัวด้วย จนบางครั้งลืมคำนึงถึงความต้องการของตนเอง 4) การศึกษา: ระดับการศึกษาแสดงถึงระดับความรู้ของบุคคล 5) อาชีพ: การประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อได้เช่นกัน 6) รายได้: รายได้ของผู้บริโภคแสดงถึงอำนาจในการซื้อสินค้าหรือบริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

กุลวดี คูหะโรจนานนท์ (2545: 16) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ และสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม เพื่อให้กิจการอยู่รอด ซึ่งส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7P's ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ

แนวความคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ

วิรุฬห์ พรหมเทวี (2542) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย

ความรู้เกี่ยวกับบริษัทขนส่ง อนาคตโลจิสติกส์ จำกัด

บริษัทขนส่ง อนาคตโลจิสติกส์ จำกัด ตั้งอยู่ที่ 456/8 หมู่ 1 ถนนแพรงษา ตำบลท้ายบ้านใหม่ อำเภอมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ 10280 บริษัทขนส่ง อนาคต โลจิสติกส์ จำกัด เป็นขนส่งที่คล้ายกับขนส่งเคอรี่ เอ็กเพรส ขนส่งดีเอสแอล ซึ่งขนส่งประเภทนี้จัดเป็นขนส่งเอกชนมีการชำระเงินต้นทางและปลายทาง เคอรี่-เอ็กเพรสกับขนส่งดีเอสแอลมีทั่วประเทศไทยแต่ บริษัทขนส่ง อนาคตโลจิสติกส์ จำกัด มีสาขาเดียวในประเทศไทย ซึ่ง

ผู้บริหารมีความมั่นใจกับการก่อตั้งขนส่งนี้ เนื่องจากบริษัทขนส่ง อนาคตโลจิสติกส์ จำกัด มีจุดแข็ง คือสามารถเข้าไปรับสินค้าให้กับลูกค้าได้ถึงที่ จุดอ่อน คือบริษัทขนส่ง อนาคต โลจิสติกส์ ไม่มีการเก็บค่าขนส่งปลายทางเหมือนกับขนส่งเอกชนทั่วไป

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งภายในประเทศ กรณีศึกษา บริษัท อนาคต โลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ความพึงพอใจ ความรู้เกี่ยวกับบริษัท อนาคตโลจิสติกส์ จำกัด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ขอบเขตด้านประชากร คือ ผู้ใช้บริการบริษัทขนส่ง อนาคตโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 450 คน (ข้อมูลจาก บริษัทขนส่ง อนาคตโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ)
3. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ เดือนกรกฎาคม 2562-กันยายน 2562

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Study) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจำนวน 220 ชุด ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษครั้งนี้ สร้างขึ้นจากวัตถุประสงค์และกรอบแนวความคิดของงานวิจัย จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่าง 40 คน ซึ่งเป็นกลุ่มทดลองที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษา เพื่อทดสอบความเข้าใจในข้อคำถามของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงการเก็บข้อมูลและการนำข้อมูลมาหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability of the best) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา Cronbach's Alpha ได้ดำเนินการทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อคำถามของแบบสอบถามทั้งฉบับจากกลุ่มทดลองที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา มีค่าความน่าเชื่อถือได้ 0.86

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการบริษัทขนส่ง อนาคตโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 450 คน (ข้อมูลจาก บริษัทขนส่ง อนาคตโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการบริษัทขนส่ง อนาคตโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 208 คน ได้มาโดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของเครจซี; และ มอร์แกน (Krejcie; & Morgan. 1970; อ้างใน มารยาท โยทองยศ; และ ปราณี สวัสดิ์สรรพ. 2557)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างโดยเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยการเก็บแบบสอบถามในช่วงวันจันทร์ถึงศุกร์ เวลาทำการของบริษัทขนส่ง อนาคตโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการขนส่ง จำนวน 220 คน โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเดือนสิงหาคม 2562 ได้คืนมาจำนวน 220 ชุด คิดเป็น 100% ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของการทำแบบสอบถามแต่ละชุดและนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปโดยการนำเสนอผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไป และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐานใช้สถิติค่า t-test, F test วิเคราะห์ค่า Sig ในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการศึกษา

ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 อายุ 26-35 ปี จำนวน 123 คิดเป็นร้อยละ 59.1 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 อาชีพพนักงานรับจ้างทั่วไป จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัทธนาคาร โลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ มีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัทธนาคาร โลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
ส่วนประสมทางการตลาด 7P's			
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.21	0.56	มาก
2. ด้านราคา (Price)	4.02	0.58	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.62	0.65	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.87	0.59	มาก
5. ด้านบุคคล (People)	4.02	0.54	มาก
6. ด้านกระบวนการ (Process)	3.79	0.63	มาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence)	3.83	0.67	มาก
รวม	3.91	0.61	มาก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัทธนาคาร โลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมา ด้านราคามีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02 ด้านบุคคลมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02 ด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.87 ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.83 ด้านกระบวนการมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.79 และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.62 ตามลำดับ

เปรียบเทียบความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการขนส่งภายในประเทศ บริษัทขนส่ง อานาคาโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจในประสมทางการตลาดจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัทขนส่ง อานาคาโลจิสติกส์ จำกัด ภายในประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิเคราะห์พบว่า

เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัทขนส่ง อานาคาโลจิสติกส์ จำกัด ภายในประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน โดยมีค่า sig. 0.000* เป็นที่ยอมรับในสมมติฐาน เพราะมีค่า sig. น้อยกว่า .05

อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัทขนส่ง อานาคาโลจิสติกส์ จำกัด ภายในประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน โดยมีค่า sig. 0.000* เป็นที่ยอมรับในสมมติฐาน เพราะมีค่า sig. น้อยกว่า .05

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัทขนส่ง อานาคาโลจิสติกส์ จำกัด ภายในประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน โดยมีค่า sig. 0.000* เป็นที่ยอมรับในสมมติฐาน เพราะมีค่า sig. น้อยกว่า .05

อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัทขนส่ง อานาคาโลจิสติกส์ จำกัด ภายในประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน โดยมีค่า sig. 0.000* เป็นที่ยอมรับในสมมติฐาน เพราะมีค่า sig. น้อยกว่า .05

รายได้แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัทขนส่ง อานาคาโลจิสติกส์ จำกัด ภายในประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน โดยมีค่า sig. 0.000* เป็นที่ยอมรับในสมมติฐาน เพราะมีค่า sig. น้อยกว่า .05

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัทขนส่ง อานาคาโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ สามารถสรุปประเด็นที่สำคัญ ได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการขนส่งภายในประเทศ บริษัทขนส่ง อานาคาโลจิสติกส์ จำกัด ภายในประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 26-35 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานรับจ้างทั่วไป รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง บริษัทขนส่ง อานาคาโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาทางด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจในระดับมาก เนื่องจากมีความพร้อมของเทคโนโลยีที่ทันสมัย รองรับต่อกลุ่มลูกค้าทั้งผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่ง อุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของลูกค้ามีความปลอดภัย และลักษณะอุปกรณ์บรรจุหีบห่อได้มาตรฐานแข็งแรงทนทาน ด้านราคา มีความพึงพอใจในระดับมาก เนื่องจากราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพของการบริการ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบริการขนส่งเอกชนอื่น และราคาอุปกรณ์สำหรับใช้บรรจุหีบห่อมีความเหมาะสม ด้านบุคคลมีความพึงพอใจในระดับมาก เนื่องจากพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีมารยาท

พนักงานเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีการให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าเกิดปัญหาในการใช้บริการ และพนักงานพูดจาไพเราะ มีการให้คำแนะนำในการใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจในระดับมาก เนื่องจากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น Google Facebook เพจข่าวสารสมุทรปราการ มีการจัดการส่งเสริมการขายให้กับลูกค้า เช่น ส่งสินค้า 2 ชิ้น ไปต่างจังหวัดได้ราคาส่งทันที และมีการรับประกันความเสียหายของสินค้าตามอัตราที่กำหนดของบริษัทขนส่ง อนาคตโลจิสติกส์ จำกัด ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ มีความพึงพอใจในระดับมาก เนื่องจากมีป้ายบอกอัตราค่าอุปโภคบริโภคสำหรับใช้บรรจุหีบห่อชัดเจน มีป้ายบอกอัตราค่าอุปโภคบริโภคสำหรับใช้บรรจุหีบห่อชัดเจน พื้นที่ในการให้บริการมีความเหมาะสม และรถที่ใช้ในการขนส่งมีสภาพดี แข็งแรงทนทานต่อการใช้งาน ด้านกระบวนการ มีความพึงพอใจในระดับมาก เนื่องจากการให้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว สินค้าส่งถึงผู้รับในสภาพที่สมบูรณ์ไม่แตกหักหรือเสียหาย และมีระบบการติดตามสินค้าและยืนยันการรับสินค้า และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจในระดับมาก เนื่องจากมีบริการรับสินค้าถึงบริษัทของผู้ใช้บริการ สถานที่ตั้งกิจการเข้าถึงง่ายและสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการขนส่ง และมีสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้มาใช้บริการ

ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จุไรพร พินิจชอบ (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพ มีทั้งสิ้น 6 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ และปัจจัยด้านกระบวนการ

จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการขนส่งภายในประเทศ บริษัทขนส่งอนาคตโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพแตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งภายในประเทศ บริษัทขนส่ง อนาคตโลจิสติกส์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ มีข้อเสนอแนะผู้ตอบแบบสอบถามให้การให้ข้อมูลดังนี้

1. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่น เป็นส่วนที่ต้องเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการในการพิจารณาหาแนวทางปรับปรุง ในเรื่องของการจัดสถานที่จอดรถให้ผู้มารับบริการเพื่อให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วในการใช้บริการ ซึ่งคาดว่าจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

2. ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยรองลงมา เป็นส่วนที่ต้องเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการในการพิจารณาหาแนวทางปรับปรุง ในเรื่องจัดรถที่ใช้ในการขนส่งให้มีสภาพดี แข็งแรงทนทานต่อการใช้งาน มีการบำรุงดูแลอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในการใช้บริการมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการสัมภาษณ์หรือพูดคุยกับผู้ให้บริการการขนส่งของบริษัทขนส่ง อานาคาโลจิสติกส์จำกัด ถึงความพึงพอใจและสิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุงเพื่อหาข้อมูลเชิงลึกในการวิเคราะห์ถึงความคิดเห็นและเปรียบเทียบในด้านต่าง ๆ เพื่อสามารถปรับปรุงงานบริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กุลวดี คูหะโรจนานนท์. (2543). **ส่วนประสมทางการตลาด: หลักการตลาด**. ปทุมธานี: สถาบันราชภัฏเพชรบุรี-วิทยาลัยการณ.
- จุไรพร พิณใจชอบ. (2560). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานคร**. สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2562, จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902031706_7322_6207.pdf.
- มารยาท โยทองยศ; และ ปราณี สวัสดิ์สรรพ. (2562). **การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย**. สืบค้นเมื่อ 8 กรกฎาคม 2562, จาก <http://www.fsh.mi.th/km/wp-content/uploads/2014/04/resch.pdf>.
- วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). **ทฤษฎีความพึงพอใจ**. สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/492000>.
- สิกฐากร ชูทรัพย์. (2553). **ปัจจัยส่วนบุคคล: หลักการตลาด**. นนทบุรี: เอมพันธ์.

NBUS0095: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ บริษัท
ตัวแทนนำเข้า-ส่งออกสินค้าของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

MARKETING MIX FACTORS AFFECTING THE DECISION TO USE THE SERVICE IMPORT-
EXPORT AGENTS OF PEOPLE IN LAT KRABANG BANGKOK

ทิพมาศ รัตนพิทักษ์¹ นงลักษณ์ ทองขวัญ²

^{1,2} อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนนำเข้า-ส่งออกสินค้าของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เก็บข้อมูลจากประชากรจำนวน 175,662 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีค่าความเชื่อถือได้ 0.95 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ค่า t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของตัวแปรสองกลุ่มและใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ในการวิเคราะห์พบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่าสองกลุ่ม และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's Method) โดยกำหนดการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 249 คน อายุ 31-40 ปี จำนวน 191 คน ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 199 คน อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 198 คน รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 152 คน ช่วงเวลาการรับบริการ 06.01-12.00 น.จำนวน 170 คน ความถี่ในการใช้บริการ 4-6 ครั้ง/เดือน จำนวน 134 คน ประเภทสินค้าที่นำมาใช้บริการเป็นสินค้าอุปโภค-บริโภค จำนวน 155 คน ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดให้ความสำคัญระดับมากในด้านราคา รองลงมาคือด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศที่แตกต่างกันให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อายุที่แตกต่างกันให้ความสำคัญในทุกด้านไม่แตกต่างกัน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านราคาไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาชีพที่แตกต่างกันให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคาไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ช่วงเวลาการรับบริการที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญในทุกด้านไม่

แตกต่างกัน ความถี่การรับบริการที่แตกต่างกันให้ความสำคัญในทุกด้านแตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ประเภทสินค้าที่นำมาใช้บริการที่แตกต่างกันให้ความสำคัญในทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจเลือกใช้บริการ, บริษัทตัวแทนนำเข้า-ส่งออกสินค้า

Abstract

The purpose of this research was to study Marketing mix factors affecting the decision to use the service Import-export agents of people in Lat Krabang Bangkok. Using the simple random Sampling method, collecting data from 175,662 people's, 400 samples using questionnaires as a tool for data collection The reliability was 0.95. The data were analyzed by using percentage, mean, standard deviation, using t-test to test for the difference of two groups of variables and One-Way ANOVA for analysis of the differences. Testing for differences in pairs by the Scheffe's Method procedure by specifying statistical significance at the level of .05

The results showed that most of the respondents were 249 female, 31-40 years old, 191 persons, bachelor degree education 199 persons, occupation 198 private company employees monthly income. 20,001-30,000 baht, 152 people, service period 06.01-12.00 hrs, 170 people, the frequency of service 4-6 times/month, 134 people, the type of products used in the consumer goods service is 155 people. The marketing mix attaches great importance to price. Next to the physical characteristics Service process Product and personnel, distribution channels And marketing promotion respectively

The consensus tests found that different genders value distribution channels. not different products and services, prices, marketing promotions, personnel, service processes, and the physical characteristics were different, The ages were different giving importance to all aspects not different educational levels give importance to products and services and price was not different the distribution channels marketing promotion, personnel, service process and physical aspects were different, different careers giving importance to product and service. Prices are no different, The distribution channels Marketing promotion, personnel, service process and physical characteristics are different, different monthly income, focus on products and services Not different in terms of price, distribution channel marketing promotion, personnel, service process and the physical characteristics were different, the service period was different. giving importance to all aspects not different, The frequency of service is different. Giving importance to all aspects, different types of products used for different services. Giving importance to all aspects not different with statistical significance at the level of 0.05

Keywords: Marketing mix , Decision to use the service , Import-export agents

บทนำ

การนำเข้าส่งออกสินค้าระหว่างประเทศถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนให้ธุรกิจนั้นมีการเติบโตมาก รวมไปถึงความแตกต่างของต้นทุนการผลิต ทำให้ผู้นำเข้าสามารถหาสินค้าที่มีคุณภาพดี และราคาถูกกว่าในประเทศของตน หรือผู้ส่งออกสามารถขายสินค้าที่ตนเองผลิต ไปยังประเทศต่าง ๆ ได้

การเปิดการค้าเสรีในภูมิภาคอาเซียนย่อมส่งผลกระทบต่อรายได้ของประเทศ เนื่องจากประเทศไทยพึ่งพิงการส่งออกเป็นหลัก ดังนั้นการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนนำเข้า-ส่งออกช่วยให้ธุรกิจการลดต้นทุนซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการทำธุรกิจ และค่าขนส่งที่ต่ำที่สุดประหยัดที่สุด หากผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนการขนส่งได้จะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการมากขึ้น

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนนำเข้า-ส่งออกสินค้าของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนนำเข้า-ส่งออกสินค้าของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนนำเข้า-ส่งออกสินค้าของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนนำเข้า-ส่งออกสินค้าของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนนำเข้า-ส่งออกสินค้าของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
3. สามารถนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการต่อไปในอนาคต

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนนำเข้า-ส่งออกสินค้าของประชาชนในเขตตลาดกระบัง กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดมีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกันเพื่อให้การดำเนินงานด้านการตลาดประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ซึ่งประกอบด้วยหลัก 7Ps ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ บุคลากร และลักษณะทางกายภาพ (Adrian. 2011; อ้างใน ธีรนิติ ณ อยุธยา. 2553)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตน หรือไม่มีตัวตนก็ได้ ประกอบไปด้วย สินค้า บริการ องค์การหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีประโยชน์และมีคุณค่าสำหรับลูกค้า จึงมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ (พิชญ จงสถิตวัฒนา. 2548)

2. ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่บุคคลจ่ายสำหรับสิ่งที่ได้มา ซึ่งแสดงถึงมูลค่าในรูปเงินตราหรืออาจหมายถึงจำนวนเงิน หรือสิ่งอื่นที่จำเป็นต้องใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ และบริการ นักการตลาดต้องตัดสินใจในราคา และการปรับปรุงราคา เพื่อให้เกิดมูลค่าในตัวสินค้าที่มอบให้ลูกค้ามากกว่าราคาสินค้า

3. สถานที่ (Place) หมายถึง ช่องทางการจัดจำหน่ายเกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้ามีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและประโยชน์ของบริการที่นำเสนอต่อการตัดสินใจด้านสถานที่ให้บริการ การเลือกทำเลที่ตั้งซึ่งมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่มีการจัดสถานที่ให้ลูกค้าต้องไป

รับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดให้ เพราะทำเลที่ตั้งเป็นตัวกำหนดกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคที่จะเข้ามารับบริการ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้วิธีใดอันหนึ่งหรือใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสานกันโดยพิจารณาถึงความเหมาะสมของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาด

5. บุคลากร (People) หมายถึง บุคลากรเป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นจึงต้องมีการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการลูกค้า

6. กระบวนการ (Process) หมายถึง เป็นวิธีการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้ารวดเร็วและประทับใจ ธุรกิจบริการนั้นผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่กระบวนการทั้งหมดส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าที่ใช้บริการทั้งสิ้น (Procter. 2008: 243; อ้างอิงใน อุดลย์ จาตุรงค์กุล. 2550: 258-259)

7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่ได้มีการให้บริการและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจับต้องได้อย่างใดอย่างหนึ่งที่อำนวยความสะดวกในการปฏิบัติการและส่งมอบบริการ เช่น การตกแต่งสถานที่ให้บริการ เครื่องแบบของพนักงาน และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพจึงเป็นสิ่งที่สื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจน

สรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คือ แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ บุคลากร และลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการตัดสินใจเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มี โดยลูกค้าจะเลือกสินค้าหรือบริการตามสถานการณ์หรือข้อมูลที่มีการตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญซึ่งอยู่ในจิตใจของผู้บริโภค (เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. 2553)

การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลาย ๆ ทางเลือกที่มี (Choosing Among Alternatives) Schutte; & Ciarlante (1998: 112- 113) อธิบายว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่เป็นผลมาจากการตอบสนองการกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อม เช่น แพ็คเก็จของสินค้า การโฆษณา เป็นต้น และการตัดสินใจซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2550) ประกอบไปด้วย 1) การตระหนักถึงความต้องการ 2) การแสวงหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ 5) การประเมินหลังการซื้อ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ราชบัณฑิตสถาน (2530) ให้ความหมายของคำว่า “บริการ” หมายถึง “การปฏิบัติรับใช้การให้ความสะดวกต่าง ๆ” ส่วนความหมายโดยทั่วไปที่มักกล่าวถึงคือการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือหรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550) นิยามว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมประโยชน์หรือความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขายหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับรายการสินค้าโดยทั่วไปแล้วบริการไม่ต้องเกี่ยวข้องกับสินค้าเท่านั้นแต่บริการจะมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนความต้องการใช้การฝึกอบรมผู้บริโภคให้รู้จักวิธีใช้ เป็นต้น

สรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขอรับบริการ เพื่อให้มั่นใจว่าจะเกิดเป็นความสัมพันธ์ระยะยาวที่ทุกฝ่ายต่างก็ได้รับประโยชน์ร่วมกัน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

กัลยกร วรกุลฐฐานี; และ พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2553 : 90) ได้อธิบายถึง พฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกที่ผู้บริโภคมี 3 รูปแบบ

1. พฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) เนื่องจากความเปลี่ยนแปลง ของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ทำให้มีผลกระทบต่อบัจจัยด้านความคิด ความรู้สึกของผู้บริโภคด้วย และพฤติกรรมผู้บริโภค ได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายใน และภายนอก จึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา

2. พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความคิดความรู้สึกและการกระทำกับสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนั้น ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจึงต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกว่าผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการอะไร อย่างไร และทำไม

3. พฤติกรรมบริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges) หมายความว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างกับบางคน ในกรณีนี้คือการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ(ผู้บริโภค) กับผู้ขาย (เจ้าของสินค้า) เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา ต้องศึกษาความคิดและความรู้สึกกว่าบริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการอะไร อย่างไร และทำไม นำมาซึ่งการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) กับผู้ขาย (เจ้าของสินค้า) เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชนิภรณ์ เขียมสกุลรัตน์ (2557) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความสามารถในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค เปรียบเทียบความต่างในการใช้บริการของลูกค้าไทยและต่างชาติที่มีต่อความสามารถในการทำงานด้านโลจิสติกส์และหาผลกระทบของความเชี่ยวชาญในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการใช้บริการของคนไทยและต่างชาติที่ใช้บริการบริษัท FedEx และ DHL ในเขตกรุงเทพฯ ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามาจากประชากรที่เป็น กลุ่มเพศชายและเพศหญิง อายุ 18-55 ปี ที่มาใช้บริการขนส่งบริษัท DHL และบริษัท FedEx ที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 400 ชุดซึ่งแบ่งตัวอย่างเป็น 2 กลุ่มคือ บริษัท DHL และ FedEx

1. จากการทดสอบหาอิทธิพลของปัจจัยการวางตำแหน่งและบูรณาการกับการจัดการทางโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค พบว่าปัจจัยการวางตำแหน่งและบูรณาการกับการจัดการทางโลจิสติกส์ไม่ส่งพบการตัดสินใจใช้บริการ

2. จากการทดสอบหาอิทธิพลของปัจจัยการทำงานด้วยความโปร่งใส ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยการทำงานด้วยความโปร่งใสมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ จะเห็นว่าการให้บริการแบบตรงไปตรงมาไม่เอาเปรียบผู้บริโภคของบริษัท บริษัทยังมีการปลูกฝังให้พนักงานมีจริยธรรมในการทำงานด้วยความสุจริต เพื่อให้ผู้มาใช้บริการเกิดความรู้สึกดีและประทับใจในการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค พร้อมทั้งยังได้รับการยอมรับและความน่าเชื่อถือจากผู้ตัดสินใจใช้บริการอีกด้วย

3. การบูรณาการภายในส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคจากการทดสอบหาอิทธิพลของปัจจัย การบูรณาการภายใน ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค การบูรณาการภายในนั้นเป็นการทำงานแบบเป็นทีมโดยให้แต่ละแผนกนั้นประสานงานกันภายในบริษัท มีความเข้าใจในหน้าที่ของตนเองโดยองค์กรให้ผู้ตัดสินใจให้ผู้ให้บริการแสดงความเห็นในการดำเนินงานเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนานวัตกรรมในองค์กรทำงานให้ดียิ่งขึ้น

4. ระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค โดยการที่เทคโนโลยีพัฒนาเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จะสามารถทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกในการใช้บริการเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากจะทำให้มีช่องทางขนส่งทางอื่นให้ ผู้บริโภคใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ผู้บริโภคหันไปใช้ระบบการทำงานอื่นที่รวดเร็วกว่า

5. ระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค โดยปัจจุบันบริษัท FedEx และ DHL มีการให้บริการรับคืนสินค้าในกรณีต่าง ๆ รวมทั้งการอนุมัติให้ผู้อื่นมารับสินค้าแทนหรือแม้กระทั่งการให้บริการแก่ผู้บริโภคนอกสถานที่ส่งผลต่อผู้ตัดสินใจใช้บริการโดยผู้ใช้บริการจะรู้สึก สะดวกต่อการเข้ารับบริการ พร้อมทั้งยังกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างสม่ำเสมอด้วยความพึงพอใจ

วันพิชิตต์ อรรถดี (2560) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกใช้บริการขนส่งของบริษัทยูเซ็น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกใช้บริการขนส่งของบริษัทยูเซ็น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกใช้บริการขนส่งของบริษัทยูเซ็น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลการ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้แทนของบริษัทยูเซ็น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่าง 0.67-1.0 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.89 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยกำหนด ค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกใช้บริการขนส่งของบริษัทยูเซ็น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านความเชื่อถือได้รองลงมาคือ ด้านความ ปลอดภัย ด้านระยะเวลาขนส่ง ด้านความสะดวก ด้านขีด ความสามารถ และด้านต้นทุนขนส่ง และผลการทดสอบ

จุไรพร พิณจวบ (2560) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่ง ของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และผู้ประกอบการขนส่งสมัยใหม่ หมายถึง ผู้ให้บริการด้านการขนส่ง ไปรษณีย์ภัณฑ์และสินค้า ซึ่งใช้เทคโนโลยีและระบบการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ ที่ทันสมัย เช่น Kerry Express, Line man, Lalamove เป็นต้น โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ค้าอีคอมเมิร์ซที่มีที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยแบ่งเป็นผู้ค้าอีคอมเมิร์ซที่ เลือกใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จำนวน 213 คน และผู้ใช้บริการผู้ประกอบการขนส่ง สมัยใหม่ จำนวน 187 คน โดยพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมด 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้าน

ราคา ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอและปัจจัยด้านกระบวนการ จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานคร มีทั้งสิ้น 6 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ และปัจจัยด้านกระบวนการ โดยทั้งหมดมีความพึงพอใจต่อผู้ประกอบการขนส่งสมัยใหม่มากกว่า และปัจจัยด้านราคาไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนในธุรกิจขนส่ง สามารถนำผลงานวิจัยไปดำเนินการปรับปรุงการบริการวางแผนการตลาด พัฒนากลยุทธ์เพื่อให้เกิด ประสิทธิภาพสูงสุดและสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าในกลุ่มอีคอมเมิร์ซ

ขอบเขตของการวิจัย

เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เลือกวิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้น และได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

1. ด้านเนื้อหา ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนนำเข้า-ส่งออกสินค้าของประชาชนในเขตตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. ด้านประชากร ได้แก่ ผู้ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนนำเข้า-ส่งออกสินค้าของประชาชนในเขตตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลจากประชากรจำนวน 175,662 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้หลักเกณฑ์การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของทาโร ยามาเน่ (1973)
3. เครื่องมือที่ใช้สำรวจด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน
 - ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนนำเข้า-ส่งออกสินค้าของประชาชนในเขตตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ช่วงเวลาการรับบริการ ความถี่ในการใช้บริการ และประเภทสินค้าที่นำมาใช้บริการ
 - ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนนำเข้า-ส่งออกสินค้าของประชาชนในเขตตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ
 - ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ/เพิ่มเติม
4. ด้านระยะเวลา เริ่มทำการศึกษาวิจัยตั้งแต่เดือนมีนาคม – พฤษภาคม 2562

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไป

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) และการทดสอบ F (F-test) เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าร้อยละทางสถิติที่ระดับ.05

ผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.25 อายุ 31-40 ปี จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.75 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 ตามลำดับ

ข้อมูลพฤติกรรมพบว่าของผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการช่วงเวลาการรับบริการ 06.01-12.00 น. จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 ความถี่ในการใช้บริการ 4-6 ครั้ง/เดือน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 ประเภทสินค้าที่นำมาใช้บริการเป็นสินค้าอุปโภค-บริโภค จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 ตามลำดับ

ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าให้ความสำคัญในระดับมากในด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมาด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.03 ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.96 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.95 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3.94 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.87 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.83 ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

เพศที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

อายุที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านราคาไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

อาชีพที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคาไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ช่วงเวลาการรับบริการที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านไม่แตกต่างกัน

ความถี่การรับบริการที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ประเภทสินค้าที่นำมาให้บริการที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนนำเข้า-ส่งออกสินค้าของประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยขอเสนอการอภิปราย ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า ความรวดเร็วในการให้บริการนำเข้า-ส่งออกสินค้าทั้งหน้าเคาน์เตอร์และผ่านเว็บไซต์ รองลงมาคือการให้บริการการขนส่งมีคุณภาพและมาตรฐานตามหลักเกณฑ์การขนส่งสินค้า และการประกันความเสียหายของสินค้าระหว่างขนส่งสินค้า ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุณา กาญจนังวราพิกุล (2554) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการตัวแทนออกของและการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้นำเข้าและผู้ส่งออก พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องมีการให้บริการที่ครบวงจร การให้บริการมีความสะดวกและรวดเร็ว พนักงานขายมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรมีความน่าเชื่อถือ มีการรับประกันความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการขนส่งสินค้า และมีการบริการหลังการขาย

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า ความเหมาะสมของเครดิตเทอมที่ได้รับในการชำระค่าขนส่งสินค้าและค่าบริการอื่น ๆ เช่น ระยะเวลาให้สินเชื่อ 30, 60, 90 วัน รองลงมาคือราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับน้ำหนักสินค้า และความเหมาะสมของระบบการชำระค่าขนส่งสินค้าและค่าบริการต่าง ๆ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรศักดิ์ เสมอภาค (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการในการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพในการขนส่ง ราคาค่าประกันภัยสินค้า เหมาะสมกับคุณภาพในการขนส่ง และราคาค่าธรรมเนียมอื่น ๆ เหมาะสมกับคุณภาพในการบริการขนส่ง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า ช่องทางในการติดต่อสอบถามผ่าน Call Center ได้และเช็คสถานะได้ด้วยตนเอง รองลงมาคือความสะดวกในการขนส่ง การติดต่อสื่อสารและมาใช้บริการสถานที่กว้างขวางสะดวกต่อการปฏิบัติงานขนถ่ายสินค้า และใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการการรับส่งสินค้า การจัดส่งเอกสารข้อมูลต่าง ๆ และการให้บริการรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจัดส่งเอกสารทางไปรษณีย์ อีเมล เป็นต้น ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุณีย์ เตชประสพชัย (2549) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยในการเลือกบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกไปประเทศจีน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมีช่องทางในการติดต่อหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต มีบริษัทสาขาหรือตัวแทนในประเทศไทย และมีสายการบินเรือ/ตัวแทน ที่มีเครือข่ายกว้างขวางทั้งในและต่างประเทศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการให้บริการนำเข้า-ส่งออกสินค้าผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับโบชัวร์ ป้ายโฆษณา รองลงมาคือบริการหลังการขาย เช่น การเคลมสินค้า และมีการลดราคาอัตราค่าบริการและค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิดา สุราสา (2548) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ

จังหวัดลำพูน จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า-ส่งออก มีการลงโฆษณาตามนิตยสาร มีเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูล จดหมายเชิญชวนลูกค้ามาใช้บริการ คำแนะนำจากผู้คนที่เคยใช้บริการให้ส่วนลดราคา

ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า เจ้าหน้าที่/พนักงานให้รายละเอียดข้อมูลการบริการได้อย่างครบถ้วน รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่/พนักงานระดับปฏิบัติการมีความเต็มใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ และเจ้าหน้าที่/พนักงานมีการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อยเหมาะสม ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิดา สุราสา (2548) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน จากการศึกษา พบว่า ระดับความสำคัญในเรื่องแจ้งข้อมูลข่าวสารของกรมศุลกากรและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า-ส่งออก มีการลงโฆษณาตามนิตยสาร มีเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูล จดหมายเชิญชวนลูกค้ามาใช้บริการ คำแนะนำจากผู้คนที่เคยใช้บริการให้ส่วนลดราคา

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า ความรวดเร็วจัดลำดับก่อน-หลังและความถูกต้องในการบริการ รองลงมาคือมีการกำหนดเวลาในการจัดส่งสินค้าถึงที่ปลายทางชัดเจน และมีความหลากหลายของรถบรรทุกสินค้าเช่น 4 ล้อ, 6 ล้อ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จูติมา วงศ์อินตา (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยหลักที่สำคัญคือความสามารถในการจัดส่งตรงตามเวลาที่กำหนด ความเหมาะสมของอัตราค่าขนส่ง ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดส่งจากต้นทางถึงปลายทาง

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า มีอุปกรณ์และเครื่องมือการให้บริการขนส่งสินค้าตามมาตรฐานสากล (ISO) ทันสมัยและอำนวยความสะดวกในการขนส่ง-ขนถ่ายสินค้ารวดเร็ว รองลงมาคือภาพลักษณ์ขององค์กรมีความน่าเชื่อถือ และสถานที่ให้บริการขนส่งสินค้ากว้างขวาง ภูมิทัศน์โดยรวมสะอาดสะอ้านในการปฏิบัติงาน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภา กาญจนกังวาลกุล (2554) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการตัวแทนออกของและการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้นำเข้าและผู้ส่งออก พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องมีการให้บริการที่ครบวงจร การให้บริการมีความสะดวกและรวดเร็ว พนักงานขายมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรมีความน่าเชื่อถือ มีการรับประกันความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการขนส่งสินค้า และมีการบริการหลังการขาย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการศึกษา

1. ระยะเวลาการให้เครดิตการค้าเป็นวิธีที่ช่วยดึงดูดผู้ให้บริการเพื่อให้เกิดความสนใจถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการเพิ่มรายได้ให้แก่ธุรกิจ
2. ควรนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและง่ายต่อการใช้งานมาสนับสนุนการให้บริการเพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงขั้นตอนการบริการได้ด้วยตนเอง

3. ควรเพิ่มความหลากหลายของรถบรรทุกสินค้าเพื่อให้เหมาะสมกับปริมาณสินค้าของผู้ใช้บริการ ช่วยลดต้นทุนได้

ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่ง เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยใดบ้างที่ทำให้ผู้มาใช้บริการขนส่งส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ

2. ควรมีการศึกษาค้นคว้าความล่าช้าที่มีผลต่อการจัดการประสิทธิภาพการขนส่ง เพื่อพัฒนาระบบบริการขนส่งสินค้าทางรถยนต์ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กัลยกร วรกุลฎฐานี; และ พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2553). การโฆษณาเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จุไรพร พินิจชอบ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.

ชนิภรณ์ เขียมสกุลรัตน์. (2557). ความสามารถในการทำงานด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ฐิติมา วงศ์อินตา. (2545). ปัจจัยการให้บริการที่มีต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งด้วยรถบรรทุก สำหรับขนส่งสินค้าขึ้นส่วนรถยนต์และสินค้าอุปโภคบริโภค ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2549). การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์ (Service Marketing: Concepts and Strategies). พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: แอดทีฟพรีน.

นิดา สุราสา. (2548). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกตัวแทนออกของของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พรศักดิ์ เสมอภาค. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการในการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พิษณุ จงสถิตวัฒนา. (2548). การบริหารการตลาด: การวิเคราะห์กลยุทธ์และการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ราชบัณฑิตสถาน. (2530). พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

วันพิชิต อรรถดี. (2560). ปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกใช้บริการขนส่งของบริษัทยูเช็นโลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2553). เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Website). สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม

สุธนา กาญจนกังวาลกุล. (2554). ความพึงพอใจในการใช้บริการตัวแทนออกของและการขนส่งสินค้าระหว่าง

ประเทศของผู้นำเข้าและผู้ส่งออก. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

สุนีย์ เตชประสพชัย. (2549). ปัจจัยในการเลือกบริษัทขนส่งสินค้าทางทะเลของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออก

สินค้าไปประเทศจีน. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Schutte, H.; & Ciarlante, D. (1998). *Consumer Behaviour in Asia*. Hampshire and London: Mcmillan.

Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd ed., New York, NY: Harper and Row.

NBUS0096: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านไลฟ์สดบนเฟสบุ๊กของผู้บริโภคในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

MARKETING MIX FACTORS AFFECTING ONLINE SHOPPING DECISIONS VIA LIVE FACEBOOK ON CONSUMERS IN PRAWET DISTRICT BANGKOK

ทิพมาศ รัตนพิทักษ์¹

¹ อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านไลฟ์สดบนเฟสบุ๊กของผู้บริโภคในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เก็บข้อมูลจากประชากรจำนวน 178,290 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีความเชื่อมั่นได้ 0.95 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ค่า t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของตัวแปรสองกลุ่มและใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ในการวิเคราะห์พบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่าสองกลุ่ม และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Schaffer Procedure) โดยกำหนดการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 292 คน อายุ 26-35 ปี จำนวน 141 คน ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 184 คน อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 135 คน และรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 จำนวน 328 คน ตามลำดับ ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดให้ความสำคัญระดับมากในทุกด้าน โดยเรียงลำดับดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านบุคลากร ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐานพบว่าเพศที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน อายุที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน อาชีพที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจซื้อ , สินค้าออนไลน์, เฟสบุ๊ค

Abstract

The purpose of this research was to study marketing mix factors affecting online shopping decisions via live Facebook on consumers in Prawet District Bangkok. By the Simple Random Sampling method, collecting data from 178,290 people's The sample consisted of 400 people using questionnaire as a tool for data collection. Has a reliability of 0.95. Data were analyzed using percentage, mean, standard deviation and t-test to test for differences in two groups of variables and One Way ANOVA The analysis found differences between more than two groups of variables and tested for differences in pairs. By the Schaffer procedure by specifying the statistical significance test at the level of 0.05

The results showed that most of the respondents were 292 female, 141 aged 26-35 years old, 184 persons with bachelor's degree, 135 private company employees and 328 monthly income 15,001-25,000. Respectively, the marketing mix factors give high importance to all aspects. In the following order Product Physical In terms of marketing promotion, there is service process. Channel, distribution, price and personnel respectively.

The consensus tests found that different genders Give importance to marketing mix factors in terms of price, marketing promotion And personnel No different As for the product Distribution channels Physical aspects And the service process aspect is different. Different age Giving importance to the marketing mix in terms of personnel is not different. In terms of products, prices, channels of distribution Marketing promotion Physical aspects And the service process aspect is different. Different educational levels Focusing on marketing mix factors in terms of price, personnel, and service process No different As for the product The distribution channels Marketing promotion And physical characteristics were different, different careers. Different occupations Giving importance to the marketing mix in terms of personnel is not different. As for the product, price, distribution channel Marketing promotion Physical aspects And the service process aspect is different. And different monthly incomes Give importance to marketing mix factors in price, distribution channel Marketing promotion, personnel, physical characteristics And the service process aspect No different As for the products, the differences were statistically significant at the 0.05 level.

Keywords: Marketing mix, Purchase decision, online products, Facebook

บทนำ

ปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อสินค้าผ่านออนไลน์มากขึ้น และโดยธรรมชาติแล้วหากผู้บริโภคที่ต้องการสินค้านั้นมีความต้องการเห็นสินค้าตัวจริง คุณสมบัติ สีของสินค้า ปัญหาในการเลือกซื้อสินค้าผ่านออนไลน์

คือการที่ผู้บริโภคไม่สามารถจับต้องสินค้าได้ และไม่สามารถทดลองสินค้าได้จริง จึงขาดความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ส่งผลต่อยอดขายของธุรกิจด้วยเช่นกัน

การไลฟ์สดจึงเป็นช่องทางการขายที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก และเป็นโอกาสที่ทำให้ธุรกิจจะได้มาซึ่งฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้น เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ลงทุนน้อย และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว และยังเป็นเครื่องมือช่วยให้สามารถทำการปิดการขายได้เร็วยิ่งขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านไลฟ์สดบนเฟสบุ๊กของผู้บริโภคในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลวิจัยที่ได้มาใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านไลฟ์สดบนเฟสบุ๊กนำไปสู่การเพิ่มยอดขายและรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้น

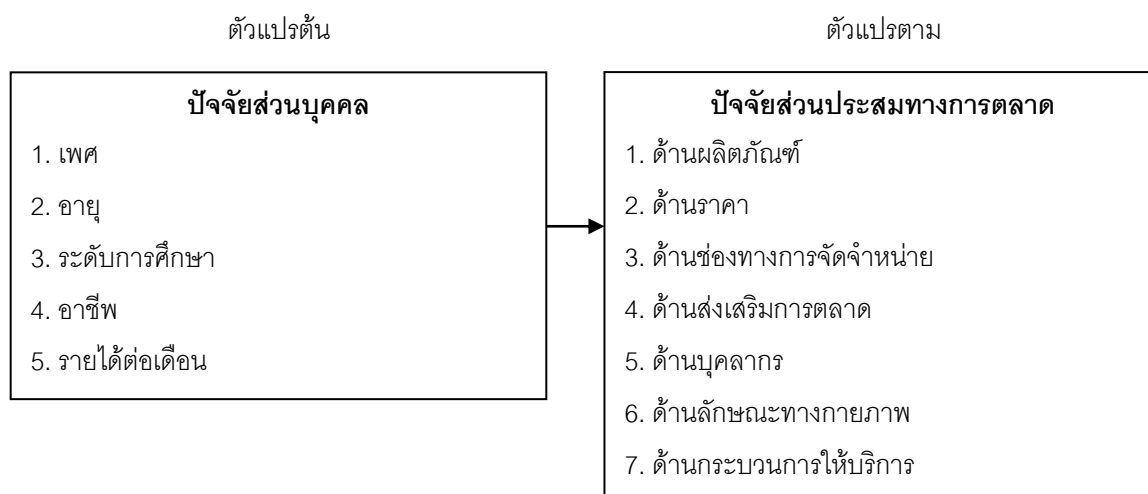
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านไลฟ์สดบนเฟสบุ๊กของผู้บริโภคในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านไลฟ์สดบนเฟสบุ๊กของผู้บริโภคในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านไลฟ์สดบนเฟสบุ๊กของผู้บริโภคในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร
2. ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านไลฟ์สดบนเฟสบุ๊กของผู้บริโภคในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร
3. นำผลวิจัยที่ได้มาใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านไลฟ์สดบนเฟสบุ๊กนำไปสู่การเพิ่มยอดขายและรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านไลฟ์สดบนเฟสบุ๊กของผู้บริโภคในเขตประเทศ กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดมีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกันเพื่อให้การดำเนินงานด้านการตลาดประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ด้วยหลัก 7Ps ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ บุคลากร และลักษณะทางกายภาพ (Adrian, 2011; อ้างใน วีรกิติ ฌ อยุธยา. 2553: 68-88)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตน หรือไม่มีตัวตนก็ได้ ประกอบด้วย สินค้า บริการ องค์การหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีประโยชน์และมีคุณค่าสำหรับลูกค้า จึงมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ (พิชญ์ จงสถิตวัฒนา. 2548)

2. ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่บุคคลจ่ายสำหรับสิ่งที่ได้มา ซึ่งแสดงถึงมูลค่าในรูปเงินตราหรืออาจหมายถึงจำนวนเงิน หรือสิ่งอื่นที่จำเป็นต้องใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ และบริการ ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจึงต้องคำนึงถึงการยอมรับของลูกค้า ต้นทุนสินค้า และภาวะการแข่งขัน

3. สถานที่ (Place) หมายถึง ช่องทางการจัดจำหน่ายเกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า การเลือกทำเลที่ตั้งซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะทำเลที่ตั้งเป็นตัวกำหนดกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมในการซื้อเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้วิธีใดอันหนึ่งหรือใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสานกันโดยพิจารณาถึงความเหมาะสมของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่ง

5. บุคลากร (People) หมายถึง บุคลากรเป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจ จึงต้องมีการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ ธุรกิจบริการต้องให้ความสำคัญต่อการคัดเลือกพนักงานที่จะเข้ามาทำหน้าที่ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีบุคลิกภาพการแต่งกายที่ดี เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการลูกค้า

6. กระบวนการ (Process) หมายถึง เป็นวิธีการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้ารวดเร็วและประทับใจ ธุรกิจบริการนั้นผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่กระบวนการทั้งหมดส่งผลกระทบต่อความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าที่ใช้บริการทั้งสิ้น (Procter. 2008: 243; อ้างอิงใน อุดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2550: 258-259)

7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่ได้มีการให้บริการและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจับต้องได้อย่างใดอย่างหนึ่งที่อำนวยความสะดวกในการปฏิบัติการและส่งมอบบริการ เช่น การตกแต่งสถานที่ให้บริการ เครื่องแบบของพนักงาน จึงเป็นสิ่งที่สื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจน

สรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คือ แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการบุคลากร และลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการตัดสินใจเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มี การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญซึ่งอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค (เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. 2553)

การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลาย ๆ ทางเลือกที่มี (Choosing Among Alternatives) Schutte; & Ciarlante (1998: 112-113) อธิบายว่าการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่เป็นผลมาจากการตอบสนองการกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อม เช่น แพ้เคของสินค้า การโฆษณา เป็นต้น และการตัดสินใจซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2550) ประกอบไปด้วย 1) การตระหนักถึงความต้องการ 2) การแสวงหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ 5) การประเมินหลังการซื้อ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ราชบัณฑิตสถาน (2530) ให้ความหมายของคำว่า “บริการ” หมายถึง “การปฏิบัติรับใช้การให้ความสะดวกต่าง ๆ” ส่วนความหมายโดยทั่วไปที่มักกล่าวถึงคือการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือหรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

จิตยาพร เสมอใจ (2550) นิยามว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมประโยชน์หรือความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขายหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับรายการสินค้าโดยทั่วไปแล้วบริการไม่ต้องเกี่ยวข้องกับสินค้าเท่านั้นแต่บริการจะมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนความต้องการใช้การฝึกอบรมผู้บริโภคให้รู้จักวิธีใช้ เป็นต้น

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

ตีวีรธณ เสรีรัตน์; และคณะ (2538: 145) ได้กล่าวว่าคุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ถูกคาดหวังไว้ คุณภาพการให้บริการที่ถูกคาดหวังจะได้จากประสบการณ์ในอดีตจากการพูดปากต่อปากและจากโฆษณาลูกค้า นักการตลาดต้องการทำการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์ต่อไปนี้ พิจารณาถึงคุณภาพการให้บริการ

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน สถานที่ที่ตั้งอันเหมาะสมแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า
2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย เช่น บ้ายบอกวิธีการใช้โทรศัพท์สาธารณะสำหรับผู้ที่ไม่เคยใช้บริการเป็นรูปภาพ ซึ่งแม้ผู้ที่ไม่สามารถอ่านหนังสือได้หรือชาวต่างชาติก็สามารถรู้วิธีการใช้ได้
3. ความสามารถ (Competence) บุคลากรหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการต้องมีความชำนาญและมีความสามารถในงานหรือทำงานโดยไม่ผิดพลาด
4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นตัวของตัวเอง มีวิจารณญาณหรือสามารถตรวจสอบข้อผิดพลาดจากการสั่งการของผู้ใช้บริการและแจ้งให้ทราบชัดเจน
5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรสามารถสร้างความน่าเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า การคิดค่าบริการถูกต้อง
6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานต้องการให้บริการและแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
8. ความปลอดภัย (Security) บริการที่ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ
9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของบริการดังกล่าว
10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understand/ Knowing Customers) พนักงานหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการต้องได้รับการออกแบบเพื่อพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

สรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขอรับบริการ เพื่อให้มั่นใจว่าจะเกิดเป็นความสัมพันธ์ระยะยาวที่ทุกฝ่ายต่างก็ได้รับประโยชน์ร่วมกัน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

กัลยกร วรกุลลัญฐานี; และ พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2553: 90) ได้อธิบายถึง พฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกที่ผู้บริโภคมี 3 รูปแบบ

1. พฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) เนื่องจากความเปลี่ยนแปลง ของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ทำให้มีผลกระทบต่อบัจจัยด้านความคิด ความรู้สึกของผู้บริโภคด้วย

และพฤติกรรมผู้บริโภค ได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายใน และภายนอก จึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา

2. พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความคิดความรู้สึกและการกระทำกับสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนั้น ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจึงต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกว่าผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการอะไร อย่างไร และทำไม

3. พฤติกรรมบริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges) หมายความว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างกับบางคน ในกรณีนี้คือการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) กับผู้ขาย (เจ้าของสินค้า) เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา ต้องศึกษาความคิดและความรู้สึกกว่าบริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการอะไร อย่างไร และทำไม นำมาซึ่งการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) กับผู้ขาย (เจ้าของสินค้า) เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธัญญพัทธ์ เกตุประดิษฐ์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป โดยอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและมีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตและซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตมาก่อน 400 ราย ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ ระหว่าง 31-40 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน พนักงานธนาคาร มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตบ่อยที่สุดที่ทำงานด้านความถี่ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตทุกวัน ด้านระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 2-6 ชั่วโมงต่อครั้ง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการทำงาน กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านสินค้าตรงกับความต้องการ ด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านสถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า ด้านส่งเสริมการตลาดกับการรับข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย อีกทั้งให้ความสำคัญปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้านภาพลักษณ์ของตราสินค้า ด้านความภักดีต่อตราสินค้า ด้านความไว้วางใจกับการจัดให้มีศูนย์ติดต่อสอบถามข้อมูล ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ภาณุมาศ ใจกันทะ (2556) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อและส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มคนวัยทำงานทั้งสิ้น จำนวน 400 ตัวอย่างและทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) อัตราร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ประกอบกับสถิติเชิงอนุมาน ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ไคสแควร์ (Chi-square) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ผลการศึกษพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-15,000 บาท สถานภาพโสดและเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ลำดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และสุดท้ายปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ สำหรับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า

ออนไลน์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้า/เครื่องแต่งกาย/เครื่องนุ่งห่ม โดยมีผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์คือ ตนเอง มีความถี่ในการซื้อสินค้าออนไลน์ 1-2 ครั้งต่อเดือน นิยมเข้าไปเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook มากที่สุด มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าออนไลน์ ต่อครั้งประมาณ 501-1,000 บาท และนิยมชำระค่าสินค้าด้วยการโอนเงินผ่านธนาคาร หรือเอทีเอ็ม

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์แตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า 1) เพศที่แตกต่างกันมีความถี่ในการซื้อสินค้าออนไลน์และจำนวนค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าออนไลน์แตกต่างกัน 2) ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีประเภทสินค้าออนไลน์ที่ซื้อแตกต่างกัน และ 3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีประเภทสินค้าออนไลน์ที่ซื้อจำนวนค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าออนไลน์และวิธีการชำระค่าสินค้าแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย ส่วนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภาวนีย์ หิงห์ (2561) การศึกษาฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี Facebook Live และความน่าเชื่อถือของเจ้าของ Page ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบน Facebook ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ สมาชิกและผู้ซื้อสินค้าของเพจร้านค้าที่ทำการถ่ายทอดสดการขายสินค้าผ่าน Facebook Live จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 15,001-30,000 บาท มีความถี่ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าผ่าน Facebook Live ทุก ๆ 1 เดือน ใช้รูปแบบการชำระเงินผ่านทำงาน Online banking ราคาสินค้าที่ซื้อจะอยู่ระหว่าง 500 ถึง 1,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าผ่าน Facebook Live เพราะมีราคาส่งใจ โดยนิยมซื้อสินค้าจาก 2 เพจ และแบบเสื้อผ้าที่นิยมเลือกซื้อคือชุดลำลองหรือเสื้อยืด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ และปัจจัยความน่าเชื่อถือของเพจร้านค้าส่งผลการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าของผู้ลูกค้าบน Facebook อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ขอบเขตของการวิจัย

เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เลือกวิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ ดังนี้

1. ด้านเนื้อหา ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านไลฟ์สดบนเฟสบุ๊กของผู้บริโภคในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร
2. ด้านประชากร ได้แก่ ผู้ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านไลฟ์สดบนเฟสบุ๊กในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลจากประชากรจำนวน 178,290 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้หลักเกณฑ์การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของทาร์โรว์ ยามาเน่ (1973)

3. เครื่องมือที่ใช้สำรวจด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านไลฟ์สดบนแพลตฟอร์มของผู้บริโภคในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ/เพิ่มเติม

4. ด้านระยะเวลา เริ่มทำการศึกษาวิจัยตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม - กรกฎาคม 2562

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไป

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) และการทดสอบ F (F-test) เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าร้อยละทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73.00 อายุ 26-35 ปี จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.30 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 และรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 82.00 ตามลำดับ

ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าให้ความสำคัญในระดับมากในทุกด้าน โดยเรียงลำดับดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.27 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.27 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.14 ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.11 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.05 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.03 และด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3.99 ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

เพศที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อายุที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตจบใหม่ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตจบใหม่ส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตจบใหม่ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านไลฟ์สดบนเฟสบุ๊กของผู้บริโภคในเขตประเทศ กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงได้นำประเด็นที่เห็นสมควรมาอภิปรายดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความทันสมัย ความหลากหลายของสินค้าและบริการ รองลงมาคือความครบถ้วนของข้อมูล คุณลักษณะของสินค้าและบริการ และความน่าเชื่อถือของชื่อเสียงของสินค้าและบริการ ตามลำดับ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพของสินค้า รองลงมาคือราคาของสินค้าต่ำกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง และมีหลายระดับราคาที่เหมาะสมตามการใช้งาน ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สิ่งซื้อง่ายและมีบริการจัดส่งที่รวดเร็วและหลากหลาย รองลงมาคือการตกแต่งร้านดูดีและน่าซื้อสินค้า และจำนวนสินค้ามีเพียงพอสำหรับผู้บริโภค ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การส่งข้อมูลข่าวสารให้ทราบผ่านเฟสบุ๊ก ไลน์ อีเมลอย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือการสะสมแต้มเพื่อใช้เป็นส่วนลดครั้งต่อไป และการจัดกิจกรรมชิงรางวัล ตามลำดับ

ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการนำเสนอสินค้าและช่วยแก้ปัญหา รองลงมาคือบุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการตอบคำถาม และบุคลากรพูดจาไพเราะ สุภาพ อ่อนโยนดี ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของร้านค้า เช่น มีการรีวิวสินค้าจากผู้ใช้งานจริง รองลงมาคือการรับประกันความพอใจ การเปลี่ยนสินค้าให้ตามเงื่อนไข และสินค้าที่ได้รับตรงตามรูปแบบที่นำเสนอ เช่น ขนาด สี วัสดุที่ใช้ ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การตรวจสอบเช็คสถานะของสินค้าได้ตลอดเวลา รองลงมาคือความรวดเร็วในการให้บริการ ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า และสามารถติดต่อได้ทุกครั้งที่มีปัญหา ตามลำดับ

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ัญญพัทธ์ เกตุประดิษฐ์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป โดยอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและมีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตและซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตมาก่อน 400 ราย ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ ระหว่าง 31-40 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน พนักงานธนาคาร มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตบ่อยที่สุดที่ทำงานด้านความถี่ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตทุกวัน ด้านระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 2-6 ชั่วโมงต่อครั้ง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการทำงาน กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านสินค้าตรงกับความต้องการ ด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านสถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า ด้านส่งเสริมการตลาดกับการรับข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย อีกทั้งให้ความสำคัญปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้านภาพลักษณ์ของตราสินค้า ด้านความภักดีต่อตราสินค้า ด้านความไว้วางใจกับการจัดให้มีศูนย์ติดต่อสอบถามข้อมูล ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการศึกษา

1. ควรมีสินค้าที่หลากหลายทันสมัยและนำเสนอสินค้าที่มีความทันสมัยอย่างสม่ำเสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคสมัยใหม่ที่ชอบความทันสมัย
2. ควรมีบริการจัดส่งหลายช่องทาง มีแอปพลิเคชันการตรวจสอบเช็คสถานะของสินค้าได้ตลอดเวลาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสะดวกและสามารถตรวจสอบเช็คสินค้าได้ด้วยตัวเอง
3. ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม อยู่เสมอ มีการเล่นเกมชิงรางวัล หรือใช้ฟรีเซนต์ในการโฆษณา เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจมากขึ้น

ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านไลฟ์สดบนเฟสบุ๊กในเขตพื้นที่อื่น เพื่อจะได้ทราบว่าผลการศึกษาเป็นอย่างไร และมีความแตกต่างกันอย่างไร
2. ควรมีการศึกษารายละเอียดแบบเจาะลึกในกลุ่มผู้ที่ไม่เคยตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านไลฟ์สดบนเฟสบุ๊ก โดยอาจใช้วิธีการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลหรือแบบกลุ่ม เพื่อนำข้อมูลต่าง ๆ มาปรับใช้กับการวิจัยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กัลยกร วรกุลฐานันท์; และ พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2553). **การโฆษณาเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- ัญญพัทธ์ เกตุประดิษฐ์. (2554). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร**. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2549). **การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์ (Service Marketing: Concepts and Strategies)**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: แอดทีฟพรีส.

- พิษณุ จงสถิตวัฒนา. (2548). การบริหารการตลาด: การวิเคราะห์กลยุทธ์และการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภาณุมาศ ใจกันทะ. (2556). พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- ภาวินีย์ หิงห้อย. (2561). การยอมรับเทคโนโลยี Facebook Live และความน่าเชื่อถือของเจ้าของ Page ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบน Facebook. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ราชบัณฑิตสถาน. (2530). พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2538). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์วิษัฒธรรมสาร จำกัด.
- เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2553). เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Website). สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2561, จาก <http://vcharkarn.com/varticle/40698/>.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Schutte, H.; & Ciarlante, D. (1998). Consumer Behaviour in Asia. Hampshire and London: Mcmillan.
- Taro Yamane, Taro. (1973). Statistics: An Introductory Analysis. 3rd ed., New York, NY: Harpe and Row.

NBUS0097: คุณลักษณะของผู้ทำบัญชีที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการใน เขตจังหวัดสมุทรปราการ
DESIRABLE CHARACTERISTICS OF ACCOUNTANT OF ENTREPRENEURS IN SAMUTPRAKAN
PROVINCE

พรพรรณ เจริญสุข¹

¹ คณะบริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการกระจายแบบสอบถามไปยังกลุ่มประชากรทั้งหมดโดยการแจกแบบสอบถามให้บริษัทจำกัดในเขตจังหวัดสมุทรปราการ จากกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ จำนวน 390 คน โดยได้รับการตอบกลับทั้งหมด 250 คน จากนั้นทำวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

จากการวิเคราะห์ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคุณลักษณะของผู้ทำบัญชีที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญ พบว่ามีตัวแปรอย่างน้อย 1 ตัว มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ ($F=5.80$, $Sig= 0.00$) และมีความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรตามเท่ากับ 30.60% ซึ่งอีก 69.40% จะมาจากตัวแปรอื่นๆ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ เช่น สังคม เศรษฐกิจ การเมือง การต่างประเทศ, มีความสามารถในการสอบถาม วิเคราะห์เชิงเหตุผล คิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น, มีความชำนาญด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ, มีความเข้าใจและมีความสามารถในการวิเคราะห์งบการเงินได้, มีความสามารถในการจัดทำและนำเสนอรายงานการเงินในรูปแบบที่ง่ายต่อความเข้าใจ ถูกต้องครบถ้วนตามหลักเกณฑ์และทันต่อเวลา, สามารถทำงานเป็นทีมและให้ความร่วมมือกับทีมงานในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายองค์กร, มีความสามารถในการวางแผนกลยุทธ์ การบริหารโครงการ การบริหารงานบุคคลและทรัพยากร การตัดสินใจต่างๆทางธุรกิจ, มีทักษะการกระจายงานเพื่อมอบหมายงานอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ, มีทักษะในการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และช่วยในการตัดสินใจที่ดีขึ้น เว้นแต่ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำบัญชีการเงิน การเงินธุรกิจ, สามารถสื่อสาร นำเสนอและรายงาน ในลักษณะที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ 4.68 , $Sig (0.014)^{**}$ และ 4.58 , $Sig(0.007)^{**}$ ตามลำดับ

คำสำคัญ: คุณลักษณะของผู้ทำบัญชี, ผู้ประกอบการ

Abstract

This research was survey research collects data using How to distribute the questionnaire to the entire population by distributing the questionnaire to a limited company in the area Samut Prakan from depression, for example, required 390 people to get back all the 250 people then analyze ; the trends account using descriptive statistics (Descriptive Statistics Our users) the statistical methods used to analyze the Multiple linear regression Model

From analyzing individual characteristics skills Affecting the decision to choose the characteristics of the desired accountant of entrepreneurs in Samut Prakan Province Significantly, it was found that at least 1 variable was significantly related to the variable according to ($F = .580$, $Sig = 0.00$) and had the ability to predict the variable as equal to 30.60 %, which again 69.40 % will come from other variables , have knowledge and understanding about the external business environment, such as society, economy, politics, foreign affairs , have the ability to inquire. Rational analysis Creative thinking to solve problems, have expertise in using information technology, understand and have the ability to analyze financial statements , have the ability to prepare and present financial reports in a simple format. To understand Complete and accurate Rules and time liness , able to work as a team and cooperate with the team in the operation to achieve the organization's goals, capable of strategic planning Project management, human resource management and various business decision-making resources , have distribution skills to delegate tasks equally and efficiently, have the skills to use appropriate tools and technology to increase efficiency. And help to make better decisions, except having knowledge and understanding about financial accounting Business finance , able to communicate, present and report in a formal and informal manner There is a significant relationship 4.68 , $Sig (0.014)$ ** and 4.58 , $Sig (0.007)$ ** respectively

Keywords: Desired Accountant, Entrepreneurs

บทนำ

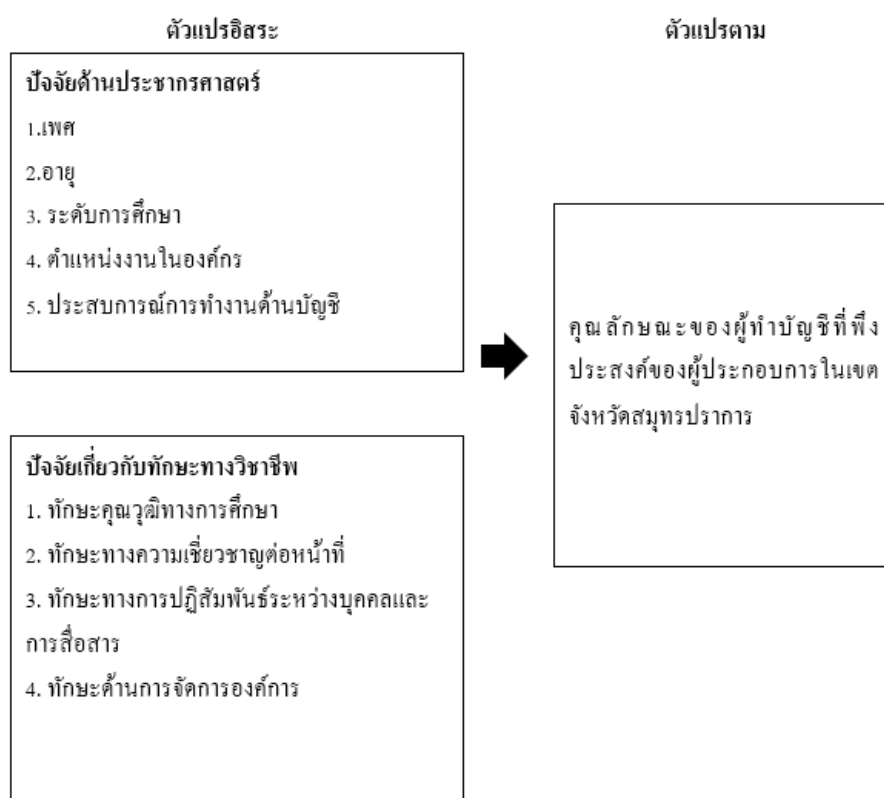
ปัจจุบันการได้ข้อมูลข่าวสารที่ทันเวลามีความถูกต้องย่อมได้เปรียบคู่แข่งขึ้น อย่างไรก็ตามแหล่งข้อมูลที่มีความสำคัญที่ผู้บริหารใช้ในการบริหารงานและตัดสินใจในเรื่องสำคัญต่าง ๆ สามารถจัดหาได้จากข้อมูลทางบัญชี ข้อมูลทางบัญชีเป็นแหล่งข้อมูลที่บ้านทักเหตุการณ์ทางการเงิน ทั้งหมดของกิจการ ที่ให้ประโยชน์แก่ผู้ใช้งานได้ในหลาย ๆ แง่มุม แต่การที่จะได้ข้อมูลทางบัญชีที่ถูกต้องจะมาจากการปฏิบัติงานของนักบัญชีที่มีความสามารถและมีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพบัญชี รวมทั้งมีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการงานส่วนบุคคล และการจัดบริหารงานในหน่วยงาน และองค์กร จะทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างราบรื่นส่งผลให้ข้อมูลทางบัญชีมีความถูกต้อง ทันเวลา และเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ดังนั้นธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีนักบัญชีที่มีความรู้ความสามารถที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรนอกจากนี้สภาวิชาชีพบัญชีได้ออกมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีเพื่อยกระดับคุณภาพของวิชาชีพบัญชีไทยให้เป็นที่ยอมรับของประเทศต่างๆ โดยกำหนดทักษะวิชาชีพแบ่งออกเป็น 5 ประเภท (สภาวิชาชีพบัญชี,2552) ได้แก่ ทักษะทางปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่งาน ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร และทักษะการบริหารองค์กร และการจัดการธุรกิจ ซึ่งเมื่อผู้ประกอบวิชาชีพมีพื้นฐานทักษะทางวิชาชีพดังกล่าวจะส่งผลให้การปฏิบัติงานในสาขาวิชาชีพบัญชีมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นักบัญชีจึงควรมีการพัฒนาความรู้ในด้านต่าง ๆ นอกเหนือจากด้านบัญชีให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ เพื่อให้มีความสามารถที่จะใช้ในการพัฒนากิจการให้สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับประเทศ เนื่องจากสุดท้ายแล้วผู้ประกอบการจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกนัก

บัญชีที่มีความสามารถเข้ามาทำงานให้กับกิจการจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นแรงจูงใจให้ผู้วิจัยเลือกทำการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ทำบัญชีที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการธุรกิจโดยหวังว่างานวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการวิชาชีพในการเพิ่มคุณค่าทางวิชาชีพบัญชี และคุณค่าทางวิชาการด้านอื่น ๆ ที่ตรงต่อความต้องการของผู้ประกอบการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ทำบัญชีที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของนักบัญชีในการปฏิบัติงาน

นักบัญชีอาจแยกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ นักบัญชีในฐานะผู้บริหารขององค์กร และนักบัญชีในฐานะของผู้ประกอบวิชาชีพสอบบัญชี

1. ในฐานะผู้บริหารขององค์กร จากสภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนไป ธุรกิจจำเป็นต้องปรับโครงสร้างขององค์กรให้มีลักษณะการบริหารงานที่พึ่งพาระบบสารสนเทศมากขึ้น ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการในองค์กรสำหรับข้อมูลที่เป็นตัวเลขนั้น ฐานข้อมูลที่สำคัญคือข้อมูลทางบัญชี ดังนั้นถ้าจะให้ผู้บริหารมีข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ จะต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องของระบบสารสนเทศทางการบัญชี ซึ่งประมวลผลโดยคอมพิวเตอร์ ดังนั้นนักบัญชีจะต้องมีความรู้ก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลาเพื่อที่จะสามารถได้นำมาประยุกต์ใช้ ให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงทางด้านการดำเนินธุรกิจในขณะเดียวกันก็พัฒนาตนเองมาเป็นผู้จัดการระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการให้กับผู้บริหารในลักษณะต่าง ๆ นักบัญชีที่มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศจะเป็นตัวเชื่อมกับบุคลากรทางด้านเทคนิคได้ดีที่สุด เนื่องจากมีความรู้ทั้งทางด้านธุรกิจซึ่งในเรื่องข้อมูลที่เป็นตัวเลข ซึ่งเป็นฐานข้อมูลในส่วนอื่น ๆ และเทคโนโลยีซึ่งจะทำให้กิจการมีระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพสนองตอบการบริหารยุคที่ไร้พรมแดนได้เป็นอย่างดี นอกจากนั้นยังควรจะมีความรู้ในด้านการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับงานส่วนของตน สามารถที่จะเลือกซื้อหรือมีส่วนร่วมในการพัฒนาโปรแกรมทางด้านบัญชีที่สามารถตอบสนองความต้องการขององค์กรได้เป็นอย่างดี

2. ในฐานะผู้ประกอบวิชาชีพสอบบัญชี สำหรับผู้สอบบัญชีภายนอกก็จะต้องมีความรอบรู้เช่นเดียวกัน โดยจะต้องรอบรู้ในเรื่องของรูปแบบของธุรกิจที่ปรับเปลี่ยนไปเนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเพื่อจะได้ทราบถึงวิธีการดำเนินงานธุรกิจของกิจการผู้รับตรวจหรือกิจการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้รับตรวจ ทำให้สามารถกำหนดแผนการตรวจสอบได้อย่างเหมาะสม นอกจากนั้นความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศถือเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้เช่นเดียวกัน ผู้สอบบัญชีที่รับงานตรวจสอบกิจการที่ใช้ระบบคอมพิวเตอร์ประมวลผลข้อมูลทางการบัญชี จำเป็นต้องมีความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์อย่างเพียงพอที่จะสามารถสอบทานการควบคุมภายในของระบบคอมพิวเตอร์และตรวจสอบระบบดังกล่าวได้ เพราะรายงานทางการเงินที่ถูกต้องสามารถสะท้อนถึงระบบการควบคุมภายในที่ดีและสร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้ให้ข้อมูลทางการเงินอีกด้วย

แนวความคิดเกี่ยวกับทักษะทางวิชาชีพสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

ทักษะทางวิชาชีพบัญชีระบุ ว่านักบัญชีต้องมีทักษะ 5 ด้าน ได้แก่

1. ทักษะทางปัญญา (Intellectual Skills) ซึ่งแบ่งย่อยได้อีก 6 ระดับตามลำดับจากน้อยไปหามาก ได้แก่ มีความรู้ มีความเข้าใจ สามารถประยุกต์ใช้ สามารถวิเคราะห์ได้ สามารถสังเคราะห์ได้ (นำองค์ความรู้หลาย ๆ ด้านมาประมวลเข้าด้วยกันแล้วทำการคาดการณ์และให้ผลสรุปได้) และสามารถประเมินคุณค่าได้ สิ่งที่สำคัญคือนักบุคคลที่พร้อมจะเป็นผู้ประกอบวิชาชีพต้องบรรลุระดับสูงที่สุดของทักษะเหล่านี้ ณ ช่วงเวลาที่มีคุณสมบัติเป็นผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ทักษะทางปัญญาช่วยให้นักบัญชีแก้ปัญหา ตัดสินใจ และใช้ดุลยพินิจที่ถี่ถ้วนแก่สถานการณ์ที่ซับซ้อนขององค์กรได้ ทักษะทางปัญญาที่จำเป็นประกอบไปด้วยทุกเรื่อง ดังนี้

(ก) ความสามารถที่จะกำหนด ได้มา จัด และเข้าใจ สารสนเทศจากคน สิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

(ข) ชีตความสามารถที่จะสอบถาม วิจัย คิดเชิงเหตุผลและวิเคราะห์

(ค) ความสามารถที่จะระบุและแก้ไขปัญหาที่ไม่เคยเจอมาก่อน

2. ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน (Technical and Functional Skills) ประกอบด้วยทักษะทั่วไปและทักษะเฉพาะเจาะจงสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ซึ่งรวมถึง

- (ก) ความชำนาญทางตัวเลข (การใช้คณิตศาสตร์และสถิติ) และความชำนาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
- (ข) การวิเคราะห์แบบจำลองการตัดสินใจและความเสี่ยง (Decision modeling and risk Analysis)
- (ค) การประเมินค่า
- (ง) การรายงาน และ
- (จ) ความรู้ด้านกฎหมายและกฎเกณฑ์ข้อบังคับ

3. ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล (Personal Skills) ซึ่งเกี่ยวข้องกับทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี การพัฒนาทักษะเหล่านี้จะช่วยการเรียนรู้และการปรับคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ซึ่งรวมถึง

- (ก) ความสามารถในการจัดการตนเอง
- (ข) มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถโน้มน้าวและเรียนรู้ด้วยตนเอง
- (ค) ความสามารถที่จะเลือกและเรียงลำดับทรัพยากรที่มีจำกัด และจัดแรงงานให้เสร็จตามกำหนดเวลา
- (ง) ความสามารถที่จะเข้าร่วมและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง
- (จ) พิจารณาปรับใช้ค่านิยมทางวิชาชีพ จรรยาบรรณและทัศนคติ ให้เข้ากับการตัดสินใจ
- (ฉ) ความระมัดระวังสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพ

4. ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร (Interpersonal and Communication Skills) ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีสามารถปฏิบัติงานร่วมกับบุคคลอื่นในองค์กรได้ดีรับและส่งผลสารสนเทศได้ การตัดสินใจอย่างมีเหตุผลและมีประสิทธิภาพ ส่วนประกอบของทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ประกอบด้วย

- (ก) การทำงานร่วมกับผู้อื่นในกระบวนการปรึกษาหารือกันเพื่อแก้ปัญหาความขัดแย้ง
- (ข) สามารถทำงานเป็นกลุ่ม
- (ค) มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลที่ต่างวัฒนธรรมและความคิดเห็นต่างกันได้
- (ง) เจาะต่อร่อนหาทางแก้ปัญหาและกำหนดข้อตกลงร่วมกันในสถานการณ์ทางวิชาชีพ
- (จ) การทำงานในวัฒนธรรมที่ต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (ฉ) สามารถนำเสนอ อภิปราย รายงานและการปกป้องมุมมองของตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการเขียนและการพูดทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

- (ช) ฟังและอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมและภาษาที่แตกต่างกัน

5. ทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ (Organizational and Business Management Skills) มีความสำคัญเพิ่มขึ้นต่อผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีซึ่งจะมีการเรียกร้องให้เป็นผู้แสดงบทบาทในเชิงรุกในการจัดการองค์กรในแต่ละวันในขณะที่ก่อนหน้านี้ บทบาทของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีอาจจำกัดอยู่เพียงแค่การเก็บและรวบรวมข้อมูลเพื่อให้หน่วยงานอื่นนำไปใช้ แต่ในปัจจุบันผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีได้เข้าไปมีบทบาทกับหลายหน่วยงานมากขึ้น จึงมีความจำเป็นที่ต้องมีความรู้ด้านธุรกิจมากขึ้นและตระหนักในเรื่องการเมืองและมีมุมมองแบบรอบด้าน ทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการธุรกิจ รวมถึง

(ก) การวางแผนเชิงกลยุทธ์ การบริหารโครงการ การบริหารงานบุคคลและทรัพยากร การตัดสินใจ

(ข) ความสามารถที่จะจัดแบ่งหน้าที่งาน และการมอบหมายงานเพื่อกระตุ้นและพัฒนาบุคลากร

(ค) การมีภาวะความเป็นผู้นำ

(ง) การพิจารณาและตัดสินใจได้อย่างผู้มีวิชาชีพ

วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยจะทำการศึกษาจากกฎระเบียบและข้อบังคับทางกฎหมายรวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดเก็บข้อมูล ส่วนแหล่งข้อมูลปฐมภูมิจะทำการศึกษาโดยการส่งแบบสอบถามไปยังบริษัทด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และเมื่อได้ข้อมูลจากการส่งแบบสอบถามนั้น ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยจะทำการวิเคราะห์ Multiple Linear Regression Model เพื่อให้ได้มาซึ่งสมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย

ประชากรที่ใช้ได้แก่ ผู้บริหารองค์กร, ผู้อำนวยการ, ผู้จัดการ และ หัวหน้างาน(Supervisor) ของสถานประกอบการในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ที่ยังดำเนินกิจการอยู่ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 14,874 บริษัท โดยข้อมูลดังกล่าวมีแหล่งที่มาจาก กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (ข้อมูล ณ วันที่ 7 กรกฎาคม 2562) โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 250 คน

ผลการวิจัย

ตาราง 1 คุณลักษณะของผู้ทำบัญชีที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

คุณลักษณะของผู้ทำบัญชีที่พึงประสงค์ของ ผู้ประกอบการในเขตจังหวัดสมุทรปราการ	Unstandardized Coefficients		t	(Sig.)
	B	Std.Error		
1. ทักษะคุณวุฒิทางการศึกษา				
1) มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ภายนอกธุรกิจ เช่น สังคม เศรษฐกิจ การเมือง การต่างประเทศ	.026	.038	.697	.486
2) มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำบัญชี การเงิน การเงินธุรกิจ	.102	.041	2.475	.014**
3) มีความสามารถในการสอบถาม วิเคราะห์ เชิงเหตุผล คิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อแก้ปัญหาที่ เกิดขึ้น	.011	.047	.227	.821

2. ทักษะทางความเชี่ยวชาญต่อหน้าที่				
4) มีความชำนาญด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	.076	.043	1.786	.075
5) มีความเข้าใจและมีความสามารถในการวิเคราะห์งบการเงินได้	.026	.041	.654	.514
6) มีความสามารถในการจัดทำและนำเสนอรายงานการเงินในรูปแบบที่ง่ายต่อความเข้าใจถูกต้องครบถ้วนตามหลักเกณฑ์และทันต่อเวลา	.008	.045	.179	.858
3. ทักษะทางการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร				
7) สามารถทำงานเป็นทีมและให้ความร่วมมือกับทีมงานในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร	.190	.045	4.204	.061
8) สามารถสื่อสาร นำเสนอ และรายงาน ในลักษณะที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ	1.30	.047	2.740	.007**
4. ทักษะด้านการจัดการองค์การ				
9) มีความสามารถในการวางแผนกลยุทธ์ การบริหารโครงการการบริหารงานบุคคลและทรัพยากร การตัดสินใจต่างๆทางธุรกิจ	.032	.043	.745	.457
10) มีทักษะการกระจายงานเพื่อมอบหมายงานอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ	-.002	.041	-.053	.958
11) มีทักษะในการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและช่วยในการตัดสินใจที่ดีขึ้น	.073	.041	1.801	.073
R=.580 R ² =.306 S.E.E=.28771 F=10.982 Sig=(0.00)**				

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคุณลักษณะของผู้ทำบัญชีที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญจากตารางที่ 1.1 พบว่ามีตัวแปรอย่างน้อย 1 ตัว มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ และมีความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรตามเท่ากับ 30.60% ซึ่งอีก 69.40% จะมาจากตัวแปรอื่นๆ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ เช่น สังคม เศรษฐกิจ การเมือง การต่างประเทศ, มีความสามารถในการสอบถาม วิเคราะห์เชิงเหตุผล คิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น, มีความชำนาญด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ, มีความเข้าใจและมีความสามารถในการวิเคราะห์งบการเงินได้, มีความสามารถในการจัดทำและนำเสนอรายงานการเงินในรูปแบบที่ง่ายต่อความเข้าใจ

ถูกต้องครบถ้วนตามหลักเกณฑ์และทันต่อเวลา, สามารถทำงานเป็นทีมและให้ความร่วมมือกับทีมงานในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายองค์การ, มีความสามารถในการวางแผนกลยุทธ์ การบริหารโครงการการบริหารงานบุคคลและทรัพยากร การตัดสินใจต่างๆทางธุรกิจ, มีทักษะการกระจายงานเพื่อมอบหมายงานอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ, มีทักษะในการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และช่วยในการตัดสินใจที่ดีขึ้น เว้นแต่ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำบัญชีการเงิน การเงินธุรกิจ, สามารถสื่อสาร นำเสนอ และรายงาน ในลักษณะที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่า ทักษะคุณวุฒิทางการศึกษา และ ทักษะทางการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร มีผลต่อคุณลักษณะของผู้ทำบัญชีที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดสมุทรปราการ โดยเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน จะเห็นว่า ทักษะคุณวุฒิทางการศึกษา มีผลต่อความต้องการของสถานประกอบการเป็นอย่างมากเนื่องจากองค์กรแต่ละแห่งต้องการบุคคลที่จบทางด้านสายงานทางบัญชีโดยตรง ส่วนทักษะทางการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ก็เป็นคุณลักษณะที่สำคัญที่จะมีปฏิสัมพันธ์ทั้งด้านบุคคล และ การสื่อสารเพื่อให้การดำเนินการเป็นไปในทิศทางเดียวกันก็จะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้

ควรเพิ่มทักษะในด้านการจัดการองค์การ ความเชี่ยวชาญต่อหน้าที่ และ คุณวุฒิทางการศึกษาที่ควรมุ่งเน้นทางด้านการบัญชีเฉพาะเพื่อที่จะทำให้ได้คุณลักษณะของผู้ทำบัญชีได้ตรงต่อความต้องการขององค์การ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเฉพาะสถานประกอบการในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งงานวิจัยในอนาคตอาจทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง หรือ หัวข้อวิจัยที่ไม่จำกัดขอบเขตอาจจะเลือกกลุ่มตัวอย่างที่กว้างมากขึ้นเพื่อให้สามารถเก็บรวบรวมกลุ่มตัวอย่างได้ครบถ้วน และรวดเร็วยิ่งขึ้นเพื่อให้ทันต่อการสรุปผลการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- สภาวิชาชีพบัญชี จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2553. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2562. **ทฤษฎีความคาดหวังโดย Victor Vroom**. จาก <https://www.krupatom.com/Victor Vroom/>.
- ลักขณา คำชู. (2557). **การพัฒนาคุณสมบัติของนักบัญชีที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน**, คณะวิทยาการจัดการ. สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- วิทยาลัยราชพฤกษ์. (2554). **ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะผู้ทำบัญชีที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการธุรกิจในจังหวัดภูเก็ต**. วิทยาลัยราชพฤกษ์
- สกลพร พิบูลย์วงศ์. (2559). **คุณลักษณะของนักบัญชีที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการธุรกิจในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี**. มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

- กาญจนา มงคลนิพัทธ์ และคณะ. (2559). **คุณสมบัติของนักบัญชีที่พึงประสงค์สำหรับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย**. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
- เสาวลักษณ์ จันทรประสิทธิ์. (2559). **ความคาดหวังและความพร้อมของนักบัญชีในทรศนะของผู้ประกอบการเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน**. มหาวิทยาลัยทักษิณ

**NBUS0098: การวางแผนทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมหลังเกษียณของพนักงานบริษัท
เอกชนในเขตลาดพร้าว****A STUDY ON FINANCIAL PLANNING TO PREPARE THE RETIREMENT OF AN EMPLOYEE
IN LAT PHRAO DISTRICT**วฤตดา พิพัฒน์กุล¹ อรพรรณ รุ่งเรือง²^{1,2} คณะบริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ**บทคัดย่อ**

การศึกษาเรื่องการวางแผนทางการเงิน เพื่อเตรียมความพร้อมหลังเกษียณ ของพนักงานบริษัทแห่งหนึ่งในเขตลาดพร้าว มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การวางแผนทางการเงินหลังเกษียณ โดยประชากรที่ใช้คือ กลุ่มพนักงานบริษัทแห่งหนึ่งในเขตลาดพร้าวจำนวนทั้งหมด 200 คน คำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณ เพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ได้กลุ่มตัวอย่าง 134 คน จากการรวบรวมข้อมูล และทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ เป็นจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการศึกษาพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษา และเงินประกันชีวิต มีอิทธิพลต่อรายได้หลังเกษียณ ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และเงินบำนาญบำนาญ มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายหลังเกษียณ

คำสำคัญ: การวางแผนทางการเงิน, เกษียณ**Abstract**

A study on financial planning to prepare the retirement of an employee. A company in Latphrao district to analyze financial planning after retirement by the population used by a group of employees in Latphrao total number of 200 people calculated the sample by using a formula to find the size of the sample. 134 samples from the collection of information and theories related to this research. The tool used to collect data is a query and analyzes the data as a percentage, average, standard deviation, and a single-stage regression analysis statistic.

The results of this study show that the average monthly income, education and life expenses after the impact of retirement income. Average monthly and pension effects after retirement expenses.

Keywords: Financial planning, Retirement**บทนำ**

สังคมไทยมีผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น และผู้สูงอายุมีความเชื่อว่า ตนสามารถมีชีวิตที่ดีได้หลังวัยเกษียณ มีกำลังซื้อต่อการบริการต่าง ๆ และต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนที่พอกพูนให้มากขึ้น แต่ในขณะที่คนไทยในวัยหลังเกษียณมี

คุณภาพชีวิตที่ไม่ค่อยดีนัก เนื่องจากมีเงินออมประมาณ 13% ของรายได้เฉลี่ยในช่วง 5 ปีสุดท้ายก่อนเกษียณเท่านั้น ซึ่งมาตรฐานโดยทั่วไปบุคคลหลังเกษียณควรมีเงินออมประมาณ 70% ของรายได้เฉลี่ยในช่วง 5 ปีสุดท้ายก่อนเกษียณ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2560) ถ้าหากไม่มีการวางแผนที่ดีในอนาคต ก็จะมีผลกระทบต่อการใช้ชีวิตในวัยหลังเกษียณ สาเหตุส่วนหนึ่งคือ การวางแผนการออมที่ล่าช้า การมีความเชื่อมั่นต่อคุณภาพชีวิตหลังเกษียณสูงเกินกว่าความจริงที่เกิดขึ้น การวางแผนโดยไม่มีความรู้ความเข้าใจ รวมถึงการประมาณการค่าใช้จ่ายที่ต่ำเกินไป ส่งผลทำให้เงินออมไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่าย ไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้จ่ายหลังวัยเกษียณ

ผลสำรวจชี้ว่า ในปี 2568 ประเทศไทยจะมีสัดส่วนผู้สูงอายุที่มากถึง 20% ของประชากรทั้งประเทศ (สมชัย สัจจพงษ์ ปลัดกระทรวงการคลัง. 2560) หรือเรียกง่าย ๆ ว่าเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Aging Society) ดังนั้นการวางแผนทางการเงินก่อนเกษียณอายุ เป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้เราวางแผนอย่างเป็นระบบ ให้มีเงินออมเงินเก็บที่มากพอที่จะดูแลตัวเองตอนเกษียณ มีเงินเหลือไว้ใช้ยามฉุกเฉิน มีเงินออมหรือเงินลงทุนที่อาจสร้างรายได้ในอนาคต การบริโภค ความต้องการใช้จ่ายตามกระแส เทคโนโลยีที่ทันสมัยขึ้น รวมไปถึงเงินเพื่อที่บำนาญ อำนาคการซื้อของเราลงทุกวัน ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องการวางแผนทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมหลังเกษียณของประชากรไทย เพื่อเป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมทางการเงินก่อนเกษียณ และการประเมินความพร้อมทางการเงินเพื่อให้ทราบถึงรายรับ-รายจ่าย ตลอดจนพฤติกรรมการใช้เงินของคนไทย เพื่อให้มีเงินที่พอใช้ในชีวิตประจำวันและมีเงินเก็บไว้ใช้ยามเกษียณอายุ

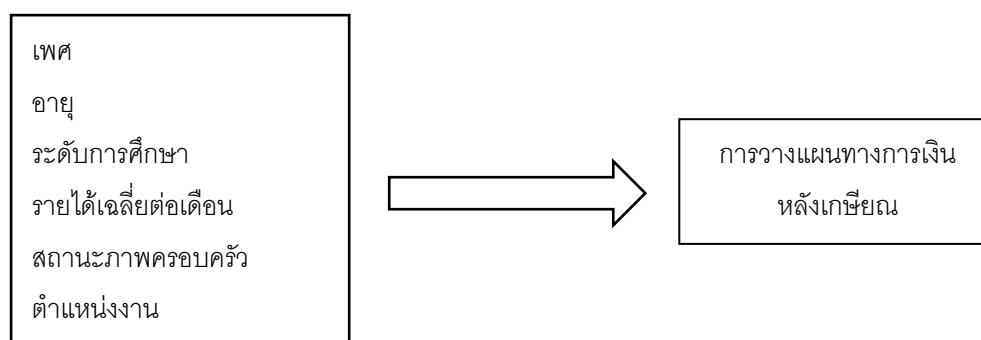
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์การวางแผนทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมหลังเกษียณของพนักงานบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดพร้าว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อให้พนักงานบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดพร้าว นำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการวางแผนทางการเงิน เพื่อเตรียมความพร้อมหลังเกษียณ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงการวางแผนทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมหลังเกษียณของพนักงานบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดพร้าว ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัยมีประชากรคือพนักงานบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดพร้าว จำนวน 200 คน โดยผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 134 ตัวอย่าง เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยโดยใช้สูตรคำนวณ เพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5% สามารถหาจำนวนตัวอย่างของการวิจัยได้ ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนของประชากร

D คือ ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ เท่ากับ 0.05

$$n = \frac{200}{1 + 200(0.05^2)}$$

$$n = 134 \text{ คน}$$

โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แนวทางการจัดทำแบบสอบถาม จากการรวบรวมข้อมูล และทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ ซึ่งแบบสอบถามจะแบ่งรายละเอียดของคำถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของพนักงานบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดพร้าว ได้แก่ เพศ อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่งงาน โดยมีลักษณะคำถามที่ใช้จะเป็นปลายปิด (Closed-ended Questions)

ข้อที่ 1 เพศ	- ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
ข้อที่ 2 อายุ	- ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา	- ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
ข้อที่ 4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	- ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
ข้อที่ 5 สถานะภาพ	- ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
ข้อที่ 6 ตำแหน่งงาน	- ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมหลังเกษียณเป็นแบบทดสอบที่เกี่ยวกับการวัดความคิดเห็นของพนักงานต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวางแผนการเงิน เพื่อเตรียมความพร้อมหลังเกษียณได้ ซึ่งมีลักษณะที่ใช้เป็นปลายปิด (Closed-ended Questions) โดยมีการกำหนดช่วงเกณฑ์ที่ใช้ 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญมากที่สุด	5 คะแนน
ระดับความสำคัญมาก	4 คะแนน
ระดับความสำคัญปานกลาง	3 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อย	2 คะแนน

ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1 คะแนน

ในการแปลความหมายระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมหลังเกษียณ ผู้ศึกษาใช้เกณฑ์แปลความหมาย ดังนี้

ระดับความสำคัญน้อยที่สุด	ช่วงคะแนน 1.00-1.50
ระดับความสำคัญน้อย	ช่วงคะแนน 1.51-2.50
ระดับความสำคัญปานกลาง	ช่วงคะแนน 2.51-3.50
ระดับความสำคัญมาก	ช่วงคะแนน 3.51-4.50
ระดับความสำคัญมากที่สุด	ช่วงคะแนน 4.51-5.00

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการวางแผนการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมหลังการเกษียณอายุของพนักงานบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดพร้าว ได้แก่ การวางแผนรายรับหลังเกษียณไม่ว่าจะเป็นรายได้ประจำหรือรายได้อื่น ๆ ที่จะได้รับหลังเกษียณ การวางแผนรายจ่ายทั้งรายจ่ายในการใช้ชีวิตประจำวัน รายจ่ายในการนำไปรักษาพยาบาล รายจ่ายอื่น ๆ

ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์การวางแผนการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมหลังเกษียณของพนักงานบริษัทค้าปลีกแห่งหนึ่งในเขตลาดพร้าว โดยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อการคำนวณหาค่า จำนวน ร้อยละ และคะแนนเฉลี่ย และใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปร ของข้อมูลทั่วไปพบว่าตัวแปร รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษา และเงินประกันชีวิตมีอิทธิพลต่อการประมาณการรายได้หลังเกษียณได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปร ข้อมูลทั่วไปพบว่าตัวแปร รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และเงินบำนาญบำนาญมีอิทธิพลต่อการประมาณการค่าใช้จ่ายหลังเกษียณได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 1 สรุปผลการศึกษา

ลำดับที่	ตัวแปรอิสระ	การประมาณการรายได้หลังเกษียณ (ค่า sig)	การประมาณการค่าใช้จ่ายหลังเกษียณ (ค่า sig)
ข้อมูลทั่วไป			
1	เพศ	.641	.471
2	อายุ	.105	.233
3	ระดับการศึกษา	.741	.054
4	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	.001	.012
5	สถานะภาพครอบครัว	.399	.784
6	ตำแหน่งงาน	.500	.421

ตาราง 1 (ต่อ)

ลำดับที่	ตัวแปรอิสระ	การประมาณการรายได้ หลังเกษียณ (ค่า sig)	การประมาณการค่าใช้จ่าย หลังเกษียณ (ค่า sig)
ปัจจัยที่มีผลต่อการวางแผนการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมหลังเกษียณ			
7	รายได้ประจำ	.207	.838
8	รายได้พิเศษ	.883	.818
9	รายได้อื่น	.732	.111
10	ค่าสาธารณูปโภค	.826	.557
11	ค่าเบี้ยประกัน	.521	.765
12	ค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน	.907	.232
13	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวพักผ่อน	.999	.532
14	ค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษา	.031	.187
15	ค่ารักษาพยาบาล	.144	.296
16	ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	.123	.601
17	เงินกู้ในระบบ	.266	.343
18	บัตรเครดิต	.373	.953
19	เงินผ่อนสินค้า	.895	.885
20	เงินบำเน็จบำนาญ	.161	.023
21	กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	.150	.052
22	พันธบัตรรัฐบาล	.769	.788
23	หุ้น	.484	.075
24	กองทุนรวม	.638	.259
25	เงินฝากธนาคาร	.074	.928
26	เงินประกันชีวิต	.010	.060

อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อรายได้หลังเกษียณ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิจติพร สิทธิพันธุ์ 2552 ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา กล่าวว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ในด้านกรอบระยะเวลาที่กำหนดและรูปแบบในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการศึกษาพบว่า ค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษา และเงินประกันชีวิตมีผลต่อการประมาณการรายได้หลังเกษียณ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริลักษณ์ วรรณกุล; และ นางคันตย จันทร์จรัส (2559) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เงิน กล่าวว่าพฤติกรรมการใช้เงินด้านการศึกษา ภาพรวมอยู่ในระดับดีเมื่อศึกษาข้อมูลพบว่า

มีพฤติกรรมการใช้เงินอยู่ในระดับดี โดยนักศึกษามีค่าใช้จ่ายในการศึกษาค้นคว้า และ นันทิดา วัฒนประภา (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยในการวางแผนการเงินที่มีผลต่อความคุ้มค่าในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาแหลมฉบังจากผลการวิจัยที่เมื่อทดสอบแล้ว การซื้อประกันชีวิต การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และการลงทุนในกองทุนรวม ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ทดสอบว่าค่าสถิติทดสอบ F ปรากฏว่าค่า Sig = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่ามีตัวแปรต้น การวางแผนลดหย่อนภาษีอย่างน้อย 1 ตัว ที่สามารถทำนายผลการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามความคุ้มค่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระ “การวางแผนการลดหย่อนภาษี” และตัวแปรตาม “ความคุ้มค่า” ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.792 พบว่าตัวแปรการวางแผนลดหย่อนภาษีกับความคุ้มค่าทั้งสองมีความสัมพันธ์กัน มีค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจ (R Square) เท่ากับ 0.627 หมายความว่า การเปลี่ยนแปลงของ “ความคุ้มค่า” ขึ้นอยู่กับการวางแผนการลดหย่อนภาษีร้อยละ 62.70 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับแล้วเท่ากับ 0.624

จากการศึกษา พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อค่าใช้จ่ายหลังเกษียณ ซึ่งสอดคล้องกับ ขนิษฐา ต้นสถาวิรัฐ (ธฤตพน อุสวัสดิ. 2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของพนักงานเครือข่ายบริษัทหน้าเขียนในเขตกรุงเทพฯ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างในด้านช่องทางการวางแผนทางการเงิน วัตถุประสงค์ กรอบระยะเวลา รูปแบบการออมเงิน รวมทั้งบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงิน

จากการศึกษาพบว่า เงินบำนาญบำนาญ มีผลต่อค่าใช้จ่ายหลังเกษียณ ซึ่งสอดคล้องกับนครินทร์ เลี้ยวสว่าง, 2558 ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมออมเพื่อวัยเกษียณ: กรณีศึกษา ข้าราชการกรมโยธาธิการและผังเมือง กล่าวว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการออมและการลงทุนในรูปแบบกองทุนบำนาญบำนาญข้าราชการ ที่ดิน/สิ่งปลูกสร้าง และพันธบัตรรัฐบาล/ตัวเงินค้ำ

เราพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษา และเงินประกันชีวิต มีอิทธิพลต่อรายได้หลังเกษียณ ซึ่งรายได้หลังเกษียณ เช่นเงินบำนาญบำนาญ เงินรับจากกองทุนประกันสังคม จากการลงทุน จากการประกันชีวิต เป็นต้น ดังนั้นหากเราทราบ ว่า สิ่งใดที่มีอิทธิพลต่อรายได้หลังเกษียณ จะช่วยให้เราใช้ชีวิตและวางแผนเพื่อให้มีรายได้หลังเกษียณได้อย่างเพียงพอ ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และเงินบำนาญบำนาญ มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายหลังเกษียณ ค่าใช้จ่ายหลังเกษียณ ประเมินจากการใช้ชีวิตที่มีอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงค่านิ่งเรื่องของภาวะเงินเฟ้อด้วย การเกษียณคือการหยุดทำงานประจำและไม่มีรายได้หลักอีกต่อไป ดังนั้นหลังจากเกษียณเราจำเป็นต้องประมาณรายได้และค่าใช้จ่ายหลังเกษียณ เพื่อให้ชีวิตหลังเกษียณมีความมั่นคง รวมถึงต้องรู้จักปรับตัว วางแผนทางการเงินที่ดี เช่น การเริ่มออมอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มีเงินเก็บมากพอหลังเกษียณ การรู้จักเลือกลงทุนเพื่อให้ได้ผลตอบแทนเป็นรายได้หลังเกษียณ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2558)

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถศึกษาและเก็บข้อมูลได้อย่างครอบคลุม อาจทำให้ผลวิจัยครั้งนี้พบความคลาดเคลื่อน หรือไม่สมบูรณ์ทุกด้าน อันเนื่องมาจากข้อจำกัดด้านเวลา จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลไม่มากพอ รวมถึงสถานที่ในการเก็บข้อมูลการเข้าถึงประชากรตัวอย่าง รวมถึงความยากในการเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์และมีการพัฒนาต่อไปในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรเพิ่มระยะเวลาในการศึกษาและเพิ่มประชากรกลุ่มตัวอย่าง การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เข้าถึงง่ายต่อการเก็บ

ข้อมูล รวมถึงลงนำตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อรายได้และค่าใช้จ่ายหลังเกษียณในเขตลาดพร้าวนี้ไปวิจัยในเขตพื้นที่อื่น เพื่อหาข้อสรุปเพิ่มเติม เพื่อให้งานวิจัยในครั้งต่อไปสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กิตติพร สิทธิพันธุ์. (2552). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของประชากรในกรุงเทพมหานคร**. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชนิษฐา ต้นสถาวิรัฐ; และ ธฤตพน อุสวัสด์. (2560). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของพนักงานเครือข่ายหน้าเขียน**. บัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- นครินทร์ เลี้ยวสว่าง. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมเพื่อวัยเกษียณ: กรณีศึกษา ข้าราชการกรมโยธาธิการและผังเมือง**. ปรินญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นันทิดา วัฒนประภา. (2559). **ปัจจัยในการวางแผนการเงินที่มีผลต่อความคุ้มค่าในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาแหลมฉบัง**. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา
- สมชัย สัจจพงษ์. (2560). **คาดปี68ไทยเข้าสู่สังคมสูงอายุโดยสมบูรณ์!!**. จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/769335>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). **สรุปผลที่สำคัญ การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนในช่วง 6 เดือนแรก**.
- สิริลักษณ์ วรรณกุล; และ นงนิตย จันทร์จรัส. (2559). **พฤติกรรมการวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณของผู้มีเงินได้** อายุระหว่าง 22-60 ปี ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี. **วารสารการบัญชีและการจัดการ**. 9(3): 108-120.

NBUS0099: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ GRABCAR APP ของผู้บริโภคในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร

FACTORS INFLUENCING THE SELECTION OF GRABCAR APP OF CONSUMERS IN SATHORN DISTRICT BANGKOK

สมภาร ปอสูงเนิน¹ ประไพศรี ฤทธิไธส²

^{1,2} อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ GrabCar App ของผู้บริโภคในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการพึงพอใจในการใช้บริการ GrabCar App ของผู้บริโภคในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ GrabCar App ของผู้บริโภคในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร และเพื่อนำข้อมูลที่ได้ทำวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อยอดธุรกิจในอนาคตและข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจในอนาคต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นกลุ่มประชาชนในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test, F-test, One-Way ANOVA มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-25 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนรับจ้าง มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท พฤติกรรมการใช้บริการของประชาชน

ส่วนใหญ่ พบว่า ใช้บริการในช่วง 06.01 – 12.00 น. ความถี่ในการใช้ 1-10 ครั้งต่อเดือน ใช้บริการด้านโดยสารส่วนบุคคล วันที่ใช้ จันทร์-ศุกร์ และชำระด้วยเงินสด มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจจากมากไปน้อย ได้แก่ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือด้านราคามีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจในระดับมาก และด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แตกต่างกันไปมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ GrabCar App ของผู้บริโภคในเขตสาทร กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน เป็นที่ยอมรับในสมมุติฐาน เพราะมีค่า sig น้อยกว่า .05

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ GrabCar App ของผู้บริโภคในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร

Abstract

The purpose of this research is 1) to study general information of consumers using Application Grab in Sathorn area. Bangkok 2) To study the information on the satisfaction of the consumers in the Application Grab service in Sathorn area. Bangkok 3) To study the mix of factors affecting the satisfaction of the application grab of consumers in Sathorn area Bangkok And to use the research data to be a guideline for further development Future business and information for those interested in the future The

sample group used in the study was a group of people in Sathorn area. The sample consisted of 400 samples. The instrument used in this research was analysis by using descriptive statistics. Including percentage, average, standard deviation And inferential statistics such as t-test, F-test, One-Way ANOVA with statistical significance of .05

The results showed that most of the women were 21-25 years old with bachelor degree level. Occupation of a private employee / contractor with an income of 10,001 - 15,000 baht. Service behavior of people.

Most find that the service is used between 06.01 - 12.00 hrs. Frequency of usage 1-10 times per month Use the passenger service, personal use day, Monday - Friday and pay by cash There is a high level of satisfaction. In order according to the influence which affects the satisfaction from high to low Including the distribution channels High level of satisfaction Next is the price, with a high level of satisfaction. The product satisfaction was at a high level. And the marketing promotion provided satisfaction at the medium level.

General information of respondents The difference in the satisfaction of the Grab Car service of consumers in Sathorn area Bangkok is different. Is accepted in the hypothesis because sig is less than .05

บทนำ

กรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางธุรกิจของประเทศและเป็นจังหวัดที่มีจำนวนประชากรหนาแน่นมากที่สุดถึง 5.6 ล้านคน ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่มิถุมิลาเนาโดยกาเนิด หรือผู้ที่ย้ายถิ่นฐานเข้ามาเพื่อทำงาน จากการที่เป็นศูนย์กลางธุรกิจนั้นทำให้ระบบขนส่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญที่จะช่วยสนับสนุนให้เกิดการขับเคลื่อนการพัฒนาทางเศรษฐกิจได้โดยในกรุงเทพมหานครมีระบบขนส่งสาธารณะที่มีความหลากหลาย เช่น รถไฟฟ้า รถไฟใต้ดิน เรือ รถโดยสารประจำทาง รถตู้ร่วมบริการ รถสองแถว แท็กซี่ มอเตอร์ไซด์รับจ้าง เป็นต้น และได้มีการคาดการณ์ว่าภายในปี 2575 จะมีจำนวนประชากรในกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นเป็น 12 ล้านคน ระบบขนส่งทางบกในเขตกรุงเทพมหานครเป็นระบบที่มีการใช้งานกันจนกลายเป็นกิจวัตรประจำวันของแต่ละปัจเจกบุคคล เนื่องจากระบบขนส่งทางบกมีรูปแบบที่หลากหลาย ผู้ใช้บริการสามารถพิจารณาเลือกใช้ได้ตามความเหมาะสมของจุดหมายปลายทางที่จะไป ระยะเวลาเดินทางที่มีอยู่ และงบประมาณในการเดินทาง อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่เกิดจากรถโดยสารสาธารณะซึ่งนับว่าเป็นรูปแบบการเดินทางที่มีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมากยังคงสามารถพบเห็นจากสื่อสาธารณะอยู่เป็นระยะ

ในปี 2559 พบว่ามีจำนวนผู้ใช้งานสมาร์ทโฟนในประเทศไทยที่ 50 ล้านเครื่อง ซึ่งได้มีการคาดการณ์ว่าจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นสูงถึง 80 ล้านเครื่องในปี 2564 (Ericsson Mobility Report, 2559) สอดคล้องกับแนวโน้มการเพิ่มจำนวนครัวเรือนที่มีโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟนที่มีการเชื่อมต่อหรือเปิดใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร ดังภาพที่ 1.1 แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนที่ยังจะมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และเมื่อนำข้อมูลทั้งจำนวนประชากรและจำนวนผู้ใช้งานสมาร์ทโฟนมาพิจารณา สามารถกล่าวได้ว่าจำนวนดังกล่าวนี้ส่งผลให้เกิดธุรกิจการค้าและการบริการผ่านทางออนไลน์และโมบายแอปพลิเคชันเกิดขึ้นใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองพฤติกรรมการใช้

งานสมาร์ทโฟน และยังช่วยเพิ่มความสะดวกรวดสบายให้กับผู้บริโภคที่มีจำนวนมาก ซึ่งรวมไปถึงการให้บริการเรียกรถออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน หรือ แอปพลิเคชันเรียกรถ ที่ได้อำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการเป็นอย่างมาก เมื่อเทียบกับการที่ต้องโทรไปจองแท็กซี่ หรือการที่ต้องโบกรถเอง และที่มากกว่านั้นบริการเรียกรถยังมีระบบวิเคราะห์รูปแบบการเดินทางและจับคู่กับรถที่ให้บริการที่อยู่ใกล้ที่สุดและยังสามารถคำนวณค่าโดยสารคร่าวๆ ให้กับผู้ใช้บริการก่อนที่จะเลือกเดินทาง เนื่องจากปัญหาของรถบริการในกรุงเทพมหานครหรือรถแท็กซี่ ยังคงมีปรากฏให้เห็นตามสี่อยู่เป็นระยะ ไม่ว่าจะเป็นการปฏิเสธผู้โดยสาร หรือการไม่กดมิเตอร์ จึงส่งผลให้การให้บริการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนได้รับการตอบรับได้เป็นที่รวดเร็ว ที่มา: ดัดแปลงจาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ (วันสืบค้น: ตุลาคม 2560)

ด้วยเหตุนี้ทางผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ บริการแอปพลิเคชันเรียกรถยนต์โดยสารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในปัจจุบัน ว่าปัจจัยใดที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการ เพื่อนำไปใช้เป็นใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับ การวิเคราะห์ผู้บริโภค เป็นข้อมูลประกอบในการวางแผนกลยุทธ์ ปรับปรุงการให้บริการที่มี ประสิทธิภาพ รวมทั้งพัฒนารูปแบบการให้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถยนต์โดยสารให้สอดคล้องกับ ความต้องการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในสภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives of Research)

1. เพื่อศึกษาวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ GrabCar App ของผู้บริโภคในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ GrabCar App ของผู้บริโภคในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษานำข้อมูลที่ได้จากการทำวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการให้บริการแก่ผู้สนใจในการประกอบอาชีพและเป็นข้อมูลในการพัฒนารูปแบบการให้บริการต่อผู้สนใจในอนาคต

วิธีดำเนินการวิจัย

กรอบการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) เป็นการศึกษา ปัจจัยด้านข้อมูลเบื้องต้น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ช่วงเวลาในการเรียกใช้บริการ ความถี่ในการเรียกใช้บริการ

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ เป็นการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ GrabCar App ของผู้บริโภคในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ประชากรที่ศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน GrabCar App ในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2560 จำนวน 79,624 คน (สำนักงานเขตสาทร. 2560)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน GrabCar App ในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวได้มาจากใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane .1973 อ้างถึงใน กัลยา วาณิชยปัญญา. 2559)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อการวิจัย สามารถคำนวณค่าและแปลความหมายของข้อมูลดังต่อไปนี้

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยการนำเสนอผลการวิเคราะห์แยกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงเป็นจำนวนและค่าร้อยละ

1.2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ GrabCar App ของผู้บริโภคในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร โดยหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean หรือ $\bar{X}$) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1 การวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐานใช้สถิติค่า t-test , f-Test วิเคราะห์ค่า Sig ในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ได้นำไปเปรียบเทียบรายคู่ (LSD)

ผลการวิจัย

จากการสำรวจ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ GrabCar App ของผู้บริโภคในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน สรุปได้ 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ หญิง	258	64.50
อายุ 19 - 25 ปี	219	54.75
การศึกษา ปริญญาตรี	270	67.50
อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	186	46.50
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	190	47.50
10,001 – 15,000 บาท		
ช่วงเวลาในการใช้บริการ	124	31.00
08 : 01 – 11 : 00 น.		
ความถี่ในการใช้บริการ	183	45.75
สัปดาห์ละ 4-7 ครั้ง		

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-marketplace) ของประชาชนในเขตปริมณฑล กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.89	0.68	มาก
ด้านราคา	3.76	0.49	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.82	0.44	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.04	0.56	มาก
ด้านบุคลากร	3.96	0.52	มาก
ด้านบริการ	3.94	0.43	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ	4.33	0.52	มาก
รวม	3.96	0.54	มาก

การทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ GrabCar App ของประชาชนในเขตสาทร แตกต่างกันไม่มีผลต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านคุณภาพของสินค้า ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อมูลสินค้าและกระบวนการให้บริการ บุคลากร ด้านภาพลักษณ์ของสินค้าและร้านค้า และด้านข้อมูลร้านค้า ทุกปัจจัยส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ GrabCar App

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	อายุ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	sig
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 18 ปี	31	3.73	0.57	3.030	0.018*
	19- 25 ปี	219	3.90	0.55		
	26- 35 ปี	85	4.03	0.54		
	36- 45 ปี	54	3.75	0.53		
	46 ปีขึ้นไป	11	3.80	0.63		
	รวม	400	3.89	0.55		
2. ด้านราคา	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 18 ปี	31	3.58	0.68	2.631	0.034*
	19- 25 ปี	219	3.72	0.72		
	26- 35 ปี	85	3.96	0.64		
	36 - 45 ปี	54	3.71	0.58		
	46 ปีขึ้นไป	11	3.68	0.77		
	รวม	400	3.76	0.69		

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด	อายุ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	sig
3. ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 18 ปี	31	3.72	0.39	1.085	0.364
	19 - 25 ปี	219	3.83	0.54		
	26 – 35 ปี	85	3.88	0.50		
	36 – 45 ปี	54	3.72	0.37		
	46 ปีขึ้นไป	11	3.87	0.52		
	รวม	400	3.82	0.50		
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 18 ปี	31	4.05	0.60	0.687	0.601
	19 - 25 ปี	219	4.01	0.47		
	26 – 35 ปี	85	4.09	0.28		
	36 – 45 ปี	54	4.12	0.40		
	46 ปีขึ้นไป	11	3.86	0.54		
	รวม	400	4.04	0.67		

อภิปรายผล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 258 คน มีอายุ 19-25 ปี จำนวน 219 คน การศึกษาปริญญาตรี จำนวน 270 คน อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 186 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 จำนวน 190 คน ช่วงเวลาการใช้บริการ 08:01 – 11:00 น. จำนวน 124 คน ความถี่ในการใช้บริการ สัปดาห์ละ 4-7 ครั้ง จำนวน 183 คน

ผลรวมข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจการใช้บริการ Grab Car App ของประชาชนในเขตสาทร จากการสำรวจว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านราคา ตามลำดับ

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวิภา รัชวงศ์ตระกูล (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเรียกรถโดยสาร Taxi ผ่านโมบายแอปพลิเคชัน Grab ในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผู้ให้บริการควรจะต้องมีการส่งเสริมการตลาด โดยเฉพาะการโฆษณา ประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันให้เป็นที่รู้จัก บนโซเชียลมีเดียอย่างทั่วถึง การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสม่ำเสมอ เช่น ให้ส่วนลดตามเทศกาลต่าง ๆ มีการส่งข้อมูลข่าวสารติดต่อกับผู้บริโภคอยู่เสมอ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้าให้เข้ามาใช้งานแอปพลิเคชัน

ข้อเสนอแนะในครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจการใช้บริการแอปพลิเคชัน GrabCar App ของประชาชนในเขตสาทร อาจมีปัจจัยอื่น ๆ อีกหลายปัจจัยที่ผู้ศึกษาไม่ได้รวมไว้ในแบบสอบถามนี้ ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพสำหรับปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อให้ครอบคลุมและนำไปสู่งานวิจัยที่ดีขึ้นต่อไป
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างอาจน้อยเกินไป รวมถึงช่วงเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล ควรพิจารณาถึงความเหมาะสมและความเป็นไปได้ที่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ ซึ่งมีผลกระทบต่อการวิเคราะห์ข้อมูลโดยตรง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดมากขึ้น ควรเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กลม สกระเกศณี, อภิวัฒน์ กรมเมือง.(2557). การตัดสินใจการใช้บริการแท็กซี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ในเขตกรุงเทพมหานคร. สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริการและการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- คุณิตา เทพวงศ์.(2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- โชติมา ชุกุล.(2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ เรียบเรียงโดยสายของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เทวฤทธิ์ บัวหลวง.(2559). ส่วนประสมการตลาด(Marketing Mix)4P's. สืบค้นข้อมูลเมื่อ 22 สิงหาคม 2562 จาก <http://thbusinessinfo.blogspot.com/2015/02/marketing-mix-4ps.html>
- เทียน ทองแก้ว.(2556). การมีหัวใจบริการ (Service Mind). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ธีรกิต นวรัตน์ ณ อยู่ยา.(2547). แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปลายฟ้า อุดม, พนิดา มงคลมณ.(2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab car ของผู้ใช้ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ. บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาเอกการตลาด. มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ.
- พงศกร ง่วนลำอางค์.(2560). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่แท็กซี่. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เพ็ญภา จรัสพันธ์.(2557). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า จีเนทโมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี. สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยบริหารธุรกิจ. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

NBUS0100: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อหนี้นอกระบบของประชาชนในหมู่บ้านรุ่งอรุณ เขต ลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING THE INFORMAL INDEBTEDNESS OF PEOPLE IN RUNG ARUN VILLAGE, LAT KRABANG DISTRICT, BANGKOK

กัญญาวีร์ วงศ์เสื่อ¹ นุชนาฏ เกิดรวัย² นาฏยา เกิดรวัย³ พัทธธีรา จิรอุดมสาโรจน์⁴

^{1, 2, 3} มหาบัณฑิต หลักสูตรการศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

⁴ อาจารย์ ภาควิชาการบัญชีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อหนี้นอกระบบ เพื่อศึกษาสาเหตุและผลกระทบที่เกิดจากการเป็นหนี้นอกระบบ และเพื่อนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาหนี้นอกระบบของประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือประชาชนในหมู่บ้านรุ่งอรุณ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม ได้สุ่มครัวเรือนละ 1-2 คน รวมทั้งหมด 325 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่แบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามมาตราวัดของ ลิเคิร์ท (Likert Seale) โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยมีค่าความเชื่อมั่น 0.99 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าสถิติทดสอบ (t-test) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standar Deviation)

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรสโสด อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ระดับการศึกษาปริญญาตรี ลักษณะที่อยู่อาศัย บ้านเดี่ยว รายได้ 10,001-20,000 บาท ในปัจจุบันท่านมีภาระหนี้สินใดบ้าง บัตรเครดิต..ใบ วงเงินรวมบัตรทุกใบ ในปัจจุบันท่านมีการก่อหนี้เพื่อวัตถุประสงค์ใช้อุปโภคบริโภค ท่านก่อหนี้เหล่านี้เพื่อใคร ตนเอง มีการตัดสินใจก่อหนี้ในระบบในระดับมาก มีการกู้เงินในระบบ (สถาบันการเงิน) ในระดับมาก และมีการกู้เงินนอกระบบ (สถาบันการเงิน) ในระดับมากผลการวิจัยด้านแหล่งการตัดสินใจก่อหนี้นอกระบบ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ที่อยู่อาศัย รายได้ ในปัจจุบันท่านมีภาระหนี้สินใดบ้าง ในปัจจุบันท่านมีภาระหนี้สินเพื่อวัตถุประสงค์ใดบ้าง ท่านก่อหนี้เหล่านี้เพื่อใคร มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจก่อหนี้ในระบบแตกต่างกัน ซึ่งด้านกู้เงินในระบบ (สถาบันการเงิน) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการกู้เงินในระบบ (สถาบันการเงิน) มักจะยุ่งยากและใช้เอกสารมาก ต้องมีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ค่าปรับในการชำระล่าช้าและด้านกู้เงินนอกระบบ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีความรู้/ข้อมูลการขอสินเชื่อในระบบ มีความรวดเร็ว ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก ไม่ต้องมีหรือใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน

คำสำคัญ: หนี้นอกระบบ, ปัจจัยที่ส่งผล

Abstract

The purpose of this research was to study factors affecting informal debt formation. To study the causes and effects of informal debt And to propose ways to solve the problem of non-formal debt of people. Selection of sample groups Randomly assigned 1 to 2 households, a total of 325 people the tools

used in this study was questionnaires. Check List 5 scale rating scale according to Likerts Seale which was created by research with the connection value 0.99. Statistics used in data analysis percentage, mean, t-test and standard deviation.

The results showed that most respondents were female, age 31-40 years, marital status, single occupation, private company employees Bachelor's degree Housing type Single house Income 10,001-20,000 baht At present, what obligations do you have? Credit card.. slip Total credit card At present, you have a debt for purpose. Consumable He created these debts for whom he had decided to create an informal debt at a high level. There was a loan in the system. (Financial institutions) at a high level and with an informal loan (Financial institutions) at a high level the results of the research on the sources of informal indebtedness found that gender, age, status, income, education level, housing, income, current, what liabilities do you have at current present, what are your liabilities for Who do you owe these debts to There are different opinions about the decision to create a non-formal debt. Which is the loan in the system (Financial institutions) Most respondents have loans in the system (financial institutions) are often difficult and use a lot of documents. Must have a person or collateral. Fines for late payment and informal loans Most respondents do not have knowledge / information on loan requests in the system. fast no complicated steps do not have or use collateral.

Keywords: Informal debt, Factors affecting the informal

บทนำ

เนื่องจากปัจจุบันโลกมีการพัฒนา ปรับเปลี่ยน อย่างรวดเร็ว อาทิ เทคโนโลยีรูปแบบการใช้ชีวิต ทัศนคติ และความต้องการที่มีความหลากหลายมากขึ้น (ชุดิพงศ์ ศาตนันท์พิพัฒน์. 2559) เป็นความจริงที่ต้องยอมรับว่าการเป็นหนี้ นั้น ต้องอยู่คู่กับระบบสังคมโลก บางครั้งความต้องการของคนเราก็เป็นสิ่งที่รอไม่ได้ และสำหรับกลุ่มคนบางกลุ่ม อาจมีทัศนคติต่อเงินว่าเป็นโทษของเรา เมื่อมีเงินแล้วต้องใช้เพื่อหาประโยชน์จากเงินให้เต็มที่ เมื่อมองเห็นของที่ชอบก็สามารถซื้อโดยไม่ลังเล โดยในบางครั้งอาจจะลืมคำนึงถึงรายรับในแต่ละเดือนว่าเพียงพอต่อการชำระหนี้ในอนาคตได้หรือไม่ สถาบันการเงินจึงกลายเป็นตัวเลือกที่มีความนิยมอย่างสูง แต่ในขณะเดียวกันการให้บริการด้านสินเชื่อของสถาบันการเงินให้วงเงินกู้ที่จำกัด และมีการตรวจสอบอย่างละเอียดโดยการเช็คประวัติทางการเงินของผู้กู้ และขั้นตอนต่าง ๆ อีกมากมาย

ปัญหาความยากจนและคนจนสำหรับประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลายในโลก ส่วนใหญ่ จะเกิดขึ้นกับประชากรของประเทศ ที่มีฐานะความเป็นอยู่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน โดยมีเกณฑ์วัด หรือตัวชี้วัดที่สามารถบ่งบอกถึงระดับความเป็นอยู่ของแต่ละคนหรือแต่ละครัวเรือนว่าอยู่ในระดับ ที่ยากจนหรือไม่เพียงใด ปัญหาความยากจนในประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะในทวีปเอเชียและแอฟริกันนั้น เป็นปัญหาที่สั่งสมมานาน (Chenery; et al. 1979) ทุกประเทศที่ประสบปัญหาดังกล่าวพยายาม หาแนวทางหรือวิธีการแก้ไขเพื่อให้ความยากจนบรรเทาลงหรือหมดไป แต่ก็ยังไม่มีประเทศใดใน โลกที่ สามารถแก้ไขปัญหาคความยากจนได้สำเร็จเนื่องจากความยากจนเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างทั้งในระดับครัวเรือนระดับสังคม ระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ ระดับภูมิภาคจนกระทั่งระดับโลก (วิทยา เจียรพันธุ์. 2553)

ประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ถือเป็นอีกหนึ่งตัวอย่างที่ประสบปัญหารายได้ไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่าย และมีหนี้สินเกิดขึ้นจากการบริหารค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นระบบไม่มีการวางแผนการใช้จ่ายเงิน จนทำให้มีหนี้ในระบบเกิดขึ้น จากการที่ผู้วิจัยพักอาศัยอยู่ในพื้นที่และได้ซักถามจากประชาชนโดยตรงพบว่าลักษณะภูมิประเทศของเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เหมาะแก่การทำการเกษตร แต่เนื่องจากการตั้งนิคมอุตสาหกรรมขึ้นในพื้นที่โดยการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ประกอบกับการเข้ามาลงทุนของภาคเอกชนมีการสร้างโรงงานอุตสาหกรรมหลายแห่งประชาชนส่วนใหญ่ จึงหันมาประกอบอาชีพพนักงานโรงงาน รองลงมาได้แก่ อาชีพเกษตรกรรม

จากการที่ผู้วิจัยได้สำรวจและสอบถามบุคคลในพื้นที่ พบว่า 73% มีจำนวนประชาชนที่มีหนี้ในระบบ จากข้อมูลจะเห็นได้ว่า เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร มีจำนวนประชาชนที่กู้ยืมเงินในระบบเป็นจำนวนมาก เมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งหมด และส่วนใหญ่เป็นหนี้ในระบบมานานกว่า 1 ปี ความรุนแรงในสังคมและปัญหาทางด้านเศรษฐกิจที่มีผลกระทบในทางลบ ส่งผลให้ประชาชนมีความจำเป็นต้องใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน เมื่อไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบได้เนื่องจากมีคุณสมบัติไม่เพียงพอ จึงต้องเข้าวงจรการกู้เงินในระบบ เมื่อลูกหนี้เข้าสู่การก่อหนี้ในระบบจะต้องได้รับผลกระทบโดยตรง ทั้งโดยเจ้าหนี้เข้าชีวิตและทำร้ายร่างกาย (ชุดพิงค์ ศาตนันท์พิพัฒน์, 2559) ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นเหล่านี้ภาพรวมของเศรษฐกิจ ภายในประเทศ และสังคมเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุนี้จึงสมควรหาแนวทางในการป้องกัน และแก้ไขปัญหาหนี้ในระบบ เป็นการเร่งด่วน เพื่อให้ประชาชนในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานครให้พึ่งพาตนเองได้ เช่นหากเคยชินกับความสะดวกสบาย ในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในซูเปอร์มาเก็ต แต่ถ้าต้องประหยัดครอบครัว การเปลี่ยนมาซื้อผักสดจากตลาดใกล้บ้านก็จะทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายบ้าง ควรใช้จ่ายอย่างมีระเบียบวินัยและส่งเสริมการสร้างอาชีพ เพื่อมีรายได้เสริมเพิ่มขึ้นนอกเหนือจากงานประจำ

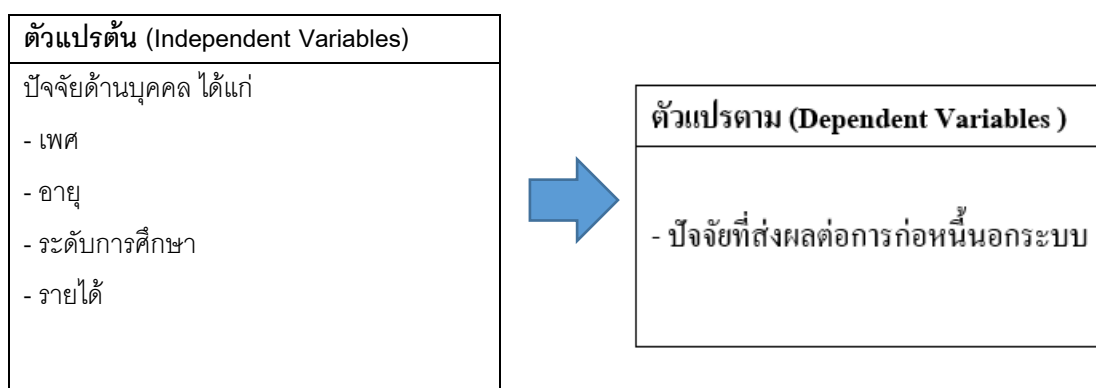
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อหนี้ในระบบของประชาชนในหมู่บ้านรุ่งอรุณ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาสาเหตุและผลกระทบที่เกิดจากการเป็นหนี้ในระบบของประชาชนในหมู่บ้านรุ่งอรุณ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาหนี้ในระบบของประชาชนในหมู่บ้านรุ่งอรุณ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัย

1. เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานให้กับสถาบันการเงินในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเงื่อนไขในการให้สินเชื่อเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภค
2. เพื่อเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนในหมู่บ้านรุ่งอรุณ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร พึ่งพาและประชาชนทั่วไปเพื่อรับรู้ถึงพฤติกรรมการกู้ยืมเงินสาเหตุต่าง ๆ ของการเป็นหนี้ผลเสียที่ตามมาหลังจากเป็นหนี้ในระบบและเหตุผลว่าทำไมจึงควรหลีกเลี่ยงการเป็นหนี้ในระบบ
3. เป็นประโยชน์ต่อประชาชนในหมู่บ้านรุ่งอรุณและสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาเป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อวางแผน สนับสนุนกิจกรรมสร้างรายได้หรืออาชีพเสริมและกำหนดนโยบายในการแก้ไขปัญหาหนี้ในระบบในอนาคต

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชาชนหมู่บ้านรุ่งอรุณ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานครมีจำนวนทั้งหมด 252 ครัวเรือน โดยผู้ศึกษาได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย จะต้องเป็นครอบครัวที่กำลังประสบกับปัญหานี้

กลุ่มตัวอย่าง ประชาชนหมู่บ้านรุ่งอรุณ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ที่กำลังประสบกับปัญหานี้ นอกระบบ จำนวน 182 ครัวเรือนโดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย โดยสุ่มครัวเรือนละ 1-2 คน รวมทั้งหมด 325 คน

ตัวแปรของงานวิจัย

1. ตัวแปรต้น (Independent Variables)

ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- รายได้

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

- ปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อหนี้ในระบบ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อหนี้ในระบบของประชาชนในหมู่บ้านรุ่งอรุณเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ซึ่งแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามมาตราวัดของ ลิเคิร์ท (Likers Seale) โดยกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง ผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการตัดสินใจก่อหนี้ในระบบ ผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านแหล่งเงินกู้ระหว่างการกู้เงินในระบบ (สถาบันการเงิน) ผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านการกู้เงินในระบบ ผู้ตอบแบบสอบถาม

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสุ่มแจกแบบสอบถาม 182 ครัวเรือน จำนวนครัวเรือนละ 1-2 คน ให้แก่ผู้ที่กำลังประสบกับปัญหานี้ในระบบ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำการสุ่มแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างจำนวน 325 ชุด
2. จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเองและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
3. รวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์จนครบ 325 ชุด
4. จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ทางสถิติ (Statistical Package for the Social Sciences: SPSS) โดยเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมในการคำนวณ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นดังนี้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Context Validity) เป็นการหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาทางวิจัยพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ด้านโครงเนื้อหาและภาษา โดยการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) เพื่อให้มีความสมบูรณ์เกิดความเข้าใจแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม และสามารถวัดได้ตรงกับเรื่องที่ต้องการศึกษาแล้วนำมาปรับปรุงให้มีความเหมาะสม มีความถูกต้องก่อนที่จะนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สถิติทดสอบค่าเอฟ (F-Test) สำหรับวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ONE -WAY ANOVA) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science)

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ปัจจัยที่ส่วนบุคคล เรื่องเพศ ส่งผลต่อการตัดสินใจต่อหนี้ในระบบ เขตตลาดกระบี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ปัจจัยด้านรายได้ส่งผลต่อการตัดสินใจต่อหนี้ในระบบ เขตตลาดกระบี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

ตาราง 1 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อหนี้ในระบบของประชาชนในหมู่บ้านรุ่งอรุณเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ตามปัจจัยส่วนบุคคล เรื่องเพศที่แตกต่างกัน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อหนี้						
ของประชาชนในหมู่บ้านรุ่งอรุณ เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	T	Sig
การตัดสินใจก่อหนี้ในระบบ	ชาย	143	2.92	0.63	9.787	0.002
	หญิง	182	3.14	0.62		
กู้เงินในระบบ (สถาบันการเงิน)	ชาย	143	3.05	0.41	1.862	0.173
	หญิง	182	3.12	0.50		
กู้เงินนอกระบบ	ชาย	143	3.08	0.49	0.637	0.425
	หญิง	182	3.13	0.48		

* มีนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางผลการวิเคราะห์พบว่าเพศที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อหนี้ในระบบของประชาชนในหมู่บ้านรุ่งอรุณเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ให้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจก่อหนี้ในระบบ Sig 0.002 การกู้เงินในระบบ (สถาบันการเงิน) Sig 0.173 และการกู้เงินนอกระบบ sig 0.425 ตามลำดับ

ตาราง 2 การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อหนี้ในระบบของประชาชนในหมู่บ้านรุ่งอรุณเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานครตามปัจจัยส่วนบุคคล เรื่องรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อหนี้						
นอกระบบของประชาชนในหมู่บ้าน รุ่งอรุณ เขตลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	$\bar{X}$	S.D.	T	Sig
การตัดสินใจก่อหนี้ในระบบ	ต่ำกว่า 5,000 บาท	0	0	0	2.085	0.102
	5,000-10,000 บาท	19	3.36	0.75		
	10,001-20,000 บาท	143	2.98	0.55		
	20,0001-30,000 บาท	98	3.06	0.72		
	มากกว่า 30,000 บาท	65	3.05	0.62		

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อหนี้						
นอกระบบของประชาชนในหมู่บ้าน รุ่งอรุณ เขตลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	$\bar{X}$	S.D.	T	Sig
กู้เงินในระบบ (สถาบันการเงิน)	ต่ำกว่า 5,000 บาท	0	0	0	1.372	0.251
	5,000-10,000 บาท	19	3.13	0.52		
	10,001-20,000 บาท	143	3.14	0.47		
	20,0001-30,000 บาท	98	3.03	0.42		
	มากกว่า 30,000 บาท	65	3.06	0.48		
กู้เงินนอกระบบ	ต่ำกว่า 5,000 บาท	0	0	0	1.851	0.138
	5,000-10,000 บาท	19	3.20	0.52		
	10,001-20,000 บาท	143	3.10	0.50		
	20,0001-30,000 บาท	98	3.03	0.45		
	มากกว่า 30,000 บาท	65	3.21	0.48		

มีนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อหนี้ นอกระบบของประชาชนในหมู่บ้านรุ่งอรุณเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ให้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ ก่อหนี้ นอกระบบ Sig 0.102 กู้เงินนอกระบบ Sig 0.138 และกู้เงินในระบบ (สถาบันการเงิน) Sig 0.251 ตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อหนี้ นอกระบบ เพื่อศึกษาสาเหตุและผลกระทบที่เกิดจากการ เป็นหนี้ นอกระบบ ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ค้นพบประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายดังนี้

จากการวิจัยในครั้งนี้พบว่าประชาชนที่ก่อหนี้ นอกระบบ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เนื่องจากเพศหญิงมักชอบ ทำนามากกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ฐานิตา มีลา. 2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นหนี้ นอกระบบของชาวนา และเมื่อพิจารณาในแหล่งเงินกู้ คือ การตัดสินใจก่อหนี้ นอกระบบ กู้เงินในระบบ (สถาบันการเงิน) กู้เงินนอกระบบ ส่วนใหญ่มีการตัดสินใจก่อหนี้ นอกระบบ คะแนนเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถอภิปรายเป็น แหล่งเงินกู้ได้ ดังนี้

1. แหล่งการตัดสินใจก่อหนี้ นอกระบบ ประเมินค่าเฉลี่ยของคะแนน อยู่ในระดับมาก ไม่มีความรู้/ ข้อมูลการขอสินเชื่อในระบบ ติดข้อมูล เครดิตบูโร/ติดประวัติการผ่อนชำระ เอกสารการยื่นขอสินเชื่อไม่ครบ/ไม่ผ่าน เกณฑ์ ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบได้ กู้นอกระบบมีความรวดเร็ว ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก ไม่ต้องมีหรือใช้ หลักทรัพย์ค้ำประกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อหนี้ นอกระบบของประชาชนในหมู่บ้านรุ่งอรุณเขต

ลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในการตัดสินใจก่อนนั้นนอกระบบนั้นมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ (วลาญญาวรรวิระนันท์) เรื่อง เงินกู้ในระบบกับชีวิตความเป็นอยู่ของแรงงานในโรงงานอุตสาหกรรม

2. กู้เงินในระบบ (สถาบันการเงิน) ประเมินค่าเฉลี่ยของคะแนน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าแหล่งเงินกู้ระหว่างการกู้เงินในระบบ (สถาบันการเงิน) การบอกต่อ อินเตอร์เน็ต เพื่อน อินเตอร์เน็ต ป้ายประกาศ ญาติพี่น้อง/ครอบครัว อัตราดอกเบี้ย การเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่าย ค่าธรรมเนียมในการกู้ยืมเงิน มีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ค่าปรับในการชำระล่าช้า เอกสารแสดงรายได้/เครดิตผู้กู้ ให้งเงินกู้สูง ความสะดวก รวดเร็วในการอนุมัติเงินกู้

3. กู้เงินนอกระบบ ประเมินค่าเฉลี่ยของคะแนน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การกู้เงินนอกระบบ การบอกต่อ อินเตอร์เน็ต ค่าธรรมเนียมในการกู้ยืมเงิน ป้ายประกาศ อัตราดอกเบี้ย เอกสารแสดงรายได้/เครดิตผู้กู้ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่าย มีบุคคล หรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ญาติพี่น้อง/ครอบครัว เพื่อน ให้งเงินกู้สูง ค่าปรับในการชำระล่าช้า ความสะดวก รวดเร็วในการอนุมัติเงินกู้

แนวทางการแก้ไข

1. ควรให้รัฐจัดการเจ้าหนี้ระบบไม่มีหรือมี หรือถ้ายังมีอยู่ต้องมีกฎหมายควบคุมผู้ให้กู้และดูแลผู้กู้ไม่ให้ต้องเสียดอกเบี้ยในอัตราที่สูงเกินไป โดยต้องดำเนินการอย่างจริงจัง
2. ควรวางแผนการใช้จ่ายเงินในแต่ละเดือน และบันทึกการใช้จ่ายของครอบครัวเป็นรายเดือน
3. ลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นลง เพื่อให้ไม่มีการก่อหนี้เพิ่มมากขึ้น
4. หลีกเลี่ยงการกู้ยืมให้มากที่สุด หากมีความจำเป็นต้องกู้ยืมเงินในกรณีหลีกเลี่ยงการกู้ยืมไม่ได้

เอกสารอ้างอิง

ชญาณี ศษกุล; และ อัครนันท์ คัดสม. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อหนี้ในระบบของลูกจ้างหรือรับจ้างใน กรุงเทพมหานคร.

ชุตติพงศ์ ศาตนันท์พิพัฒน์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อหนี้ในระบบ กรณีศึกษาบุคลากร สังกัดกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี.

ไชยรัตน์ ไกรบล. (2536). พฤติกรรมของข้าราชการกับภาวะสินเชื่อนาครา กรณีศึกษาสินเชื่อกองทุนไทยธนวัฏ จังหวัดเชียงใหม่.

ฐานิตา มีลา. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นหนี้ในระบบของชาวนา ในเขตอำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี.

สิริวิภากร พรหมสิทธิ์. (2548). ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์สำหรับสินเชื่อผ่อนชำระจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร กรณีศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง.

นภาศรีนวล; และคณะ. (2554). มูลเหตุการเป็นหนี้ในระบบของเกษตรกรอำเภอปลาปาก จังหวัดนครพนม. การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชครั้งที่ 2.

วลาญญาวรรวิระนันท์. (2548). เงินกู้ในระบบกับชีวิตความเป็นอยู่ของแรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อเสนอแนะมาตรการนโยบายในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตและปัญหาหนี้ระบบ. ปัญหาพิเศษ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป. วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

สมชัย จิตสุชน; และคณะ. (2551). ได้ศึกษาพบว่า สมาชิกในครัวเรือนจะมีระดับรายได้และค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในช่วงอายุ 15-39 ปี โดยเฉพาะบุคคลที่มีอายุระหว่าง 35-39 ปี มีระดับรายได้และค่าใช้จ่ายสูงที่สุด หลังจากนั้นรายได้และค่าใช้จ่ายของบุคคลจะค่อย ๆ ลดลง.

สรายุทธ แก้วเกษตรกรณ์. (2550). การศึกษาปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขหนี้ในระบบภาคประชาชนของตำบลสนามคลี อำเภอกะทู้ม จังหวัดพิษณุโลก. การศึกษาอิสระปริญญารัฐศาสตรศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

NBUS0101: ทศนคติของประชาชนในชุมชนต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้**COMMUNITY ATTITUDE TOWARDS COMMUNITY SECURITY PROJECTS AND FIRE HAZARD.**

ผศ.สุภัต ทองอินทร์¹ นายสุวัจ ราชวัฒนกุล²

^{1, 2} คณะรัฐศาสตร์/มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนในชุมชนต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นชุมชน จำนวน 150 คน โดยเลือกแบบสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามทัศนคติของชุมชน นำมาวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t-test ผลการวิจัยพบว่า 1) ทัศนคติของชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่มีต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้มีค่าเฉลี่ยรวม 3.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.74 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และในรายข้อมีค่าสูงสุดในเรื่องวิทยากรให้การอบรมเข้าใจง่ายและพร้อมที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการเฝ้าระวัง 2) ทัศนคติของชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้ รายข้อพบว่ามีความเข้าใจสามารถดับเพลิงจากอุปกรณ์สาธิตและมีความรู้ความเข้าใจในระบบไฟฟ้าแต่ละประเภทแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ: ทัศนคติ, เหตุเพลิงไหม้

Abstract

The purpose of this research was to study the attitudes of the community towards the community security project and the fire incident by using 150 community randomly selected people. The instruments used in the research were questionnaires of the community. Analyze the percentage, mean, standard deviation and t-test. The results of the research are as follows: 1) The attitude of Bueng Bua community and Hua Takhe Old-market for the community security project and the fire incident, the average value is 3.80, the standard deviation of 0.74 which is in the high level. And in each item, the highest value was the guest speaker providing training, easy to understand and ready to be a part of surveillance. 2) The attitude of Bueng Bua community and Hua Takhe Old-market community towards the community security project against the fire incident Each item showed that they had a different understanding of how to extinguish fire from demonstration equipment and have a different understanding of using equipment at the significant level of 0.05

Keywords: Attitude, Fire Hazard

บทนำ

กระบวนการสร้างเสริมความปลอดภัยในชุมชน หรือลำดับการดำเนินงานเพื่อสร้างเสริมความปลอดภัยในชุมชน ซึ่งปัจจุบันกระบวนการสร้างเสริมความปลอดภัยในชุมชนได้ใช้กรอบแนวความคิดของโครงการที่เรียกว่า “ชุมชนปลอดภัย (Safety community)” ที่องค์การอนามัยโลก (WHO) ได้ใช้ต่อสู้กับปัญหาอุบัติเหตุและความไม่ปลอดภัยที่เกิดขึ้นในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยมีหลักการดำเนินงานที่มุ่งเน้นให้ชุมชนเป็นศูนย์กลางในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมชุมชน เพื่อให้เกิดสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและลดพฤติกรรมเสี่ยงระดับบุคคล

เนื่องจากปัญหาความไม่ปลอดภัยเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต ซึ่งอาจทำให้นักบุคคลเกิดการบาดเจ็บ สูญเสียชีวิตหรือสูญเสียทรัพย์สิน เช่น ปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นทั้งจากการถูกปล้นชิงทรัพย์ ไฟไหม้ การทำร้ายร่างกาย การฆ่า การข่มขืน หรือปัญหาความไม่ปลอดภัยและความเสี่ยงต่อการติดสารเสพติดของเยาวชน หรือปัญหาอุบัติเหตุหรืออุบัติเหตุต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น ถ้าบุคคลมีพฤติกรรมประมาท ขาดความระมัดระวัง การสร้างเสริมความปลอดภัยในชุมชนจึงมีความสำคัญการลดปัญหาความไม่ปลอดภัยต่าง ๆ ดังกล่าว ทำให้คนในชุมชนมีชีวิตที่สงบสุข ปราศจากภัยอันตรายที่ส่งผลทำลายสุขภาพและชีวิต ทั้งนี้เนื่องจากการสร้างเสริมความปลอดภัยที่ประกอบไปด้วยกระบวนการดำเนินงานที่เป็นลำดับขั้นตอน และอาศัยความร่วมมือของชุมชนเป็นพื้นฐาน ย่อมทำให้เกิดการแก้ไขปัญหาและการจัดการเรื่องความปลอดภัยในชุมชนได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ตรงกับความต้องการของคนในชุมชนอย่างแท้จริง เช่น กระบวนการทางประชาสังคมที่ใช้สร้างเสริมความปลอดภัยในชุมชน ที่นักเรียนได้ศึกษาในระดับชั้นเรียนที่ผ่านมา นั้น ก็ถือว่าเป็นกระบวนการสร้างเสริมความปลอดภัยในชุมชนวิธีหนึ่ง เพราะวิธีการที่ยึดชุมชนเป็นศูนย์กลาง และให้ความสำคัญในเรื่องของความร่วมมือกันของคนในชุมชนในการสร้างจิตสำนึกเรื่องความปลอดภัย จนเกิดการช่วยกันดูแลและป้องกันอันตรายต่าง ๆ ดังนั้น ทุกชุมชนควรสร้างเสริมความปลอดภัยในชุมชนของตนเองให้เกิดขึ้น เพื่อส่งเสริมความปลอดภัยในชีวิตของผู้อยู่อาศัยในชุมชนให้มีสุขภาพดีไม่ได้รับอันตรายจากปัญหาความไม่ปลอดภัยต่าง ๆ โดยใช้กระบวนการปฏิบัติเพื่อความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพและยึดหลักการร่วมแรงร่วมใจกันของชุมชนเป็นพื้นฐาน (จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา. 2551)

กระบวนการสร้างเสริมความปลอดภัยในชุมชน เป็นความจำเป็นพื้นฐานด้านความปลอดภัยที่ควรดำเนินการในชุมชนจากเหตุผลดังกล่าวเพื่อให้ชุมชนมีการพัฒนาที่ยั่งยืนและเรียนรู้ได้จึงมีการพัฒนาและให้ความรู้สู่ชุมชนในรูปแบบโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้ โดยผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยเรื่องทัศนคติของชุมชนต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงและเป็นการเชื่อมสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาคณะรัฐศาสตร์กับชุมชนมากยิ่งขึ้น

ทบทวนวรรณกรรม

ทัศนคติ

ดักดิ์ไทย สุทธิจบวร (2545: 138) ให้ความหมายทัศนคติไว้ว่าเป็นความพร้อมทางจิตที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรมบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของสถานการณ์ต่าง ๆ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง และสภาวะความพร้อมทางจิตนี้จะต้องอยู่ยาวนานพอสมควร

จากความหมายของทัศนคติ ดังกล่าว ซิมบาโด; และ เอบเบเซน (Zimbardo; & Ebbesen. 1970: ไม่ปรากฏเลขหน้า; อ้างถึงใน พรทิพย์ บุญนิพัทธ์. 2549: 49) สามารถแยกองค์ประกอบ ของทัศนคติ ได้ 3 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั้งไปทั้งที่ชอบ และไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือคิดว่าสิ่งใดดีก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไป ตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

ผู้วิจัยได้สรุปความหมายของทัศนคติ หมายถึง ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของชุมชนต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้

กระบวนการสร้างเสริมความปลอดภัยในชุมชน

กระบวนการสร้างเสริมความปลอดภัยในชุมชน เป็นความจำเป็นพื้นฐานด้านความปลอดภัยที่ควรดำเนินการในชุมชน เพราะความปลอดภัยเป็นสิทธิที่ประชาชนทุกคนพึงมีพึงได้ โดยประชาชนมีสิทธิที่จะอยู่อาศัยอย่างปลอดภัย มีสิทธิที่จะมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและจัดการกับสิ่งแวดล้อมของชุมชนเพื่อให้เกิดความปลอดภัย การปฏิบัติตนให้ชุมชนปลอดภัย มีสิทธิที่จะตัดสินใจว่าสิ่งใดคืออันตราย อะไรคือปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดการบาดเจ็บและความไม่ปลอดภัย เป็นต้น ซึ่งกระบวนการสร้างเสริมความปลอดภัยในแต่ละชุมชนอาจมีขั้นตอน ลำดับและรูปแบบของการดำเนินงาน หรือการจัดกิจกรรมสร้างเสริมความปลอดภัยที่แตกต่างกันออกไป แต่ทุกการดำเนินงานตามกระบวนการสร้างเสริมความปลอดภัยในชุมชนนั้นจะต้องมีหลักการที่ไปในทิศทางเดียวกัน คือ มุ่งเน้นผลประโยชน์ทางสุขภาพของบุคคลในชุมชนเป็นสำคัญ

หลักการดำเนินการสร้างเสริมความปลอดภัยในชุมชน

1. ชุมชนต้องดำเนินการป้องกันภัยอันตรายต่าง ๆ ที่เกิดจากความสนใจหรือปัญหาของชุมชน เช่น การป้องกันภัยจากสารเสพติด การป้องกันภัยจากไฟไหม้ น้ำท่วม การป้องกันภัยจากโจรผู้ร้ายโดยอาจมีการรวมตัวกันจัดตั้งเป็นกลุ่ม ชมรม สมาคม มูลนิธิ สถาบันต่าง ๆ ในระดับชุมชน เพื่อชุมชนอย่างต่อเนื่อง

2. ชุมชนต้องมีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานหรือ องค์การภายนอกชุมชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาด้านความปลอดภัย และปัญหาการเกิดปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดภัยอันตรายต่าง ๆ

3. ชุมชนต้องมีระบบการเฝ้าระวังภัยอันตรายของชุมชน ที่จะนำไปสู่การประเมินขนาดของปัญหาสาเหตุของปัญหา และปัจจัยเสี่ยงของความไม่ปลอดภัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

4. ชุมชนต้องมีระบบการสำรวจความปลอดภัยในสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมเสี่ยงในชุมชน และนำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลการเกิดอันตราย เพื่อที่จะดำเนินการวางแผนแก้ไขต่อไป

5. ชุมชนต้องมีการต่อต้านสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมเสี่ยงต่อความไม่ปลอดภัยที่อาจเกิดขึ้นในชุมชนได้แก่ต่อต้านผลิตภัณฑ์เสี่ยง และสิ่งแวดล้อมอันตราย เช่นของเล่นที่เป็นอันตรายต่อเด็กเล็ก เครื่องสำอางที่หลอกลวงประชาชน การสร้างถนนในชุมชนโดยไม่ีทางเท้า หรือทางสำหรับคนเดินข้ามถนน การใช้สารเคมีหรือสารพิษที่เป็นอันตรายต่อคนในชุมชน เป็นต้น รวมทั้งการต่อต้านพฤติกรรมก่อให้เกิดอันตรายของบุคคล เช่น พฤติกรรมเมาแล้วขับ พฤติกรรมการเสพสารเสพติด พฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดปัญหาอาชญากรรมและปัญหาทางเพศ เป็นต้น

6. ชุมชนต้องมีระบบการฝึกอบรมการสอน หรือเผยแพร่ความรู้ซึ่งกันและกันระหว่างคนในชุมชน ในเรื่องของการสร้างเสริมความปลอดภัย และการลดพฤติกรรมเสี่ยงต่อการเกิดภัยอันตรายต่าง ๆ

7. ชุมชนต้องมีระบบการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับเหตุการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในชุมชน เช่น การเกิดไฟไหม้ การเกิดภัยธรรมชาติ โดยต้องมีการจัดระบบการอพยพผู้คนและแจ้งข่าวสาร มีการปฐมพยาบาล และการช่วยเหลือผู้บาดเจ็บที่มีประสิทธิภาพ

8. ชุมชนต้องมีการประเมินผลการดำเนินงานที่จัดขึ้นภายในชุมชนของตนเอง โดยกำหนดตัวชี้วัดที่เหมาะสม

9. ชุมชนต้องมีการรวบรวมความรู้และประสบการณ์ที่ได้จากการดำเนินงานสร้างความปลอดภัยในชุมชนของตนเอง เผยแพร่สู่สังคมอื่น ๆ เพื่อขยายผลในการสร้างเสริมความปลอดภัยในระดับประเทศชาติต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลตามคุณลักษณะทั่วไปและทัศนคติของชุมชนต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้ ที่ชุมชนบึงบัวและชุมชนหัวตะเข้

2. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนในชุมชนต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้ชุมชนบึงบัวและชุมชนหัวตะเข้แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย

ทัศนคติของประชาชนในชุมชนต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้ชุมชนบึงบัวและชุมชนหัวตะเข้แตกต่างกัน

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป็นประชาชนที่อาศัยในชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ โดยได้ทำการวิจัยเก็บข้อมูล ในวันที่ 2-3 มิถุนายน พ.ศ. 2562

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นประชาชนที่อาศัยในชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ได้มาโดยวิธีสุ่มอย่างง่าย จำนวน 150 คน ซึ่งแบ่งเป็น ชุมชนบึงบัว 45 คนและชุมชนตลาดหัวตะเข้ 105 คน ที่ลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการ

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น (Independent Variable) คือ ชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้
2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ทัศนคติของชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ที่มีต่อโครงการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามตามแนวของลิเคิร์ท (ลิวัน สายยศ; และ อังคณา สายยศ. 2538) เพื่อดำเนินการสร้างข้อคำถามทัศนคติของชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ จำนวน 20 ข้อ แต่ละข้อแบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด คำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.5 เป็นต้นไปได้จำนวน 13 ข้อ นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้กับชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน หาค่า

ความเชื่อมั่นด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่ามีค่าความเชื่อมั่น 0.87

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามจำนวน 150 ชุด ให้ชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ กรอกเมื่อตรวจสอบแล้วพบว่า มีแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 150 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100
2. วิเคราะห์ข้อมูลตามคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ชุมชน
3. วิเคราะห์ระดับทัศนคติของชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่มีต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้ ในชุมชนโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
4. วิเคราะห์ค่าความแตกต่างระหว่างทัศนคติของชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ที่มีต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำเสนอเป็นลำดับดังนี้

วิเคราะห์ข้อมูลตามคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ชุมชน ได้ผลดังตาราง 1

ตาราง 1 ข้อมูลตามคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	35	23.33
- หญิง	115	76.67
2. อายุ		
- 25-40 ปี	110	73.33
- 40 ปี ขึ้นไป	40	26.67
3. ชุมชน		
- ชุมชนบึงบัว	45	30.00
- ชุมชนตลาดหัวตะเข้	105	70.00
รวม	150	100.00

จากตาราง 1 ชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ เพศชายมีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 และเพศหญิงมีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 76.67 อายุตั้งแต่ 25-40 ปี มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 76.67 และอายุตั้งแต่ 40 ปี ขึ้นไป มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 ชุมชนบึงบัวมีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และชุมชนตลาดหัวตะเข้มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 70

วิเคราะห์ระดับทัศนคติของชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่มีต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้ในชุมชนโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผล ดังตาราง 2

ตาราง 2 ระดับทัศนคติของชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่มีต่อโครงการ

ข้อความถาม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านมีความรู้ความเข้าใจในโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้	3.88	0.67	มาก
2. ท่านทราบวัตถุประสงค์หลักของการจัดทำโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้	3.93	0.76	มาก
3. ท่านตระหนักและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี	3.90	0.87	มาก
4. ท่านเข้าใจและสามารถดับเพลิงจากอุปกรณ์สาธิตได้	3.42	0.93	ปานกลาง
5. พื้นที่สาธิตอบรมมีความเหมาะสม	3.75	0.92	มาก
6. ท่านพร้อมที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการเฝ้าระวัง	3.97	0.78	มาก
7. ระยะเวลาในการอบรมเหมาะสม	2.39	0.79	น้อย
8. ท่านมีความรู้ความเข้าใจในระบบไฟฟ้าแต่ละประเภท	3.06	0.80	ปานกลาง
9. วิทยากรให้การอบรมเข้าใจง่าย	4.47	0.49	มาก
10. ท่านได้รับความรู้ในการรักษาความปลอดภัย	3.36	0.14	ปานกลาง
11. ท่านตระหนักในการรักษามุมชุมชนมากขึ้น	3.92	0.87	มาก
12. อุปกรณ์ที่ใช้อบรมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	3.13	0.82	ปานกลาง
13. ท่านต้องการให้มีการอบรมในครั้งถัดไป	3.88	0.75	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80	0.74	มาก

จากตาราง 2 ภาพรวมทัศนคติของชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ ที่มีต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้มีค่าเฉลี่ยรวม 3.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.74 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และในรายช้อมูลค่าสูงสุดในเรื่องวิทยากรให้การอบรมเข้าใจง่ายและพร้อมที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการเฝ้าระวัง

การเปรียบเทียบระหว่างทัศนคติของชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้ ดังตาราง 3

ตาราง 3 ผลการเปรียบเทียบระหว่างทัศนคติของชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อโครงการ

ข้อความถาม	$\bar{X}$		S.D.		t	Sig.	แปลผล
	ชุมชน หัวตะเข้	ชุมชน บึงบัว	ชุมชน หัวตะเข้	ชุมชน บึงบัว			
1. ท่านมีความรู้ความเข้าใจในโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้	3.82	3.94	0.66	0.68	1.36	0.17	ไม่แตกต่าง
2. ท่านทราบวัตถุประสงค์หลักของการจัดทำโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้	3.88	3.97	0.75	0.77	0.91	0.35	ไม่แตกต่าง
3. ท่านตระหนักและให้ความสำคัญร่วมมือเป็นอย่างดี	3.53	4.27	0.81	0.92	0.34	0.72	ไม่แตกต่าง
4. ท่านเข้าใจและสามารถดับเพลิงจากอุปกรณ์สาธิตได้	2.99	3.85	0.83	1.02	1.09	0.01*	แตกต่าง
5. พื้นที่สาธิตอบรมมีความเหมาะสม	3.75	3.74	0.94	0.90	0.10	0.91	ไม่แตกต่าง
6. ท่านพร้อมที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการเฝ้าระวัง	3.96	3.97	0.70	0.86	0.04	0.95	ไม่แตกต่าง
7. ระยะเวลาในการอบรมเหมาะสม	2.30	2.48	0.72	0.85	0.22	0.80	ไม่แตกต่าง
8. ท่านมีความรู้ความเข้าใจในระบบไฟฟ้าแต่ละประเภท	2.76	3.36	0.91	0.69	1.05	0.00*	แตกต่าง
9. วิทยากรให้การอบรมเข้าใจง่าย	4.01	4.92	0.95	0.03	0.24	0.51	ไม่แตกต่าง
10. ท่านได้รับความรู้ในการรักษาความปลอดภัย	3.29	3.43	0.20	0.08	0.57	0.34	ไม่แตกต่าง

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อความคำถาม	$\bar{X}$		S.D.		t	Sig.	แปลผล
	ชุมชน หัวตะเข้	ชุมชน บึงบัว	ชุมชน หัวตะเข้	ชุมชน บึงบัว			
11. ท่านตระหนักในการรัก							
ชุมชนมากขึ้น	3.90	3.95	0.90	0.83	0.48	0.70	ไม่แตกต่าง
12. อุปกรณ์ที่ใช้ซ่อมอยู่ใน							
สภาพพร้อมใช้งาน	3.10	3.15	0.80	0.84	0.03	0.62	ไม่แตกต่าง
13. ท่านต้องการให้มีการอบรม							
ในครั้งถัดไป	3.78	3.98	0.69	0.81	1.37	0.53	ไม่แตกต่าง
คะแนนรวม	3.17	3.77	0.76	0.71	1.01	0.00*	แตกต่าง

จากตาราง 3 เปรียบเทียบทัศนคติของชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้ รายข้อพบว่ามีความเข้าใจสามารถดับเพลิงจากอุปกรณ์สาริตและมีความรู้ความเข้าใจในระบบไฟฟ้าแต่ละประเภทแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

อภิปรายผล

การศึกษาทัศนคติของชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้ ในครั้งนี้พบว่า

1. ทัศนคติของชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้ อยู่ในระดับดีมาก แสดงว่าชุมชนให้ความสนใจตื่นตัวมีความพึงพอใจในการอบรมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อติศักดิ์ ผลิตตผลการพิมพ์ (2547) ที่ได้ทำการวิจัยโครงการการจัดการความรู้จากชุดโครงการวิจัยเพื่อสร้างเสริมความปลอดภัยและป้องกันการบาดเจ็บในเด็กศูนย์นโยบายสาธารณะพบว่าในปี 2542 มีการเสียชีวิตในเด็กไทยอายุ 1-14 ปีจากอุบัติเหตุและการบาดเจ็บจำนวน 2,961 ราย คิดเป็นอัตราการตาย 21.5/100,000 การจมน้ำเป็นสาเหตุ พบว่ามีเด็กตายจากการจมน้ำจำนวน 1,387 ราย (ร้อยละ 46.8) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเด็กเล็ก คิดเป็นอัตราการตาย 10.9/100,000 สาเหตุอันดับที่สองคือการตายจากการขนส่ง (transport injuries) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเด็กโตและงานวิจัยของ ญาณัญญา ศิริภักดิ์ธาดา (2554) ได้ศึกษาโครงการพัฒนาชุมชนศาลายาการพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างรายได้เพิ่มให้กับผู้ค้ารายย่อย เขตเทศบาลตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐมรูปแบบ วิธีการแบบพิเศษในงานวิจัยพบว่าการสร้างความคิดเด่น แปลกตา สะดุดใจแก่ลูกค้าเป็นสิ่งที่ผู้ค้ารายย่อยมีความคิดเห็นที่ยอมรับว่าเป็นสิ่งที่ควรได้รับการสนับสนุนในเรื่องขององค์ความรู้งบประมาณ และการรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ และทำบรรยากาศให้ดูอบอุ่นไปในอดีต

2. ทศนคติของชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้ รายข้อพบว่าแตกต่างกันในเรื่องความเข้าใจสามารถดับเพลิงจากอุปกรณ์สารเคมีและความรู้ความเข้าใจในระบบไฟฟ้าแต่ละประเภท ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สรุปผลการวิจัย

1. ทศนคติของชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยในรายข้อพบว่าแตกต่างกันเรื่องความเข้าใจสามารถดับเพลิงจากอุปกรณ์สารเคมีและความรู้ความเข้าใจในระบบไฟฟ้าแต่ละประเภท

2. ทศนคติของชุมชนบึงบัวและชุมชนตลาดหัวตะเข้ต่อโครงการรักษาความปลอดภัยในชุมชนกับเหตุเพลิงไหม้มีค่าเฉลี่ยรวม 3.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.74 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และในรายข้อมีค่าสูงสุดในเรื่องวิทยากรให้การอบรมเข้าใจง่ายและพร้อมที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการเฝ้าระวัง

ข้อเสนอแนะ

ควรจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่ชุมชนในเรื่องอื่น ๆ เช่น จัดตลาดนัดชุมชน การประชาสัมพันธ์ให้ศึกษาดูงานเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชน

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่ให้การสนับสนุนเงินอุดหนุนวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2551). **การสร้างเสริมความปลอดภัยในชุมชน**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิพระดาบส.
- ญาณัญญา ศิริภักดิ์ธาดา. (2554). **ศึกษาโครงการพัฒนาชุมชนศาลายาการพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างรายได้เพิ่มให้กับผู้ค้ารายย่อย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- พรทิพย์ บุญนิพัทธ์. (2549). **ทศนคติ**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ล้วน สายยศ; และ อังคณา สายยศ. (2549). **เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร. (2545). **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สุวีริยาสาส์น.
- สายชล ภูสกุล. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมดูแลตนเองของชุมชนในการป้องกันการควบคุมโรค**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

NBUS0102: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน**FACTORS AFFECTING THE DECISION CONTINUE TO STUDY FOR A MASTER'S DEGREE PRIVATE UNIVERSITY**

ปณิดนันท์ ปานพลอย¹ ชนกานต์ ก้านเหลือง²

^{1,2} สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน และ 2) เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจของนักศึกษาในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน ประชากร คือนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ในปีการศึกษา 2562 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ในปีการศึกษา 2562 โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ โดยจำแนกปัจจัยเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านเหตุผลส่วนบุคคล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวด้วยสถิติ F-test (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย พบว่า

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ของนักศึกษา พบว่า

1.1 นักศึกษาที่เพศต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน แตกต่างกัน ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $F = 12.75$ และค่า $Sig = .00$) 2) ปัจจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอน พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $F = 7.69$ และค่า $Sig = .00$) 3) ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $F = 2.87$ และค่า $Sig = .09$) 4) ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $F = 5.60$ และค่า $Sig = .01$) และ 5) ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคล พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $F = .70$ และค่า $Sig = .41$)

1.2 นักศึกษาที่อายุต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน แตกต่างกัน ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $F = 2.65$ และค่า $Sig = .03$) 2) ปัจจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอน พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $F = 8.65$ และค่า $Sig = .00$) 3) ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $F = 7.66$ และค่า $Sig = .00$) 4) ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $F = 7.97$ และค่า $Sig = .00$) และ 5) ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคล พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $F = 8.76$ และค่า $Sig = .00$)

1.3 นักศึกษาที่อาชีพต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง แตกต่างกัน ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $F = 3.08$ และค่า $Sig = .03$) 2) ปัจจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอน พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $F = 6.10$ และค่า $Sig = .00$) 3) ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $F = 6.30$ และค่า $Sig = .00$) 4) ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $F = 5.77$ และค่า $Sig = .00$) และ 5) ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคล พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $F = 9.10$ และค่า $Sig = .00$)

1.4 นักศึกษาที่รายได้ต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน แตกต่างกัน ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $F = 1.80$ และค่า $Sig = .13$) 2) ปัจจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอน พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $F = 7.03$ และค่า $Sig = .00$) 3) ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $F = 6.76$ และค่า $Sig = .00$) 4) ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $F = 6.58$ และค่า $Sig = .00$) และ 5) ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคล พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $F = 8.48$ และค่า $Sig = .00$)

2. ระดับการตัดสินใจของนักศึกษาในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านเหตุผลส่วนบุคคล โดยภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.63) รองลงมาคือ ด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.63), ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.62), ด้านภาพลักษณ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.66) และด้านเหตุผลส่วนบุคคล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.67) ตามลำดับ

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ, การศึกษาต่อปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเอกชน

Abstract

Research on factors affecting the decision to study at the master's degree level private university has the objective 1) to study the factors affecting the decision to study in the master's degree level private university and 2) to study the decision-making levels of students for further study at the master's degree level private university. The population undergraduate student private university in the academic year 2019. The sample consisted of 4th year undergraduate student private university in the academic year 2019. Use the sample selection method is purposive sampling amount 200 people. The instrument used in the research was a questionnaire is a rating scale with 5 levels. By dividing factors into 5 areas which are image, Teaching and Learning Program, personnel, public relations and for personal reasons. The statistics used for data analysis are percentage, mean, standard deviation, F-test (One-way ANOVA)

The results of the research revealed that

1. Factors affecting the decision to study for a master's degree private universities such as gender, age, occupation and income of students found that

1.1 Students of different genders affecting the decision making factors for choosing to study at the master's degree level. Private universities differ as follows 1) The image factor is found to be statistically significant ($F = 12.75$ and $Sig = .00$). 2) The factor in the curriculum and instruction is statistically significant ($F = 7.69$ and $Sig = .00$) 3) Personnel factors were statistically significant ($F = 2.87$ and $Sig = .09$) 4) Public relations factors were statistically significant ($F = 5.60$ and $Sig = .01$) and 5) personal reasoning found that Statistical significance ($F = .70$ and $Sig = .41$)

1.2 Students of different professions affecting the decision making factors for choosing to study at the master's degree level. A private university is different as follows 1) The image factor is found to be statistically significant ($F = 2.65$ and $Sig = .03$). 2) Factors regarding teaching and learning programs are statistically significant ($F = 8.65$ and $Sig = .00$) 3) Personnel factors were statistically significant ($F = 7.66$ and $Sig = .00$) 4) Public relations factors were statistically significant ($F = 7.97$ and $Sig = .00$) and 5) personal reasoning found that Statistical significance ($F = 8.76$, and the value $Sig = .00$).

1.3 Students of different professions affecting the decision making factors for choosing to study at the master's degree level. A private university is different as follows 1) The image factor is found to be statistically significant ($F = 3.08$ and $Sig = .03$). 2) Factors regarding teaching and learning programs are statistically significant. ($F = 6.10$ and $Sig = .00$) 3) Personnel factors were statistically significant ($F = 6.30$ and $Sig = .00$) 4) Public relations factors were found to be significant in Statistics ($F = 5.77$ and $Sig = .00$) and 5) personal reasoning factors Was found to be statistically significant ($F = 9.10$, and the value $Sig = .00$)

1.4 Students with different incomes affecting the decision making factors for choosing to study at the master's degree level. Private universities differ as follows 1) The image factor is found to be statistically significant ($F = 1.80$ and $Sig = .13$). 2) Factors regarding the teaching and learning curriculum are statistically significant ($F = 7.03$ and $Sig = .00$) 3) Personnel factors were statistically significant ($F = 6.76$ and $Sig = .00$) 4) Public relations factors were statistically significant ($F = 6.58$ and $Sig = .00$) and 5) personal reasoning found that Statistical significance ($F = 8.48$ and $Sig = .00$)

2. Decision-making level of students for further study at the master's degree level Private universities include image Curriculum, teaching, personnel, public relations And for personal reasons Overall, found that Was at a high level ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.64). When considering each aspect, it was found that the curriculum was at a high level ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.63), followed by public relations Was at a high level ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.63), personnel were at a high level ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.62), image Was at a high level ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.66) and personal reasoning Was at the high level ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.67) respectively.

Keywords: Factors affecting decision making, Postgraduate study, Private University

บทนำ

สังคมปัจจุบันเป็นสังคมที่มีการแข่งขันสูง เป็นช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในสภาพแวดล้อมที่ประเทศต่าง ๆ มีความเชื่อมโยงกันมากขึ้น ในอดีตที่ผ่านมาการศึกษาในระดับสูงยังมีความต้องการไม่มาก จึงทำให้ผู้ที่ศึกษาอยู่นั้นไม่มีความต้องการที่จะเรียนต่อในระดับที่สูงขึ้น แต่ในปัจจุบันการศึกษาในระดับปริญญาตรีเป็นการศึกษาขั้นพื้นฐานการศึกษาที่บุคคลทั่วไปสามารถสำเร็จการศึกษาได้ ประกอบกับ ความต้องการของนักศึกษาในสังคมปัจจุบันที่ต้องการศึกษาในระดับที่สูงขึ้นเพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเองให้เป็นที่ต้องการของสังคมมากขึ้น การศึกษาจึงต้องมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองความต้องการของเยาวชน สังคมและตลาดแรงงานทั้งในปัจจุบันและอนาคต ดังนั้นการศึกษาจึงเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาความรู้และสามารถพัฒนาตนเองไปสู่ศักยภาพสูงสุดได้

การศึกษาในระดับปริญญาโท มีบทบาทอย่างยิ่งในสังคม เป็นการศึกษาอีกก้าวหนึ่งของความสำเร็จ เป็นการศึกษาที่เน้นการพัฒนานักวิชาการและนักวิชาชีพที่มีความรู้ความสามารถระดับสูง ในสาขาวิชาต่าง ๆ โดยกระบวนการวิจัยเพื่อให้สามารถบุกเบิกแสวงหาความรู้ใหม่ได้อย่างมีอิสระ รวมทั้งมีความสามารถในการสร้างสรรค์ จรรโลงความก้าวหน้าทางวิชาการ เชื่อมโยงและบูรณาการศาสตร์ที่ตนเชี่ยวชาญกับศาสตร์อื่นได้อย่างต่อเนื่อง (ราชกิจจานุเบกษา, 2558 : 13) การเรียนในระดับปริญญาโทจึงเป็นการศึกษาที่ทำให้มีความรู้ความสามารถ มีวิธีคิด รวมทั้งระเบียบวินัยในการทำงานร่วมกับคนอื่น มีความรับผิดชอบมากขึ้น มีความคิดที่กว้างขวางขึ้นและแตกต่างออกไป มีกระบวนการคิดที่ดี และนำไปปรับใช้กับการทำงานในอนาคตได้

ในปัจจุบันประเทศไทยมีมหาวิทยาลัยเอกชนจำนวนมากที่เปิดสอนในระดับปริญญาโท ทำให้มีทางเลือกที่หลากหลายส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางการศึกษา ในแต่ละสถาบันจึงต้องใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายและแผนการรับ ในขณะที่เดียวกัน การตัดสินใจของนักศึกษาแต่ละคนในการเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโทนั้นมีเหตุผลใจที่ทำให้ตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษาแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ หลายด้าน ทั้งด้านความครบถ้วนสมบูรณ์ของสถาบันการศึกษา ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านหน้าที่การงาน ด้านเหตุผลส่วนตัว ด้านอิทธิพลจากการชักจูงจากบุคคลและสื่อ และด้านการเป็นสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการของสังคม (วันวิสาข์ แก้วสมบูรณ์. 2556)

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท จึงได้ทำการวิจัยเพื่อสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน จากปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านเหตุผลส่วนบุคคล เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท และระดับการตัดสินใจของนักศึกษาในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน และนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และการวางแผนเพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป

คำถามวิจัย

1. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนในระดับใด
2. ปัจจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนในระดับใด
3. ปัจจัยด้านบุคลากร ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนในระดับใด
4. ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยในระดับใด
5. ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนในระดับใด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน
2. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจของนักศึกษาในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน

สมมติฐานการวิจัย

1. นักศึกษาที่เพศต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน แตกต่างกัน
2. นักศึกษาที่มีอายุต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน แตกต่างกัน
3. นักศึกษาที่มีอาชีพต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน แตกต่างกัน
4. นักศึกษาที่มีรายได้ต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน แตกต่างกัน

นิยามศัพท์เฉพาะ

ปัจจัยที่มีส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษา หมายถึง เหตุหรือสิ่งต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน ได้แก่

1. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน
2. ปัจจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอน มีหมายถึง เนื้อหาวิชาและโครงสร้างของประมวลวิชาที่ประกอบไปด้วยการจัดระบบการเรียนการสอนที่เปิดสอนในระดับปริญญาโท ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน

3. ปัจจัยด้านบุคลากร หมายถึง คุณภาพและปริมาณอาจารย์และบุคลากรทางการศึกษาของมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน

4. ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย การเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป ด้านชื่อเสียงและการเป็นที่ยอมรับในสังคมของมหาวิทยาลัยเอกชน

5. ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคล หมายถึง เหตุผลอื่น ๆ ส่วนตัวของแต่ละบุคคลในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน

นักศึกษา หมายถึง ผู้ที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน

มหาวิทยาลัย หมายถึง มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน
2. ได้ทราบระดับการตัดสินใจของนักศึกษาในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน
3. ได้แนวทางในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และการวางแผนเพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

มาสโลว์ (Maslow, 1970) ได้คิดค้นทฤษฎีแรงจูงใจขึ้น โดยแบ่งแรงจูงใจตามลำดับความเข้มข้นแห่งความต้องการเป็น 5 ระดับ ดังนี้ 1) ความต้องการทางด้านร่างกาย (physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่อการอยู่รอด ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค อากาศ เป็นต้น 2) ความต้องการความปลอดภัย (security needs) เป็นความต้องการความปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ ที่เกิดกับร่างกาย เช่น อุบัติเหตุ อาชญากรรม เป็นต้น 3) ความต้องการทางด้านความรักและสังคม (affiliation or social needs) เป็นความต้องการทางสังคมเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือสังคม 4) ความต้องการมีศักดิ์ศรีและมีสถานภาพ (needs for self – esteem and status) คือ ความต้องการที่จะให้คนอื่นยอมรับนับถือ มีความภาคภูมิใจในตนเอง มีศักดิ์ศรี มีความน่าภาคภูมิใจและมีสถานภาพในสังคม มีความนับถือตัวเอง และ 5) ความต้องการมีสัจการแห่งตน หรือทำให้ชีวิตมีความหมาย (needs for self-realization and fulfillment) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดที่บุคคลตระหนักถึงศักยภาพแห่งตน จากการที่มีโอกาสพัฒนาตนเองให้มีความก้าวหน้าอยู่เสมอและมีโอกาสที่จะสร้างความคิดความอ่านให้กว้างขวางออกไป ส่วนใหญ่เป็นความต้องการทางด้านอุดมคติ (ideal needs)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ปัจจัยทางด้านสังคม เช่น วัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยม ความเชื่อ หลักธรรมของสังคม ระบบการศึกษา และสิ่งแวดล้อม 2) ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เช่น อาชีพ การทำมาหากิน รายได้ การเพิ่มผลผลิต อาหาร เงินทุน และสิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจ 3) ปัจจัยด้านผู้ตัดสินใจ เช่น ระดับการศึกษา ระดับสติปัญญา ความรอบรู้ในเรื่องต่าง ๆ ประสบการณ์เดิม วุฒิภาวะนิสัย อารมณ์ และความจำเป็นส่วนตัวของผู้ตัดสินใจ และ 4) ปัจจัยด้านเวลาสถานที่และข้อเท็จจริง ทั้งนี้เพราะการตัดสินใจที่กระทำในเวลาสถานที่และข้อเท็จจริงที่ได้รับ มีปริมาณและคุณภาพแตกต่างกัน วิธีเลือกใช้อาจจะแตกต่างกันด้วย (อัมภานุสุทรสารทูล, 2547: 34)

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อ ได้แก่ 1) ด้านอิทธิพลจากสังคม เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจของนักศึกษา โดยได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อม ความเป็นอยู่ของนักศึกษา โดยมีผลมาจาก เพื่อน ญาติ ครูอาจารย์ และคนในครอบครัว 2) ความรู้ความสามารถ เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจของนักศึกษา โดยนักศึกษาได้มีความมานะพยายามที่จะศึกษาเพื่อให้ทำคะแนนได้ดี ๆ ในรายวิชาต่าง ๆ และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปถ่ายทอดให้บุคคลอื่นได้ และ 3) ความคาดหวัง เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจของนักศึกษา โดยเน้นที่ความรู้สึกรักใคร่ หรือความต้องการของนักศึกษา เช่น ความอยากที่จะเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและความต้องการในเรื่องของรายได้ในอนาคตหลังจบการศึกษา (จุฬารามาศ ดันนิรัตน์โอบาส. 2548: 12-20)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ปีการศึกษา 2562 จำนวน 2,380 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4 ของมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ปีการศึกษา 2562 มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จำนวน 200 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน และได้รับแบบสอบถามกลับมา 200 คน คิดเป็นร้อยละ 100

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวด้วยสถิติ F-test (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งผลการวิเคราะห์เป็น 5 ส่วน ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.00 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 46.00 ตามลำดับ 2) มีอายุระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 36-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.50, อายุต่ำกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.50, อายุระหว่าง 46-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.00 และอายุ 55 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ 3) มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 23.00, รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 21.50 และว่างงาน/ไม่ได้ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 4.50

ตามลำดับ และ 4) มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 25,001-35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.50 รองลงมาคือ ระหว่าง 15,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.50, ระหว่าง 35,001-45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.50, รายได้ 45,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 14.00 และต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.50 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 ระดับการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเอกชน แสดงดังตาราง 1

ตาราง 1 ระดับการตัดสินใจของนักศึกษาที่มีต่อปัจจัยเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเอกชน

ปัจจัยเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเอกชน	$\bar{X}$	S.D.	ผลการวิเคราะห์
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	4.08	0.66	มาก
ปัจจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอน	4.18	0.63	มาก
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.11	0.62	มาก
ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์	4.14	0.63	มาก
ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคล	4.06	0.67	มาก
รวม	4.11	0.64	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ระดับการตัดสินใจของนักศึกษาที่มีต่อปัจจัยนั้น โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.64) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.63) รองลงมาคือ ด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.63), ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.62), ด้านภาพลักษณ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.66) และด้านเหตุผลส่วนบุคคล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.67) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 3 สาเหตุของการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน พบว่า ความก้าวหน้าและโอกาสทางอาชีพ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.77) รองลงมาได้แก่ เพิ่มพูนความรู้ ความสามารถทางการศึกษา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.66), แลกเปลี่ยนประสบการณ์ในหลากหลายอาชีพ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.63), ความมั่นคงในชีวิต อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.54) และการเปลี่ยนแปลงในสังคม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.53) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา เมื่อเปรียบเทียบกับ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ของนักศึกษา พบว่า นักศึกษาที่เพศต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน แตกต่างกัน แสดงดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท: เพศ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ ระดับปริญญาโท: เพศ	F	Sig	ผลการวิเคราะห์
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	12.75	.00	แตกต่าง/ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
ปัจจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอน	7.69	.00	แตกต่าง/ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
ปัจจัยด้านบุคลากร	2.87	.09	ไม่แตกต่าง/ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์	5.60	.01	แตกต่าง/ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคล	.70	.41	ไม่แตกต่างกัน/ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

นักศึกษาที่อายุต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน แตกต่างกัน แสดงดังตารางที่ 3

ตาราง 3 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท: อายุ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับ ปริญญาโท: อายุ	F	Sig	ผลการวิเคราะห์
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	2.65	.03	แตกต่าง/ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
ปัจจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอน	8.65	.00	แตกต่าง/ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
ปัจจัยด้านบุคลากร	7.66	.00	แตกต่าง/ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์	7.97	.00	แตกต่าง/ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคล	8.76	.00	แตกต่าง/ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

นักศึกษาที่อาชีพต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน แตกต่างกัน แสดงดังตารางที่ 4

ตาราง 4 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท: อาชีพ

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับ ปริญญาโท: อาชีพ	F	Sig	ผลการวิเคราะห์
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	3.08	.03	แตกต่าง/ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
ปัจจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอน	6.10	.00	แตกต่าง/ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
ปัจจัยด้านบุคลากร	6.30	.00	แตกต่าง/ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์	5.77	.00	แตกต่าง/ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคล	9.10	.00	แตกต่าง/ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

นักศึกษาที่รายได้ต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน แตกต่างกัน แสดงดังตารางที่ 5

ตาราง 5 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท: รายได้

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ ระดับปริญญาโท: รายได้	F	Sig	ผลการวิเคราะห์
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	1.80	.13	ไม่แตกต่าง/ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
ปัจจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอน	7.03	.00	แตกต่าง/ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
ปัจจัยด้านบุคลากร	6.76	.00	แตกต่าง/ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์	6.58	.00	แตกต่าง/ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคล	8.48	.00	แตกต่าง/ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง พบว่า ปัญหาและอุปสรรค ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าใช้จ่ายในการเรียนสูง, สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ยังไม่เพียงพอ, ความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ตั้งของสถานศึกษายังไม่สะดวกพอ ข้อเสนอแนะ ได้แก่ ควรปรับลดค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าใช้จ่ายในการเรียนลง เพื่อขยายโอกาสทางการศึกษาให้มากขึ้น, จัดโครงการกั๊ยมเรียนในระดับปริญญาโท, จัดรถรับส่งเพิ่มขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับนักศึกษา

อภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วน

เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวด้วยสถิติ F-test (One-way ANOVA) ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน ได้แก่ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคล

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจของนักศึกษาในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวด้วยสถิติ F-test (One-way ANOVA) พบว่า ระดับการตัดสินใจของนักศึกษาที่มีต่อปัจจัยนั้นภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.64) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.63) รองลงมาคือ ด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.63), ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.62), ด้านภาพลักษณ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.66) และด้านเหตุผลส่วนบุคคล อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.06$, S.D. = 0.67) ตามลำดับ

จากผลการวิจัยทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน และระดับการตัดสินใจของนักศึกษาในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชน และสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และการวางแผนเพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายต่อไปได้

ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อนี้ เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและบริบทของมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งเท่านั้น สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาหรือนำไปประยุกต์ใช้ ควรศึกษาสภาพแวดล้อมหรือบริบทขององค์กรนั้น ๆ เพิ่มเติม เพื่อความเหมาะสมกับสภาพและบริบทรวมถึงประโยชน์สูงสุดที่เกิดขึ้นของแต่ละองค์กร
2. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาองค์ประกอบที่เป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง โดยผ่านสื่อโฆษณาอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และการวางแผนเพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- จุฑามาศ ดันนิรัตน์โสภาส. (2548). การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2558. (2558, 13 พฤศจิกายน).
- ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 132 ตอนพิเศษ 295 ง., 13.
- วันวิสาข์ แก้วสมบุญ. (2556). ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยทักษิณ. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ. 13(2): 48-61.

อัษฎายุธ สุนทรศารทูล. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้วงจรระบบดิจิทัล ของบริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าประเภทธนาคาร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

Maslow, Abraham. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harper and Row.

NBUS0103: ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทาง ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-MARKETPLACE) ของประชาชนในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร

FACTORS THAT INFLUENCE THE DECISION TO BUY PRODUCTS ONLINE THROUGH THE ELECTRONIC COMMERCE MARKETPLACE (E-MARKETPLACE) OF PEOPLE IN BUENG KUM AREA BANGKOK

ปณิกา โทพิลา¹ ธิดาวลัย สร้างธรรม²

อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-marketplace) ของประชาชนในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-marketplace) ของประชาชนในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-marketplace) ของประชาชนในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจแก่ผู้สนใจ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่คือ การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย T-test F-test วิเคราะห์ค่า Sig ในระดับสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้นำไปเปรียบเทียบรายคู่ (LSD)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ อายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-marketplace) ของประชาชนในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร พบว่ามีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากร ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพและการนำเสนอ

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Abstract

Factors that influence the decision to buy products online through the electronic commerce marketplace (E-marketplace) of people in Bueng Kum area Bangkok To study the personal information of online shoppers through the electronic commerce marketplace. (E-marketplace) of people in Bueng Kum area Bangkok To study the factors affecting the decision to buy products online via the electronic commerce marketplace. (E-marketplace) of people in Bueng Kum area Bangkok To study and use the information

obtained from research as a guideline for business development for those who are interested and able to use the information for future business development

The sample group used in this research is the population living in Bueng Kum area. Bangkok, 400 people. Tools used in this research are The analysis using descriptive statistics consisting of percentage, mean, standard deviation. And inferential statistics consisting of T-test, F-test, Sig analysis at the statistical significant level 0.05, were compared to the pair (LSD).

From the study, it was found that the majority of the respondents are female, 235, aged 21-30 years, have bachelor degree, occupation, private company employees / employees. And have a monthly income of 10,001-20,000 baht. The study of factors affecting the decision to buy products online through the central market of electronic commerce (E-marketplace) Of people in Bueng Kum area Bangkok Found that the average value is sorted from highest to lowest, namely product, price, distribution channel Marketing promotion, personnel, process And physical and presentation

Keywords: Factors inferential Electronic online Buying decision

บทนำ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศได้มีบทบาทที่สำคัญต่อวิถีชีวิตและสังคมของมนุษย์ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีได้มาถึงจุดที่ทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิต การประกอบ ธุรกิจ และเศรษฐกิจโลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ตไร้สาย ต่างมีอิทธิพลในการเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิตและการทำงานได้อย่างแท้จริง ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การสื่อสารข้อมูลของมนุษย์ได้มีการเปลี่ยนแปลง พัฒนาอยู่ตลอดเวลา โดยสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ อย่างมากมายนั่นก็คือ เทคโนโลยี เป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวันของมนุษย์ไปแล้ว

เทคโนโลยีที่มนุษย์ใช้ในการสื่อสารระหว่างกันมีหลายวิธี หนึ่งในนั้นคือสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งที่มนุษย์ใช้สื่อสารข้อมูลระหว่างกันในทุก ๆ ด้าน จนทำให้เกิดธุรกิจ รูปแบบใหม่ขึ้นมา นั่นก็คือ ธุรกิจการค้าผ่านสังคมออนไลน์หรือที่เรียกกันว่า ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นช่องทางการทำธุรกิจที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึง กลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น โดยการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เริ่มได้รับความนิยมในประเทศไทยมากขึ้นในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา เนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในการสื่อสาร ทำให้ผู้คนเริ่มมีช่องทางในการเข้าถึงสินค้าและบริการต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นช่องทาง Facebook Line Instagram หรือเว็บไซต์ ร้านค้าอื่น ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องรู้จักใช้สังคมออนไลน์ให้เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของตน โดยการใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างยอดขายให้มากขึ้น ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการหลายรายได้เริ่มขยายขายธุรกิจ ของตัวเองจากที่มีหน้าร้านในแบบออฟไลน์เพียงอย่างเดียวมาเป็นการทำหน้าร้านแบบออนไลน์ควบคู่ไปด้วย ในขณะที่เจ้าของธุรกิจรุ่นใหม่ส่วนใหญ่จะมีหน้าร้านเฉพาะช่องทางออนไลน์เท่านั้น เนื่องจาก ช่องทางออนไลน์นี้ไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูงเหมือนการทำหน้าร้านแบบออฟไลน์ และยังสามารถเปิดขายได้ตลอด 24 ชั่วโมงอีกด้วย ซึ่งสิ่งนี้ช่วยทำให้ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยสามารถ เติบโตขึ้นได้อย่างรวดเร็ว คือ การพัฒนาด้านการสื่อสารโทรคมนาคม การพัฒนาความเร็วของ อินเทอร์เน็ต ทำให้การสื่อสารข้อมูล

ระหว่างกันผ่าน ทางอินเทอร์เน็ตทำได้สะดวกรวดเร็วกว่าในอดีต มากอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต เช่น สมาร์ทโฟน (SmartPhone) หรือคอมพิวเตอร์ มีราคาที่ถูกลง ทำให้ผู้บริโภคสามารถหาซื้อ สามารถเป็นเจ้าของได้ง่าย ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึง อินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา สิ่งเหล่านี้ทำให้ตลาดกลางของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

จากเหตุผลข้างต้นผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-marketplace) ของประชาชนในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการทำวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจแก่ผู้ที่สนใจและสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives of Research)

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-marketplace) ของประชาชนในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-marketplace) ของประชาชนในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนาธุรกิจแก่ผู้ที่สนใจและสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจต่อไปในอนาคต

วิธีดำเนินการวิจัย

กรอบการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คุณลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-marketplace) ของประชาชนในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร/พนักงาน ด้านการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ

ประชากรที่ศึกษา

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร จำนวน 142,990 คน (ที่มาสำนักงานเขตบึงกุ่ม พุทธศักราช 2561 <https://th.wikipedia.org>) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตบึงกุ่ม จำนวน 400 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อการวิจัยสามารถคำนวณค่าและแปลความหมายของข้อมูลดังต่อไปนี้

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยการนำเสนอผลการวิเคราะห์แยกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงเป็นจำนวนและค่าร้อยละ

2. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-marketplace) โดยหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean หรือ $\bar{X}$) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

1. การวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐานใช้สถิติค่า t-test, f-Test วิเคราะห์ค่า Sig ในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้นำไปเปรียบเทียบรายคู่ (LSD)

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคน้ำผักผลไม้ของผู้บริโภคในเขตคลองสามวา ผู้วิจัยสรุปได้ 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพศหญิง	235	58.8
อายุ 21-30 ปี	210	52.5
ระดับการศึกษา ปริญญาตรี	180	45.0
อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	216	54.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท	267	66.8

จากตาราง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.8

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-marketplace) ของประชาชนในเขตปริมณฑล กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.74	0.59	มาก
ด้านราคา	3.70	0.54	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.85	0.60	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.60	0.53	มาก
ด้านบุคลากร	3.69	0.56	มาก
ด้านบริการ	3.57	0.59	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ	3.88	0.60	มาก
รวม	3.72	0.57	มาก

จากการสำรวจข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-marketplace) ของประชาชนในเขตปริมณฑล กรุงเทพมหานคร พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.72 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.88 รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.85 ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.74 ด้านราคาให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.70 ด้านบุคลากรให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.69 ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.60 และด้านบริการให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.57 ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-marketplace) ของประชาชนในเขตปริมณฑล กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันไปไม่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านคุณภาพของสินค้า ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อมูลสินค้าและกระบวนการให้บริการ บุคลากร ด้านภาพลักษณ์ของสินค้าและร้านค้า และด้านข้อมูลร้านค้า ทุกปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	165	3.67	0.59	-1.924	0.055*
	หญิง	235	3.78	0.59		
ด้านราคา	ชาย	165	3.66	0.55	-0.924	0.356
	หญิง	235	3.71	0.53		
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ชาย	165	3.78	0.58	-1.821	0.069
	หญิง	235	3.89	0.61		
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย	165	3.62	0.53	0.699	0.485
	หญิง	235	3.58	0.52		
ด้านบุคคคลากร	ชาย	165	3.73	0.55	1.348	0.178
	หญิง	235	3.65	0.57		
ด้านการบริการ	ชาย	165	3.61	0.58	1.458	0.146
	หญิง	235	3.52	0.59		
ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ	ชาย	165	3.80	0.58	-2.019	0.044*
	หญิง	235	3.92	0.61		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	อายุ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 20 ปี	9	3.60	0.67	2.457	0.063
	20-30 ปี	210	3.69	0.57		
	31-40 ปี	128	3.74	0.55		
	41 ปี ขึ้นไป	53	3.93	0.70		
	รวม	400	3.74	0.59		
ด้านราคา	ต่ำกว่า 20 ปี	9	3.49	0.71	1.812	0.144
	20-30 ปี	210	3.67	0.51		
	31-40 ปี	128	3.68	0.55		
	41 ปี ขึ้นไป	53	3.84	0.59		
	รวม	400	3.69	0.54		
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 20 ปี	9	3.44	0.61	3.044	0.029*
	20-30 ปี	210	3.83	0.59		
	31-40 ปี	128	3.84	0.61		
	41 ปี ขึ้นไป	53	4.03	0.56		
	รวม	400	3.85	0.60		

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	อายุ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 20 ปี	9	3.60	0.56	1.897	0.130
	20-30 ปี	210	3.54	0.49		
	31-40 ปี	128	3.65	0.57		
	41 ปี ขึ้นไป	53	3.71	0.54		
	รวม	400	3.60	0.53		
ด้านการบุคลากร	ต่ำกว่า 20 ปี	9	3.53	0.65	1.649	0.177
	20-30 ปี	210	3.64	0.54		
	31-40 ปี	128	3.73	0.57		
	41 ปี ขึ้นไป	53	3.78	0.59		
	รวม	400	3.68	0.56		
ด้านการบริการ	ต่ำกว่า 20 ปี	9	3.49	0.63	4.082	0.007*
	20-30 ปี	210	3.48	0.55		
	31-40 ปี	128	3.64	0.62		
	41 ปี ขึ้นไป	53	3.75	0.61		
	รวม	400	3.56	0.59		
ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ	ต่ำกว่า 20 ปี	9	3.60	0.69	1.101	0.349
	20-30 ปี	210	3.86	0.58		
	31-40 ปี	128	3.87	0.61		
	41 ปี ขึ้นไป	53	3.97	0.60		
	รวม	400	3.87	0.60		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference (I-J)	Sig.
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	-0.383	0.060
		31-40 ปี	-0.399	0.053
		41 ปี ขึ้นไป	-0.582	0.007*
	20-30 ปี	ต่ำกว่า 20 ปี	0.383	0.060
		31-40 ปี	-0.016	0.809
		41 ปี ขึ้นไป	-0.199	0.031*
	31-40 ปี	ต่ำกว่า 20 ปี	0.399	0.053
		20-30 ปี	0.016	0.809
		41 ปี ขึ้นไป	-0.183	0.061

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference (I-J)	Sig.
	41 ปี ขึ้นไป	ต่ำกว่า 20 ปี	0.582	0.007*
		20-30 ปี	0.199	0.031
		31-40 ปี	0.183	0.061
ด้านบริการ	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	0.013	0.949
		31-40 ปี	-0.150	0.456
		41 ปี ขึ้นไป	-0.258	0.220
	20-30 ปี	ต่ำกว่า 20 ปี	-0.013	0.949
		31-40 ปี	-0.163	0.013*
		41 ปี ขึ้นไป	-0.271	0.003*
	31-40 ปี	ต่ำกว่า 20 ปี	0.150	0.456
		20-30 ปี	0.163	0.013*
		41 ปี ขึ้นไป	-0.108	0.257
	41 ปี ขึ้นไป	ต่ำกว่า 20 ปี	0.258	0.220
		20-30 ปี	0.271	0.003*
		31-40 ปี	0.108	0.257

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 235 มีอายุ อายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-marketplace) ของประชาชนในเขตปริมณฑล กรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับมากในเรื่อง ความสะดวกรวดเร็วในการบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทามาต จันทรถาวร (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าบน Facebook ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าอิสระเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์พฤติกรรมของผู้ใช้งาน Facebook ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอจากผลวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัญญพัทธ์ เกตุประดิษฐ์ (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการบริการ ด้านบุคลากร/พนักงาน พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญวรรณ เยาวงษ์ (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภท Facebook

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-marketplace) ของประชาชนในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

1. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ พบว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ ในที่นี้จะหมายถึง ภาพลักษณ์ของสินค้าและภาพลักษณ์ของร้านค้าผู้ประกอบการควรทำให้ร้านของตนมีภาพลักษณ์ที่ดี โดยการนำสินค้าที่เป็นที่รู้จัก หรือสินค้าที่มีคุณภาพมาวางขาย และโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

2. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรลงข้อมูลทุกอย่างไว้อย่างละเอียด ทั้งข้อมูลผู้ขาย ข้อมูลสินค้า ข้อมูลการชำระเงิน การลงรายละเอียดไว้อย่างครบถ้วนจะทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น เพราะลูกค้าต้องการความรวดเร็ว ความถูกต้อง และความปลอดภัยในการสั่งซื้อสินค้า อีกทั้งในด้านกระบวนการให้บริการก็เป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้าต้องการ

ข้อเสนอแนะในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมว่าปัจจัยใดมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) เพื่อผู้ประกอบการจะได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ และพัฒนากระบวนการขายกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่จะจูงใจและรักษาความภักดีในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) ไດ ๆ ในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพรวมถึงช่วยในการขยายฐานลูกค้าอีกด้วย

2. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากกลุ่มตัวอย่างในเขตอื่น ๆ หรือกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดกว้างกว่านี้เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้เลือกที่จะศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร เท่านั้นซึ่งอาจจะไม่ครอบคลุมประชากรทั้งหมดที่จะประเมินการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้เท่าที่ควร

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณาสี รื่นรมย์. (2551). *การวิจัยการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา; และ เอกบุญเจือ. (2555). *หลักการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นินา บุญจรัส. (2555). *การตลาดแบบ 4p*. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2562, จาก <https://www.branddoodee.com/การตลาดแบบ-4p-คืออะไร/>.
- บัณฑิต ศิลป์ประภัสสร. (2560). *ความหมายส่วนประสมทางการตลาด*. สืบค้นเมื่อ 18 สิงหาคม 2562, จาก <http://wilanwan.blogspot.com/p/blog-page.html>.

พัชนี หวังผดุงเกียรติ. (2558). ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด. สืบค้นเมื่อ 13 สิงหาคม 2562, จาก <http://passakorn2326.blogspot.com/>.

ลลิตา ทองคำ. (2557). ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2562, จาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/>.

ศศิภา เงินเมือง. (2559). ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค. สืบค้นเมื่อ 29 สิงหาคม 2562, จาก <https://xn--12ca1ddig2elng4ld4e1p.blogspot.com/2012/11/consumer-behavior.html>.

สุปราณี จำปาทอง. (2561). ความหมายของการพัฒนาคุณภาพการบริการ. สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2562, จาก <https://www.im2market.com/2016/05/07/3250>.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2553). กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. จาก <http://marketingthai.blogspot.com/2011/09/buying-decision-process.html> [สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2562] แหล่งที่มา: <https://positioningmag.com/1101963> [สืบค้นเมื่อ 9 กันยายน 2562].

อดุลย์ จาตุรงค์กุล; และ ดลยา จาตุรงค์กุล. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Kotler, P.; & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. 14th ed., Pearson Education Limited, USA.

NBUS0104: ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารทะเลสดผ่านช่องทางออนไลน์ ของผู้บริโภคในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร

FACTOR AFFECTING CONSUMERS, DECISION MAKING TO BUY FRESH SEAFOOD ONLINE IN SUAN LUANG DISTRICT, BANGKOK

ปณิกา โทพิลา¹ วีรวิทย์ รักเที่ยง²

^{1,2} อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการเลือกใช้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารทะเลสดผ่านช่องทางออนไลน์ ของผู้บริโภคในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นกลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 20-30 ปี มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลสดผ่านช่องทางออนไลน์โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสะอาด สดใหม่ ด้านราคา ค่าส่งสินค้ามีความเหมาะสมกับระยะทาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีการจัดส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว ด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อซื้อสินค้าครบ 500 บาท รับส่วนลด 10% ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา จำนวนครั้งในการสั่งซื้อสินค้าอาหารทะเลสดผ่านออนไลน์ สาเหตุที่เลือกใช้บริการสั่งอาหารทะเลสดผ่านออนไลน์ แหล่งข้อมูลในการสั่งอาหารทะเลสดผ่านออนไลน์ และไม่แตกต่างกัน เป็นที่ยอมรับในสมมติฐานเพราะมีค่า Sig น้อยกว่า 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารทะเลสดผ่านช่องทางออนไลน์ ของผู้บริโภคในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร

Abstract

The purpose of this research was to study the differences between personal factors. Service usage behavior and marketing mix factors In choosing to use the service Factors affecting the selection of fresh seafood ordering service online Of consumers in Suan Luang area Bangkok Sample group used in the research Is a group of people that live in Suan Luang area Bangkok, 400 samples. The research instrument was a questionnaire.

The results of the research showed that the majority of the respondents were female, aged between 20-30 years old, had lower education level than bachelor degree. Have a career as a student/ student and have an income of 10,001-15,000 baht. Deciding to buy fresh seafood online through the online channel, which consumers attach great importance The product is clean and fresh, and the shipping

cost is appropriate for the distance. The distribution channels With fast shipping Marketing promotion When buying products up to 500 baht, get 10% discount respectively.

The hypothesis testing found that gender, age, occupation, education, number of times ordering fresh seafood products online Reasons for choosing to order fresh seafood online Resources for ordering fresh seafood online and no difference. It is accepted in the hypothesis because the Sig value is less than 0.05.

Keywords: Factor Affecting Consumers, Decision Making to Buy Fresh Seafood Online in Suan Luang District, Bangkok

บทนำ

เนื่องจากปัจจุบันกระแสธุรกิจการค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์กำลังเป็นที่นิยมและเป็นที่สนใจกันอย่างมาก สื่อสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่เข้าถึงคนทุกระดับในปัจจุบันโดยมีการใช้กันอย่างแพร่หลาย จึงเป็นสื่อที่น่าสนใจสำหรับธุรกิจทุกประเภทโดยเฉพาะธุรกิจที่มีการค้าขายในช่วงเวลาที่จำกัด อาทิเช่น พ่อค้า แม่ค้าที่ขายของในช่วงเวลาพักเที่ยงให้แก่พนักงานในช่วงเวลาที่จำกัด ธุรกิจนี้จึงต้องอาศัยช่องทางใหม่เพื่อให้ธุรกิจมียอดขายเพิ่มมากขึ้นโดยใช้ช่องทางการเพิ่มยอดขายโดยวิธีการสั่งซื้อผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ด้วยการที่สื่อสังคมออนไลน์มีจุดเด่นเรื่องความเร็วและแพร่กระจายได้ง่าย มีต้นทุนต่ำ สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทุกที่ทุกเวลา ดังนั้นการใช้สื่อสังคมออนไลน์จึงมีประโยชน์มากต่อธุรกิจต่าง ๆ และเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งในการซื้อ-ขายสำหรับธุรกิจการค้าผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน อาทิเช่น Facebook, Line, Instragram, Twitter เป็นต้น ซึ่งผู้บริโภคเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกรวดเร็วและมั่นใจในระบบการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์มากขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารทะเลสดผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร โดยมีมุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลสดและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารทะเลสดผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค เขตสวนหลวง เพื่อนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์แนวทางทางในการแก้ไขและพัฒนาบริการสั่งอาหารทะเลสดผ่านช่องทางออนไลน์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives of Research)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการสั่งอาหารทะเลสดผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสั่งอาหารทะเลสดผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารทะเลสดผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

กรอบการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้
2. พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ช่วงเวลาในการใช้บริการ จำนวนครั้งในการสั่งซื้อสินค้าอาหารทะเลสดผ่านออนไลน์ สาเหตุที่เลือกใช้บริการสั่งอาหารทะเลสดผ่านออนไลน์ แหล่งข้อมูลในการสั่งอาหารทะเลสดผ่านออนไลน์

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารทะเลสดผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ประชากรที่ศึกษา

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตสวนหลวง จำนวนเต็มของประชากร 123,026 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรในเขตสวนหลวง จำนวน 400 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยการนำเสนอผลการวิเคราะห์แยกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

- 1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงเป็นจำนวนและค่าร้อยละ
- 1.2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร
- 1.3 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean หรือ $\bar{X}$) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคน้ำผักผลไม้ของผู้บริโภคในเขตคลองสามวา ผู้วิจัยสรุปได้ 3 ส่วน คือ

ตาราง 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพศหญิง	231	57.8
อายุ 20-30 ปี	210	52.5
ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี	194	48.5
อาชีพนักเรียน/นักศึกษา	239	59.8
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท	125	31.3

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 เป็นอายุ 20-30 ปี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 ระดับศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารทะเลสดผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมของผู้บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเวลาในการใช้บริการ 16.00-21.00 น.	150	37.5
จำนวนครั้งในการสั่งสินค้าอาหารทะเลสด 3-4 ครั้ง/เดือน	181	45.3
สาเหตุที่เลือกใช้บริการสั่งอาหารทะเลสด คือ มีโปรโมชั่น	152	38.0
แหล่งข้อมูลในการสั่งอาหารทะเลสดผ่านออนไลน์ คือ การเห็นจากโฆษณา	201	50.2

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเวลา 16.00-21.00 น. จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 จำนวนครั้งในการสั่งสินค้าอาหารทะเลสด 3-4 ครั้ง/เดือน จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 สาเหตุที่เลือกใช้บริการสั่งสินค้าอาหารทะเลสดคือมีโปรโมชั่น จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 แหล่งข้อมูลในการสั่งอาหารทะเลสดผ่านออนไลน์ คือ เห็นจากโฆษณา จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารทะเลสดผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.14	0.63	มาก
ด้านราคา	3.95	1.10	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.99	0.69	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.01	0.68	มาก
รวม	4.02	0.77	มาก

จากการสำรวจข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารทะเลสดผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตสวนหลวงโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.14 ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.01 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 ด้านราคาให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 ตามลำดับ

อภิปรายผล

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการสั่งอาหารทะเลสดผ่านช่องทางออนไลน์ ของผู้บริโภคในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน มีอายุ 20-30 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้บริการในช่วงเวลา 16.00-21.00 น. จำนวนครั้งในการสั่งสินค้าอาหารทะเลสด 3-4 ครั้ง/เดือน สาเหตุที่ท่านเลือกใช้บริการสั่งสินค้าอาหารทะเลสดผ่านออนไลน์คือมีโปรโมชั่น แหล่งข้อมูลในการสั่งอาหารทะเลสดผ่านออนไลน์ คือเห็นจากโฆษณาซึ่งสอดคล้อง กับงานวิจัยของชวลิต ไรจนประภาณต์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคในตลาดมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้ 1) พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคในตลาดมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารทะเลไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารทะเลในวันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเวลา 08.01-10.00 น. โดยเดินทางมากับครอบครัว และมีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้ออาหารทะเลเพื่อรับประทานเอง ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้ออาหารทะเลต่ำกว่า 1,000 บาท ประเภทอาหารทะเลที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อคือปลาหมึก และสาเหตุสำคัญที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารทะเลที่ตลาดมหาชัยคือคุณภาพสินค้า/ความสด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคในตลาดมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร พบว่าพบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารทะเลสดผ่านช่องทางออนไลน์ ของผู้บริโภคในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานครจากการศึกษา โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ จารุภา จันทรินทร์ (2561: บทคัดย่อ) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูปจากซูริมิ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารทะเลสดผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร ได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ สินค้าควรมีให้เลือกหลาย ๆ ขนาด เพราะบางครั้งลูกค้ารับประทานไม่หมด หรืออาจจะรับประทานหลายคน จะสามารถเลือกขนาดตามที่ต้องการได้
2. ด้านราคา อาหารทะเลเป็นอาหารที่ค่อนข้างมีราคาสูง เป็นอาหารที่นิยมรับประทานมาก ในตอนนี้ควรมีหลายราคาและเหมาะสมกับขนาดของสินค้าเพราะหากมีราคาเดียวอาจจะทำให้ลูกค้าลังเลที่จะซื้อ เพราะอาจจะเป็นราคาที่สูงเกินไป
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีบรรจุกิจกรรมที่สามารถเก็บความเย็นได้นานใส่อาหารเพื่อรักษาความสดของอาหารทะเล เพราะเวลาขนส่งสินค้าบางสถานที่ค่อนข้างใช้เวลานานอาจทำให้สินค้าเกิดความเน่าเสียได้
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีบริการสะสมแต้มการให้บริการเพื่อนำไปลดราคาอาหารในครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะในครั้งต่อไป

1. การศึกษานี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าอาหารทะเลสดผ่านทางออนไลน์เท่านั้น ผลงานวิจัยครั้งหน้าควรทำเกี่ยวกับอาหารอย่างอื่นด้วย เพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงการบริการที่สะดวก รวดเร็ว และมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ควมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สร้างความประทับใจสูงสุดให้ผู้ใช้บริการ
2. ควรศึกษาวิธีการสั่งซื้อผ่านออนไลน์ให้มากขึ้น เพื่ออนาคตจะมีช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น เพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผล สร้างความประทับใจสูงสุดให้ผู้ใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม. สืบค้นจาก หนังสือสถิติสำหรับงานวิจัย.

ความเป็นมาของการสั่งอาหารทะเลสดผ่านช่องทางออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 9 กันยายน 2562, จาก <https://positioningmag.com/1101963>.

จารุภา จันทรินทร์. (2561). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูปจากซูริมิ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 14 กันยายน 2562, จาก http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Jarupa_C.pdf.

- ฉวีวงศ์ บวรกิตติขจร. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของประชากรในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการณ์ของการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์**. สืบค้นเมื่อ 14 กันยายน 2562, จาก <http://www.repository.rmutt.ac.th/bitstream/handle/123456789/2029/139296.pdf?seq>.
- ชวนชัย เชื้อสาธุชน. (2546; อ้างถึงใน สุมาลี สิงขรอาสน์. 2553). **สอบสถิติค่า (T-test)**. สืบค้นจาก เอกสารประกอบการศึกษา การวิจัยตลาด.
- ชวลิต โรจนประภาณต์. (2559). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคในตลาดมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร**. สืบค้นเมื่อ 14 กันยายน 2562, จาก <https://www.tcithaijo.org/index.php/trujournal/article/view/110424>.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541: 66 (2560). **เทคนิคการใช้สถิติเพื่องานวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 13. สืบค้นจาก หนังสือเทคนิคการใช้สถิติเพื่องานวิจัย.
- นิสา บุญจรัส. (2555). **การตลาดแบบ 4p**. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2562, จาก <https://www.branddoodee.com/การตลาดแบบ-4p-คืออะไร/>.
- บัณฑิต ศิลป์ประภัสสร. (2560). **ความหมายส่วนประสมทางการตลาด**. สืบค้นเมื่อ 18 สิงหาคม 2562, จาก <http://wilanwan.blogspot.com/p/blog-page.html>.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545: 101 (2553). **สถิติสอบค่าเอฟ (F-test)**. สืบค้นจาก หนังสือวิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย.
- พัชนี หวังผดุงเกียรติ. (2558). **ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด**. สืบค้นเมื่อ 13 สิงหาคม 2562, จาก <http://passakorn2326.blogspot.com/>.
- ไพโรพนา วีรพงษ์. (2554). **ความหมายของบริการ**. สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2562, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/492001>.
- ลลิตา ทองคำ. (2557). **ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค**. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2562, จาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/>.
- วรรณ มโนปราโมทย์. (2558). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (อินสตาแกรม) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร**. สืบค้นเมื่อ 14 กันยายน 2562, จาก http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/1231/1/wipawan_mano.pdf.
- ศศิภา เงินเมือง. (2559). **ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค**. สืบค้นเมื่อ 29 สิงหาคม 2562, จาก <https://xn--12ca1ddig2elng4ld4e1p.blogspot.com/2012/11/consumer-behavior.html>.
- สำนักงานเขตสวนหลวง. (2561). **จำนวนประชากรในเขตสวนหลวง**. จาก <https://th.wikipedia.org>.
- สุปราณี จำปาทอง. (2561). **ความหมายของการพัฒนาคุณภาพการบริการ**. สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2562, จาก <https://www.im2market.com/2016/05/07/3250>.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2553). **กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค**. สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2562, จาก <http://marketingthai.blogspot.com/2011/09/buying-decision-process.html>.
- Yamane. (1973; อ้างใน วีระวุฒิ เอกะกุล. 2543). **วิธีสุ่มตัวอย่างโดยวิธีของทาร์ยามาเน่**. สืบค้นจาก เอกสารประกอบการศึกษา วิจัยการตลาด.

NBUS0105: รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร

LIFESTYLES, BEHAVIOR AND THAI TOURISTS SATISFACTION TOWARDS JATUJAK MARKET, BANGKOK

พัชรินทร์ พชรศรีอาริยะ¹ มณีเนตร วรชนะนันท์² ดวงธิดา นันทาภิรัตน์³

คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร และ 3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน และผู้ประกอบการ จำนวน 20 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า Pearson Correlation ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท และมีสถานภาพโสด รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านกิจกรรม และด้านความสนใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พฤติกรรมของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวตลาดนัดสวนจตุจักร 1 ครั้ง มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน เดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับเพื่อน มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 2-5 คน เดินทางโดยรถไฟฟ้า (BTS/MRT) ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1-2 ชั่วโมง มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 1,000 บาท ต้องการซื้ออาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด และรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากบุคคลใกล้ชิด/คนรู้จัก โดยมีความพึงพอใจต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์เชิงบวกทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมและด้านความสนใจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับค่อนข้างต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .283 และ .272 ส่วนรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับค่อนข้างต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .156 และมีแนวทางทางการพัฒนาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อตลาดนัดสวนจตุจักรโดยคาดว่าจะในอนาคตตลาดนัดสวนจตุจักรจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยผู้ประกอบการต้องการให้ช่วยส่งเสริมการตลาด โดยจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ทำสื่อออนไลน์ นอกจากนี้ควรมีการปรับปรุงในเรื่องของความสะอาด อำนวยความสะดวกในเรื่องของการเดินทางมายังตลาดสวนจตุจักร และมีการจัดระบบแม่ค้า

คำสำคัญ: รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรม ความพึงพอใจ ตลาดนัดสวนจตุจักร

Abstract

The purposes of the research were to study the lifestyle, behavior, and satisfaction of Thai tourists toward the Jatuchak market, Bangkok, explore the relationship between lifestyle and the tourists' satisfaction toward the market, and identify the tourists' satisfaction improvement plan. 400 Thai tourists and 20 entrepreneurs were recruited into the research. The research instruments included a questionnaire survey and focus group interviews. The data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, and Pearson Correlation Coefficient. The finding revealed that the majority of the samples were female aged between 21 and 30 years old, as students or tertiary students. They had graduated bachelor degree or equivalence, earned averagely 10,000 to 20,000 baht per month, and single. On the aspect of lifestyle, the tourists were highly reflected in the activities and interest factor. However, they had reflected a remarkably high level of the opinion factor. Moreover, on the aspect of behavior, the majority of the tourists had been to the market once with two to five friends for relaxation via the sky train (BTS) or underground train (MRT). They spent around one to two hours at the market with up to 1000 baht spending on food and drinks. And they received the travel information from close friends or acquaintances. Besides, the samples were showing high satisfaction toward the market. Apart from these, the lifestyle had shown a positive correlation toward every aspect as a statistically significant level at .01. However, the lifestyle aspect of the activities and the interest factors had reflected a low positive Pearson Correlation Coefficient rate ($r = .283$ and $.272$). On the other hand, the lifestyle aspect of the opinion factor also reflected a low positive rate where $r = .156$. In addition, the market had been expecting more tourists in the future. Therefore, to improve Thai tourists' satisfaction, the entrepreneurs had required marketing promotional aids such as online and offline advertisements. Last and important, the market authority should improve the hygiene of the market, advance the travel facilitation to ease the tourists, and re-systemize the merchants.

Keywords: Lifestyle, Behavior, Satisfaction, Jatujak Market

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลของประเทศดังกล่าวจึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและอาเซียนต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศตนเพิ่มมากขึ้น ภารกิจด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ถูกผสมผสานกลมกลืนไปกับการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ดังนั้น การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศต่าง ๆ จึงได้มีการบูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) โดยจำนวนชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2556-2559 เติบโตเฉลี่ย (CAGR) ในอัตราร้อยละ 5.79 ต่อปี สำหรับช่วงครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 58 ล้านคน-ครั้ง ก่อให้เกิด ขยายตัวร้อยละ 5.28 จากช่วงเวลาเดียวกัน

ของปีที่ผ่านมาตามลำดับ ซึ่งเป็นการเติบโตทั้งในเมืองหลักและเมืองรอง โดยกระทรวงฯ ยังคงให้ความสำคัญต่อทุกกลุ่ม เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวใน 12 เมือง ต้องห้าม...พลาด รวมถึงการท่องเที่ยวในระดับชุมชนต่าง ๆ เพื่อกระจายประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงข้อกำหนด จากรายงานผลสำรวจดัชนีจุดหมายปลายทางนักท่องเที่ยวทั่วโลก ประจำปี 2560 (Mastercard Asia Pacific Destinations Index. 2017) พบว่า กรุงเทพมหานครที่เป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ได้รับความนิยมมากที่สุดของโลก เป็นอันดับที่ 1 นอกจากนี้จากผลการสำรวจจาก Post Office Travel Money ระบุว่า เมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมและชื่นชอบมากที่สุดของโลก ที่มีความคุ้มค่าในการเดินทางไปพักผ่อนมากที่สุด อันดับ 1 คือ กรุงเทพมหานคร โดยนักท่องเที่ยวได้รับความคุ้มค่าจากการจ่ายค่าที่พัก ค่าใช้จ่ายในการเข้าชมสถานที่สำคัญ ค่าพาหนะ และค่าอาหาร เมื่อเปรียบเทียบกับเมืองอื่น ๆ ทั่วโลก (ไทยรัฐออนไลน์. 2560)

ปัจจุบันตลาดนัดสวนจตุจักร มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก มีทุกเพศ ทุกวัย มีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย นอกจากจะเป็นสถานที่สำหรับซื้อขายสินค้าแล้ว ยังเป็นจุดนัดพบ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นสถานที่ท่องเที่ยว และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษานำผลการศึกษาที่ได้มาพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของตลาดนัดสวนจตุจักรให้เป็นที่ยอมรับแพร่หลายไปในวงกว้างขึ้นอีก เพื่อทั้งให้เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ระเบียบวิธีวิจัย

1. กลุ่มประชากร และการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร ซึ่งในกรณีนี้จะใช้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยี่ยมเยือนกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 21,696,700 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2558) และ 2) ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่มีอาชีพเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในตลาดนัดสวนจตุจักร จำนวน 9,452 ร้านค้า (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2561)

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดนัดสวนจตุจักร ใช้สูตร Yamane (ยุทธ ไกยวรรณ์. 2561) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน ± 5 ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ส่วนผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงจากผู้ประกอบการในตลาดนัดสวนจตุจักร จำนวน 20 คน

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน (Frequency) ร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และพฤติกรรมของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดนัดสวนจตุจักร ส่วนค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จัดหมวดหมู่ของข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษา สรุป ตีความ (Conclusion and Interpretation) และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลในภาพรวม

2.2 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ Pearson Correlation เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตาราง 1

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศหญิง	252	63.0
อายุ 21-30 ปี	322	80.5
อาชีพนักเรียน/นักศึกษา	170	42.5
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท	183	45.8
สถานภาพโสด	376	94.0

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 และมีสถานภาพโสด จำนวน 376 คน คิดเป็นร้อยละ 94.0

2. รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร ดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร

รูปแบบการดำเนินชีวิต	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านกิจกรรม	3.67	0.54	มาก
2. ด้านความสนใจ	3.81	0.51	มาก
3. ด้านความคิดเห็น	4.31	0.50	มากที่สุด

จากตาราง 2 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31

3. พฤติกรรมของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร ดังตาราง 3

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เคยมาท่องเที่ยวตลาดนัดสวนจตุจักร 1 ครั้ง	188	47.0
มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน	198	49.5
เดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับเพื่อน	277	69.3
จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 2-5 คน	352	88.0
เดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟฟ้า (BTS/MRT)	184	46.0
ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1-2 ชั่วโมง	198	49.5
มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 1,000 บาท	225	56.3
ต้องการซื้ออาหารและเครื่องดื่ม	265	66.3
รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากบุคคลใกล้ชิด/คนรู้จัก	201	50.2

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใหญ่เคยมาท่องเที่ยวตลาดนัดสวนจตุจักร 1 ครั้ง จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 เดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับเพื่อน จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 2-5 คน คิดเป็นร้อยละ 88.0 เดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟฟ้า (BTS/MRT) จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1-2 ชั่วโมง

จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 ต้องการซื้ออาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 และรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากบุคคลใกล้ชิด/คนรู้จัก จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2

4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร ดังตารางที่ 4

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ค่าความเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานครโดยภาพรวม

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านสถานที่	3.99	0.50	มาก
2. ด้านการบริการ	3.53	0.55	มาก
3. ด้านความปลอดภัย	3.46	0.55	มาก
4. ด้านการอำนวยความสะดวก	3.50	0.55	มาก
5. ด้านคุณภาพสินค้า	4.02	0.60	มาก
ภาพรวม	3.70	0.40	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ความพึงพอใจต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 เมื่อพิจารณาในรายด้านลำดับแรก คือ ด้านคุณภาพสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 รองลงมาคือ ด้านสถานที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านความปลอดภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ตามลำดับ

5. ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร ดังตาราง 5

ตาราง 5 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร

รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว	ค่าสหสัมพันธ์	P	ระดับความสัมพันธ์
รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม	.283**	.000	ค่อนข้างต่ำ
รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ	.272**	.000	ค่อนข้างต่ำ
รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น	.156**	.002	ต่ำมาก

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 5 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์เชิงบวกทุกด้านกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมและด้านความสนใจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับค่อนข้างต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .283 และ .272 ส่วนรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับค่อนข้างต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .156

6. แนวทางการพัฒนาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจุบันตลาดนัดสวนจตุจักรมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก โดยคาดว่าในอนาคตตลาดนัดสวนจตุจักรจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยผู้ประกอบการต้องการให้ช่วยส่งเสริมการตลาด โดยจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ทำสื่อออนไลน์ นอกจากนี้ควรมีการปรับปรุงในเรื่องของความสะอาด อำนวยความสะดวกในเรื่องของการเดินทางมายังตลาดนัดสวนจตุจักร และมีการจัดระบบแม่ค้า

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. จากผลการวิจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายด้าน ลำดับแรก คือ ชอบถ่ายรูปธรรมชาติ รองลงมาคือ ชอบดูหนังฟังเพลง และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ เล่นดนตรีเป็นงานอดิเรก สอดคล้องกับ กมลวรรณ วณิชพันธุ์ (2556) วิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต ลักษณะบุคลิกภาพ ของกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอร์เรชั่น X และผู้บริโภคเจนเนอร์เรชั่น Y ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านทางออนไลน์ พบว่า กลุ่มเจนเนอร์เรชั่น X เห็นด้วยต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมอยู่ในระดับมาก ส่วนรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายด้านลำดับแรก คือ ชอบของที่พักรที่สวยงาม รองลงมาคือ สนใจธรรมชาติ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ สนใจเรื่องราวในแวดวงบันเทิง สอดคล้องกับ นวรัตน์ ทรงไทย (2560) วิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต แรงจูงใจ และการรับรู้ปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วยตนเอง ในเฟซบุ๊กแฟนเพจ “คุณนายปลาติบ” พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายด้านลำดับแรก คือ การเดินทางท่องเที่ยวสามารถทำให้ผ่อนคลาย รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ได้ฝึกทักษะการเข้าสังคมและการอยู่ร่วมกับผู้อื่น สอดคล้องกับ อภิษฎา ญัฐพงศ์ฤทธิ์ (2558) วิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือและพฤติกรรมการตัดสินใจการท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านความสนใจ อยู่ในระดับมาก

2. ผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใหญ่เคยมาท่องเที่ยวตลาดนัดสวนจตุจักร 1 ครั้ง มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับเพื่อน มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 2-5 คน เดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟฟ้า (BTS/MRT)

ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1-2 ชั่วโมง มีค่าใช้จ่าย ต่ำกว่า 1,000 บาท ต้องการซื้ออาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด และ รับประทานข้อมูลการท่องเที่ยวจากบุคคลใกล้ชิด/คนรู้จัก สอดคล้องกับ สุวานันท์ สาริกุล (2559) วิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำกลางดง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำกลางดง จังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมากับเพื่อน กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการเมื่อมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จุดประสงค์หลักในการมาท่องเที่ยวคือพักผ่อน/นันทนาการ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือเพื่อน ช่วงเวลาที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวคือเสาร์-อาทิตย์ แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบถึงตลาดน้ำกลางดง จังหวัดนครราชสีมาเป็นแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และความรู้ในการเดินทางมายังตลาดน้ำกลางดงจังหวัดนครราชสีมาคือเดือนละครึ่ง

3. ผลการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายด้านลำดับแรก คือ ด้านคุณภาพสินค้า รองลงมาคือ ด้านสถานที่ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านความปลอดภัย สอดคล้องกับ สมพงษ์ เล็งมณี (2556) วิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานออนไลน์ที่มีต่อทัศนคติพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดจันทบุรี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว และความเป็นกันเองของคนในชุมชนแหล่งท่องเที่ยว

4. ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับ อภิษฐพงศ์ พุทธิ (2558) วิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3 อันดับ ที่ควรพัฒนา ดังนี้

อันดับที่ 1 เกี่ยวกับตลาดนัดสวนจตุจักรมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม ดังนั้นควรมีการพัฒนาสภาพแวดล้อมโดยรอบของตลาดนัดสวนจตุจักรให้มีความสวยงาม สะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดนัดสวนจตุจักรมากขึ้น

อันดับที่ 2 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ เกี่ยวกับความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดสวนจตุจักร ดังนั้นตลาดนัดสวนจตุจักรควรเพิ่มเอกลักษณ์เฉพาะสถานที่ให้มากขึ้น โดยเพิ่มการกระจายข้อมูลด้านเอกลักษณ์ ในรูปแบบต่าง ๆ เช่นบน Social Network, การทำสื่อโฆษณา เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบว่าหากไปตลาดนัดสวนจตุจักรจะต้องมีสิ่งนี้ และสร้างให้เป็นที่กล่าวขานเป็นวงกว้างทั้งระดับในประเทศ และระดับ international เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้จดจำภาพลักษณ์ของตลาดนัดสวนจตุจักรที่มีความเฉพาะให้เพิ่มมากขึ้น

อันดับที่ 3 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ เกี่ยวกับความสะอาด และความเป็นระเบียบ ดังนั้น จึงควรเพิ่มพนักงานทำความสะอาดให้มากขึ้น รวมถึงกระจายจุดทิ้งขยะในแต่ละพื้นที่ให้มากขึ้น และพยายามจัดกลุ่มของการค้าที่มีลักษณะเหมือนกัน เช่น สินค้าที่เหมือนกันควรให้อยู่ในพื้นที่เดียวกัน เพื่อให้มีความเป็นระเบียบมากขึ้นและเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้าในการใช้บริการต่าง ๆ ได้อีกในอนาคต

2. จากผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการบริการ ที่ควรพัฒนา ในประเด็นนี้จะขอยกตัวอย่าง 2 อันดับ เนื่องจากมีข้อมูลที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ดังนี้

อันดับที่ 1 เกี่ยวกับการทำป้ายบอกทางที่ชัดเจน ดังนั้นควรมีการทำป้ายและสัญลักษณ์ บอกทางให้ชัดเจน ดูเข้าใจง่ายเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วมากขึ้น

อันดับที่ 2 เกี่ยวกับการให้คำแนะนำเกี่ยวกับตลาด และการจัดการด้านจราจร ดังนั้นจึงควรจัดอบรมเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวอยู่ตลอด เช่น อาทิตย์ละ 1 ครั้ง เพื่อให้เห็นถึงเปลี่ยนแปลงในตลาดนัดสวนจตุจักรที่มีในแต่ละอาทิตย์ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ได้สื่อสารข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องสมบูรณ์ และครบถ้วน ทันสถานการณ์ รวมทั้งจัดการด้านการจราจร เช่น จัดการให้มีการสัญจรของรถที่ไม่ติดขัดเพื่อให้นักท่องเที่ยวไม่รอนานจนเกินไป

3. จากผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านความปลอดภัย ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3 อันดับ ที่ควรพัฒนา ดังนี้

อันดับที่ 1 เกี่ยวกับสถานที่จอดรถมีความปลอดภัย ควรจะมีการปรับปรุงที่จอดรถ โดยเพิ่มไฟสว่าง บริเวณที่จอดรถ รวมถึงเพิ่มระบบรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเช่น เพิ่มจำนวนของพนักงานรักษาความปลอดภัยให้มากขึ้นและวางระบบให้กับพนักงานรักษาความปลอดภัยแต่ละบุคคล เพื่อให้มีการดูแลความปลอดภัยของสถานที่จอดรถเป็นสัดส่วนไป เพื่อตรวจสอบความเรียบร้อยต่าง ๆ ตลอดเวลา เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกที่ปลอดภัยมากขึ้น

อันดับที่ 2 เกี่ยวกับการดูแลความปลอดภัยของทรัพย์สินภายในตลาดนัดสวนจตุจักร ดังนั้นจึงควรเพิ่มระบบรักษาความปลอดภัย โดยการเพิ่มปริมาณของกล้องวงจรปิดให้ครอบคลุมในทุกพื้นที่ภายในตลาดนัดสวนจตุจักร รวมถึงอาจจัดเวรยาม เป็นเวลา ให้กับเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยให้เดินสำรวจพื้นที่ เป็นสัดส่วนไป

อันดับที่ 3 เกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่ และการมีป้ายเตือนนักท่องเที่ยวในบริเวณที่มีความเสี่ยงการเกิดอันตราย ซึ่งทั้ง 2 ข้อมูลนี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ดังนั้นจึงควรจัดอบรมเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง และควรเพิ่มป้ายเตือนในทุกส่วนพื้นที่ที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อนักท่องเที่ยวได้ หรืออาจเพิ่มให้มีหน่วยประชาสัมพันธ์ประกาศแจ้งเตือนนักท่องเที่ยวผ่านเสียงตามสายในตลาดนัดสวนจตุจักรให้มีการระมัดระวังในพื้นที่ที่อาจก่อให้เกิดอันตราย

4. จากผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านการอำนวยความสะดวก ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3 อันดับ ที่ควรพัฒนา ดังนี้

อันดับที่ 1 เกี่ยวกับมีตู้เอทีเอ็มเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ดังนั้นควรมีการเพิ่มจำนวนตู้เอทีเอ็มโดยรอบตลาดนัดสวนจตุจักรให้มากขึ้น เพื่อเป็นการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในอนาคต หรืออาจบริการนักท่องเที่ยวโดยให้มีการ Scan QR code เพื่อชำระค่าบริการสินค้าต่าง ๆ ผ่านทาง Application ธนาคารในแต่ละร้าน

อันดับที่ 2 เกี่ยวกับการมีสถานที่สำหรับจอดรถที่เพียงพอ ดังนั้นควรเพิ่มสถานที่บริการจอดรถให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับลูกค้าที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจำนวนมากในแต่ละวัน หรือจัดสัดส่วนสถานที่จอดรถไว้เป็นสถานที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการภายในตลาดนัดสวนจตุจักร และ สถานที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในตลาดนัดสวนจตุจักร ให้แบ่งกันเป็นสัดส่วนอย่างชัดเจนไม่มีการปะปนกัน

อันดับที่ 3 เกี่ยวกับปริมาณศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่มีเพียงพอ ดังนั้นจึงควรเพิ่มปริมาณศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ให้กระจายในทุกส่วนพื้นที่ในตลาดนัดสวนจตุจักร และอาจเพิ่มป้ายประกาศที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการติดต่อไปยังศูนย์ช่วยเหลือความปลอดภัยได้ทันทีและรวดเร็ว เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาต่อนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหันและต้องการแก้ปัญหาอย่างรวดเร็ว รวมทั้งเพิ่มความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวไม่ต้องเดินไกลไปยังศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวของตลาดนัดสวนจตุจักร

5. จากผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพของสินค้า ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3 อันดับ ที่ควรพัฒนา ดังนี้

อันดับที่ 1 เกี่ยวกับสินค้ามีอายุการใช้งานยาวนาน คงทนน้อยที่สุด ดังนั้นควรมีการพัฒนาคุณภาพของสินค้า ให้มีอายุการใช้งานยาวนานมากขึ้น มีสินค้าหลากหลายคุณภาพให้เลือกซื้อ รวมไปถึงการรับประกันคุณภาพของสินค้า

อันดับที่ 2 เกี่ยวกับความเรียบร้อยและการชำระคืนของสินค้า ดังนั้นจึงควรพัฒนาการใช้วัตถุดิบในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพมากขึ้น และมีการขายสินค้าตามราคาคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ผลิต ผลิตรถยนต์นั้น ๆ รวมทั้งจัดให้มีการรับคืนหรือแลกเปลี่ยนสินค้าที่ชำรุด ภายใต้เงื่อนไขการซื้อต่าง ๆ เช่น หากสินค้าชำรุด หลังจากซื้อจากทางร้านค้าไปไม่เกิน 2 วัน สามารถนำมาคืนหรือรับสินค้าชิ้นใหม่ได้ เป็นต้น

อันดับที่ 3 เกี่ยวกับความปลอดภัยของสินค้าในการนำไปใช้งาน ดังนั้นจึงควรพัฒนาสินค้าชนิดต่าง ๆ เช่น หากทำสินค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ทำ ไม่ควรมีสารเคมีมากเกินไป ควรเน้นไปที่การใช้ส่วนผสมที่มีความเป็นธรรมชาติมากขึ้น เป็นต้น เพื่อความปลอดภัยของลูกค้าที่มาใช้บริการ

6. ควรจัดทำสื่อโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ หรือรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งเพื่อให้ข้อมูลของตลาดนัดสวนจตุจักรแพร่กระจายไปได้มากที่สุดในทุกพื้นที่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อขยายตลาดให้กับนักท่องเที่ยวภายนอกประเทศ จะช่วยส่งเสริมทำให้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาใช้บริการมากขึ้น และเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการในตลาดนัดสวนจตุจักรได้มากขึ้น

7. ให้ความรู้ของผู้บริโภคแก่ผู้ประกอบการ เพื่อให้เข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด ข้อมูลในที่นี้คือ ความชอบ รสนิยม หรือรายได้ ของผู้บริโภคที่สามารถนำมาปรับใช้ให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจผู้บริโภค ที่มาใช้บริการสินค้าของผู้ประกอบการได้

สิ่งที่กล่าวมาข้างต้น ล้วนมีประโยชน์ในการพัฒนาด้านต่าง ๆ ภายในบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ให้มีความเจริญก้าวหน้าต่อไป หากมีการปรับปรุงหรือเพิ่มเติมในส่วนที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นในอนาคต จะส่งผลให้ตลาดนัดสวนจตุจักรมีการพัฒนาที่ดีขึ้น และอาจทำให้มีการเจริญเติบโตของตลาดเพิ่มขึ้นในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้รับความสำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดีเนื่องจากผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือ ดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี การให้คำปรึกษาจากหลาย ๆ ฝ่ายโดยเฉพาะอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก คือ ดร.มณีนันท์ วรชนะนันท์ และ

อาจารย์ที่ปรึกษาพร้อม คือ ผศ.ดร.ดวงธิดา นันทาภรณ์ ซึ่งได้กรุณาให้คำแนะนำ ความรู้และแนวคิดรวมทั้งตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ทั้งสนับสนุน ติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินการวิจัยและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง และขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

กมลวรรณ วนิชพันธุ์. (2556). รูปแบบการดำเนินชีวิต ลักษณะบุคลิกภาพ ของกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอร์เรชั่น X และผู้บริโภคเจนเนอร์เรชั่น Y ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านทางออนไลน์. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558ก). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559. กรุงเทพฯ: กระทรวง.

_____. (2558ข). สถิตินักท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 16 มิถุนายน 2561, จาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=411.

ฐานันท์ สาริกุล. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำกลางดง จังหวัดนครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.

ไทยรัฐออนไลน์. (2560). กรุงเทพฯ ดึงอีก แชมป์อันดับ 1 ของโลก เมืองคัมภีร์ที่สุดในการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 16 มิถุนายน 2561, จาก <https://www.thairath.co.th/news/foreign/1031050>.

นวรรณ์ ทรงไทย. (2560). รูปแบบการดำเนินชีวิต แรงจูงใจ และการรับรู้ปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วยตนเอง ในเฟซบุ๊กแฟนเพจ “คุณนายปลาติบ”. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ยุทธ ไถยวรรณ. (2561). หลักสถิติวิจัยและการใช้โปรแกรม SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2561). ตลาดนัดจตุจักร. สืบค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2561, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/ตลาดนัดจตุจักร>.

สมพงษ์ เล็งมณี. (2556). ประสิทธิภาพของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานออนไลน์ที่มีต่อทัศนคติ พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยบูรพา.

อภิษฐา ณัฐพงศ์ฤทธิ์. (2558). รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Mastercard Asia Pacific Destinations Index. (2017). Tracking the Growth of Tourism in Asia Pacific. from <https://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/files/2017/04/Report-Mastercard-Asia-Pacific-Destinations-Index-2017.pdf>.

NBUS0108: แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเทค เวิร์คส์ จำกัด

WORK MOTIVATION OF EMPLOYEES OF FATEK WORKS COMPANY LIMITED

ธัญญ์วี ธนเสถียรยิ่งยง¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์²

¹ หลักสูตรบริหารรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเทค เวิร์คส์ จำกัด และ 2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเทค เวิร์คส์ จำกัด โดยกลุ่ม ตัวอย่างคือ พนักงานของบริษัท ฟาเทค เวิร์คส์ จำกัด ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม จำนวน 117 คน จากการสุ่ม ตัวอย่างคือการสุ่มแบบง่าย และใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน โดยการทดสอบสมมติฐานใช้ค่าสถิติ (t - test) และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวด้วย (One - way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และเมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี (Scheffe' s method) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. รายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท และมีระยะเวลาในการทำงาน 1-2 ปี ไป โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเทค เวิร์คส์ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเทค เวิร์คส์ จำกัด ด้านความรับผิดชอบในงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.48) รองลงมา คือ ความสำเร็จในงานที่ทำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.49) และน้อยที่สุด คือ สภาพแวดล้อมในการทำงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.60) ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพบว่า พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาทำงาน ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน, พนักงานบริษัท ฟาเทค เวิร์คส์ จำกัด

Abstract

The aims of this study were 1) to examine Work motivation of employees of Fatek Works Company Limited and 2) to compare categorize the ways of Work motivation of employees of Fatek Works Company Limited by individual factors. This was quantitative research, a sample of 117 cases were drawn from employees of Fatek Works Company Limited , using simple random sampling method. The data analysis used descriptive statistics by Frequency, Mean, Percentage, Standard Deviation and inferential statistics via t-Test, F-Test, and Scheffe analysis. The research revealed that the most respondents are male, age between 31-40 years old, single status, graduated at Secondary School grade 6 or vocational certificate, the salary monthly less than 10,000 baht, and has 1-2 years working

period. The average level of Work motivation of employees of Fatek Works Company Limited was at the high level ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.51), especially, When considering each aspect, it is found that The level of work motivation of the employees of Fatek Works Company Limited regarding job responsibility Was at the highest level ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.48), followed by success in work Was at the high level ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.49) and the smallest was the working environment. Was at a high level ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.60). The results of the analysis of the mean differences found that employees with personal factors such as gender, age, marital status, education level Monthly income Differences in working duration and duration were not different in overall motivation.

Keywords: Work motivation, Employees of Fatek Works Company Limited

บทนำ

จากสภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันที่มีสภาพการแข่งขันสูงทั้งในระดับประเทศ และระดับนานาชาติ องค์การธุรกิจต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อรับมือกับความเสี่ยงและความสามารถในการแข่งขันของตลาดที่มีการแข่งขันสูง โดยการใช้ข้อมูล สื่อสาร เทคโนโลยี วิทยาศาสตร์ของผู้บริหาร การบริหารจัดการ และคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ในแต่ละองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและเพิ่มความสามารถในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด (ชูเกียรติ ยิ้มพวง. 2554 : 15)

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคคลในองค์กรจึงมีผลต่อความสำเร็จของงานและองค์กรรวม อีกทั้งยังเป็นการสร้างความสุขของผู้ทำงานด้วย องค์กรใดก็ตามหากบุคคลในองค์กรไม่มีแรงจูงใจและความพึงพอใจในการปฏิบัติงานก็เป็นมูลเหตุที่ทำให้ผลงานและผลการปฏิบัติงานต่ำ คุณภาพของงานลดลงแต่ในทางตรงกันข้ามหากองค์กรมีบุคคลที่มีแรงจูงใจและความพึงพอใจในการทำงานสูงก็จะมีผลทางบวกต่อการปฏิบัติงาน คุณภาพงานก็จะมีประสิทธิภาพสูง นอกจากนี้แรงจูงใจในการปฏิบัติงานยังแสดงถึงประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานและภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรด้วยเพราะฉะนั้นถ้าหากหน่วยงานใดได้เห็นความสำคัญของการสร้างแรงจูงใจและความพึงพอใจในการปฏิบัติงานให้เกิดขึ้นกับพนักงานในหน่วยงานของตนและมีความเข้าใจองค์ประกอบที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ทั้งตระหนักอยู่เสมอว่าความรู้สึกพึงพอใจนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลาตามสถานการณ์หรือตามเวลาจะช่วยให้หน่วยงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ (ณัฐฐา กวีศิริ. 2550)

จากการปรับตัวดังกล่าวทำให้ บริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด เป็นบริษัทที่ผลิตสินค้าเกี่ยวกับแผ่นฉนวนสำเร็จรูป หรือ SANDWICH PANEL แผ่นฉนวนสำเร็จรูป ผนังห้องเย็น แผ่นฉนวนกันไฟ ที่มีฉนวน ดังนี้ Polystyrene Foam , Polyurethane Foam , Polyisocyanurate Foam และ Rock wool ซึ่งมีพนักงานหลายแผนกที่จะต้องมีการทำงานร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็น ฝ่ายผลิต, ฝ่ายซ่อมบำรุง , QC , ฝ่ายขาย และรวมไปถึงฝ่ายที่ติดตั้งของบริษัท โดยการผลิตและติดตั้งแผ่นฉนวนสำเร็จรูปดังกล่าว เป็นเทคโนโลยีเฉพาะ จำเป็นต้องมีการเรียนรู้ และฝึกอบรม เพื่อให้เกิดความรู้ความสามารถในการทำงาน ซึ่งพนักงานที่มีประสบการณ์ถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีค่าขององค์กร และต้องการที่จะรักษาไว้ในองค์กร

ดังนั้นบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด จึงต้องแสวงหากลยุทธ์ในการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งกับองค์กร แรงจูงใจเป็นปัจจัยหนึ่งในหลายๆ ปัจจัยที่ช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมของ

คนในการทำงานว่า ทำไมคนจึงขยัน มานะพากเพียรและปฏิบัติงานได้ดี แรงจูงใจจึงมีบทบาทสำคัญดังต่อไปนี้ แรงจูงใจ สามารถช่วยอธิบายถึงสาเหตุของพฤติกรรมและพยากรณ์พฤติกรรมของบุคคลได้ แรงจูงใจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เข้าใจว่า ทำไมคนถึงมีพฤติกรรมเช่นนี้ อะไรเป็นสิ่งที่จูงใจให้คนมุ่งมั่นที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น นอกจากนี้ แรงจูงใจยังช่วยอธิบายถึงความมานะพากเพียรในการกระทำพฤติกรรมและทำพฤติกรรมหรือกิจกรรมนั้นอย่างกระตือรือร้นเต็มกำลังความสามารถ ดังนั้นการทราบถึงสิ่งจูงใจหรือแรงผลักดันที่อยู่เบื้องหลังของพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออก จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในด้านการบริหารจัดการในการแสวงหาวิธีการที่จะทำให้บุคคลมีพฤติกรรมที่ต้องการ นอกจากนี้ยังช่วยอธิบายความแตกต่างระหว่างบุคคล เช่น ทำไมบางคนมีความเพียรพยายามที่จะทำพฤติกรรมหรือกิจกรรมต่าง ๆ ให้บรรลุเป้าหมาย ในขณะที่บางคนไม่มีความเพียรพยายามที่จะฝ่าฟันอุปสรรคให้บรรลุเป้าหมาย ตลอดจนเข้าใจว่าทำไมบางครั้งบุคคลถึงทำพฤติกรรมหรือกิจกรรมนี้ ในขณะที่บางเวลาพฤติกรรมนี้จะไม่เกิดขึ้นเลย สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้บริหารควรจะทำการศึกษา เพื่อการบริหารจัดการที่ดีเกี่ยวกับทรัพยากรมนุษย์และเข้าถึงจิตใจของพนักงานที่มีอยู่ รวมไปถึงสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นให้กับพนักงานได้อย่างเป็นที่น่าพอใจ ทำให้เกิดการสร้างประสิทธิภาพในการทำงานให้กับบริษัท และความเจริญก้าวหน้าขององค์กร

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้การศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรเป็นอย่างยิ่ง นอกจากจะทำให้ทราบถึงแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานแล้ว ยังสามารถทำให้ผู้บริหารสามารถกำหนดกลยุทธ์และนโยบายที่ตอบสนองให้กับความต้องการของพนักงานเพื่อสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและทำให้ผลการปฏิบัติงานดีขึ้น และยังเป็นข้อมูลประกอบเพื่อเสนอแนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาพนักงานให้มีคุณภาพสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้องค์กรมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกและรักษาทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพให้อยู่กับองค์กร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาในการทำงาน

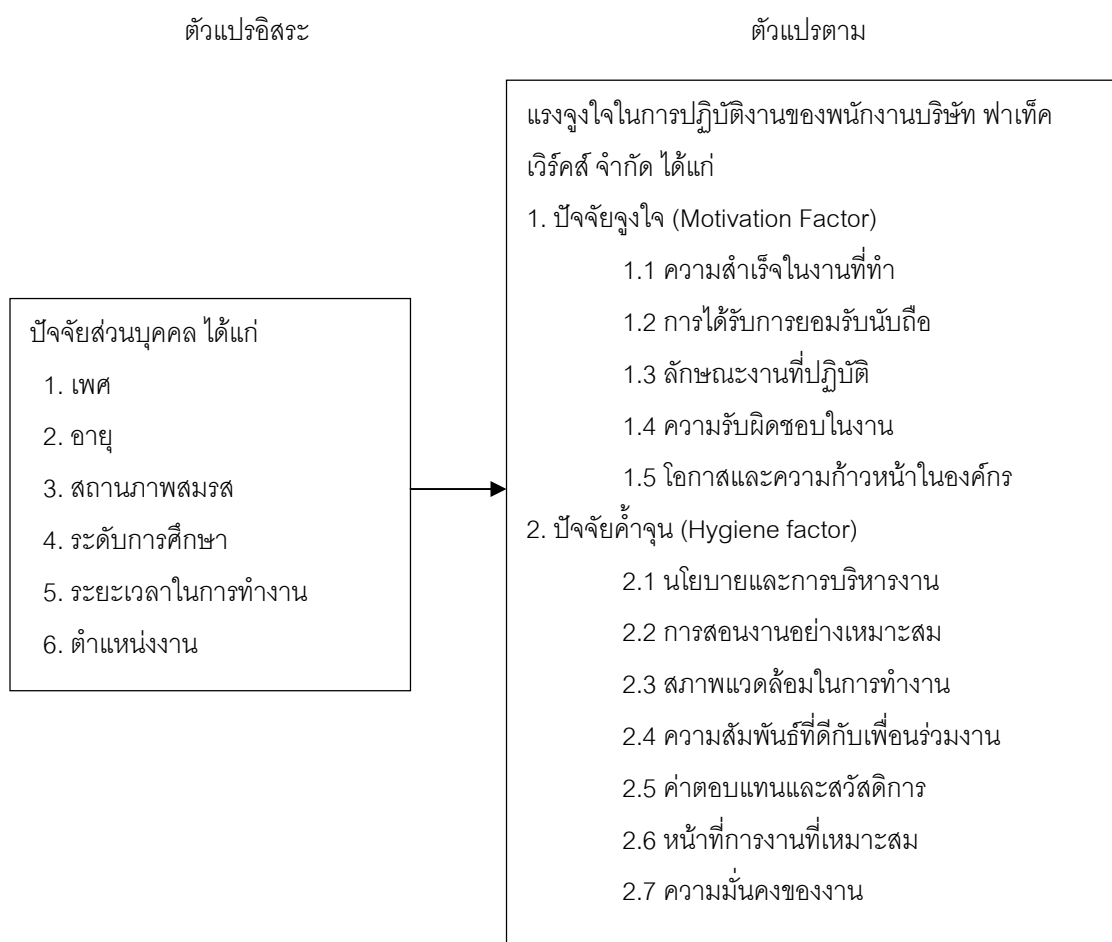
สมมติฐานของการวิจัย

พนักงานของบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีแรงจูงใจที่ในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์และแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานและเป็นข้อมูลสำหรับนำไปวางแผนกำหนดนโยบายการบริหารในด้านต่าง ๆ ภายในองค์กร
2. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนและพัฒนาพนักงานให้มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและเก็บรักษาพนักงานที่มีความสามารถให้อยู่กับองค์กร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาพนักงานของบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด จำนวน 164 คน (ข้อมูลจากแผนกบุคคล ณ วันที่ 28 สิงหาคม 2562)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานของบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด จำนวน 117 ตัวอย่าง อ้างอิงจากสูตรของการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้เท่ากับร้อยละ 95 ซึ่งหมายความว่า ยอมให้มีความคลาดเคลื่อนจากกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Error) ร้อยละ 5

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผสมผสานระหว่างแบบสอบถามปลายปิด (Closed End) และแบบสอบถามปลายเปิด (Opened End) ซึ่งกำหนดเป็น 1 ชุด จำนวน 117 ชุด เพื่อสอบถามข้อมูลจากพนักงาน โดยมีรายละเอียดในการสร้างเครื่องมือ

โดยเครื่องมือในการวิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรง ด้วยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน และมีการทดสอบ ความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ได้ค่าความน่าเชื่อถือ Reliability ทั้งฉบับเท่ากับ .986

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและระดับแรงจูงใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและอธิบายค่าของตัวแปรแต่ละตัว

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การทดสอบสมมติฐานใช้ค่าสถิติ (t - test) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศ และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และเมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี (Scheffe' s method)

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน พบรายละเอียดดังนี้

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรของบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านความสำเร็จในงานที่ทำ

(n=117)

ด้านความสำเร็จในงานที่ทำ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	อันดับ
1. งานที่ท่านได้รับมอบหมาย มักสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้	3.86	0.54	มาก	4
2. ท่านสามารถวางแผนการปฏิบัติงาน เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น	3.85	0.40	มาก	5
3. ท่านสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จากการปฏิบัติงานได้สำเร็จ	4.07	0.50	มาก	1
4. ท่านมีความภูมิใจในความสำเร็จ ของงานที่ท่านปฏิบัติ	4.00	0.54	มาก	2
5. ผู้บังคับบัญชามีความพึงพอใจใน การปฏิบัติงานของท่าน	3.97	0.49	มาก	3
รวม	3.95	0.49	มาก	

จากตาราง 1 พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านความสำเร็จในงานที่ทำ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.49) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ท่านสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จากการ

ปฏิบัติงานได้สำเร็จ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.50) รองลงมา คือ ท่านมีความภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ท่านปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.54) และน้อยที่สุด คือ ท่านสามารถวางแผนการปฏิบัติงานเพื่อป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.40)

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรของบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ

(n=117)

ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	อันดับ
1. ผลงานของท่านได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชา	4.02	0.39	มาก	2
2. ผู้บังคับบัญชากล่าวยกย่องชมเชยผลการปฏิบัติงานของท่าน	3.91	0.54	มาก	3
3. ท่านได้รับการแสดงความยินดีจากเพื่อนร่วมงาน เมื่อท่านปฏิบัติงานบรรลุผลสำเร็จ	3.91	0.52	มาก	4
4. เพื่อนร่วมงานมีความพอใจในการปฏิบัติงานของท่าน	4.03	0.40	มาก	1
5. ผู้บังคับบัญชายอมรับฟังความคิดเห็นที่ท่านเสนอ	3.85	0.59	มาก	5
รวม	3.94	0.49	มาก	

จากตาราง 2 พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัดด้านการได้รับการยอมรับนับถือ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.49) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด เพื่อนร่วมงานมีความพอใจในการปฏิบัติงานของท่าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.40) รองลงมา คือ ผลงานของท่านได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.39) และน้อยที่สุด คือ ผู้บังคับบัญชายอมรับฟังความคิดเห็นที่ท่านเสนอ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.49)

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรของบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ

(n=117)

ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	อันดับ
1. ท่านได้รับผิดชอบงานที่ต้องใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	3.90	0.50	มาก	2
2. ท่านมีโอกาสแสดงความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่	3.85	0.57	มาก	5
3. ลักษณะงานที่ท่านปฏิบัติเป็นงานที่ท้าทายและน่าสนใจ	4.03	0.59	มาก	1
4. ท่านสามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ได้สำเร็จโดยไม่รู้สึกลำบาก	3.87	0.53	มาก	4
5. ลักษณะงานที่ท่านปฏิบัติเปิดโอกาสให้มีการพัฒนาศักยภาพ	3.90	0.38	มาก	3
รวม	3.91	0.51	มาก	

จากตาราง 3 พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ โดยรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{X}$ (= 3.91, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ลักษณะงานที่ท่านปฏิบัติเป็นงานที่ท้าทาย และน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.03, S.D. = 0.59) รองลงมา คือ ท่านได้รับผิดชอบงานที่ต้องใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.90, S.D. = 0.50) และน้อยที่สุด คือ ท่านมีโอกาสแสดงความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.85, S.D. = 0.57)

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรของบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านความรับผิดชอบในงาน

(n=117)

ด้านความรับผิดชอบในงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	อันดับ
1. ท่านพึงพอใจที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานที่ไม่เคยปฏิบัติมาก่อน	4.02	0.47	มาก	3
2. ท่านพึงพอใจที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานที่บุคคลอื่นปฏิบัติไม่ได้	3.91	0.58	มาก	4
3. ท่านมีอำนาจในการรับผิดชอบงานได้อย่างเต็มที่	4.07	0.50	มาก	1

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรของบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านความรับผิดชอบในงาน (ต่อ)

(n=117)

ด้านความรับผิดชอบในงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	อันดับ
4. ท่านมีอิสระในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่	4.06	0.30	มาก	2
5. ท่านสามารถเลือกวิธีการทำงานได้ด้วยตนเอง	3.86	0.54	มาก	5
รวม	3.98	0.48	มาก	

จากตาราง 4 พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านความรับผิดชอบในงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.48) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ท่านมีอำนาจในการรับผิดชอบงานได้อย่างเต็มที่ อยู่ในระดับมาก (= 4.07, S.D. = 0.50) รองลงมา คือ ท่านมีอิสระในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.30) และน้อยที่สุด คือ ท่านสามารถเลือกวิธีการทำงานได้ด้วยตนเอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.54)

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรของบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านโอกาสและความก้าวหน้า

(n=117)

ด้านโอกาสและความก้าวหน้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	อันดับ
1. ท่านมีโอกาสได้เลื่อนตำแหน่งตามความรู้ความสามารถ	3.97	0.46	มาก	3
2. การปฏิบัติงานในตำแหน่งของท่านมีโอกาสดำเนินการ	4.07	0.61	มาก	1
3. ท่านได้รับการสนับสนุนจากองค์กรในการพัฒนาความรู้ ความสามารถ เช่น การศึกษาต่อ ฝึกอบรม สัมมนา เป็นต้น	3.74	0.48	มาก	5
4. ท่านได้รับการสนับสนุนให้มีความเจริญก้าวหน้าตามความรู้ ความสามารถ และสายงาน	3.84	0.37	มาก	4
5. การเลื่อนตำแหน่งในหน่วยงานของท่านมีความเป็นธรรม	4.01	0.58	มาก	2
รวม	3.93	0.50	มาก	

จากตาราง 5 พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านโอกาสและความก้าวหน้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.50) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ท่านสามารถวางแผนการปฏิบัติงานเพื่อป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.61) รองลงมา คือ ผู้บังคับบัญชามีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของท่าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.58) และน้อยที่สุด คือ ท่านสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จากการปฏิบัติงานได้สำเร็จ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.48)

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรของบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านนโยบายและการบริหารงาน
(n=117)

ด้านนโยบายและการบริหารงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	อันดับ
1. องค์กรของท่านมีนโยบายในการปฏิบัติงานที่เหมาะสม	3.75	0.45	มาก	5
2. องค์กรของท่านมีการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร	3.91	0.28	มาก	2
3. องค์กรของท่านมีการกำหนด แนวทางในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน	3.76	0.45	มาก	4
4. องค์กรของท่านมีการบริหารงาน แบบเป็นครอบครัวเดียวกัน	3.91	0.51	มาก	1
5. นโยบายในการบริหารของหน่วยงาน ท่านง่ายต่อการนำไปปฏิบัติ	3.83	0.40	มาก	3
รวม	3.83	0.42	มาก	

จากตาราง 6 พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านนโยบายและการบริหารงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด องค์กรของท่านมีการบริหารงานแบบเป็นครอบครัวเดียวกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.51) รองลงมา คือ องค์กรของท่านมีการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.28) และน้อยที่สุด คือ องค์กรของท่านมีนโยบายในการปฏิบัติงานที่เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.45)

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรของบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านการสอนงานอย่างเหมาะสม

(n=117)

ด้านการสอนงานอย่างเหมาะสม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	อันดับ
1. มีการอบรมให้ความรู้ การนิเทศ การกำกับติดตาม ช่วยให้ท่านปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.76	0.55	มาก	5
2. ท่านให้ความสนใจที่จะเข้ารับการฝึกอบรมให้ความรู้ ที่จะช่วยให้เกิดความรู้ในงาน	4.03	0.52	มาก	1
3. การสอนงาน ขณะที่ได้รับมอบหมาย มีความสำคัญต่อท่าน	3.79	0.51	มาก	4
4. การจัดให้มีการนิเทศ กำกับ ติดตาม จะช่วยกระตุ้นการทำงานของ ท่าน	3.93	0.39	มาก	2
5. ท่านให้ความสนใจที่จะนำผล การนิเทศ มาปรับปรุงพัฒนางานอยู่เสมอ	3.81	0.61	มาก	3
รวม	3.86	0.52	มาก	

จากตาราง 7 พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านการสอนงานอย่างเหมาะสม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.52) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ท่านให้ความสนใจที่จะเข้ารับการฝึกอบรมให้ความรู้ ที่จะช่วยให้เกิดความรู้ในงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.52) รองลงมา คือ การจัดให้มีการนิเทศ กำกับ ติดตาม จะช่วยกระตุ้นการทำงานของ ท่าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.39) และน้อยที่สุด คือ มีการอบรมให้ความรู้ การนิเทศ การกำกับติดตาม ช่วยให้ท่านปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.55)

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรของบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน

(n=117)

ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	อันดับ
1. เครื่องมือ และวัสดุอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานมีจำนวนเพียงพอ และสะดวกที่จะนำมาใช้งาน	3.79	0.65	มาก	3
2. ห้องทำงานและโต๊ะทำงานมีเพียงพอในการปฏิบัติงาน	3.68	0.63	มาก	5
3. สภาพแวดล้อมในที่ทำงาน เช่น แสงสว่าง เสียง อุณหภูมิ มีความเหมาะสมในการปฏิบัติงาน	3.79	0.45	มาก	4
4. หน่วยงานของท่านเป็นองค์กรที่มีความมั่นคงในการทำงาน	3.82	0.61	มาก	2
5. หน่วยงานของท่านมีการจัดบริเวณที่ทำงานให้เป็นสัดส่วนเหมาะสมกับการปฏิบัติงาน	4.29	0.56	มากที่สุด	1
รวม	3.87	0.58	มาก	

จากตาราง 8 พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.58) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด หน่วยงานของท่านมีการจัดบริเวณที่ทำงานให้เป็นสัดส่วนเหมาะสมกับการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.56) รองลงมา คือ หน่วยงานของท่านเป็นองค์กรที่มีความมั่นคงในการทำงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.61) และน้อยที่สุด คือ ห้องทำงาน และโต๊ะทำงาน มีเพียงพอในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.63)

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรของบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน

(n=117)

ด้านความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	อันดับ
1. ท่านสามารถทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานได้	3.92	0.46	มาก	2
2. เพื่อนร่วมงานของท่านให้ความร่วมมือในการติดต่อประสานงาน	3.67	0.54	มาก	5
3. เพื่อนร่วมงานสามารถช่วยเหลือท่านได้เมื่อได้รับความเดือดร้อน	3.90	0.53	มาก	4
4. ท่านกับเพื่อนร่วมงานมีการเข้าใจซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องงานหรือเรื่องส่วนตัว	3.91	0.52	มาก	3
5. ท่านและเพื่อนร่วมงานมีความสามัคคีกัน	3.92	0.53	มาก	1
รวม	3.86	0.52	มาก	

จากตาราง 9 พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.52) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ท่านและเพื่อนร่วมงานมีความสามัคคีกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.53) รองลงมา คือ ท่านสามารถทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.46) และน้อยที่สุด คือ เพื่อนร่วมงานของท่านให้ความร่วมมือในการติดต่อประสานงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.54)

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรของบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ

(n=117)

ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	อันดับ
1. เงินเดือนที่ได้รับมีความเหมาะสมกับความรู้ และความสามารถ	3.72	0.55	มาก	4
2. ท่านพอใจในเงินเดือนที่ได้รับเพิ่มขึ้นในแต่ละปี	3.81	0.57	มาก	1
3. ท่านพอใจในการให้สวัสดิการในเรื่องการเบิกรักษาพยาบาลและด้านบริการต่าง ๆ เช่น ค่าเดินทาง เป็นต้น	3.54	0.75	มาก	5
4. ท่านเห็นว่าบัญชีเงินเดือนที่หน่วยงานกำหนดให้อยู่ในปัจจุบันมีความเหมาะสม	3.77	0.44	มาก	3
5. สวัสดิการเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ท่านทำงานในหน่วยงานนี้	3.79	0.41	มาก	2
รวม	3.73	0.54	มาก	

จากตาราง 10 พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.54) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ท่านพอใจในเงินเดือนที่ได้รับเพิ่มขึ้นในแต่ละปี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.57) รองลงมา คือ สวัสดิการเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ท่านทำงานในหน่วยงานนี้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.41) และน้อยที่สุด คือ ท่านพอใจในการให้สวัสดิการในเรื่องการเบิกรักษาพยาบาลและด้านบริการต่าง ๆ เช่น ค่าเดินทาง เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.75)

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรของบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านหน้าที่การทำงานที่เหมาะสม

(n=117)

ด้านหน้าที่การทำงานที่เหมาะสม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	อันดับ
1. ครอบครัวของท่านยอมรับในอาชีพหน้าที่การทำงานของท่าน	4.18	0.47	มาก	1
2. เพื่อนและคนรู้จักใกล้ชิด ยอมรับในอาชีพหน้าที่การทำงานของท่าน	3.96	0.44	มาก	2
3. สังคมทั่วไปยอมรับในอาชีพหน้าที่การทำงานของท่าน	3.26	0.91	ปานกลาง	3
รวม	3.80	0.61	มาก	

จากตาราง 11 พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านหน้าที่การทำงานที่เหมาะสม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ครอบครัวของท่านยอมรับในอาชีพ หน้าที่การทำงานของท่าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.47) รองลงมา คือ เพื่อนและคนรู้จักใกล้ชิด ยอมรับในอาชีพ หน้าที่การทำงานของท่าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.44) และน้อยที่สุด คือ สังคมทั่วไปยอมรับในอาชีพหน้าที่การทำงานของท่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.91)

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรของบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านความมั่นคงของงาน

(n=117)

ด้านความมั่นคงของงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	อันดับ
1. ท่านคิดว่าการทำงานในที่ทำงานปัจจุบัน มีความมั่นคงมากกว่าที่อื่น	4.08	0.48	มาก	1
2. ท่านพอใจสัญญาจ้างขององค์กรที่ท่านปฏิบัติงานอยู่	3.74	0.58	มาก	3
3. ท่านเชื่อว่าองค์กรสามารถดำเนินกิจการให้เจริญได้อีกต่อไปในภายภาคหน้า	3.92	0.46	มาก	2
รวม	3.91	0.50		

จากตาราง 12 พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านความมั่นคงของงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.50) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ท่านคิดว่าการทำงานในที่ทำงานปัจจุบันมีความมั่นคงมากกว่าที่อื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.48) รองลงมา คือ ท่านเชื่อว่าองค์กรสามารถดำเนินกิจการให้เจริญได้อีกต่อไปในภายภาคหน้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.46) และน้อยที่สุด คือ ท่านพอใจสัญญาจ้างขององค์กรที่ท่านปฏิบัติงานอยู่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.58)

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ด้านความตั้งใจ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า บริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด ได้เล็งเห็นความสำคัญของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานซึ่งจะเป็นตัวสนับสนุน ส่งเสริมให้บริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด มีความพึงพอใจต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งก็จะทำให้พนักงานทุกคนมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอีกทั้งยังจะได้รับผลประโยชน์ร่วมกันด้วย ทำให้บริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด เปรียบในการแข่งขัน เป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง และบรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งเอาไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประกายมาศ เพชรรอด (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แอล วาย อินดัสตรีส์ จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท แอล วาย อินดัสตรีส์ จำกัด พบว่า ด้านปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมมีแรงจูงใจในระดับมาก รายละเอียดดังนี้ ด้านความสำเร็จในการต้องการทำงาน ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อนร่วมงาน ด้านความก้าวหน้า มีแรงจูงใจในระดับมาก ส่วนด้านเงินเดือน ด้านสภาพการต้องการทำงาน มีระดับแรงจูงใจในระดับปานกลางปัจจัยส่วนบุคคล ด้าน เพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ระยะเวลาปฏิบัติงานที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันทาง สถิติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นรินทร์ จันทน์หอม (2556) ได้ทำการวิจัย เรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดธนาคารออมสินเขตกาฬสินธุ์ พบว่า มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านความสำเร็จของงาน ด้านนโยบายและการบริหาร ด้านความรับผิดชอบ ด้านลักษณะของงาน ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ด้านการยอมรับนับถือ และด้านเงินเดือนและผลประโยชน์เกื้อกูล พนักงาน ธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดธนาคารออมสินเขตกาฬสินธุ์จำแนกตามเพศ มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ต้องการทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมุติฐาน เปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ โสด ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาในการทำงาน พบว่า มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ฟาเท็ค เวิร์คส์ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และ .05 ยกเว้นอายุ ไม่แตกต่าง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประกายมาศ เพชรรอด (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แอล วาย อินดัสตรีส์ จำกัด พบว่า มีระดับแรงจูงใจในระดับปานกลางปัจจัยส่วนบุคคล ด้าน เพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ระยะเวลาปฏิบัติงานที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันทาง สถิติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เอกสารอ้างอิง

- ชูเกียรติ ยิ้มพวง. (2554). **แรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน : กรณีศึกษาบริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด โรงงาน จังหวัดปทุมธานี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิศวกรรมธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ณัฏฐา กวีหิรัญ. (2550). **การศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการอุดมศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2551). **การจัดการและพฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- เนตรพัฒนา ยาวีราข. (2550). **การจัดการสำนักงาน : Office Management” กรุงเทพมหานคร**. โรงพิมพ์ บริษัท เซ็นทรัลเอ็กเพรส จำกัด.
- ศิริพร จันทศรี. (2550). **การศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน ที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนแตกต่างกัน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต. สาขาวิชาการอุดมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สร้อยตระกูล (ตียานนท์) อรรถมานะ. (2550). **พฤติกรรมองค์การ ทฤษฎีและการประยุกต์**. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุชาดา สุขบำรุงศิลป์. (2553). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนวิศวกรรมแหลมฉบังจังหวัดชลบุรี**. งานนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

NBUS0111: ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต

PERFORMANCE EFFICIENCY OF PERSONNEL RANGSIT MUNICIPALITY

แก้วตา ศรีเสาวลักษณ์¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์²

¹ คณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² คณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรเทศบาลนครรังสิต จำนวน 137 คน โดยการเปิดตารางเลขสุ่มของเครซีและมอร์แกน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) ผู้วิจัยใช้การทดสอบที (Independent t-test) ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Anova) และถ้าพบว่ามีความแตกต่างกัน จะใช้การทดสอบรายคู่โดยวิธี Scheffe

ผลการวิจัย พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-33 ปี สถานภาพโสด การศึกษาปริญญาตรี ประเภทของบุคลากรเป็นข้าราชการมาก มีประสบการณ์การทำงาน 7-9 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001-19,000 บาทมากที่สุด

ระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต ในด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณงาน ด้านเวลา และด้านค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.60$, S.D. = 0.20) เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านค่าใช้จ่าย พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต ด้านค่าใช้จ่าย มีคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 0.28) ด้านปริมาณงาน พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิตในด้านปริมาณงาน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิตอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 2 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.33) ด้านร่างกาย พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิตในด้านคุณภาพของงาน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิตระดับมาก เป็นอันดับ 3 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.34) และด้านเวลา พบว่า ด้านเวลาในด้านเวลา มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิตในระดับมาก เป็นอันดับ 4 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 0.24) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต พบว่า เพศ กับระดับการศึกษา มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้น อายุ สถานภาพสมรส ประเภทบุคลากร ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพ, การปฏิบัติงาน, บุคลากร เทศบาลนครรังสิต

Abstract

This research had the objective .to study the performance efficiency of personnel Rangsit Municipality. The samples used for this study were the personnel Rangsit Municipality. About 137 people by opening a random number table of Krejcie and Morgan. The statistics used in this research were frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis.

The research finding.

Most of the respondents are female. Age between 26-33 years. Single status, bachelor's degree. The type of personnel is civil servant. Have 7-9 working experience Year average monthly income 9,001-19,000 baht the most

The levels of Performance of personnel Rangsit Municipality. found that the overall performance of personnel Rangsit Municipality. In the quality of work Workloads, time, and expenses At a high level With the average equal to ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.30). When classifying each aspect, it was found that the highest mean was cost, found that the efficiency of personnel Rangsit Municipality Cost Have a high quality of life With the average equal to ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 0.28). In terms of quantity of work, it was found that the work efficiency of personnel Rangsit Municipality in terms of workload Efficiency in the work of personnel Rangsit Municipality is at the second highest level, with an average value equal to ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.33). In terms of physical, it is found that the efficiency of the work of personnel Rangsit Municipality in quality of work Efficiency in the work of personnel Rangsit Municipality is ranked 3rd highest with an average value equal to ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.34) and time, found that time in terms of time Efficiency in the work of personnel Rangsit Municipality was ranked at the 4th highest level, with an average value equal to ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 0.24) respectively.

Hypothesis testing Comparison of personal factors and work efficiency of personnel Rangsit Municipality found that gender and educational level Have opinions on the efficiency of the work of personnel Rangsit Municipality Classified by personal factors, different at the statistical significance level of .05, except for age, marital status, personnel type Work experience The average monthly income is not statistically significant at the level of.

Keywords: Efficiency, Performance, Rangsit Municipality Personnel.

บทนำ

ความยั่งยืนในอนาคตของประเทศเริ่มจากการพัฒนา ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างความเจริญจากการพัฒนาในด้านเศรษฐกิจ การกระจายรายได้ รวมไปถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิต ทั้งหมดจำเป็นต้องทำควบคู่กัน โดยเฉพาะคุณภาพชีวิตการทำงาน คือ ความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรหรือหน่วยงานราชการ ซึ่งบุคลากรเหล่านี้มีความมั่นใจและเชื่อมั่นว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานจะเป็นตัวแปรในการส่งผลต่อองค์การไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของผลผลิตและกำไรด้วย ปัจจัยของบุคลากรด้านต่าง ๆ ในการทำงานมีความสำคัญยิ่งในการทำงาน เพราะคนเป็นทรัพยากรที่สำคัญ ในปัจจุบันคนเราทำงานเพื่อให้ดำรงชีวิตอยู่ได้ และตอบสนองความต้องการพื้นฐานและเป็นองค์ประกอบที่สำคัญโดยผ่านการมีส่วนร่วมของกระบวนการในด้านการตัดสินใจ รวมไปถึงการแก้ไขปัญหาที่สำคัญขององค์การได้ และหน่วยงานราชการเพื่อนำการเปลี่ยนแปลงของคุณภาพชีวิตการทำงานมีแนวโน้มที่ดีขึ้น นั่นก็คือการมุ่งสู่คุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีการใช้ความรู้ และความสามารถในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นมา มีการสร้างความร่วมแรงร่วมใจ มีความรับผิดชอบต่อสังคม ใช้ในการคิดและวิเคราะห์ปัญหา และมีความใส่ใจในคุณภาพ (อักรินทร์ พาพิเสวต. 2546)

ในปัจจุบันผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับความรู้สึกรักและจิตใจของคนทำงานและให้ความสำคัญกับคน โดยถือว่าคนเป็นทรัพยากรมีค่าอย่างหนึ่งขององค์กร ซึ่งถ้าบุคคลในแต่ละองค์กรมีประสิทธิภาพที่ดีก็ทำให้การผลิตมีคุณภาพ ผลผลิตเพิ่มขึ้นรวมถึงการปรับปรุงการให้บริการการบริหาร การดำเนินงาน ความพึงพอใจของพนักงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กร การทำงานมีความสำคัญต่อชีวิตมนุษย์เป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเทศบาลนครเป็นเทศบาลที่มีขนาดใหญ่ที่สุดมีอำนาจหน้าที่ ตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 รวมแก้ไขเพิ่มเติมถึงฉบับที่ 13 พ.ศ. 2552 แบ่งเป็นหน้าที่ที่ต้องทำในเขตเทศบาล ตามมาตรา 56 และหน้าที่ที่อาจจัดทำตามมาตรา 57 ซึ่งโดยสรุป คือ ครอบคลุมภารกิจหน้าที่ของเทศบาลทุกประเภท ทำให้เทศบาลนครมีอำนาจหน้าที่ ทั้งที่เป็นหน้าที่ของเทศบาลตำบล เทศบาลเมือง และเทศบาลนคร ซึ่งการพัฒนาให้บุคคลที่เข้ามาทำงานในภาคราชการเหล่านี้รู้จักปรับตัวให้มีชีวิตที่มีความสุขจากการทำงาน และสภาพการทำงานของระบบราชการเป็นสิ่งสำคัญ เพราะงานเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ การมีงานทำช่วยทำให้มนุษย์สามารถสนองความต้องการพื้นฐานในการดำรงชีวิต เป็นแหล่งที่มารายได้ งานเป็นตัวกำหนดสถานภาพ และตำแหน่งทางสังคม ลักษณะของงานเป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดคุณภาพชีวิตของมนุษย์

สำนักปลัด สำนักงานเทศบาลนครรังสิต เป็นหน่วยงานที่ รับผิดชอบเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลของเทศบาล ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องมีการค้นพบ และทดลองเป็นอย่างดีว่า วิธีการต่าง ๆ ที่สำนักปลัดเทศบาล ตั้งไว้ได้ผลในการพัฒนาประสิทธิภาพของบุคลากร เมื่อประเมินผลแล้วสามารถบอกได้ว่ามีปัญหาในด้านใดที่เกิดขึ้นบ้าง ปัญหาในสำนักปลัดเทศบาลเกิดขึ้นได้อย่างไร แล้วเกิดขึ้นเมื่อไหร่ บุคลากรจำเป็นอย่างยิ่งที่จะนำเอาข้อมูลเหล่านั้น มากำหนดเป็นหลักการบริหาร ใช้เพื่อปรับปรุงแก้ไข พัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของสำนักปลัดเทศบาล นครรังสิตรวมถึงการจัดการกับประสิทธิภาพของคน โครงสร้าง และเป้าหมายขององค์กร เพื่อหาผลตอบแทนของปัญหาให้ได้สมเหตุสมผลได้ในทุกปัญหาซึ่งสำนักปลัดเทศบาลมีฝ่ายที่จะต้องรับผิดชอบการจัดทำทะเบียนบ้านและบัตรประจำตัวประชาชน บริหารงานด้าน งานกิจการสภาให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย รับเรื่องราวร้องทุกข์ของประชาชนทั่วไปที่ได้รับความเดือดร้อน งานด้านพิธีการและการจัดเลี้ยงรับรอง งานป้องกัน และบรรเทาสาธารณภัย การรักษาความสงบเรียบร้อยให้แก่ประชาชน จัดทำแผนพัฒนาเทศบาล การจัดทำเทศบัญญัติงบประมาณรายรับรายจ่ายประจำปี ทั้งหมดเป็นการปฏิบัติงานที่ต้องมีการพัฒนาอยู่เสมอและที่สำคัญบุคลากรจะขาดประสิทธิภาพในการ

ปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน สำนักปลัดเทศบาลจะต้องมีการติดตามและประเมินผลแผนงาน โครงการการจัดระบบข้อมูลสารสนเทศของเทศบาลภารกิจเทศบัญญัติที่ไม่ใช่เทศบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี ดำเนินการเกี่ยวกับวินัยข้าราชการและการร้องทุกข์หรืออุทธรณ์ การดำเนินการเกี่ยวกับความรับผิดชอบทางแพ่ง จัดทำนิติกรรมหรือเอกสารที่มีผลผูกพันทางกฎหมาย และงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักปลัดเทศบาล นครรังสิต. 2561)

จากความเป็นมาและปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาในฐานะที่เป็นพนักงาน สำนักปลัดเทศบาลนครรังสิต จึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรจึงต้องการศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานหรือไม่ ของบุคลากรเพื่อจะได้นำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ตลอดจนเสริมสร้างแรงจูงใจ รวมไปถึงความตั้งใจ และทุ่มเทการทำงาน จะทำให้เกิดมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักปลัดเทศบาล เทศบาลนครรังสิต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต
2. เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต จำแนกตามปัจจัย

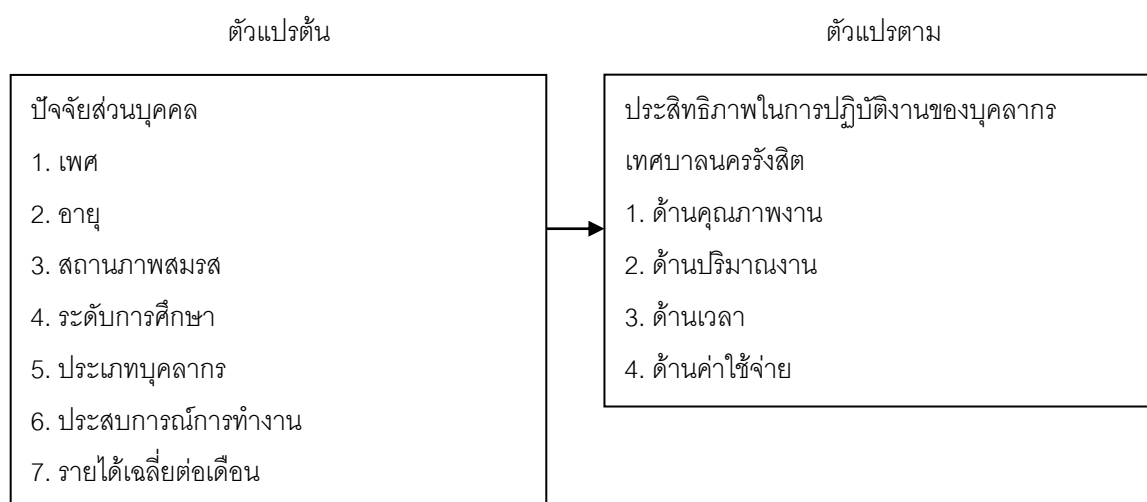
ส่วนบุคคล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต เพื่อฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะได้นำไปใช้ประโยชน์ และเป็นแนวทางข้อเสนอแนะให้กับผู้บริหารหรือส่วนที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรในองค์กรใช้สำหรับการวางแผนด้านบุคลากรของ เทศบาลนครรังสิต ต่อไปในอนาคต
2. นำผลการศึกษาเสนอต่อผู้บริหารเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการบริหารงานเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และเสริมสร้างแรงจูงใจให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น
3. นำผลการศึกษาเสนอต่อผู้บริหาร เทศบาลนครรังสิต เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาปรับปรุง พัฒนาบุคลากร และเป็นแนวทางในการวางแผนแก้ไขปัญหาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต และให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล มีคุณภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิด

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเรื่องประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต ได้นำแนวคิดทฤษฎีของ Peterson; & Plowman (1953) และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้า นำมาเขียนกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมุติฐาน

บุคลากรที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่ภายในสำนักปลัดเทศบาล สำนักงานเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี จำนวน 208 คน (ฝ่ายทรัพยากรบุคคล, 2561) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางเลขสุ่มเครซีและมอร์แกนจึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 137 คน

ตาราง 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำนักปลัดเทศบาลนครรังสิตที่ใช้ในการวิจัย

สำนักปลัดเทศบาลนครรังสิต	จำนวนบุคลากร (คน)	ร้อยละ	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. ส่วนอำนวยการและการปกครอง	164	78.85	108
2. ส่วนแผนงานและงบประมาณ	44	21.15	29
รวมทั้งสิ้น	208	100.00	137

ที่มา: ฝ่ายทรัพยากรบุคคล (2561)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต ซึ่งประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งคำถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ประเภทของบุคลากร ประสบการณ์การทำงานและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check list)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสร้างตามแนวคิดและทฤษฎีของ (Peterson; & Plowman) 4 ด้าน แบ่งเป็นด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านคุณภาพงาน ด้านปริมาณงาน ด้านเวลา ด้านค่าใช้จ่าย ผู้วิจัยได้พัฒนา ปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ นลพรรณ บุญฤทธิ์ (2558) งานวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี เป็นแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert) ซึ่งผู้วิจัยกำหนดค่าน้ำหนักหรือคะแนนในการตอบแบบสอบถาม 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมาก
- 3 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานน้อย
- 1 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานน้อยที่สุด

เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลจากแบบสอบถามประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งผู้วิจัยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80\end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนตามระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลนครรังสิต ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.21-5.00	ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากที่สุด
3.41-4.20	ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมาก
2.61-3.40	ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานปานกลาง
1.81-2.60	ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานน้อย
1.00-1.80	ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต โดยมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามปลายเปิด

วิธีการสร้างเครื่องมือ

1. การสร้างแบบสอบถามโดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 1.1 ศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสาร บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขตการวิจัย และสร้างเครื่องมือในการวิจัย ก็คือ แบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่จะศึกษาในครั้งนี้

1.2 นำข้อมูลที่ได้มาสร้างเป็นแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยในเรื่องประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักปลัดเทศบาล เทศบาลนครรังสิต

1.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา หลังจากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และภาษา

1.4 ผู้เชี่ยวชาญที่ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามวิจัยดังนี้

1.4.1 ผู้เชี่ยวชาญทางด้านรัฐประศาสนศาสตร์ ดร.วัชร คำเขียว อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

1.4.2 ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสถิติ ดร.สุตินันท์ มุ่งการนา อาจารย์พิเศษประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

1.4.3 ผู้เชี่ยวชาญทางด้านหน่วยงาน นางวรพรรณ รุธิจันทร์ หัวหน้าสำนักปลัดเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี

1.5 นำแบบสอบถามฉบับที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 3 ท่านไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษาในครั้งนี้ ก็คือ ว่าการอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี จำนวน 30 ชุด แล้วตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้วยวิธีการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha) ได้ ค่าความเชื่อมั่น .975

1.6 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ได้ไปแจกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 137 ชุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำแบบสอบถามไปสอบถามบุคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่ในสำนักปลัดเทศบาล สำนักงานเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี จำนวน 137 ชุด เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ดังนี้

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ประเภทของบุคลากร ประสบการณ์การทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

1.2 ระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

2.1 ตัวแปรที่มี 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ ผู้วิจัยใช้การทดสอบที (Independent t-test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

2.2 ตัวแปรตั้งแต่ 3 กลุ่ม ขึ้นไป ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ประเภทของบุคลากร ประสิทธิภาพการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ถ้าพบว่ามีความแตกต่างกัน จะใช้การทดสอบรายคู่โดยวิธี Scheffe

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต พบว่า เป็นเพศหญิง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 มีอายุระหว่าง 26-33 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 สถานภาพ โสด จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 67.20 การศึกษาปริญญาตรี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 56.90 ประเภทของบุคลากร ข้าราชการ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 ประสิทธิภาพการทำงาน 7-9 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 37.20 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001-19,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 45.30

ผลการศึกษาระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต พบว่า ภาพรวมประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต ในด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณงาน ด้านเวลา และด้านค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.60$, S.D. = 0.20) เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านปริมาณงาน พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต ด้านปริมาณงาน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.62$, S.D. = 0.36) และเท่ากับด้านเวลา พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต ในด้านเวลา มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิตอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.62$, S.D. = 0.38) ด้านคุณภาพของงาน พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิตในด้านคุณภาพของงาน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิตระดับมาก เป็นอันดับ 2 ($\bar{X}=3.59$, S.D. = 0.41) และด้านค่าใช้จ่าย พบว่า มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิตในระดับมาก เป็นอันดับ 3 ($\bar{X}=3.57$, S.D. = 0.38) ตามลำดับ ดังตาราง 2

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต โดยภาพรวมแต่ละด้าน ดังนี้

ระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านคุณภาพของงาน	3.59	0.41	มาก
2. ด้านปริมาณงาน	3.62	0.38	มาก
3. ด้านเวลา	3.62	0.36	มาก
4. ด้านค่าใช้จ่าย	3.57	0.38	มาก
รวม	3.60	0.20	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.60$, S.D. = 0.20) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านปริมาณงาน ($\bar{X}=3.62$, S.D. = 0.36) และ

เท่ากับด้านเวลา ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 0.38) รองลงมาคือ ด้านคุณภาพของงาน ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 0.41) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านค่าใช้จ่าย ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.38)

การทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต พบว่า เพศ กับระดับการศึกษา มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้น อายุ สถานภาพสมรส ประเภทบุคลากร ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ รายละเอียดดังตาราง 3

ตาราง 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

(n = 137)

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต	เพศ		อายุ		สถานภาพสมรส		ระดับการศึกษา		ประเภทบุคลากร		ประสบการณ์การทำงาน		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
	t	p-value	F	p-value	F	p-value	F	p-value	F	p-value	F	p-value	F	p-value
1. ด้านคุณภาพของงาน	.054	.068	.115	.977	.930	.449	.100	.905	.568	.637	.575	.681	0.598	0.664
2. ด้านปริมาณงาน	-.107	.266	.110	.979	1.273	.284	1.511	.224	.681	.565	.401	.807	2.338	0.059
3. ด้านเวลา	-1.179*	.021	2.181	.074	.584	.674	3.281*	.041	.922	.432	.592	.669	0.363	0.835
4. ด้านค่าใช้จ่าย	-.804	.673	1.134	.343	.718	.581	.998	.371	2.247	.086	1.506	.204	1.106	0.356

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากการสรุปผลการวิจัยประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิตมีรายละเอียดเพื่ออภิปรายผลในการวิจัย ดังนี้

จากผลการวิจัย พบว่า เพศ ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สมยศ แยมเพื่อน (2551) ได้ทำการศึกษาศักยภาพที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานปฏิบัติการ บริษัท เอเชียน มารีนเซอร์วิสส์ (จำกัด) โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท อมรินทร์ บุ๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด พนักงานที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพการทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญชัย พูลวิวัฒน์ชัยการ (2556) ได้ศึกษาระบบการทำงาน และการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ (ย่านสีลม) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกัน ส่วนอายุงานที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพของการทำงานของพนักงานที่ระดับ ปฏิบัติการ (ย่านสีลม) แตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า อายุ ที่ต่างกัน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุรพงษ์ ฉันทพัฒน์พงศ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานสายเทคโนโลยีของธนาคารแห่งหนึ่ง พบว่าบุคลากรที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาปฏิบัติงาน และรายได้ที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพบูลย์ ตั้งใจ (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ตามหลักอิทธิบาท 4 กรณีศึกษา บริษัท แอมบาสอินดิสตรี้ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัย พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ฝ่ายที่สังกัด และประสบการณ์ทำงาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลทำให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานมีความแตกต่างกันและสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย เรืองวงษ์ (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท อิตาสิกอมเพรสเซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า พนักงานที่มี สถานภาพการสมรส การศึกษา และอายุงานที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการวิจัย พบว่า ระดับการศึกษา ที่ต่างกัน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สมยศ แยมเผื่อน (2551) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานปฏิบัติการ บริษัท เอเชียน มารีนเซอร์วิส (จำกัด) โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท อมรินทร์ บุ๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด พบว่า อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพการทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย เรืองวงษ์ (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท อิตาสิกอมเพรสเซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า พนักงานที่มี สถานภาพการสมรส การศึกษา และอายุงานที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญชัย พูลวิวัฒน์ชัยการ (2556) ได้ศึกษาระบบการทำงาน และการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ (ย่านสีลม) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยที่ แตกต่างกัน ส่วนอายุงานที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพของการทำงานของพนักงานที่ระดับ ปฏิบัติการ (ย่านสีลม) แตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ประเภทของบุคลากร ที่ต่างกัน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุรพงษ์ ฉันทพัฒน์พงศ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานสายเทคโนโลยีของธนาคารแห่งหนึ่ง พบว่าบุคลากรที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาปฏิบัติงาน และรายได้ที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพบูลย์ ตั้งใจ (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ตามหลักอิทธิบาท 4 กรณีศึกษา บริษัท แอมบาสอินดิสตรี้ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัย พบว่าประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ฝ่ายที่สังกัด และประสบการณ์ทำงาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลทำให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานมีความแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย เรืองวงษ์ (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท อิตาสิกอมเพรสเซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า พนักงานที่มี สถานภาพการสมรส การศึกษา และอายุงานที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการวิจัย พบว่า ประสิทธิภาพการทำงาน ที่ต่างกัน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุรพงษ์ ฉันทพัฒน์พงศ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานสายเทคโนโลยีของธนาคารแห่งหนึ่ง พบว่าบุคลากรที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาปฏิบัติงาน และรายได้ที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพบุลย์ ตั้งใจ (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ตามหลักอิทธิบาท 4 กรณีศึกษา บริษัท แอมบาสอินดิสตรี้ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัย พบว่าประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ฝ่ายที่สังกัด และประสบการณ์ทำงาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลทำให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานมีความแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย เรืองวงษ์ (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท อิตาซิคอมเพรสเซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า พนักงานที่มี สถานภาพการสมรส การศึกษา และอายุงานที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการวิจัย พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุรพงษ์ ฉันทพัฒน์พงศ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานสายเทคโนโลยีของธนาคารแห่งหนึ่ง พบว่าบุคลากรที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาปฏิบัติงาน และรายได้ที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพบุลย์ ตั้งใจ (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ตามหลักอิทธิบาท 4 กรณีศึกษา บริษัท แอมบาสอินดิสตรี้ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัย พบว่าประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ฝ่ายที่สังกัด และประสบการณ์ทำงาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลทำให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานมีความแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อแนวทางปรับปรุงและเพื่อพัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครวังสิต ดังนี้

1. ด้านค่าใช้จ่าย ควรมีแนวทางมีการพัฒนาเทคนิคในการปฏิบัติงานให้มีความสะดวกต่อระยะเวลาที่กำหนด มีการพัฒนาเทคนิคในการปฏิบัติงานให้มีความสะดวกต่อระยะเวลาที่กำหนด เพื่อจัดสรรทรัพยากร เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพในการทำงานที่สมบูรณ์แบบด้านการประหยัดหรือความคุ้มค่าของทรัพยากร หน่วยงานควรมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงาน และควรจัดทรัพยากรให้เหมาะสมกับงาน เพื่อการปฏิบัติงานให้บรรลุผลตามที่ต้องการ ด้านคุณภาพงาน หน่วยงานควรมีวิธีการพัฒนาการปฏิบัติงาน และคิดวิเคราะห์วิธีการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงาน เพื่อให้การทำงานราบรื่น และบรรลุเป้าหมาย ด้านปริมาณงาน ผู้บริหารควรจัดให้มีการมอบหมายงานให้เหมาะสมกับตำแหน่งงาน และระดับงานที่ตรงความรู้ความสามารถเพื่อส่งเสริมบุคลากรให้มีความรู้ยิ่งขึ้นไปและเกิดทักษะในการปฏิบัติงานด้านความรับผิดชอบ หน่วยงานควรจัดแนวทาง

ในการส่งเสริม สนับสนุนในการบริหารจัดการงานที่รับผิดชอบของบุคลากรในหน่วยงาน เพื่องานที่รับผิดชอบประสบความสำเร็จ

2. จากผลการศึกษาระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานขององค์กร โดยรวมคืออยู่ในระดับมาก ดังนั้นองค์กรจำต้องรักษาระดับของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้คงอยู่ไว้ในระดับนี้ต่อไปเพื่อผลสัมฤทธิ์ขององค์กร และจะส่งผลในองค์กรบรรลุเป้าหมายในการกิจที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อแนวทางปรับปรุง และเพื่อพัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต ดังนี้

1. ควรทำการศึกษาวิจัยเรื่องประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต เปรียบเทียบกับข้าราชการของหน่วยงานอื่น เช่น ข้าราชการองค์กรอิสระอื่น ๆ ข้าราชการส่วนท้องถิ่น ข้าราชการสังกัดกระทรวงต่าง ๆ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจเพื่อศึกษาความแตกต่างและนำผลมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ผลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงระดับของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต ดังนั้น หากองค์กรต้องการที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้มีคุณภาพ ควรทำการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานดังกล่าวข้างต้น

3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปจึงควรใช้การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดในประเด็นอื่น ๆ เพิ่มเติมมากยิ่งขึ้น

4. ควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติมที่อาจจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เช่น แรงจูงใจ คุณภาพชีวิตในการทำงาน เป็นต้น เพื่อให้การศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานครบถ้วนยิ่งขึ้น

5. ควรมีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ก็จะได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญชัย พูลวิวัฒน์ชัยการ. (2556). ระบบการทำงานและการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ (ย่านสีลม). ปริญญาโท บธ.ม. (การจัดการทั่วไป). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ถ่ายเอกสาร.
- นลพรรณ บุญฤทธิ์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ. ชลบุรี: วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ไพบูลย์ ตั้งใจ. (2554). ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตามหลักอริยบท 4 กรณีศึกษา บริษัทแอมพาสอินดัสตรี จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์พุทธศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาพุทธศาสตร์. อัญญา: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

- สมชาย เรืองวงษ์. (2552). **ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท อิตาลี คอมเพรสเซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- สมยศ แยมเผื่อน. (2551). **ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของ พนักงานปฏิบัติการบริษัท เอเชีย นามารีน เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำนักปลัดเทศบาล เทศบาลนครรังสิต. (2561ก). **ข้อมูลทั่วไปของ เทศบาลนครรังสิต**. ปทุมธานี.
- _____. (2561ข). **ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร เทศบาลนครรังสิต**. ปทุมธานี: เทศบาลนครรังสิต ปทุมธานี.
- สุรพงษ์ ฉันทพัฒน์พงศ์. (2558). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานสายเทคโนโลยีของ ธนาคารแห่งหนึ่ง**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สิงหาคม 2559. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.
- อัศรินทร์ พาฬเสวด. (2546). **ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัท คาโออินดัสเตเรียล (ประเทศไทย) จำกัด**. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Krejcie; & Morgan. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Psychological Measurement*. 30(3): 607-610.
- Peterson, E.; & Plowman, E. G. (1989). *Business Organization and Management*. Homewood, Illinois: Richard D. Irwin.

NBUS0114: การใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสรคินิยมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี

THE USED OF LEARNING MODEL BASED ON CONSTRUCTIVISM THEORY FOR ENHANCING ADVERSITY QUOTIENT OF PRIVATE UNIVERSITIES UNDERGRADUATE STUDENTS

รัชนิกรณ์ คล่องแคล่ว¹ อาจารย์ธีรยุทธ แสงชื่อ²

^{1,2} สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสรคินิยมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี 2) เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสรคินิยมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ในช่วงระหว่างการใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสรคินิยม ในช่วงระหว่างการเรียนรู้การสอนด้วยการใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสรคินิยมเป็นแบบแผนกึ่งทดลอง โดยใช้แบบการกำหนดกลุ่มควบคุมทดสอบก่อนและหลังเรียนต่อเนื่องตามเวลาที่กำหนด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ซึ่งสุ่มมาโดยวิธีการสุ่มอย่างง่ายและสุ่มอย่างง่ายอีกครั้งเพื่อจัดกลุ่มตัวอย่างเข้ากลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมจำนวน 2 กลุ่ม กลุ่มละ 20 คน รวมทั้งหมด 40 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ t-test และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า 1. ความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ที่เรียนด้วยการใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสรคินิยมกับรูปแบบการเรียนการสอนปกติ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ที่เรียนด้วยรูปแบบการเรียนการสอนแบบปกติ และ 2. พัฒนาการของความสามารถในการเผชิญอุปสรรคด้านการควบคุม ด้านสาเหตุและความรับผิดชอบ ด้านความเข้าใจ และด้านความอดทน ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ในช่วงระหว่างการเรียนรู้การสอนด้วยการใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสรคินิยมมีพัฒนาการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสรคินิยม, ความสามารถในการเผชิญอุปสรรค, นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน

Abstract

This research has the objective of research 1) To use the learning model according to the theory of creative theory in order to enhance the Ability to face obstacles of private university students Bachelor degree. 2) To study the effectiveness of using learning styles according to creative theory to enhance the ability to face obstacles Bachelor degree of private university students. During the use of learning styles according to popular theory During the course of teaching and learning by using the learning styles according to the theory of creativity as a quasi experimental model. By using the control group designation

Test before and after continuous study according to the specified time period. The sample group used in this research was private university students. First year bachelor degree, which was randomly selected by simple randomization and randomly selected again to group the samples into the experimental group and the control group, consisting of 2 groups, 20 people in each group, a total of 40 people. The tools used were interview questionnaires. Statistical analysis such as average, percentage, standard deviation, t-test statistic and content analysis.

The results of the data analysis revealed that: 1. The ability to face obstacles of private university students. Bachelor degree That learn by using learning styles according to creative theory and normal teaching styles Differences were statistically significant at the .05 level, with the average score of the ability to face obstacles of private university students. Bachelor degree Studied with the normal teaching and learning style and 2. the development of the ability to face control obstacles Cause and responsibility Understanding And patience of private university students Bachelor degree During the course of teaching and learning by using learning styles according to the theory of creative theory, there is a continuous improvement.

Keywords: learning model based on constructivism theory, adversity quotient, private universities.

บทนำ

สภาพสังคมไทยปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากการหลั่งไหลของกระแสวัฒนธรรมสมัยใหม่และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่หลากหลาย ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้เกิดการแข่งขันกันอย่างมากทั้งในด้านการดำเนินชีวิต การทำงานและการเรียน ความเครียดที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปส่งผลให้สถิติการฆ่าตัวตายของคนไทยยังอยู่ในระดับสูง ซึ่งองค์การอนามัยโลก (WHO) เปิดเผยถึงสถิติการฆ่าตัวตายของคนไทยสูงถึงปีละ 5,000 คน เฉลี่ย 2 ชั่วโมงต่อ 1 คน อัตราการฆ่าตัวตายอาจจะลดน้อยลงได้หากบุคคลมีความสามารถในการเผชิญอุปสรรค (AQ) เพราะผู้ที่มีความสามารถในการเผชิญอุปสรรคสูงจะมีจิตใจที่เข้มแข็งไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคใด ๆ แม้จะพ่ายแพ้หรือล้มไปแล้วก็สามารถลุกขึ้นสู้ใหม่ได้

ดังนั้นความสามารถในการเผชิญอุปสรรค (AQ) จึงเป็นคุณลักษณะที่จำเป็นพื้นฐานสำหรับการดำรงชีวิตในสังคมที่เคร่งเครียดได้อย่างมีคุณภาพ สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี มีความอดทนอดกลั้นกับปัญหาที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา สามารถพัฒนาทัศนคติ วิธีคิดและความเข้าใจในสภาพการณ์ของสังคม อีกทั้งยังนำไปสู่คุณลักษณะอื่น ๆ เช่น การให้ความสำคัญแก่ การศึกษา การเฝ้าหาข้อมูลใหม่ ๆ ความสามารถในการคิดอย่างมีเหตุผลและการตัดสินใจที่เหมาะสมอีกด้วย ซึ่งความสามารถในการเผชิญอุปสรรค (AQ) ของบุคคล เริ่มเกิดขึ้นจากวัยประสาธในสมองตั้งแต่ช่วงที่เป็นเด็กจนถึงวัยรุ่น ด้วยการเรียนรู้วิธีการตอบสนองการตอบคำถามและวิธีการจัดการกับปัญหาของผู้ใหญ่ที่อยู่รอบตัว และสามารถปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดช่วงอายุด้วยการฝึกฝน

ความสามารถในการเผชิญอุปสรรค (Adversity Quotient) เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้บุคคลประสบความสำเร็จในชีวิตและการทำงาน จากการศึกษาโดยพอล จี สตอลทซ์ (Paul G. Stoltz) ภายใต้นามคิดที่ว่ามนุษย์เกิดมาพร้อมกับการมีแรงขับเคลื่อนที่จะผลักดันให้ก้าวไปข้างหน้าเมื่อพบกับอุปสรรคและเมื่ออยู่ท่ามกลางความยากลำบากบุคคลจะแสดง

พฤติกรรมเพื่อตอบสนองต่ออุปสรรคนั้นการเผชิญอุปสรรคจึงเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างความยากลำบากของอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับความสามารถของบุคคลในการควบคุมสถานการณ์ ความยืดหยุ่น การมองโลกในแง่ดีหรือร้าย ความเข้าใจและความอดทน ทั้งยังเปรียบเทียบการเผชิญอุปสรรคเป็นเหมือนกับการปีนเขาที่บุคคลจะต้องพยายามต่อสู้กับอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ด้วยการก้าวไปข้างหน้าและปีนให้สูงขึ้นเพื่อพบความสำเร็จในที่สุดอีกทั้งทฤษฎีการรู้คิดทางสังคม (Social Cognitive Theory) (Markman. 2001: 2; อ้างอิงจาก Bandura. 1997. Social Learning Theory.) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการต่อสู้กับปัญหาหรืออุปสรรคไว้ว่า ความสามารถในการต่อสู้กับปัญหาหรืออุปสรรคของแต่ละคนจะแตกต่างกันโดยความพยายามในการที่จะต่อสู้กับปัญหาหรืออุปสรรคของแต่ละคนสามารถช่วยพัฒนาความชำนาญและความสามารถในการต่อสู้กับอุปสรรคในครั้งต่อ ๆ ไปได้ ขณะที่คนซึ่งไม่มีความพยายามเอาชนะปัญหาหรืออุปสรรคจะรู้สึกท้อถอย ท้อแท้ ยอมแพ้ ละทิ้งกลางคันและซึมเศร้า เมื่อพบกับอุปสรรคหรือสิ่งท้าทายที่เกิดขึ้นอย่างไม่คาดคิด ซึ่งหากบุคคลได้รับการฝึกฝนหรือพัฒนาความสามารถในการเผชิญอุปสรรคเป็นอย่างดีแล้ว ย่อมส่งผลให้บุคคลนั้นมีประสิทธิภาพในการเรียนรู้และการทำงานของตนเองเพิ่มขึ้น เป็นผู้ที่สามารถเข้าใจตนเองและสามารถดึงเอาความสามารถของคนอื่น ๆ เข้ามาร่วมทำงานเป็นทีมเพื่อความก้าวหน้าและความสำเร็จในงานยอมรับและปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ช่วยเปลี่ยน แปลงวิธีการคิดด้านลบให้เป็นการคิดในแง่บวก มีความคิดสร้างสรรค์ ยกระดับความกล้า ความเพียรพยายามและปรับปรุงตนเองอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดแรงบันดาลใจและการตั้งเป้าหมายให้กับชีวิต จาก ดังนั้นการส่งเสริมให้นักศึกษาสามารถแก้ปัญหาได้จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการดำเนินชีวิต และเทคนิคการพัฒนาความสามารถในการเผชิญอุปสรรค (AQ) ที่เรียกว่า The LEAD ซึ่งสตอลซ์ (Stoltz. 1997: 149 - 186) พัฒนาขึ้นและให้ความสำคัญกับการสืบค้นต้นเหตุแห่งอุปสรรค วิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการแก้ไขและการปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนด

ในสภาพสังคมที่มีสถานการณ์ที่บีบคั้นทำให้คนต้องตกเป็นเหยื่อและเข้าสู่การกระทำอันไม่พึงปรารถนา วัยรุ่นตอนปลายหรือนักศึกษาถือได้ว่าเป็นช่วงวิกฤตของชีวิตเพราะเป็นระยะหัวเลี้ยวหัวต่อระหว่างวัยรุ่นตอนต้น และเข้าสู่ผู้ใหญ่ ในวัยนี้จะมีการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม บุคลิกภาพและสติปัญญา ในวัยนี้พร้อมที่จะรับรู้และทักษะในด้านต่าง ๆ มีความคิดใหม่ ๆ เริ่มมีการแสวงหาอุดมการณ์และความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการตามอุดมการณ์ของตน การเปลี่ยนแปลงของพัฒนาการเหล่านี้มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการเจริญเติบโตเป็นผู้ใหญ่ต่อไปในอนาคต เมื่อต้องเผชิญกับปัญหาหลายประการที่ส่งผลต่อสภาวะบีบคั้นทางจิตใจทำให้มีความเครียดเพิ่มขึ้น โดยมีแนวโน้มว่าจะหันไปแก้ปัญหาด้วยการฆ่าตัวตายมากขึ้น ปัจจัยที่จะมีผลให้เยาวชนไทยมีความเครียดที่อาจส่งผลการตัดสินใจผิด ๆ ได้แก่ ปัญหาด้านการเรียน ปัญหาการคบเพื่อน ปัญหาทางการเงินและปัญหาทางบ้าน และพบว่าปัญหาด้านความรักนำไปสู่การฆ่าตัวตายสูงสุด ความพยายามในการปรับตัวให้เข้ากับสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วโดยขาดวิจารณญาณในการคิดและพิจารณาถึงผลดีผลเสียอย่างรอบคอบ ทำให้เกิดความสับสนทางจิตใจและแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมได้ เช่น การใช้สารเสพติด การมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร การมีพฤติกรรมที่นิยมการใช้ความรุนแรงทั้งต่อตนเองและผู้อื่น การที่จะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพและเป็นประชากรที่เป็นกำลังสำคัญของประเทศชาติได้นั้น นักศึกษาต้องเรียนรู้ทักษะในการเผชิญสถานการณ์อันเลวร้ายและสามารถเอาตัวรอดพ้นจากการตกเป็นเหยื่อได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าวบุคคลจึงจำเป็นต้องมีความรู้และทักษะต่าง ๆ เพิ่มขึ้น มีความเข้มแข็งในการคิดและจิตวิญญาณ โดยกระบวนการเรียนรู้ควรฝึกทักษะในการเผชิญสถานการณ์ที่เลวร้ายด้วย การมีเพียงความสามารถทางสติปัญญาและความฉลาดทางอารมณ์นั้นจึงยังไม่อาจส่งผลให้บุคคลประสบความสำเร็จในชีวิตได้

ทั้งนี้การพัฒนาบุคคลให้เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อประเทศชาติได้นั้นจึงจำเป็นต้องเริ่มพัฒนาตั้งแต่วัยเรียน เนื่องจากเป็นวัยที่ต้องการการพัฒนาและเติมเต็มศักยภาพอย่างเต็มที่ สนใจใฝ่รู้สิ่งรอบตัว อยากรู้ อยากเห็น และ

ค้นหาความเป็นตัวตน ซึ่งการพัฒนาเยาวชนไทยให้มีความสามารถในการเผชิญอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งมีผลต่อความเครียด ภาวะทางอารมณ์และพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนสู่ปัญหาต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้ว การจัดการศึกษาให้เหมาะสมกับธรรมชาติของผู้เรียนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ผู้เรียนได้พัฒนาเต็มตามศักยภาพได้ กิจกรรมที่ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ต้องสอดคล้องกับความถนัด ความสนใจ เข้าใจ น่าติดตามและท้าทายความอยากรู้อยากเห็น การพัฒนาแบบองค์รวมและต่อเนื่องจะช่วยให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์และสามารถเผชิญอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันได้แบบยั่งยืนสู่การเป็นผู้ใหญ่ที่มีบทบาท ภาระหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติได้อย่างมีคุณภาพต่อไปในอนาคต

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาและพัฒนารูปแบบการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ด้วยการบูรณาการระหว่างหลักสูตรอันเป็นหัวใจสำคัญของพระพุทธศาสนา ความรู้และเทคนิคการพัฒนาความสามารถในการเผชิญอุปสรรคเพื่อสร้างรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ที่สามารถเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคให้กับผู้เรียนได้ดีขึ้นและสามารถตอบคำถามได้ว่า ความสามารถในการเผชิญอุปสรรคนั้นเป็นผลสืบเนื่องจากการใช้รูปแบบการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นอย่างแท้จริง ซึ่งการเรียนรู้ด้วยรูปแบบเดิมอาจไม่สามารถสร้างให้ผู้เรียนมีความพร้อม ที่จะจัดการการตอบสนองและแก้ไขอุปสรรคที่เกิดขึ้นในสังคมยุคใหม่ของโลกอนาคตได้ ซึ่งมีมนุษย์ยุคใหม่จะต้องมีความสามารถที่จะเรียนรู้ถึงความหมายของสิ่งต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่รอบตัวมีความสามารถที่จะแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ด้วยตัวเอง ดังนั้นเยาวชนจึงต้องมีความเข้มแข็งอย่างมากสำหรับต่อสู้กับปัญหาที่จะเกิดขึ้น ฉลาด มีไหวพริบ จินตนาการ มุ่งมั่น มองการณ์ไกล คิดได้เอง ริเริ่มสร้างสรรค์ กล้าได้กล้าเสีย รู้สึกเห็นใจผู้อื่น ทำงานเป็นทีม มีความรับผิดชอบและแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง ความสามารถดังกล่าวเหล่านี้ล้วนเป็นความสามารถของผู้ที่มีความสามารถในการเผชิญอุปสรรคอยู่ในระดับสูงทั้งสิ้น ซึ่งการพัฒนาผู้เรียนให้สามารถยืนหยัดอยู่ในโลกปัจจุบันและประสบความสำเร็จในอนาคตได้นั้นจึงจำเป็นต้องเร่งสร้างให้ผู้เรียนเกิดความสามารถในการเผชิญอุปสรรคในระดับที่สูงเพียงพอสำหรับการดำเนินชีวิตและพร้อมสำหรับการเอาชนะอุปสรรคทั้งปวงได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

คำถามวิจัย

1. รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนิยมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี มีองค์ประกอบอะไรบ้าง
2. ความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ที่เรียนด้วยรูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนิยมสูงกว่านักศึกษาที่เรียนด้วยรูปแบบการเรียนการสอนปกติหรือไม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนิยมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี
2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนิยมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี

สมมติฐานการวิจัย

1. นักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนิยมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคมีคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการเผชิญอุปสรรคสูงกว่านักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยการเรียนรู้แบบปกติ
2. นักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยรูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนิยมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคมีคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการเผชิญอุปสรรคระยะหลังการทดลองสูงกว่าระยะก่อนการทดลอง

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

1. รูปแบบการเรียนรู้ หมายถึง แบบแผนการดำเนินการเรียนรู้ที่ได้รับการจัดเป็นระบบอย่างสัมพันธ์สอดคล้องกับทฤษฎี/หลักการเรียนรู้หรือการสอนที่รูปแบบนั้นยึดถือ โดยมีกรอบแนวคิดขององค์ประกอบต่าง ๆ ในการจัดการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กันและแสดงให้เห็นแนวทางในการจัดการเรียนรู้ให้บรรลุจุดมุ่งหมายตามที่กำหนด

2. รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนิยมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรค หมายถึง ลักษณะกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น โดยบูรณาการร่วมกันระหว่างแนวคิดของอริยสัจ 4 และความสามารถในการเผชิญอุปสรรคเพื่อยกระดับความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษาให้เพิ่มมากขึ้นมี 5 ขั้นตอนดังนี้ขั้นที่ 1 ระบุอุปสรรค (Realizing the obstacles) เป็นการจัดการเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เรียนรับรู้อุปสรรคและความสามารถของตน ระบุอุปสรรคที่เกิดขึ้น ประเมินระดับของอุปสรรคและการตอบสนองต่ออุปสรรคของตนเองได้ว่าเป็นอย่างไร ด้วยการกระตุ้นและการเสริมแรงทางบวกจากผู้สอน

ขั้นที่ 2 สืบหาสาเหตุ (Finding out the primary causes) เป็นการจัดการเรียนรู้ที่ผู้เรียนระบุสาเหตุของอุปสรรคและความรับผิดชอบของตนต่ออุปสรรคที่เกิดขึ้น ด้วยการสำรวจและการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสามารถระบุสาเหตุของอุปสรรคได้อย่างถูกต้อง

ขั้นที่ 3 กำหนดเป้าหมาย (Assigning the goal) เป็นการจัดการเรียนรู้เพื่อให้ผู้เรียนทำความเข้าใจอุปสรรคที่เกิดขึ้นตามข้อเท็จจริง แยกแยะข้อเท็จจริงออกจากสิ่งที่คิดไปเอง กำหนดเป้าหมาย ค้นหาและระบุแนวทางแก้ไข เพื่อลดหรือกำจัดอุปสรรคให้หมดสิ้นไป

ขั้นที่ 4 ปฏิบัติการ (Taking action) เป็นกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากการปฏิบัติและสามารถสร้างองค์ความรู้ได้ด้วยตนเอง ด้วยการตรวจสอบข้อมูลและแนวทางแก้ไข เลือกแนวทางแก้ไข วางแผนการดำเนินการแก้ไขและลงมือปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดไว้ โดยจด จัดและเรียงลำดับรายการปฏิบัติอย่างละเอียดและชัดเจนเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้เรียนสามารถปฏิบัติได้ง่ายขึ้น

ขั้นที่ 5 สรุปและประเมินผล (Summarizing and Assessing) เป็นกระบวนการจัดการเรียนรู้โดยผู้เรียนสรุปและประเมินผลการแก้ไขอุปสรรคของตน เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความภาคภูมิใจและรักษาระดับการปฏิบัติให้คงทนยิ่งขึ้น ผู้สอนจึงให้การเสริมแรงทางบวกและกระตุ้นผู้เรียนให้กำลังใจกับตนเองโดยไม่คำนึงถึงผลการปฏิบัติว่าประสบความสำเร็จหรือไม่

3. รูปแบบการเรียนรู้แบบปกติ หมายถึง การจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตร และใช้เทคนิควิธีการสอนด้วยการบรรยายตามเนื้อหาที่หลักสูตรกำหนด โดยจัดกิจกรรมการเรียนรู้การสอนที่ดำเนินตามขั้นตอนดังนี้ ขั้นเตรียมการ ขั้นสอน ขั้นสรุป ขั้นวัดผลและประเมินผล

4. ความสามารถในการเผชิญอุปสรรค (Adversity Quotient) หมายถึง การจัดการตอบสนองต่ออุปสรรคที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบด้วยวิธีการที่มีประโยชน์และสร้างสรรค์ เพื่อขจัดอุปสรรคที่เกิดขึ้นให้ลดน้อยลงหรือหมดไป สามารถ

วัดและประเมินได้จากแบบทดสอบการตอบสนองต่ออุปสรรคที่ผู้วิจัยปรับปรุงจาก The Adversity Response Profile (ARP) ของ พอล จี สโตลทซ์ (Stoltz, Paul G. 1997: 88-99) ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้

4.1 องค์ประกอบด้านการควบคุม (Control = C) หมายถึง ความสามารถในการรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและการควบคุมการตอบสนองของตนเองต่อเหตุการณ์หรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นซึ่งส่งผลต่อความคิด ความรู้สึกและการกระทำที่มุ่งสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้

4.2 องค์ประกอบด้านสาเหตุและความรับผิดชอบ (Origin and Ownership = O2) หมายถึง ความสามารถในการวิเคราะห์ถึงสาเหตุของอุปสรรคและความรับผิดชอบของตนเองต่ออุปสรรคที่อาจก่อให้เกิดเหตุการณ์วิกฤตได้

4.3 องค์ประกอบด้านความเข้าใจ (Reach = R) หมายถึง ความสามารถในการจำกัดขอบเขตของปัญหาด้วยการทำความเข้าใจกับอุปสรรคตามความเป็นจริงและหยุดความคิดเชิงวิบัติ (Catastrophizing)

4.4 องค์ประกอบด้านความอดทน (Endurance = E) หมายถึง ความสามารถในการทนทานต่อความยืดเยื้อของอุปสรรคที่เกิดขึ้น ด้วยการรับรู้ว่าอุปสรรคนั้นเกิดขึ้นเพียงชั่วคราวและสามารถแก้ไขให้หมดสิ้นไปได้

5. ประสิทธิภาพของรูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสุทธินิยมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรค หมายถึง การพิจารณาผลที่เกิดขึ้นจากการใช้รูปแบบการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษาว่าสามารถเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคให้กับนักศึกษาเพียงใด โดยพิจารณาจากเกณฑ์ที่กำหนด ดังนี้

5.1 ความเหมาะสมของรูปแบบการเรียนรู้ว่าสามารถเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคได้ ซึ่งพิจารณาจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา ด้านพุทธศาสนาและด้านการศึกษา ซึ่งมีความเหมาะสมระดับมากขึ้นไป โดยใช้แบบประเมินความเหมาะสมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

5.2 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนความสามารถในการเผชิญอุปสรรคระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.3 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนความสามารถในการเผชิญอุปสรรคก่อนและหลังการทดลองของกลุ่มทดลอง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5.4 นักศึกษากลุ่มทดลองมีการประเมินพฤติกรรมตนเองที่แสดงออกถึงการมีความสามารถในการเผชิญอุปสรรคในระดับมากขึ้นไป โดยวัดได้จากแบบประเมินตนเองซึ่งเป็นแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scales) แบบลิเคอร์ท (Likert scales) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

5.5 นักศึกษากลุ่มทดลองมีพฤติกรรมที่บ่งชี้ถึงการมีความสามารถในการเผชิญอุปสรรคในขณะเรียนรู้ระดับปานกลางขึ้นไป วัดได้จากแบบสังเกตพฤติกรรมซึ่งสังเกตโดยผู้สอน ผู้สังเกตการณ์และผู้วิจัย

5.6 ความพึงพอใจในรูปแบบการเรียนรู้ของผู้สอนและผู้เรียนที่เข้าร่วมการทดลองใช้รูปแบบการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคระดับมากขึ้นไป วัดได้จากแบบสอบถามความพึงพอใจในรูปแบบการเรียนรู้ภายหลังการทดลองเสร็จสิ้นลง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

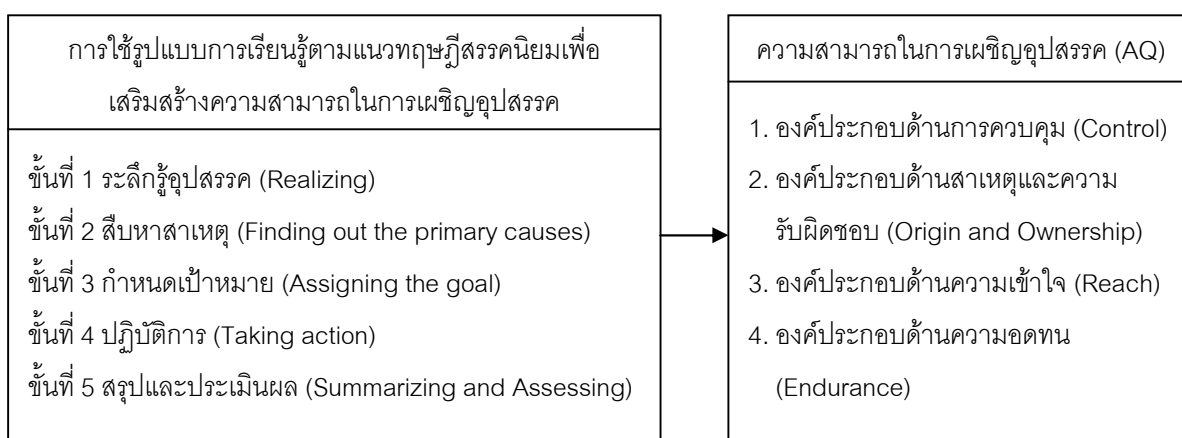
1. ได้การใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนียมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรีซึ่งช่วยพัฒนาให้นักศึกษามีความสามารถในการรับรู้ ตระหนัก วิเคราะห์ ตัดสินใจ ค้นคว้าและเลือกแนวทางการปฏิบัติ เพื่อตอบสนองต่ออุปสรรคที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสมด้วยการมองโลกตามความเป็นจริงและใช้การคิดในเชิงบวกอันจะทำให้ นักศึกษามีความสามารถในการเผชิญอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินชีวิตประจำวันได้ดียิ่งขึ้น
2. เป็นประโยชน์สำหรับอาจารย์ และผู้สนใจเกี่ยวกับการพัฒนาความสามารถในการเผชิญอุปสรรคได้นำรูปแบบการเรียนรู้ไปประยุกต์ใช้เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคให้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ความสามารถในการเผชิญอุปสรรค (AQ) เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคคลประสบความสำเร็จในชีวิตโดยผู้ที่มีความสามารถในการเผชิญอุปสรรคสูงมีโอกาที่จะประสบความสำเร็จในชีวิตได้มากกว่าผู้ที่มีความสามารถในการเผชิญอุปสรรคต่ำ ซึ่งความสามารถในการเผชิญอุปสรรคนั้นสามารถเรียนรู้และเปลี่ยนแปลงได้ตลอดช่วงชีวิตด้วยการเรียนรู้และฝึกฝนให้สามารถจัดการตอบสนองต่ออุปสรรคอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพ มีประโยชน์และสร้างสรรค์

การจัดการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนียมเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้เรียนมีความรู้และทักษะที่จำเป็นสำหรับการดำเนินชีวิตให้มีประสิทธิภาพและอยู่ในสังคมโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วนี้ได้อย่างมีความสุขนั้น นอกจากความรู้และทักษะที่จำเป็นในการเสริมสร้างความสามารถทางสติปัญญา ร่างกายอารมณ์และสังคมแล้ว สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ ผู้เรียนจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้และฝึกฝนการจัดการตอบสนองต่ออุปสรรคได้อย่างเป็นระบบเพื่อจะสามารถยืนหยัด ยอมรับและพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้เรียนได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม

สำหรับแนวคิดในการใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนียมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความเชื่อว่า การดำเนินชีวิตแบบวิถีไทยมีลักษณะเฉพาะ ดังนั้นการจัดการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนจึงควรนำแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ซึ่งก็คือ แนวคิดทางพุทธศาสตร์ (แนวคิดทางตะวันออก) และแนวคิดการเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรค (แนวคิดทางตะวันตก) มาบูรณาการเป็นรูปแบบการจัดการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎี สมรรถนียมที่สามารถเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตของผู้เรียนได้ การนำรูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนียมที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งมีแบบแผนการทดลองแบบ Pretest - Posttest Control group Design ดังภาพประกอบ



การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการเผชิญอุปสรรค

ความสามารถในการเผชิญอุปสรรค (Adversity Quotient) หรือ AQ เป็นแนวคิดใหม่ที่ศึกษาโดย พอล จี สตอลทซ์ (Paul G. Stoltz) ซึ่งทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลมานานกว่า 19 ปี ปัจจุบันมีการเผยแพร่และนำไปประยุกต์ใช้กับบุคคลและองค์กรต่าง ๆ มากกว่า 10 ปีแล้ว

แนวความคิดของสตอลทซ์ (Stoltz, 1997: 7) ที่กล่าวว่า ความสามารถในการเผชิญอุปสรรค (AQ) เป็นแนวคิดที่มีความสำคัญต่อทุกคนในสังคมปัจจุบัน เนื่องจากการศึกษาและพิสูจน์ได้โดยการนำมาปฏิบัติจริงและเป็นทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์ที่สามารถประยุกต์ใช้ในโลกแห่งความจริงได้ โดยความสามารถในการเผชิญอุปสรรค (AQ) สามารถทำนายถึงความสามารถอดทนต่อความยากลำบากหรืออุปสรรคและความสามารถในการฟื้นตัวอุปสรรคที่เกิดขึ้นของบุคคลได้ว่า ผู้ใดคือผู้ชนะหรือผู้พ่ายแพ้ต่ออุปสรรค ผู้ใดมีศักยภาพในการทำงานที่เหนือกว่าความคาดหวังและประสบความสำเร็จได้ นอกจากนี้ความสามารถในการเผชิญอุปสรรค (AQ) ยังมีลักษณะที่สำคัญ 3 ประการด้วยกัน คือ

1. เป็นกรอบแนวคิดใหม่สำหรับทำความเข้าใจและยกระดับความสำเร็จในทุกด้าน
2. เป็นการวัดการตอบสนองต่ออุปสรรคของบุคคล
3. เป็นชุดเครื่องมือที่มีพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์สำหรับปรับปรุงการตอบสนองต่ออุปสรรคของตนเอง บุคคล

อื่น และองค์กร

ดังนั้นการรวมกันของลักษณะทั้งสามจึงเป็นการรวมกันอย่างสมบูรณ์สำหรับการทำความเข้าใจและปรับปรุงส่วนประกอบสำคัญของชีวิตประจำวันและความก้าวหน้าตลอดชีวิต

ความสามารถในการเผชิญอุปสรรค (AQ) เป็นคุณลักษณะที่ไม่ได้เกิดจากลักษณะทางพันธุกรรม แต่เป็นความสามารถที่เกิดขึ้นภายหลังที่สามารถเรียนรู้และเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้น คาร์รอลเวคค์ (Stoltz, 1998: 58) ศาสตราจารย์แห่งภาควิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยอิลลินอยส์ ซึ่งเป็นหนึ่งในคณะวิจัยพัฒนาการทางอารมณ์ (Emotional Development) พบว่า รูปแบบการตอบสนองต่ออุปสรรคของบุคคลมีพื้นฐานและได้รับอิทธิพลจากการอบรมเลี้ยงดูและการมีปฏิสัมพันธ์กันของพ่อแม่ผู้ปกครอง ครูอาจารย์ เพื่อนและบุคคลใกล้ชิดกับบุคคลนั้นตั้งแต่วัยเด็ก นอกจากนี้ยังพบ อีกว่า คุรมีอิทธิพลต่อความคิดของเด็กในด้านที่ส่งผลต่อความล้มเหลว เมื่อเด็กต้องเผชิญกับอุปสรรคที่เกิดขึ้นโดยเด็กผู้หญิงจะถูกสอนให้รู้ว่า สาเหตุของความล้มเหลวนั้นเกิดขึ้นเพราะตัวเองขาดความสามารถส่วนเด็กผู้ชายจะถูกสอนให้รู้ว่า สาเหตุของความล้มเหลวเกิดขึ้นเพราะตัวเองขาดแรงจูงใจ จากเหตุผลและงานวิจัยดังกล่าวจึงควรพัฒนาเด็กให้มีความ สามารถใน

การเผชิญอุปสรรค เพื่อเสริมสร้างให้มีความสามารถที่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อประสบความสำเร็จต่อไปในอนาคต

การเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสรคณนิยม (Constructivism)

ทฤษฎีสรคณนิยมเป็นแนวคิดใหม่แต่หากพิจารณาให้ละเอียดจะพบว่า แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้โดยให้ผู้เรียนเป็นผู้สร้างความรู้ด้วยตนเองนั้นมีมาตั้งแต่สมัยพุทธกาล ดังคำกล่าวในพระธรรมคุณที่ว่า ปัจจุบัน เวทีตปุ วิญญูหิตี ซึ่งพระธรรมปิฎก (2538: 16) แปลว่า “พระธรรมอันวิญญูชนพึงรู้เฉพาะตน ผู้อื่นไม่พลอยตามรู้เห็นด้วย เหมือนรสอาหาร ผู้บริโภคเท่านั้นจึงจะรู้รส ผู้ไม่บริโภคจะพลอยรู้รสด้วยไม่ได้” ซาฮอร์ริค (Zahoric. 1995: 11) นักคิดในกลุ่มสรคณนิยมกล่าวว่าไว้ในทำนองเดียวกันว่า สิ่งที่เรารู้เป็นสิ่งที่เราสร้างขึ้น เนื่องจากแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีสรคณนิยมมีหลายแบบ แนวคิดของคนหนึ่งอาจจะแตกต่างจากอีกคนหนึ่ง ในการอภิปรายกล่าวถึงทฤษฎีสรคณนิยม จึงจำเป็นต้องพิจารณาให้ชัดเจนว่าทฤษฎีสรคณนิยมที่แต่ละคนกล่าวถึงนั้นหมายความว่าอย่างไร จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีสรคณนิยมพบว่า

1. เป็นทฤษฎีการเรียนรู้หรือการสร้างความหมายของสิ่งที่รับรู้ ซึ่งเชื่อว่า มนุษย์สามารถสร้างความรู้เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวได้ด้วยตัวเองเพราะมนุษย์มีศักยภาพในการสร้างความรู้จากประสบการณ์ที่เป็นจริง (Richardson. 1994: 1)
2. เป็นทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้และการเรียนรู้ซึ่งพยายามที่จะอธิบายว่าความรู้คืออะไรและได้มาอย่างไร โดยอาศัยพื้นฐานทางจิตวิทยา ปรัชญา และมานุษยวิทยา
3. เป็นปรัชญาที่พูดถึงความจริงเกี่ยวกับการสร้างความรู้ของบุคคล บุคคลสร้างความรู้จากความพยายามที่จะตอบสนองและทำความเข้าใจกับเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่พบความรู้นี้จะถูกสะสมไว้ในใจจนกลายเป็นความเชื่อหรือความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ
4. เป็นปรัชญาแขนงญาณวิทยา (Epistemology) ที่อธิบายว่าความรู้ไม่ใช่ความจริงความรู้เป็นเพียงคำอธิบายที่ดีที่สุดในขณะนั้น นักการศึกษากลุ่มหนึ่ง (Richardson. 1994: 1; Fosnot. 1996: IX) มองทฤษฎีสรคณนิยมว่าเป็นทฤษฎี ที่เกี่ยวกับความรู้และการเรียนรู้ของบุคคล ขณะที่นักการศึกษาอีกกลุ่มหนึ่ง (Sauanders. 1992: 136-141; วรรณจริย มั่งสิงห์, 2541: 1-4) มองว่าทฤษฎีสรคณนิยมเป็นเพียงแนวความคิดหรือปรัชญาเกี่ยวกับความรู้และการเรียนรู้ของบุคคลเท่านั้น

กระบวนการดูดซับเกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่บุคคลรับความรู้ใหม่ที่มีโครงสร้างสอดคล้องกับโครงสร้างความรู้เดิมที่มีอยู่ กระบวนการปรับให้เหมาะสมเกิดขึ้น เมื่อสิ่งที่บุคคลรับความรู้ใหม่มีโครงสร้างแตกต่าง จากโครงสร้างความรู้เดิมที่มีอยู่ทำให้มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างความรู้เดิมให้เหมาะสมกับโครงสร้างความรู้ที่รับเข้ามาใหม่ ความรู้เป็นสิ่งที่มิอยู่ในตัวบุคคล บุคคลสร้างความรู้หรือความหมายของสิ่งที่รับรู้ขึ้นมาด้วยตนเอง โดยอาศัยสื่อกลางทางสังคมและวัฒนธรรมในขณะที่มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัว ความรู้จึงมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แต่ละคนได้รับ ส่วนการเรียนรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลสร้างความรู้หรือความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งที่รับรู้ใหม่และแตกต่างจากสิ่งที่เคยรับรู้มาก่อน ดังนั้นความหมายหรือความเข้าใจที่บุคคลแต่ละคนสร้างขึ้นอาจแตกต่างกันตามประสบการณ์ ภาษาและสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตน การตรวจสอบตลอดจนการประเมินประนอมและความแตกต่างกันเกี่ยวกับความหมายที่สร้างขึ้นจะช่วยให้บุคคลสามารถติดต่อและสื่อสารกันได้อย่างมีประสิทธิภาพจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสรคณนิยม พบว่า นักศึกษานำแนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสรคณนิยมไปใช้ในความหมายต่าง ๆ ดังนี้

1. การเรียนรู้เกี่ยวกับการสร้างองค์ความรู้และการตรวจสอบความเข้าใจของผู้เรียน โดยทั่วไปผู้เรียนจะสร้างองค์ความรู้จากสิ่งที่ตนเองรับรู้ตามประสบการณ์เดิมของตนเองความหมายที่นักเรียนสร้างขึ้น อาจจะสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับความหมายที่ผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้น ๆ ยอมรับก็ได้ ตามแนวคิดสรคณิคมถือว่าความหมายที่นักเรียนสร้างขึ้นนั้นไม่มีคำตอบที่ถูกต้องหรือผิด แต่เรียกความหมายที่ผู้เรียนสร้างขึ้นแล้วไม่สอดคล้องกับความหมายที่ผู้เชี่ยวชาญยอมรับในขณะนั้นว่า มโนทัศน์ที่คลาดเคลื่อน การจัดการเรียนการสอนตามแนวความคิดนี้จึงเน้นให้ผู้เรียนและบุคคลที่แวดล้อมผู้เรียนตรวจสอบความหมายที่ผู้เรียนสร้างขึ้นในขณะที่มีการเรียนการสอนหากพบว่าผู้เรียนมีมโนทัศน์ที่คลาดเคลื่อนผู้สอนในฐานะที่เป็นผู้อำนวยความสะดวก (facilitator) ในการเรียนของผู้เรียนจะต้องจัดกิจกรรมที่ทำให้ผู้เรียนมีโอกาสได้พิจารณาและตรวจสอบมโนทัศน์ของตนเองอีกครั้ง โดยผู้สอนอาจจะจัดกิจกรรมในการทำงานเดียวกันนี้อีกหลายครั้งจึงจะแก้ไขมโนทัศน์ที่คลาดเคลื่อนของผู้เรียนได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของออสบอร์นและวิทท็อค (Osborne And Wittrock. 1983: 489-508) สรุปได้ว่า ผู้เรียนต้องรับผิดชอบในการตรวจสอบความรู้ที่ตนเองสร้างขึ้นว่า สอดคล้องหรือไม่คลาดเคลื่อนจากความรู้ที่ผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้น ๆ หรือไม่

2. การเรียนรู้ขึ้นอยู่กับความรู้เดิมของผู้เรียน ออสบอร์นและวิทท็อค (Osborne and Wittrock. 1983: 489 - 508) อธิบายถึงอิทธิพลของความรู้เดิมที่มีต่อการเรียนรู้สามารถสรุปได้ว่าการเรียนรู้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมทางกายภาพเท่านั้น แต่การเรียนรู้ยังขึ้นอยู่กับความรู้เดิม แรงจูงใจ ความคิดและอารมณ์ของนักเรียนอีกด้วย เพราะสิ่งเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกรับรู้สิ่งเร้าและวิธีการที่ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งเร้านั้น มาร์ตินและคณะ (Martin et al. 1994: 44-45) กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้ในทำนองเดียวกันว่า ความรู้ที่ติดมากับตัวนักเรียนจะมีอิทธิพลต่อการที่นักเรียนจะเลือกเรียนอะไรและใช้วิธีการเรียนรู้อย่างไร การจัดการเรียนการสอนตามแนวคิดนี้จึงเน้นความสำคัญเกี่ยวกับความรู้เดิมของผู้เรียน ดังที่ ซาฮอร์ริค (Zahoric. 1995: 14-22) กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้ว่า ในการจัดการเรียนการสอนนั้นถือเป็นความรับผิดชอบของผู้สอนที่จะต้องตรวจสอบความรู้เดิมของผู้เรียนก่อนที่จะให้นักเรียนเรียนรู้สิ่งใหม่

3. การเรียนรู้เป็นกระบวนการที่นักเรียนแก้ปัญหาหรือสืบสอบเพิ่มเติมเพื่อลดความขัดแย้งทางความคิดของตนเอง นักการศึกษาหลายท่านอธิบายถึงการเรียนรู้ในมุมมองนี้ เช่น วิลสัน และโคล (Wilson and Cole. 1991: 59-61) กล่าวถึงการจัดการเรียนการสอนตามแนวคิดนี้ว่า ควรเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีประสบการณ์ในการแก้ปัญหาตามสภาพที่เป็นจริง ส่วน ซอนเดอร์ (Sauanders, 1992: 136-141) เสนอแนวทางในการจัดการเรียนการสอนไว้ว่า ควรส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติและทำการสืบสอบด้วยตนเอง เครื่องมือสำคัญที่บุคคลนำมาใช้ในการสืบสอบ คือ ทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ทักษะการคิดระดับสูง วิธีการทางวิทยาศาสตร์ และ วรรณทิพา รอดแรงคำ (2541: 51) แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า การเรียนรู้ตามทฤษฎีนี้ผู้เรียนจะได้รับประสบการณ์ในการตั้งสมมติฐาน การทำนาย การจัดการกระทำกับวัสดุอุปกรณ์ การนำเสนอปัญหา การแสวงหาคำตอบ การสร้างจินตนาการ การสืบเสาะหาความรู้และการคิดประดิษฐ์สิ่งต่าง ๆ ผู้เรียนอาจจะเรียนรู้ด้วยวิธีสอนที่เรียกว่า วงจรการเรียนรู้ (Learning cycle) ที่ต้องอาศัยกระบวนการสำรวจ การนำเสนอ มโนทัศน์และการนำความรู้ไปใช้ ซึ่งสามารถที่จะอธิบายมโนทัศน์แล้วสร้างแผนผังที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์เหล่านั้นได้

4. การเรียนรู้เป็นกระบวนการทางสังคม นักการศึกษาหลายท่านอธิบายการเรียนรู้ตามแนวคิดนี้ว่า เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์กันทางสังคม ซึ่งซาเวอรี่และดัฟฟี (Savery. and Duffy. 1995: 1-38) อธิบายถึงผลที่เกิดจากความร่วมมือกันทางสังคมไว้ว่า ความรู้ไม่สามารถถ่ายโอนจากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่งได้ แต่การแลกเปลี่ยนและสะท้อนความคิดเห็นให้แก่กันและ การให้เหตุผลกับความคิดเห็นของตนเองหรือโต้แย้งความคิดเห็นของผู้อื่น ทำให้ผู้เรียนมี

โอกาสได้พิจารณากระบวนการคิดของตนเปรียบเทียบกับกระบวนการคิดของผู้อื่น ทำให้มีการตรวจสอบเกี่ยวกับการสร้างความหมายของสิ่งต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้นักเรียนสามารถปรับเปลี่ยนความเข้าใจของตนเองเกี่ยวกับเรื่องที่เรียนได้

5. การเรียนรู้เป็นกระบวนการกำกับตนเองของผู้เรียน นักการศึกษาเชื่อว่า การกำกับตนเองเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสรณินิยม ดังที่ เคอร์รี่ (Curry. 2540) อธิบายไว้ว่า แนวคิดทฤษฎีสรณินิยมนั้น นักเรียนจะต้องรับผิดชอบเกี่ยวกับการเรียนรู้ของตนเอง ด้วยการทำให้การเรียนรู้เป็นการเรียนรู้ที่มีความหมาย คือ เข้าใจเรื่องที่เรียนอย่างลึกซึ้ง (Deep understanding) จนสามารถสร้างความหมายของสิ่งนั้น ๆ ได้ด้วยตนเอง รวมทั้งสามารถนำความรู้และกระบวนการเรียนรู้ไปใช้ในบริบทอื่นได้ สอดคล้องกับเอนนิส (Ennis. 1964) ที่มีความเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า เป็นความรับผิดชอบของนักเรียนที่จะต้องทำความเข้าใจในทัศนเฉพาะของเรื่องที่เรียนว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในลักษณะที่เป็นองค์รวม ซึ่งเมอร์ฟี (Murphy. 1997: Online) และวิลสันและโคล (Wilson. and Cole. 1991: 59-61) มีความเห็นสอดคล้องกันว่า การเรียนรู้ตามแนวคิดนี้เป็นกระบวนการที่นักเรียนจะต้องกำกับตนเอง ตั้งแต่การวางแผนการเรียนรู้ วิเคราะห์ รับผิดชอบดำเนินงานของตนเองปรับเปลี่ยนและแก้ไขงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

เนื่องจากทฤษฎีสรณินิยมไม่ใช่วิธีสอน นักการศึกษาจึงใช้การตีความทฤษฎีและนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอน ดังนั้นแนวคิดในการจัดการเรียนการสอนตามทฤษฎีสรณินิยมจึงมีหลากหลาย เช่น

ลอธบาชและโทบิน (Lorsbach. and Tobin. 1997: Online) ศึกษาเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสรณินิยมของนักการศึกษาต่าง ๆ สรุปได้ว่า กลยุทธ์ที่ผู้สอนนิยมใช้เพื่อให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสรณินิยมคือ การแก้ปัญหา (Problem solving) และการเรียนแบบร่วมมือ (Cooperative learning) โดยให้เหตุผลว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่ผู้เรียนรับรู้ไม่สอดคล้องกับความรู้เดิมที่มีอยู่ การเรียนแบบแก้ปัญหาเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ศึกษาค้นคว้าเพื่อค้นหาของคำตอบของปัญหานั้น เมื่อได้คำตอบของปัญหามาแล้ว ผู้เรียนต้องตรวจสอบว่าคำตอบที่หามาได้เหมือนหรือแตกต่างจากคำตอบของผู้เรียนอย่างไรและคำตอบของใครจะมีความน่าเชื่อถือมากกว่า ซึ่งการเรียนแบบร่วมมือทำให้ผู้เรียนสามารถตรวจสอบวิเคราะห์และตัดสินใจได้ว่าคำตอบใดผู้เรียนเป็นคำตอบที่มีเหตุผล อีกทั้งควรจะปรับเปลี่ยนความเข้าใจของตนเองเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ อย่างไร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในต่างประเทศ

สตอลท์ซ์ (Stoltz. 1997: 1) ศึกษาความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของพนักงานบริษัท Deloitte & Touche, LLP. (D&T) ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นพนักงาน จำนวน 124 คน พบว่า คะแนนความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของพนักงานใหม่ของบริษัทมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานในทางบวกและเป็นตัวทำนายผลการปฏิบัติงาน สำหรับการเลื่อนตำแหน่งของบริษัทนั้น คนที่มีความสามารถในการเผชิญอุปสรรคสูงกว่าได้เลื่อนตำแหน่งเร็วกว่าคนที่มีความสามารถในการเผชิญอุปสรรคต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้การให้การฝึกอบรมความสามารถในการเผชิญอุปสรรคแก่พนักงานใหม่ มีผลให้การปฏิบัติงานดีขึ้นและมีโอกาสได้รับการเลื่อนตำแหน่งมากขึ้นด้วย

Labs, Abbott. and others. (Stoltz. 1997: 9-10) ศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการเผชิญอุปสรรคในบริษัท Deloitte & Touche LLP, Minnesota Power, ADC Telecommunications and U.S.

West พบว่า ผู้ที่มีความสามารถในการเผชิญอุปสรรคจะเป็นผู้ที่มีความสุขในการปฏิบัติงาน เกิดผลสัมฤทธิ์แก่องค์กรและ ผู้ที่มีความสามารถในการเผชิญอุปสรรคสูงจะมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและมีความคิดสร้างสรรค์ทำให้ผลผลิตในการปฏิบัติงานสูงขึ้นด้วย

คาร์รอล เวคส์ (Carol Dweck Quoted; cited in Stoltz. 1997: 58) ศาสตราจารย์แห่งภาควิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยโคลินยาส์ ซึ่งเป็นหนึ่งในคณะวิจัยพัฒนาการทางอารมณ์ (Emotional Development) พบว่า รูปแบบการตอบสนองต่ออุปสรรคและความยากลำบากของมนุษย์มีพื้นฐานและได้รับอิทธิพลจากพ่อแม่ ผู้ปกครอง ครูอาจารย์ เพื่อน และบุคคลที่ใกล้ชิดในช่วงวัยเด็ก นอกจากนี้ยังพบว่า ครูมีอิทธิพลต่อความคิดของเด็กในด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความล้มเหลวเมื่อเด็กต้องเผชิญกับอุปสรรคหรือปัญหาที่เกิดขึ้น กล่าวคือสำหรับเด็กผู้หญิงจะได้รับการสอนว่า สาเหตุของความล้มเหลวเกิดขึ้นเพราะขาดความสามารถ ส่วนเด็กผู้ชายจะได้รับการสอนว่า สาเหตุของความล้มเหลวเกิดขึ้นเพราะขาดแรงจูงใจ ดังนั้นจึงควรมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบความคิดนี้ เพื่อเสริมสร้างให้คนมีแนวคิดที่ถูกต้องเพื่อประสบความสำเร็จในอนาคตต่อไป

Adversity Response Profile (ARP) Technical Supplement (2000: online) ศึกษาความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของแบบทดสอบการตอบสนองต่ออุปสรรค โดยแบบทดสอบได้ออกแบบเป็นมาตราแบบ bipolar เพื่อวัดรูปแบบการตอบสนองต่อเหตุการณ์ที่เป็นอุปสรรคของแต่ละคน โดยทำการศึกษาทั้งสิ้น 14 โครงการ ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 2,414 คน ข้อคำถามครอบคลุมองค์ประกอบ 4 ด้านของความสามารถในการเผชิญอุปสรรค คือ การควบคุม ความรับผิดชอบผลกระทบและความอดทน ด้านละ 10 ข้อ พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.86 ค่าความเที่ยงตรงด้าน การควบคุมและความรับผิดชอบมีความสัมพันธ์กันสูงสุดเท่ากับ 0.55 รองลงมา คือ ด้านผลกระทบและความอดทนมีความสัมพันธ์กันเท่ากับ 0.45 และด้านอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กันต่ำ

มาร์กแมน (Markman. 2001: online) ศึกษาบทบาทของความสามารถในการเผชิญอุปสรรค ซึ่งเป็นการวัดความสามารถหนึ่งที่มีอยู่ทั่วไปในการเผชิญหน้ากับอุปสรรคของนักประดิษฐ์ 199 คน ด้วยแบบทดสอบวัดความสามารถในการเผชิญอุปสรรคที่สร้างโดย พอล จี. สดอลทซ์ จำนวน 56 ข้อ 5 มาตรา พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างนักประดิษฐ์ที่สร้างองค์ความรู้ใหม่กับนักประดิษฐ์ที่ทำงานตามรูปแบบเดิมขององค์กร การศึกษาค้นครั้งนี้ยืนยันว่า นักประดิษฐ์ที่เจตคติขี้บ่น คือ บุคคลที่มีความอดทนและประสบความสำเร็จสูง โดยสามารถวัดได้จากลักษณะของการควบคุมที่อยู่เหนืออุปสรรค ความรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ ขอบเขตของอุปสรรคและความอดทนต่ออุปสรรคการวัดครั้งนี้เป็นการวัดที่ใช้รายได้ของบุคคลที่วัดเป็นเกณฑ์

วิลเลียม (Williams. 2003: Online) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างหลักการตอบสนองอุปสรรคและผลสัมฤทธิ์ของนักเรียน การศึกษานี้มุ่งตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างการตอบสนองต่ออุปสรรคของผู้บริหารโรงเรียนและผลสัมฤทธิ์ของนักเรียน ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างการตอบสนองต่ออุปสรรคของผู้บริหาร ครูและความเข้าใจของผู้บริหารต่อความยากลำบากในการจัดการศึกษา โดยเน้นความสำคัญของผู้บริหารว่ามีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนผ่านทางการบริหารภายใต้วัฒนธรรมของโรงเรียน ได้แก่ การสนับสนุนจากสภาพการทำงานที่ร่วมมือกันของครู เวลา การส่งเสริมจากสภาพวัฒนธรรมเดิมของโรงเรียน ความยากลำบากในการตอบสนองของผู้บริหารแสดงถึงบทบาทที่สำคัญในการพัฒนา บรรยากาศ ความสำเร็จของโรงเรียนและผลสัมฤทธิ์ของนักเรียน รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหารโรงเรียนจำนวน 22 คน ครูจำนวน 79 คน พบว่า การตอบสนองต่ออุปสรรคของผู้บริหารมีผลต่อบรรยากาศของโรงเรียน ประสิทธิภาพของครูและผลสัมฤทธิ์ของนักเรียน

จอห์น (John. 2005: Online) ศึกษาการมองโลกในแง่ดี ความยากลำบากและการกระทำเปรียบเทียบ เทียบระหว่างรูปแบบการอธิบายและความสามารถในการเผชิญอุปสรรค การวิจัยนี้มุ่งตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการอธิบายและความสามารถในการเผชิญอุปสรรคความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างและการปฏิบัติงานในอาชีพที่ต้องเผชิญกับความยากลำบากมาก ๆ เช่น การขาย พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการอธิบายและความสามารถในการเผชิญอุปสรรคในมิติการควบคุมเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการเชื่อมโยงรูปแบบทั้งสองเข้าด้วยกัน มิติการควบคุมสามารถทำนายถึงการกระทำเชิงลบซึ่งเป็นผลที่สืบเนื่องมาจากสาเหตุภายใน สามารถสรุปถึงรูปแบบการอธิบายได้ว่าการกระทำเชิงลบที่เกิดจากการเรียนรู้ทางสังคมนำไปสู่การช่วยเหลือตนเองได้น้อยลงและการขาดการควบคุม ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า รูปแบบความสามารถในการเผชิญอุปสรรคอาจมีความสมบูรณ์มากกว่าและมีกรอบแนวคิดที่ไม่เปลี่ยนแปลง สำหรับบ่งชี้ว่าผู้ใดสามารถช่วยเหลือตนเองได้และผู้ใดไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ การศึกษางานวิจัยดังกล่าวข้างต้น พบว่า ความสามารถในการเผชิญอุปสรรคมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน โดยความสามารถในการเผชิญอุปสรรคจะส่งผลให้บุคคลมีความสุขในการปฏิบัติงาน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีผลผลิตสูง มีความคิดสร้างสรรค์ มีความพยายาม มีผลสัมฤทธิ์ที่ดีให้แก่องค์กรและประสบความสำเร็จสูง ซึ่งบุคคลที่ใกล้ชิดกับเด็กจะส่งผลต่อความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของเด็กด้วย การเรียนรู้ทางสังคมเชิงลบส่งผลให้เด็กมีการช่วยเหลือตนเองน้อยลงและขาดการควบคุม ดังนั้นการพัฒนาให้บุคคลมีความสามารถในการเผชิญ อุปสรรคจึงควรเริ่มตั้งแต่ในวัยเด็กเพราะเป็นวัยที่พร้อมสำหรับเรียนรู้และต้องมีการเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในโลกปัจจุบัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยการใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสุวรรคินิยมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการศึกษานี้ 2 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 280 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ภาควิชาการศึกษานี้ 2 ปีการศึกษา 2562 จากนั้นจึงทำการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มอย่างง่ายและสุ่มอย่างง่ายอีกครั้งเพื่อจัดกลุ่มตัวอย่างเข้ากลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมจำนวน 2 กลุ่ม กลุ่มละ 20 คน รวมทั้งหมด 40 คน

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ตัวแปรต้น (Independent Variable) ได้แก่

3.1.1 การเรียนรู้จากการใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสุวรรคินิยมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรค

3.1.2 รูปแบบการเรียนการสอนตามปกติ

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความสามารถในการเผชิญอุปสรรค ประกอบด้วย

3.2.1 องค์ประกอบด้านการควบคุม (Control)

3.2.2 องค์ประกอบด้านสาเหตุและความรับผิดชอบ (Origin and Ownership)

3.2.3 องค์ประกอบด้านความเข้าใจ (Reach)

3.2.4 องค์ประกอบด้านความอดทน (Endurance)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบวิเคราะห์เอกสารที่ใช้ศึกษาการใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนิยมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรีจำนวน 2 ฉบับ ได้แก่
 - 1.1 แบบวิเคราะห์เอกสารข้อมูลเชิงนโยบายการจัดการศึกษา ทั้งสภาพที่คาดหวังและสภาพปัจจุบัน
 - 1.2 แบบวิเคราะห์เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยการใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนิยมการสร้างรูปแบบการเรียนการสอน เอกสาร แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างความรู้
2. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการรูปแบบการเรียนการสอนด้านองค์ประกอบและรายละเอียดต่าง ๆ และรายละเอียดต่าง ๆ จำนวน 1 ฉบับ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดำเนินการดังนี้

1. แบบวิเคราะห์เอกสารทั้ง 2 ฉบับ ดำเนินการสร้างโดยมีขั้นตอนเดียวกันดังนี้
 - 1.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา เกี่ยวกับวิธีการสร้างแบบวิเคราะห์เอกสาร
 - 1.2 สร้างแบบวิเคราะห์เอกสารโดยกำหนดประเด็นการวิเคราะห์เอกสารและจัดทำหัวข้อย่อยและตารางการวิเคราะห์ตามประเด็นที่กำหนด โดยจำแนกเป็นสภาพที่คาดหวังและสภาพปัจจุบันคู่ขนานกันและตอนท้ายกำหนดตารางหัวข้อสรุปผลเปรียบเทียบข้อมูลทั้ง 2 ส่วน
 - 1.3 นำแบบวิเคราะห์เอกสารที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ และผู้ทรงคุณวุฒิภายในสถาบันการศึกษาที่ผู้วิจัยสังกัดเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของแบบวิเคราะห์เอกสารเชิงทฤษฎีรวมถึงภาษาที่ใช้
 - 1.4 นำแบบวิเคราะห์เอกสารที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (content validity) ภาษาที่ใช้ และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบวิเคราะห์เอกสาร (Index of Item Objective Congruence : IOC) ค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ถือว่ามีความสอดคล้องกันในเกณฑ์ที่ยอมรับได้
 - 1.5 นำแบบวิเคราะห์เอกสารที่ปรับปรุงแก้ไขในเรื่องภาษา และรายละเอียดของประเด็นคำถามตามคำแนะนำของอาจารย์ และผู้ทรงคุณวุฒิ แล้วไปวิเคราะห์เอกสารข้อมูลพื้นฐานต่อไป
2. แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยสร้างและพัฒนา โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้
 - 2.1 ศึกษาเอกสาร ตำราเกี่ยวกับการสร้างแบบสัมภาษณ์ความต้องการรูปแบบการเรียนการสอนตามสภาพที่คาดหวังและสภาพปัจจุบัน
 - 2.2 สร้างแบบสัมภาษณ์ความต้องการรูปแบบการเรียนการสอนตามสภาพที่คาดหวังและสภาพปัจจุบัน โดยจำแนกเป็นสภาพที่คาดหวังและสภาพปัจจุบันคู่ขนานกันและตอนท้ายกำหนดตารางหัวข้อสรุปผลเปรียบเทียบข้อมูลทั้ง 2 ส่วน
 - 2.3 นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ และผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของแบบวิเคราะห์เอกสารเชิงทฤษฎี รวมถึงภาษาที่ใช้
 - 2.4 นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (content validity) ภาษาที่ใช้ และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ถือว่ามีความสอดคล้องกันในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ การวิเคราะห์ข้อมูลความเหมาะสมสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์ โดยใช้การคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องตามสูตร (Rowinelli and Hambelton 1997. อ้างถึงใน พิชิต ฤทธิ์จรูญ 2544 : 273) นำข้อมูลที่รวบรวมจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่าดัชนี

ความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence) พบว่าได้ค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1 และปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ในรายละเอียดของภาษาให้ชัดเจน

2.5 นำแบบสัมภาษณ์ ที่ปรับปรุงแก้ไขในรายละเอียดของภาษาตามข้อเสนอแนะของอาจารย์และผู้เชี่ยวชาญ แล้วไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการเรียนการสอนตามแนวทฤษฎีสมรรถนิยม จำนวน 2 ท่าน ผู้บริหารทางการศึกษา จำนวน 2 ท่าน อาจารย์ 3 ท่าน และนักศึกษา 8 ท่าน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษาทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ความสามารถในการวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การประเมินค่า และการแก้ปัญหา ระหว่างกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุม และระหว่างก่อนการทดลองและหลังการทดลอง โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบค่าทีแบบอิสระ (t-test independent) และแบบไม่อิสระ (t-test dependent)

2. วิเคราะห์ข้อมูลพัฒนาการของความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษาในช่วงระหว่างการเรียนรู้ตามรูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนิยมโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

3. วิเคราะห์ข้อมูลจากบันทึกหลังการสอนของผู้สอนและบันทึกผลการเรียนรู้ของผู้เรียน ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนิยมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรีเป็นการประยุกต์ร่วมกับกระบวนการวิจัยและพัฒนาตามทฤษฎีสมรรถนิยมร่วมกับการออกแบบการเรียนการสอนเชิงระบบของจอยซ์ เวลล์ และแคลฮอน นักการศึกษา นักจิตวิทยา และนักวิชาการที่หลากหลาย โดยรูปแบบการเรียนการสอนตามทฤษฎีสมรรถนิยมไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง มีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี จาก
การนำรูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนียมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคกับรูปแบบการ
เรียนการสอนแบบปกติ

ความสามารถใน การเผชิญ อุปสรรค		กลุ่ม ตัวอย่าง	คะแนน เต็ม	$\bar{X}$	S.D.	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ	ระดับ	t	P
องค์ประกอบ โดยรวม 4 ด้าน	ก่อน เรียน	กลุ่ม ทดลอง	40	16.32	5.00	47.15	ต่ำมากต้อง ปรับปรุง	0.54	0.62
		กลุ่ม ควบคุม		17.84	5.34	48.78	ต่ำมากต้อง ปรับปรุง		
	หลัง เรียน	กลุ่ม ทดลอง	40	29.79	2.83	82.86	สูง	7.99*	0.00
		กลุ่ม ควบคุม		22.98	5.65	63.67	ปานกลาง		

*p-value < .05

เมื่อเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการเผชิญอุปสรรคก่อนเรียน โดยรวมได้แก่ ความสามารถในการ
ด้านการควบคุม ความสามารถในการด้านสาเหตุและความรับผิดชอบ ความสามารถในการด้านความเข้าใจ ความสามารถในการ
ด้านความอดทน ระหว่างกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t=0.54$,
 $P=0.62$) แสดงให้เห็นว่าความสามารถในการเผชิญอุปสรรค 4 ด้าน ได้แก่ ความสามารถในการด้านการควบคุม
ความสามารถในด้านสาเหตุและความรับผิดชอบ ความสามารถในการด้านความเข้าใจ ความสามารถในการด้านความอดทน
ของนักศึกษาในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมก่อนเรียนไม่แตกต่างกัน และเมื่อเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการ
เผชิญอุปสรรคหลังเรียน โดยรวม พบว่า คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มทดลองสูงกว่ากลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ .05 ($t=7.99$, $P=0.00$)

ผลการวิจัย ยอมรับสมมติฐานของการวิจัยข้อที่ 1 ที่ตั้งไว้ว่าความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรีที่เรียนตามรูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนียมสูงกว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรีที่เรียนตามรูปแบบการเรียนการสอนปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาพัฒนาการของความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี ในช่วงระหว่างการเรียนตามการใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนิยมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรี กลุ่มทดลองโดยรวมพบว่า

ความสามารถในการเผชิญอุปสรรค	ช่วงเวลาการทดสอบ	คะแนนเต็ม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ร้อยละเฉลี่ย	ความสามารถในการเผชิญอุปสรรค
องค์ประกอบโดยรวม 4 ด้าน	ก่อนเรียน	40	16.25	5.00	48.18	ต่ำมากต้องปรับปรุง
	ครั้งที่ 1	40	29.39	3.28	78.95	ปานกลาง
	ครั้งที่ 2	40	29.64	3.54	80.49	สูง
	ครั้งที่ 3	40	29.83	2.83	84.28	สูง
	หลังเรียน	40	29.97	2.78	84.65	สูง

จากการทดสอบก่อนเรียน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 16.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 5.00 คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 48.18 เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า ความสามารถในการเผชิญอุปสรรค อยู่ในระดับต่ำมากต้องปรับปรุง

ช่วงระหว่างเรียน ทดสอบครั้งที่ 1 มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 29.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.28 คะแนนเฉลี่ยร้อยละ เท่ากับ 78.95 เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า ความสามารถในการเผชิญอุปสรรค อยู่ในระดับปานกลาง

ช่วงระหว่างเรียน ทดสอบครั้งที่ 2 มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 29.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.54 มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ เท่ากับ 80.49 เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า ความสามารถในการเผชิญอุปสรรค อยู่ในระดับสูง

ช่วงระหว่างเรียน ทดสอบครั้งที่ 3 มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 29.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.83 มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ เท่ากับ 84.28 เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า ความสามารถในการเรียนรู้อยู่ในระดับสูง

จากการทดสอบหลังเรียน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 29.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.78 มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ เท่ากับ 84.65 เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า ความสามารถในการเผชิญอุปสรรค อยู่ในระดับสูง

อภิปรายผล

ความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรีที่เรียนด้วยการใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนิยมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคกับรูปแบบการเรียนการสอนแบบปกติ พบว่า ความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรีที่เรียนด้วยการใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนิยมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคที่เรียนด้วยรูปแบบการเรียนการสอนปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยข้อที่ 1 นอกจากนี้เมื่อพิจารณาองค์ประกอบความสามารถในการเผชิญอุปสรรคโดยรวม 4 ด้านพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ระดับปริญญาตรีกลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการเผชิญอุปสรรคสูงกว่ากลุ่มควบคุม สอดคล้องกับการศึกษา

ของ (พระพรหมคุณาภรณ์ (ประยุทธ์ ปยุตฺโต). 2549: 52-55) พบว่า จากการบูรณาการหลักแนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการเผชิญอุปสรรคและอริยสัจ 4 ทำให้ผู้เรียนสามารถแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพและเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของตนให้เพิ่มขึ้นได้ และอีเวนเซน (Evensen. 2000) ยังได้กล่าวเพิ่มเติมว่าการเรียนรู้ด้วยตนเองช่วยทำให้การเรียนรู้ของผู้เรียนสมบูรณ์มากขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นความรับผิดชอบของผู้เรียนที่ทำให้เกิดความก้าวหน้าในการเรียน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของแชมมณีและคณะ (2545) ที่กล่าวว่าการจัดการเรียนการสอนตามทฤษฎีสมรรถนะที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผู้เรียนจะต้องมีโอกาสเรียนรู้ในบรรยากาศที่เอื้อต่อการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การร่วมมือ และการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด และประสบการณ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน และบุคคลอื่น ๆ ซึ่งจะช่วยทำให้การเรียนรู้ของผู้เรียนกว้างขึ้น ชับซ้อนขึ้นและหลากหลายขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ก่อนที่ผู้สอนจะนำการใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนะเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคไปใช้จัดการเรียนรู้ให้กับผู้เรียน ควรทำความเข้าใจในรูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนะอย่างละเอียดและชัดเจนก่อนทุกครั้ง
2. เมื่อผู้สอนนำรูปแบบการเรียนการสอนไปใช้ควรกระตุ้น ส่งเสริม และชี้แนะกระบวนการในการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลให้กับผู้เรียน และการประเมินค่าเป็นทักษะการคิดขั้นสูงสุด ดังนั้น ในการพัฒนาความสามารถในการประเมินค่าจำเป็นต้องเพิ่มระยะเวลาในการพัฒนาให้นานขึ้นและต้องเป็นไปอย่างต่อเนื่อง
3. การนำการใช้รูปแบบการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีสมรรถนะเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคไปใช้ควรคำนึงถึงลักษณะที่คล้ายคลึงและแตกต่างกันของผู้เรียนกับกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงบริบทของสถานศึกษาและวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กมลรัตน์ หล้าสูงษ์. (2528). **จิตวิทยาการศึกษา ฉบับปรับปรุงใหม่**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- เกษร ภูมิดี. (2546). **การศึกษาความสามารถในการเผชิญและฝ่าฟันอุปสรรค (AQ) ของนักเรียนที่มีบุคลิกภาพและรูปแบบการอบรมเลี้ยงดูต่างกัน**. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา) มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ชนิษฐา วิทยาอนุมาส. (2530). **“การวิจัยแบบเดลฟาย : เทคนิคและปัญหาที่พบในการวิจัย,”** ในรวมบทความเกี่ยวกับการวิจัยการศึกษา. กองวิจัยการศึกษาสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. หน้า 24-41. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์น.
- ชม ภูมิภาค. (2523). **จิตวิทยาการเรียนการสอน**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ชวนจิตร ฐระทอง. (2544). **เชาวน์ปัญญา เชาวน์อารมณ์ และความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของหัวหน้าแผนกขาย ในธุรกิจสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (คณะศิลปศาสตร์) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เจดศักดิ์ ไขวาสินธุ์. (2530). **การฝึกสมรรถภาพสมองเพื่อพัฒนาคุณภาพการคิด**. ปรินิพนธ์ กศ.ด. (การวิจัยและพัฒนาหลักสูตร). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

นัยพินิจ คชภักดี. (2539). พัฒนาศักยภาพเสริมสร้างเยาวชนปัญญา. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊ค.

ธิดา จิตติพานิชยางกูร. (2550). ปัจจัยบางประการที่ส่งผลต่อความมั่นคงทางอารมณ์และความสามารถในการเผชิญปัญหาและฟันฝ่าอุปสรรคของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในเขตพื้นที่การศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 3. ปรินญา นิพนธ์ กศ.ม. (การวิจัยและสถิติทางการศึกษา) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ทศนา แหมมณี. (2543). การคิดและการสอนคิด. ในประมวลบทความนวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้สำหรับครูยุคปฏิรูปการศึกษา. หน้า 93-98. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

NBUS0115: การศึกษาระบบควบคุมภายในที่มีต่อผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี

STUDY OF INTERNAL CONTROL SYSTEMS ON THE FACTORY PERFORMANCE SARABURI PROVINCE

ศิริลักษณ์ คำจันทวงษ์¹ ศิริพร แผนดี² อธิรัตน์ วงษ์กาฬสินธุ์³

^{1,2} นักศึกษาปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

³ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระบบควบคุมภายในที่มีต่อผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี และ 2) เพื่อเป็นแนวทางในการกำกับดูแลระบบควบคุมภายใน โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามไปยังเจ้าหน้าที่ควบคุมภายในของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี จำนวน 250 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า เจ้าหน้าที่ควบคุมภายในมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบควบคุมภายในโดยรวมอยู่ในระดับมากและเจ้าหน้าที่ควบคุมภายในมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ระบบควบคุมภายใน ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม ด้านการประเมินความเสี่ยง ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร ด้านการติดตามประเมินผลมีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี

โดยสรุป ระบบควบคุมภายในมีผลต่อผลการดำเนินงาน ดังนั้นผู้บริหารควรตระหนักถึงความสำคัญของระบบควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม โดยการกำหนดนโยบายการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษรให้บุคลากรในองค์กรมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นร่วมกันในการปฏิบัติงาน ด้านการประเมินความเสี่ยง โดยจัดให้มีการประเมินความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานอย่างรัดกุม รวมถึงด้านสารสนเทศและการสื่อสารและด้านการติดตามประเมินผล ควรมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ

คำสำคัญ: ระบบควบคุมภายใน, ผลการดำเนินงาน, เจ้าหน้าที่ควบคุมภายใน

Abstract

The purpose of this research were 1) to study the internal control system on the operation of industrial factories and 2) to be a guideline for overseeing the internal control system. The researcher distributed the questionnaire to the internal control officer of the factory Saraburi province, 250 people. Statistical analysis, excess, standard deviation and multiple regression analysis.

The results of the research showed that the internal control officers have a high level of opinions regarding the internal control system and the internal control officers have a high level of opinions regarding the operation.

From the analysis of the relationship, it is found that the internal control system has an effect on the performance of industrial factories. Saraburi province, consisting of Environmental control, Risk assessment, Information and communication, Monitoring and evaluation

In summary, the internal control system has an impact on the operation results. Therefore, management should be aware of the importance of the internal control system regarding the control environment. By defining work policies clearly in writing, personnel in the organization are involved in the joint opinion in the operation. Risk assessment by providing a thorough assessment of the risks arising from operations. Including information and communication and monitoring and evaluation there should be monitoring and evaluation of the operation regularly.

Keywords: Internal control system, Performance, Internal control officer

บทนำ

สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้กำหนด Mission statement ว่าในอนาคตประเทศไทย จะเป็นประเทศที่มีการกระจายรายได้สูง มีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและเป็นศูนย์กลางด้านการขนส่ง โลจิสติกส์และยังเป็นแหล่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งระบบควบคุมภายในถือเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับผู้บริหารในการนำมาใช้ในการกำกับดูแลบุคลากรในองค์กรให้ทำงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

ระบบควบคุมภายในมีบทบาทสำคัญต่อการบริหารองค์การของการดำเนินธุรกิจและเป็นองค์ประกอบอย่างหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ระบบควบคุมภายในเป็นเครื่องมือการปฏิบัติงานในองค์กร โดยคณะกรรมการผู้บริหารทุกระดับ และบุคลากรทุกคนมีบทบาทร่วมกันเพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการควบคุมภายใน ซึ่งเป็นกลไกที่มีความสำคัญที่ช่วยในการกำกับดูแลและควบคุมการดำเนินงานในด้านต่างๆ โดยใช้องค์ประกอบการควบคุมภายใน 5 ประการ คือ ด้านสภาพแวดล้อมของการควบคุม ด้านการประเมินความเสี่ยง ด้านกิจกรรมการควบคุม ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร ด้านการติดตามและประเมินผล (จันทนา สาขากร, 2554) ทำให้บุคลากรมีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพบรรลุตามเป้าหมายขององค์กร

ผลการดำเนินงาน เป็นตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรให้ดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพสูงสุด โดยให้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า มีความโปร่งใสทางการเงินสามารถตรวจสอบได้ และปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่กฎหมายกำหนด

จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการศึกษาระบบควบคุมภายในที่มีต่อผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี ซึ่งจะก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรที่ผู้บริหารต้องการ และมีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพต่อองค์กรเพื่อผลลัพธ์ที่ดีและมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

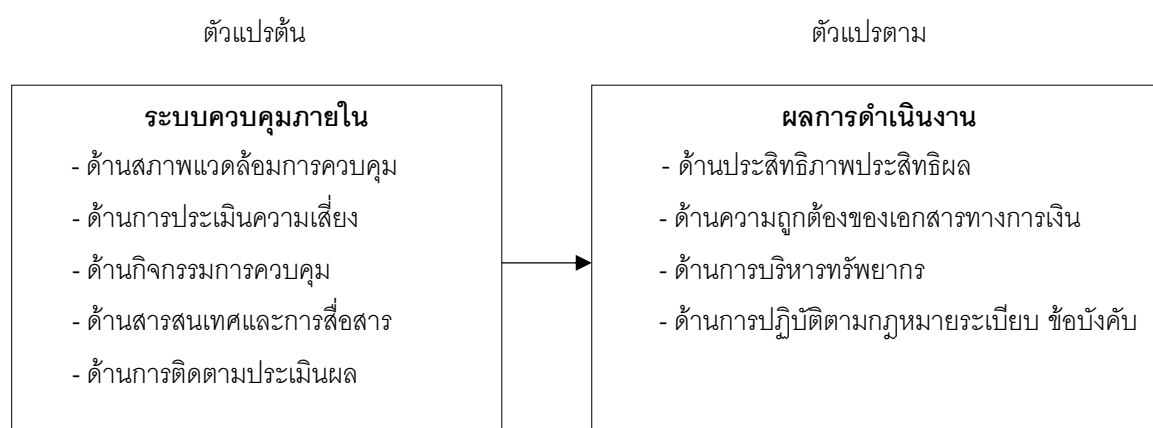
1. เพื่อศึกษาระบบควบคุมภายในที่มีต่อผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี
2. เพื่อเป็นแนวทางในการกำกับดูแลระบบควบคุมภายใน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถทราบถึงระบบควบคุมภายในที่มีต่อผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี
2. เป็นแนวทางในการกำกับดูแลติดตามระบบควบคุมภายในได้

กรอบแนวคิด

การศึกษาระบบควบคุมภายในที่มีต่อผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี ซึ่งแสดงได้ตามกรอบแนวคิดการวิจัย ดังต่อไปนี้



ประยุกต์จากการตรวจสอบและการควบคุมภายใน
(จันทนา สาขากรและคณะ : 2554)

ประยุกต์จากผลกระทบของระบบการควบคุมภายใน
ต่อผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
ในจังหวัดนครราชสีมา
(กัลณี ด้านทองหลาง : 2560)

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากร ในการศึกษาครั้งนี้คือ เจ้าหน้าที่ควบคุมภายในของโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 668 แห่ง (สำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี. 2562)

กลุ่มตัวอย่าง ในการทำวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีแบบสุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะคำนึงถึงโอกาสและความน่าจะเป็น การกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการคำนวณสูตรของ Taro Yamane ได้จำนวน 250 คนระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ 95% ค่าความคาดเคลื่อนไม่เกิน 5% (ยุทธ ไทยวรรณ. 2548)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลระบบควบคุมภายในที่มีต่อผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาสร้างแบบสอบถาม สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดซึ่งสอดคล้องกับระบบการควบคุมภายใน (จันทนา สาขากร และคณะ. 2554) และผลการดำเนินงาน (กัลณี ด้านทองหลาง. 2560) ส่งแบบสอบถามให้กับอาจารย์ที่ปรึกษา แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านหลักสูตร เนื้อหา กระบวนการ ภาษาและการวัด ประเมินตรวจสอบ จากนั้นทำการส่งแบบถามนอกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม สัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ 0.92 ในการหาความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient) ที่ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.92 ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก หมายถึง แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้ (ศิริชัย กาญจนวาสี. 2544) เมื่อแบบสอบถามสมบูรณ์แบบทำการเก็บแบบสอบถามจาก เจ้าหน้าที่ควบคุมภายในของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี จำนวน 250 ชุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
2. ขออนุญาตราชการจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ พร้อมกับแบบสอบถามที่ส่งไปยังประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี จำนวน 250 แห่ง เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
3. ดำเนินการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์หรือทางออนไลน์ให้กับเจ้าหน้าที่ควบคุมภายในของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี จำนวน 250 ฉบับ
4. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาระบบควบคุมภายในที่มีต่อผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี ในการศึกษาครั้งนี้ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการคำนวณค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับระบบควบคุมภายในที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อหาค่าสถิติดังต่อไปนี้

1. สถิติพื้นฐาน
 - ค่าร้อยละ (Percentage)
 - ค่าเฉลี่ย (Mean)
 - ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
 - การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาระบบควบคุมภายในที่มีต่อผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระบบควบคุมภายในที่มีต่อผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี
2. เพื่อเป็นแนวทางในการกำกับดูแลระบบควบคุมภายใน

ตาราง 1 จำนวนและค่าร้อยละของของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	
	$\bar{X}$	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	80	32.00
หญิง	170	68.00
รวม	250	100
2. อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	61	24.40
30-40 ปี	125	50.00
41-50 ปี	55	22.00
51 ปีขึ้นไป	9	3.60
รวม	250	100
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	6	2.40
ปริญญาตรี	194	77.60
ปริญญาโท	50	20.00
สูงกว่าปริญญาโท	0	0.00
รวม	250	100
4. ระดับรายได้		
ต่ำกว่า 15,000	14	5.60
15,000 – 20,000	30	12.00
20,001 – 25,000	46	18.40
25,001 – 30,000	75	30.00
30,001 – 35,000	49	19.60
มากกว่า 35,000	36	14.40
รวม	250	100

ตาราง 1 จำนวนและค่าร้อยละของของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกข้อมูลส่วนบุคคล (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	
	$\bar{X}$	ร้อยละ
5. ประสบการณ์ในการทำงาน		
น้อยกว่า 5 ปี	55	22.00
5-10 ปี	107	42.80
11-15 ปี	67	26.80
16 ปีขึ้นไป	21	8.40
รวม	250	100
6. รูปแบบกลุ่มอุตสาหกรรมที่ท่านปฏิบัติงาน		
อุตสาหกรรมก่อสร้างและเซรามิค	130	52.00
อุตสาหกรรมโลหะและอโลหะ	53	21.20
อุตสาหกรรมเคมีและพลาสติก	30	12.00
อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	37	14.80
รวม	250	100

จากตาราง 1 พบว่า เจ้าหน้าที่ควบคุมภายในส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 170 คน (ร้อยละ 68) อายุ 30-40 ปี จำนวน 125 คน (ร้อยละ 50) ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 194 คน (ร้อยละ 77.60) ระดับรายได้ 25,001-30,000 บาท จำนวน 75 คน (ร้อยละ 30) ประสบการณ์ในการทำงาน 5-10 ปี จำนวน 107 คน (ร้อยละ 42.80) รูปแบบกลุ่มอุตสาหกรรมที่ท่านปฏิบัติงาน อุตสาหกรรมก่อสร้างและเซรามิค จำนวน 130 คน (ร้อยละ 52)

ตาราง 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบควบคุมภายในโดยรวมของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี

ระบบควบคุมภายในโดยรวม	กลุ่มตัวอย่าง (n=250)		แปลผล
	$\bar{X}$	S.D	
1. ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม	4.13	0.43	มาก
2. ด้านการประเมินความเสี่ยง	4.03	0.54	มาก
3. ด้านกิจกรรมการควบคุม	4.17	0.46	มาก
4. ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร	4.10	0.52	มาก
5. ด้านการติดตามประเมินผล	4.09	0.57	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.10	0.50	มาก

จากตาราง 2 พบว่า เจ้าหน้าที่ควบคุมภายในของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบควบคุมภายในโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ด้านกิจกรรมการควบคุม ($\bar{X} = 4.17$) ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม ($\bar{X} = 4.13$) ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร ($\bar{X} = 4.10$) ด้านการติดตามประเมินผล ($\bar{X} = 4.09$) และด้านการประเมินความเสี่ยง ($\bar{X} = 4.03$)

ตาราง 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวมของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี

ผลการดำเนินงานโดยรวม	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
1. ด้านประสิทธิภาพประสิทธิผล	4.15	0.50	มาก
2. ด้านความถูกต้องของเอกสารทางการเงิน	3.97	0.58	มาก
3. ด้านการบริหารทรัพยากร	4.14	0.56	มาก
4. ด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ	4.39	0.49	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.16	0.53	มาก

จากตาราง 3 พบว่า เจ้าหน้าที่ควบคุมภายในของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ($\bar{X} = 4.39$) ด้านประสิทธิภาพประสิทธิผล ($\bar{X} = 4.15$) ด้านการบริหารทรัพยากร ($\bar{X} = 4.14$) และด้านความถูกต้องของเอกสารทางการเงิน ($\bar{X} = 3.97$)

ตาราง 4 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับระบบควบคุมภายในที่มีต่อผลการดำเนินงานโดยรวมของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี

ระบบควบคุมภายใน	ผลการดำเนินงานโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่(a)	1.087	0.196	5.553	0.000*
1. ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม(CE)	0.321	0.051	6.345	0.000*
2. ด้านการประเมินความเสี่ยง(RA)	0.096	0.049	1.968	0.050*
3. ด้านกิจกรรมการควบคุม(CA)	0.064	0.046	1.401	0.162
4. ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร(IC)	0.134	0.036	3.681	0.000*
5. ด้านการติดตามประเมินผล(ER)	0.236	0.057	4.180	0.000*
F = 52.428, p = 0.000, Adj R ² = 0.508				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ระบบควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม ด้านการประเมินความเสี่ยง ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร ด้านการติดตามประเมินผล มีผลกระทบเชิงบวกต่อระบบควบคุมภายในโดยรวมที่มีต่อผลการดำเนินงาน ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 เพื่อศึกษาระบบควบคุมภายในที่มีต่อผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี และ เพื่อเป็นแนวทางในการกำกับดูแลระบบควบคุมภายใน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถนำไปสร้างสมการได้ และเพื่อความสะดวกในการนำเสนอขอใช้สัญลักษณ์แทนแต่ละตัวแปรดังนี้

(CE) = ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม

(RA) = ด้านการประเมินความเสี่ยง

(CA) = ด้านการติดตามประเมินผล

(IC) = ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร

(ER) = ด้านการติดตามประเมินผล

(PF) = ผลการดำเนินงานโดยรวม

ดังนั้น จึงสามารถสร้างสมการปัจจัยในการปฏิบัติงานได้ดังนี้

$$PF = 1.087 + 0.321(CE) + 0.096(RA) + 0.134(IC) + 0.236(ER)$$

ซึ่งจากสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ประสิทธิผลการดำเนินงานโดยรวม ส่งผลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (F = 52.428, p = 0.000) และค่าสัมประสิทธิ์ของพยากรณ์ Adj R² = 0.508

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาระบบควบคุมภายในที่มีต่อผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรมจังหวัดสระบุรี ได้ดังนี้

เจ้าหน้าที่ควบคุมภายในของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อัตราเงินเดือน 25,001-30,000 บาท มีประสบการณ์ในการทำงาน 5-10 ปี และปฏิบัติงานในรูปแบบกลุ่มอุตสาหกรรมก่อสร้างและเซรามิก

เจ้าหน้าที่ควบคุมภายในของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบควบคุมภายในโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม ด้านการประเมินความเสี่ยง ด้านกิจกรรมการควบคุม ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร ด้านการติดตามประเมินผล

เจ้าหน้าที่ควบคุมภายในของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านประสิทธิภาพประสิทธิผล ด้านความถูกต้องของเอกสารทางการเงิน ด้านการบริหารทรัพยากร ด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ

ระบบควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม ด้านการประเมินความเสี่ยง ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร ด้านการติดตามประเมินผล มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ดังนั้นผู้บริหารควรตระหนักถึงความสำคัญของระบบควบคุมภายในโดยการนำเอาระบบควบคุมภายในมาช่วยในการกำกับดูแลกิจการ ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม โดยการกำหนดนโยบายการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษรให้บุคลากรในองค์กรมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นร่วมกันในการปฏิบัติงาน ด้านการประเมินความเสี่ยง โดยจัดให้มีการประเมินความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานอย่างรัดกุม รวมถึงด้านสารสนเทศและการสื่อสาร และด้านการติดตามประเมินผล ควรมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง การศึกษาระบบควบคุมภายในที่มีต่อผลการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี ในภาพรวม ได้ดังนี้

1. เจ้าหน้าที่ควบคุมภายในของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบควบคุมภายในอยู่ในระดับมากทุกด้าน ระบบควบคุมภายใน ประกอบด้วย ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม ด้านการประเมินความเสี่ยง ด้านกิจกรรมการควบคุม ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร และด้านการติดตามประเมินผล เนื่องจากบุคลากรในองค์กรมีความเข้าใจในหน้าที่ของตน มีความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายเป็นอย่างดี ซึ่งจะส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร ทั้งนี้องค์กรยังได้มีการกำหนดนโยบายการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร โดยให้บุคลากรในองค์กรมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นร่วมกันในการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นสิ่งที่จะส่งผลให้การทำงานร่วมกันมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยมีการจัดลำดับความเสี่ยงหรือการประเมินความเสี่ยงที่เกิดขึ้นอย่างรัดกุม เพิ่มโอกาสให้การปฏิบัติงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ โดยมีการพิจารณาความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายจากการควบคุมหรือการจัดการกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นตามความจำเป็นหรือตามความเหมาะสม ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานและตัดสินใจได้อย่างทันทั่วถึง และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับองค์กรภายนอกเพื่อให้ระบบสารสนเทศมีการพัฒนายิ่งขึ้นองค์กรได้มีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน โดยให้บุคลากรในองค์กรมีส่วนร่วมในงานต่างๆทั้งมีการรายงานผลให้ผู้บริหารได้รับทราบ

จะทำให้การดำเนินงานขององค์กรมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลณี ด้านทองกลาง (2560) ได้ศึกษาผลกระทบของระบบการควบคุมภายในต่อผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการควบคุมภายใน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้บริหารหน่วยงานเป็นผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดนโยบายและมาตรการควบคุมของรัฐ จัดให้มีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสม

2. เจ้าหน้าที่ควบคุมภายในของโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ด้านประสิทธิภาพประสิทธิผล ด้านการบริหารทรัพยากร และด้านความถูกต้องของเอกสารทางการเงิน ตามลำดับ เนื่องจากองค์กรให้ความสำคัญกับการดำเนินงานให้เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับอย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งมีการติดตามการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามความถูกต้อง เหมาะสม โดยยึดมั่นต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและส่วนรวมเป็นหลัก เพื่อหลีกเลี่ยงการกระทำที่ก่อให้เกิดการเสื่อมเสียชื่อเสียง โดยการจัดทำรายงานทางการเงินให้มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ นั้น ต้องมีการเปิดเผยรายงานทางการเงินอย่างเพียงพอ ครบถ้วนให้กับบุคคลที่เกี่ยวข้องรับทราบ และมีการติดตามปรับปรุง แก้ไข ข้อบกพร่องในการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ มีระบบการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยมีแผนหรือคู่มือในการกำหนดวิธีปฏิบัติอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนชนก จันยง (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของพนักงานในองค์กร ไม่แสวงหาผลกำไร พบว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ความสำคัญกับเรื่องการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามาเป็นอันดับแรก องค์กรไม่แสวงหากำไรมีความสามารถในการกระตุ้นให้พนักงานให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าโดยที่องค์กรต้องสร้างความเข้าใจในกฎระเบียบข้อบังคับเรื่องถึงวัฒนธรรมที่ดีขององค์กรเพื่อให้พนักงานเกิดความเข้าใจและสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเต็มใจสอดคล้องกับสมมติฐาน

3. ระบบควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม ด้านการประเมินความเสี่ยง ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร ด้านการติดตามประเมินผล มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน เนื่องจากหากมีระบบควบคุมภายในที่ดีก็จะส่งผลให้มีผลการดำเนินงานและมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี ดังนั้นผู้บริหารควรตระหนักถึงความสำคัญของระบบควบคุมภายในโดยมีการกำกับดูแล ควบคุม ด้านการประเมินความเสี่ยง ควรจัดให้มีการประเมินความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานอย่างรัดกุม รวมถึงด้านสารสนเทศและการสื่อสาร และด้านการติดตามประเมินผล ควรมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ โดยมีด้านสภาพแวดล้อมการควบคุมที่ผู้บริหารควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก เพราะระบบการควบคุมภายในควรมีการควบคุมสภาพแวดล้อมหรือติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ซึ่งจะส่งผลต่อผลการดำเนินงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วันเพ็ญ แดงเสน และ พิษณุภา ยืนยาว (2560) ได้ศึกษา การควบคุมภายในที่ส่งผลต่อการบริหารงบประมาณของสถานศึกษาที่สอนเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญา สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ พบว่าการควบคุมภายในของสถานศึกษาที่สอน เด็กที่มีความบกพร่องทางด้านสติปัญญาในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก พบว่า สภาพแวดล้อมของการควบคุมเป็นสิ่งที่ผู้บริหารควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก เนื่องจาก ผู้บริหารสถานศึกษาเป็นผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดนโยบายและมาตรการควบคุมของโรงเรียน จัดให้มีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสมตามระเบียบคณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดินว่าด้วยการกำหนดมาตรฐานการควบคุมภายใน พ.ศ. 2544

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาเก็บข้อมูลจากผู้บริหารของโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น
2. ในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลควรมีการติดต่อกับโรงงานอุตสาหกรรมแต่ละแห่งก่อน เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ง่าย

เอกสารอ้างอิง

- จันทนา สาขารและคณะ. (2554). **การตรวจสอบและการควบคุมภายใน**. กรุงเทพฯ: ทีพีเอ็นเพรส.
- สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน. (2552). **แนวทาง : การจัดวางระบบการควบคุมภายในและการประเมินผลการควบคุมภายใน**. กรุงเทพฯ: ซีเอสเอ็ม โฟร์ กราฟฟิกส์.
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2549). **สถิติเพื่อการวิจัย**. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- สุวินชา การพัคชี. (2555). **การวิเคราะห์ประสิทธิภาพระบบการควบคุมภายในของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร**. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- กัลณี ด้านทองกลาง. (2560). **ผลกระทบของระบบการควบคุมภายในต่อผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดนครราชสีมา**. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2544). **ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตน์ชนก จันยัง. (2557). **ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของพนักงานในองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร**. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิร.
- วันเพ็ญ แดงเสน และ พิษณุภา ยืนยาว. (2560). **การควบคุมภายในที่ส่งผลต่อการบริหารงบประมาณของสถานศึกษาที่สอนเด็กที่มีความบกพร่องทางสติปัญญาสังกัดสำนักงานบริหารงานการศึกษา**. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- สำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดสระบุรี. (2562). **รายงานความเคลื่อนไหวการลงทุนด้านอุตสาหกรรมของจังหวัดสระบุรี**. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2562, จาก <http://www.industry.go.th/saraburi/>.
- Yu Tzu Changa, Hanchung Chenb, Rainbow K.Chengc, Wuchun Chi. (2018). **The impact of internal audit attributes on the effectiveness of internal control over operations and compliance**. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2562, จาก <https://www.sciencedirect.com/science/article/>.
- Keryn Chalmers, David Hay, Hichem Khelif, (2018). **Internal control in accounting research: A review**. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2562, จาก <https://www.sciencedirect.com/science/article/>.

NBUS0116: ปัจจัยในการเลือกประกอบอาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยประยุกต์ใช้กระบวนการคิดเชิงลำดับชั้น (ANALYTIC HIERARCHY PROCESS: AHP)

FACTORS IN CHOOSING THE CAREER OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANT IN BANGKOK METROPOLITAN REGION BY ANALYTIC HIERARCHY PROCESS

อุลัษวรรณ สารคำ¹ อนุชรา นากองศรี² ธิติรัตน์ วงษ์กาฬสินธุ์³

^{1,2} นักศึกษาปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

³ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยการเลือกประกอบอาชีพในสายอาชีพบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) เพื่อศึกษาลำดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกประกอบอาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยการเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) ซึ่งการวิจัยได้ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดของแผนภาพก้างปลาและกระบวนการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) เพื่อหาปัจจัยแล้วจึงกลับมาจัดทำแบบสอบถามโดยประยุกต์ใช้เกณฑ์ การตัดสินใจเชิงลำดับชั้น (AHP) โดยใช้โปรแกรม Microsoft Excel เพื่อใช้คำนวณหาลำดับความสำคัญกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 5 ท่าน เพื่อหาการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพในสายอาชีพบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ทำให้ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่เลือกประกอบอาชีพในสายอาชีพบัญชี ลำดับแรก คือ ด้านความสำเร็จในชีวิต รองลงมาด้านการยอมรับ ยกย่อง เกียรติยศชื่อเสียง ด้านสังคมและเศรษฐกิจ ด้านความมั่นคง และด้านกายภาพ ตามลำดับทำให้ทราบปัจจัยและลำดับความสำคัญของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่เลือกประกอบอาชีพในสายอาชีพบัญชี

โดยสรุปว่า ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตให้ความสำคัญกับการเลือกประกอบอาชีพในสายอาชีพบัญชีมากที่สุด คือ ด้านความสำเร็จในชีวิต พิจารณาถึง การประกอบอาชีพในสายอาชีพบัญชีที่สูงสุดในวิชาชีพบัญชี คือ เป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตถือว่าประสบความสำเร็จในวิชาชีพ ซึ่งมีรายได้สูงและการทำงานมั่นคง จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลือกประกอบอาชีพเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

คำสำคัญ: ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต, กระบวนการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP)

Abstract

The purposes of this research are 1) to study about factors influenced decision-making on accountancy of certified public accountants in Bangkok metropolitan region. 2) To study about order of magnitude of decision-making on accountancy of certified public accountants in Bangkok metropolitan region. Data was collected by focus group interview. This research was applied by fishbone diagram and

analytic hierarchy process (AHP) using Microsoft Excel to find out order of magnitude from 5 samples in order to find decision-making on accountancy of certified public accountants.

The results show that the first factor of decision-making on accountancy of certified public accountants in Bangkok metropolitan region is life success. The second one is dignity from economics, community and stability physically.

It is concluded that certified public accountants prioritize their life success. They chose life success, because they considered from high income and work stability those are important for decision-making on accountancy of certified public accountants.

Keywords: Certified public accountants, analytic hierarchy process (AHP)

บทนำ

ปัจจุบันมีอาชีพเกิดขึ้นมากมาย ซึ่งการเลือกประกอบอาชีพต้องเลือกตามความเหมาะสมของแต่ละบุคคล และต้องคำนึงถึงอาชีพที่เหมาะสมกับตนเองและมีความสุขกับการทำงาน และในปัจจุบันอาชีพบัญชี เป็นวิชาชีพที่สามารถทำงานได้หลายแขนง เช่น นักบัญชี ผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาษี ผู้ตรวจสอบบัญชี ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต การเลือกประกอบอาชีพมีหลายปัจจัย และจะต้องมีการตัดสินใจเลือกโดยอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ในการเลือกประกอบอาชีพ เป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและปัจจุบันในประเทศไทย มีผู้สอบบัญชี 1,446 คน อยู่ในกรุงเทพมหานคร 1,123 คน และปริมณฑล 323 คน

ซึ่งกระบวนการตัดสินใจที่ดีในการวิเคราะห์ปัจจัยหลาย ๆ ด้าน คือ กระบวนการตัดสินใจแบบวิเคราะห์ลำดับชั้น (AHP) เป็นกระบวนการตัดสินใจที่ใช้ในการวินิจฉัยเพื่อหา เหตุผล คือการแปลงสิ่งที่ไม่สามารถวัด ค่าในเชิงปริมาณมาพิจารณาในเชิงปริมาณโดยการกำหนดมาตราส่วนในการพิจารณา เพื่อให้ได้คำตอบที่เป็นไปได้ แบบมีเหตุผลโดยการกำหนดเป้าหมายและสร้างโครงสร้างของปัญหาที่ต้องการ พิจารณาออกมาเป็นลำดับชั้น ตามลำดับชั้นเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาจากเกณฑ์หลักสู่เกณฑ์รองตามลำดับเรียงลงมาเป็นชั้น ๆ จนถึงทางเลือก ซึ่งทำให้ผู้พิจารณาสามารถมองเห็น องค์ประกอบของปัญหาโดยรวมและเปรียบเทียบปัญหาอย่างเป็นเหตุเป็นผลในทุกปัจจัยที่พิจารณา ทำให้ผลการตัดสินใจมีความถูกต้องรัดกุมมากขึ้น ในการเลือกประกอบอาชีพเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

โดยผู้ประกอบวิชาชีพในด้านการสอบบัญชี เรียกว่า ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (CPA) เป็นผู้ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนและได้รับใบอนุญาตจากวิชาชีพบัญชี ต้องฝึกหัดงานสอบบัญชีเป็นเวลาต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี หรือ 3,000 ชั่วโมง โดยการรับตรวจสอบบัญชีและบริการตรวจสอบบัญชีและสอบผ่านครบ 6 วิชา และได้รับหนังสือแจ้งผล การสอบผ่านขั้นต่อไปคือการยื่นคำขอขึ้นทะเบียนเป็นผู้สอบรับอนุญาตตามพระราชบัญญัติวิชาชีพ ในการศึกษาการเลือกประกอบวิชาชีพในสายอาชีพบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต จึงทำให้ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตไม่เพียงพอ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่คนในสายวิชาชีพบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จะเลือก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจและวางแผนในการเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

วัตถุประสงค์การศึกษา

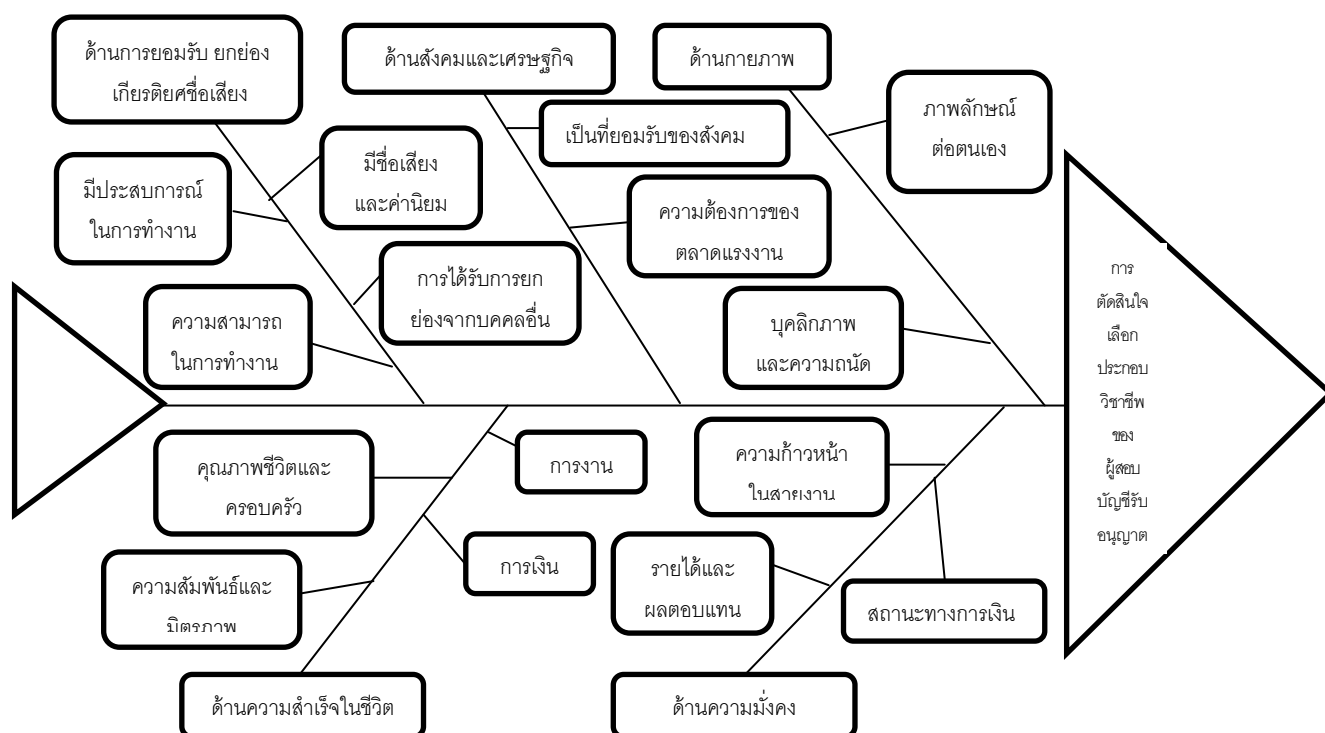
1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกประกอบวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต กรณีศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาลำดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกประกอบวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต กรณีศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ประโยชน์คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. สภาวิชาชีพบัญชีเข้าไปกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนผู้สอบบัญชีรับอนุญาต
2. ผู้ประกอบวิชาชีพใช้เป็นแนวทางในการวางแผนในการเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การตัดสินใจเลือกประกอบวิชาชีพในสายอาชีพบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ซึ่งการศึกษาต้องการหาคำตอบนี้ จะต้องเริ่มด้วยคำถามดังต่อไปนี้ การตัดสินใจที่ทำให้ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่เลือกประกอบอาชีพเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาต โดยใช้แผนภาพกังปลาในการวิเคราะห์ ดังภาพต่อไปนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกประกอบวิชาชีพในสายอาชีพบัญชีของผู้สอบบัญชีรับ อนุญาต (CPA) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ศึกษาหาปัจจัยและสาเหตุในการเลือกประกอบวิชาชีพในสายอาชีพบัญชีของผู้สอบ บัญชีรับอนุญาต (CPA) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยแบบสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) เพื่อหาปัจจัย แล้วจึงนำกลับมาจัดทำแบบสอบถามโดยประยุกต์ใช้เกณฑ์การตัดสินใจเชิง ลำดับชั้น เพื่อหาลำดับความสำคัญ
3. ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
4. ศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพของการเลือกประกอบวิชาชีพใน สายอาชีพบัญชีของผู้สอบบัญชี (CPA) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ขั้นตอนนี้จะศึกษา ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งจะนำไปวิเคราะห์หาค่าน้ำหนักความสำคัญที่มีผลต่อ การตัดสินใจในการเลือกประกอบวิชาชีพในสายอาชีพบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (CPA)
5. ดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเข้าเกณฑ์ จำนวน 5 คน
6. การวิเคราะห์และเก็บข้อมูล โดยการสร้างตารางการเปรียบเทียบเป็นคู่ ๆ เพื่อหาค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละปัจจัย โดยขั้นตอนนี้จะใช้แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (CPA) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
7. ประเมินค่าความสอดคล้องการตัดสินใจในลำดับปัจจัย
8. สรุปผลวิจัย ในขั้นตอนนี้จะทำการสรุปผลการวิจัย โดยการแสดงผลการวิเคราะห์ ค่าน้ำหนักและค่าความสำคัญในการตัดสินใจในแต่ละปัจจัยในการเลือกประกอบวิชาชีพในสายอาชีพบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (CPA) ประชากรกลุ่มตัวอย่าง การสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์โดยประยุกต์ใช้เกณฑ์การตัดสินใจเชิงลำดับชั้น เพื่อหาลำดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกประกอบวิชาชีพในสายอาชีพบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (CPA)

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษา คือ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (CPA) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีจำนวน 1,446 คน แบ่งเป็นกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,123 คน ปริมณฑลจังหวัดนนทบุรี จำนวน 173 คน จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 80 คน จังหวัดปทุมธานี จำนวน 40 คน จังหวัดนครปฐม จำนวน 19 คน และจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 11 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 9 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์โดยประยุกต์ใช้เกณฑ์การตัดสินใจเชิงลำดับชั้น เพื่อหาลำดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกประกอบวิชาชีพในสายอาชีพบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (CPA)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการพัฒนาเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย (IOC) โดยมีผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ใช้กระบวนการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น AHP เกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกประกอบวิชาชีพในสายอาชีพบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (CPA) ในการเก็บข้อมูลและใช้โปรแกรม Microsoft Excel เพื่อหาลำดับความสำคัญของการเลือกประกอบวิชาชีพในสายอาชีพบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การจัดโครงสร้างลำดับชั้นของการตัดสินใจ การวินิจฉัยเปรียบเทียบ ความสำคัญของเกณฑ์ในการเลือกประกอบวิชาชีพในสายอาชีพบัญชีผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (CPA) โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) ในการหาค่าน้ำหนักเกณฑ์ และการตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผล (Consistency Ratio: C.R.)

ผลการวิจัย

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (CPA) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโทพักอาศัยอยู่บ้านตนเอง รายได้ของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (CPA) ต่อเดือนอยู่ในช่วง 100,001-300,000 บาท วันที่ทำงานส่วนมากทำงาน 4-6 วัน ตำแหน่งงานที่ทำงานส่วนมากอื่น ๆ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (CPA) มีประสบการณ์การทำงาน 5-10 ปี มากที่สุด จำนวนงบการเงินที่รับตรวจสอบต่อปีส่วนมากอยู่ในช่วง 101-150 งบ

ตาราง 1 ลำดับความสำคัญของปัจจัยหลัก

ปัจจัยหลัก	คะแนนความสำคัญ	ลำดับ
ด้านความสำเร็จในชีวิต	0.33	1
ด้านการยอมรับ ยกย่อง เกียรติยศชื่อเสียง	0.26	2
ด้านสังคมและเศรษฐกิจ	0.20	3
ด้านความมั่นคง	0.13	4
ด้านกายภาพ	0.06	5

จากตาราง 1 พบว่า ปัจจัยหลักที่มีลำดับความสำคัญของการตัดสินใจเลือกประกอบวิชาชีพ ในสายอาชีพบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตพิจารณาถึงเป็นลำดับแรก คือ ด้านความสำเร็จในชีวิต รองลงมาด้านการยอมรับ ยกย่อง เกียรติยศชื่อเสียง ด้านสังคมและเศรษฐกิจ ด้านความมั่นคง และด้านกายภาพ

ตาราง 2 ลำดับความสำคัญของปัจจัยรอง

ปัจจัยรอง	คะแนนความสำคัญ	ลำดับ
ความต้องการของตลาดแรงงาน	0.1386	1
การเงิน	0.1050	2
การได้รับยกย่องจากบุคคลอื่น	0.0907	3
การงาน	0.0894	4
ความสัมพันธ์และมิตรภาพ	0.0838	5
มีชื่อเสียงและค่านิยม	0.0813	6

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยรอง	คะแนนความสำคัญ	ลำดับ
เป็นที่ยอมรับของสังคม	0.0642	7
รายได้และผลตอบแทน	0.0627	8
มีประสบการณ์ในการทำงาน	0.0585	9
คุณภาพชีวิตและครอบครัว	0.0518	10
บุคลิกภาพและความถนัด	0.0396	11
ความก้าวหน้าในสายงาน	0.0349	12
สถานะทางการเงิน	0.0306	13
ความสามารถในการทำงาน	0.0280	14
ภาพลักษณ์ต่อตนเอง	0.0166	15

จากตาราง 2 พบว่า ปัจจัยรองที่มีลำดับความสำคัญของการตัดสินใจเลือกประกอบวิชาชีพ ในสายอาชีพบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตพิจารณาถึงลำดับแรก คือ ความต้องการของตลาดแรงงาน รองลงมาการเงิน การได้รับยกย่องจากบุคคลอื่น การงาน ความสัมพันธ์และมิตรภาพ มีชื่อเสียงและค่านิยม มีชื่อเสียงและค่านิยม เป็นที่ยอมรับของสังคม รายได้และผลตอบแทน มีประสบการณ์ในการทำงาน คุณภาพชีวิตและครอบครัว บุคลิกภาพและความถนัด ความก้าวหน้าในสายงาน สถานะทางการเงิน ความสามารถในการทำงาน และภาพลักษณ์ต่อตนเอง

สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยหลักที่มีลำดับความสำคัญของการตัดสินใจเลือกประกอบวิชาชีพ ในสายอาชีพบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลำดับความสำคัญ จากมากไปน้อยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ คือ ด้านความสำเร็จในชีวิต ด้านการยอมรับ ยกย่อง เกียรติยศชื่อเสียง ด้านสังคมและเศรษฐกิจ ด้านความมั่นคง และด้านกายภาพ

1.1 ด้านความสำเร็จในชีวิต เมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายข้อลงไปพบว่า เป็นอันดับแรกด้านการเงิน รองลงมาเป็นด้านการงาน ด้านความสัมพันธ์และมิตรภาพ และด้านคุณภาพชีวิตและครอบครัว

1.2 ด้านการยอมรับ ยกย่อง เกียรติยศชื่อเสียง เมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายข้อลงไปพบว่า เป็นอันดับแรกด้านการได้รับยกย่องจากบุคคลอื่น รองลงมาเป็นด้านมีชื่อเสียงและค่านิยมมีประสบการณ์ในการทำงานและความสามารถในการทำงาน

1.3 ด้านสังคมและเศรษฐกิจ เมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายข้อลงไปพบว่า เป็นอันดับแรก ด้านความต้องการของตลาดแรงงาน รองลงมาเป็นด้านเป็นที่ยอมรับของสังคม

1.4 ด้านความมั่นคง เมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายข้อลงไปพบว่า เป็นอันดับแรกด้านรายได้และผลตอบแทน รองลงมาเป็นด้านความก้าวหน้าในสายงาน และด้านสถานะทางการเงิน

1.5 ด้านกายภาพ เมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายข้อลงไปพบว่า เป็นอันดับแรกด้านบุคลิกภาพและความถนัด รองลงมาเป็นด้านภาพลักษณ์ต่อตนเอง

2. ปัจจัยรองที่มีลำดับความสำคัญของการตัดสินใจเลือกประกอบวิชาชีพ ในสายอาชีพบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เมื่อพิจารณาภาพรวมเป็นรายด้าน พบว่า ลำดับความสำคัญของปัจจัยจากมากไปน้อยมีรายละเอียดดังนี้ คือ ความต้องการของตลาดแรงงาน การเงิน การได้รียกย่องจากบุคคลอื่น การงาน ความสัมพันธ์และมีมิตรภาพ มีชื่อเสียงและค่านิยม เป็นที่ยอมรับของสังคม รายได้และผลตอบแทน มีประสบการณ์ในการทำงาน คุณภาพชีวิต และครอบครัว บุคลิกภาพและความถนัด ความก้าวหน้าในสายงาน สถานะทางการเงิน ความสามารถในการทำงาน และภาพลักษณ์ต่อตนเอง

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตตัดสินใจเลือกประกอบวิชาชีพในสายอาชีพบัญชีเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตลำดับแรกคือด้านความสำเร็จในชีวิต เพราะ CPA หรือ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเป็นสิ่งที่ผู้อยู่ในสายงานวิชาชีพบัญชีต้องการ เพื่อที่จะได้การยอมรับในสายงานของวิชาชีพบัญชี ซึ่งถือว่าเป็นการประสบความสำเร็จในวิชาชีพอีกระดับหนึ่งของ นักบัญชี และเป็นอีกหนึ่งอาชีพที่ก่อให้เกิดรายได้สูง การงานมั่นคง ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ เมลามเอด (Melamed. 1995: 35) ให้ความหมายว่าความสำเร็จในอาชีพจะผันแปรไปตามช่วงเวลาและธรรมชาติของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษา โดยวัดจากจำนวนครั้งในการ ได้รับปรับเพิ่มเงินเดือน การเลื่อนตำแหน่ง ลำดับขั้นของตำแหน่ง การรับผิดชอบงานที่สูงขึ้น และ ความพึงพอใจในงาน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ จอมพล พิเศษกุล (2537: 13) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานหมายถึง ความรู้สึกที่จะกระตุ้นและผลักดันให้บุคคลปฏิบัติงานเพื่อบรรลุผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ โดยมีผลมาจากปัจจัยหลายด้านด้วยกันทั้งสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา และสภาพแวดล้อมภายใน เช่น ลักษณะบุคลิกภาพส่วนตัว เป็นต้น

ปัจจัยรอง อันดับแรกเป็นด้านการเงิน รองลงมาเป็นด้านการงาน ด้านความสัมพันธ์และมีมิตรภาพ เห็นได้ว่าปัจจัยด้านความสำเร็จในชีวิต จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลือกประกอบอาชีพเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ กรองกาญจน์ ด่านรัตน์ (2557: 41) การที่บุคคลรับรู้ความสำเร็จของตนเองในด้านหน้าที่การงาน โดยพิจารณาจากการได้เลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง การขึ้นเงินเดือนการมีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างานและบุคคลอื่น ๆ ก่อให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจในงานที่ทำ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ จัดจ์ และคณะ (Judge; et al. 1995: 486) ให้ความหมายว่าความสำเร็จทางการงานในอาชีพ คือ ผลบวกทางจิตใจและผลสำเร็จของงาน ร่วมกับประสบการณ์ที่สั่งสมมาจากการทำงาน ทั้งยังเป็นแรงจูงใจหนึ่งที่ช่วยผลักดันให้เกิดความมุ่งมั่นที่จะบรรลุเป้าหมายในการประกอบอาชีพของแต่ละบุคคล

ข้อเสนอแนะ

1. หลักความสำคัญที่สุดในการนำหลักการตัดสินใจแบบหลายเกณฑ์ AHP ไปใช้ในการกำหนดปัจจัย ในการพิจารณาให้ชัดเจน ซึ่งถ้าปัจจัยไม่ถูกต้องไม่ ครบถ้วนผลที่ได้จากการตัดสินใจ ทั้งหมดก็ไม่ถูกต้องฉะนั้นการใช้ AHP ควรมีการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับปัจจัยที่จำเป็นในการตัดสินใจนั้น ๆ ก่อนซึ่งอาจได้ผลที่ดีกว่าสำรวจด้วยแบบสอบถามหรือสัมภาษณ์เท่านั้น

2. ในการนำวิจัยมาประยุกต์ใช้ด้านงานอื่น ๆ การปรับโครงสร้างส่วนของโครงสร้างลำดับชั้นให้มีความสอดคล้องกับเกณฑ์ที่ต้องการตัดสินใจเนื่องจากการนำเทคนิค AHP มาใช้ให้ได้ผลนั้นต้องนำปัจจัยให้ควบคุมในการตัดสินใจในเรื่องนั้น ๆ ดังนั้น จะต้องศึกษาข้อมูลของ AHP ให้เข้าใจและ AHP มีเกณฑ์ในการตัดสินใจที่ซับซ้อนซึ่งอาจจะเกิดปัญหาในเรื่องความซับซ้อนของการตอบแบบสอบถามรวมถึงความเบื่อหน่าย คำถามทำให้ข้อมูลที่ได้คาดเคลื่อนจากความเป็นจริง

3. ในการทำการวิเคราะห์ ลำดับความสำคัญของปัจจัยโดยใช้กระบวนการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้นไม่ควรใช้ปัจจัยจำนวนมาก เนื่องจากจะทำให้การวิเคราะห์ปัจจัยทำให้ผู้ตอบแบบสอบถาม สับสนในการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสำคัญของแต่ละปัจจัยทำให้ไม่ได้ความสอดคล้องของเหตุผลได้

เอกสารอ้างอิง

- จัดจ์; และคณะ. (Judge; et al. 1995: 486). **ความสำเร็จทางการงานในอาชีพ**. สืบค้นเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2563, จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5306035444_7096_4951.
- จอมพล พิเศษกุล. (2537). **ความพึงพอใจในการทำงานปฏิบัติงาน**. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2563, จาก <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/141524>.
- Melamed. (2538). **ความสำเร็จในอาชีพ**. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2563, จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5306035444_7096_4951.
- อภิชาติ ไสยาแดง. (2552). **กระบวนการตัดสินใจแบบวิเคราะห์ลำดับชั้น (AHP)**. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2562, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/291974>.
- ทฤษฎีของนิวการ์เทน และคณะ Neugarten, et al 1961; รุ่งทิวา อินทร์ปฐ (2554). ธนิตา สมบุญ. (2553). **ความสำเร็จในอาชีพ**. สืบค้นเมื่อ วันที่ 1 สิงหาคม 2562, จาก <http://repository.rmutr.ac.th/bitstream/handle/123456789/708/rmutrcont>.
- กรองกาญจน์ ดำรงรัตน์. (2557). สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2563, จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5306035444_7096_4951.
- เยาวนาถ หมานหม้อย. (2559). **ผลกระทบของจรรยาบรรณของผู้สอบบัญชีต่อประสิทธิภาพระบบการควบคุมภายในและคุณภาพงานสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์**. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2562, จาก <https://core.ac.uk/download/pdf/154815122.pdf>.
- ประทีป วชิทองรัตน์. (2560). **ประสิทธิภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2562, จาก http://ar.or.th/ImageData/Magazine/10046/DL_.
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2563). **ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล**. สืบค้นเมื่อ 28 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://eservice.tfap.or.th/fap_registration/cpa-contact-list.

NBUS0117: ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชี ในสำนักงานบัญชีจังหวัดปทุมธานี

FACTORS AFFECTING THE WORK EFFICIENCY OF ACCOUNTANT IN THE ACCOUNTING OFFICE IN PATHUM THANI PROVINCE

นวลอนงค์ คำราพิช¹ อภิญา ไชยผาสุข² อาจารย์อิทธิวัฒน์ วงษ์กาฬสินธุ์³

^{1,2} นักศึกษาปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

³ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชีและเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชี จังหวัดปทุมธานี โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามพนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชีจังหวัดปทุมธานี จำนวน 350 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า พนักงานบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมากและมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชี จังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ด้านการบริหารในองค์กร ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านการจูงใจ ด้านความรับผิดชอบและด้านการยอมรับนับถือ

โดยสรุป ปัจจัยในการปฏิบัติงาน ด้านความรับผิดชอบมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากที่สุด เพราะความรับผิดชอบเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ ดังนั้นพนักงานบัญชีควรให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ของตนเองซึ่งจะส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพ, การปฏิบัติงาน, พนักงานบัญชี

Abstract

The research aims to study about factors influencing accountants' efficiency of those who work in Pathumthani. The researcher collected data from 350 accountants who work for accountability offices in Pathumthani by questionnaire. Then, the data was analyzed by statistical analysis which includes percentage, average, standard deviation and multiple regression analysis.

Overall, the results show that the accountants' opinion towards factors influencing accountants' operation in Pathumthani is at high level. The accountants' opinion towards factors influencing accountants' efficiency is at high level.

From relationship analysis, it was found out that factors influencing accountants' efficiency in Pathumthani were internal management, creativity, persuasion, responsibility, and acceptance respect.

In conclusion, factors influencing accountants' efficiency the most is responsibility because it is a part of effective operation. Therefore, all accountants should pay attention to responsibility of their own role which affects more effective operation.

Keywords: efficiency, operation, accounts.

บทนำ

ปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ จนทำให้พนักงานต้องปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพนั้น ไม่ได้อาศัยความเก่งของพนักงานอย่างเดียว แต่ยังต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่จะเป็นตัวช่วยให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและนำความสำเร็จมาสู่องค์กร

ปัจจัยในการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพอาจประกอบด้วย ด้านการบริหารในองค์กร ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านการจูงใจ ด้านความรับผิดชอบและด้านการยอมรับนับถือ เนื่องจากการบริหารจัดการในองค์กรมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การจูงใจ การรับผิดชอบและการยอมรับนับถือ ก็จะทำให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เป็นความสามารถและความชำนาญทางวิชาชีพในทักษะด้านต่าง ๆ และแนวคิดของพนักงานที่นำไปปฏิบัติได้อย่างเหมาะสม ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานประกอบไปด้วย ด้านคุณภาพในการปฏิบัติงาน ด้านความถูกต้องและด้านความทันเวลา ดังนั้นการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพควรปฏิบัติงานให้ได้คุณภาพ ถูกต้อง และทันเวลาทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชีจังหวัดปทุมธานี ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรที่ผู้บริหารต้องการเพิ่มปัจจัยที่ดีและมีประสิทธิภาพต่อองค์กรเพื่อผลลัพธ์ที่ดีและมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ผลลัพธ์ของการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้พัฒนาและนำไปประยุกต์ใช้ให้สามารถประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรในอนาคตได้

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

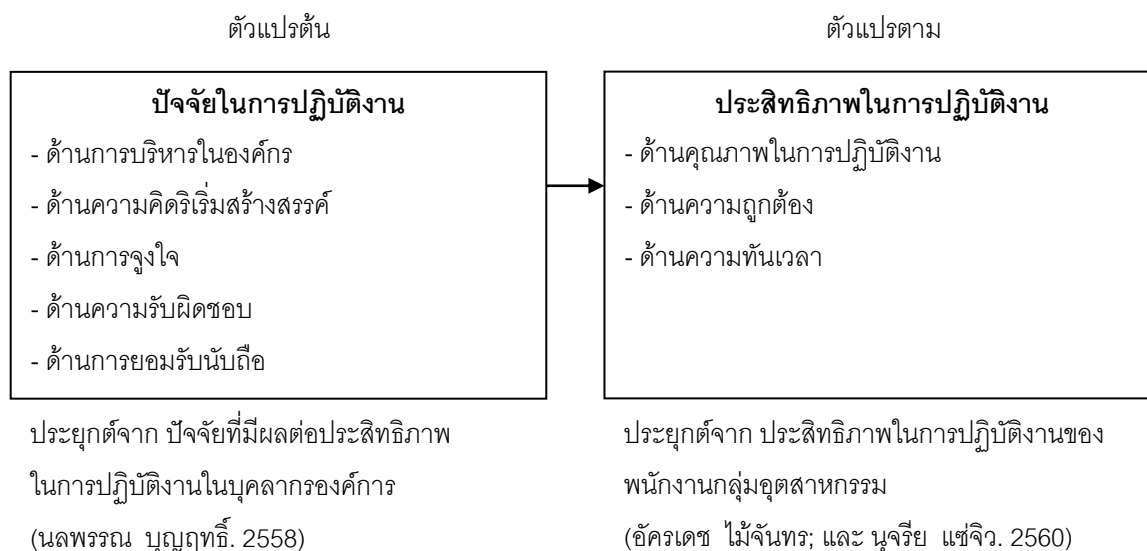
1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชีจังหวัดปทุมธานี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชี จังหวัดปทุมธานี

กรอบแนวคิด

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชีจังหวัดปทุมธานี แสดงตามกรอบแนวคิดการวิจัย ดังต่อไปนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ในการศึกษาครั้งนี้คือ พนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชี จังหวัดปทุมธานี จำนวน 2,545 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. 2562)

กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้คือ พนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชี จังหวัดปทุมธานี จำนวน 350 คน ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) (ยุทธ ไกยวรรณ. 2550)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชี จังหวัดปทุมธานี

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ศึกษาจากตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีการสร้างแบบสอบถาม ส่งแบบสอบถามให้กับอาจารย์ที่ปรึกษา แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านหลักสูตร เนื้อหา กระบวนการ ภาษาและการวัด ประเมินตรวจสอบ จากนั้นทำการส่งแบบถามนอกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เมื่อแบบสอบถามสมบูรณ์ทำการเก็บแบบสอบถามจากพนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชี จังหวัดปทุมธานี จำนวน 350 ชุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ เมื่อครบตามระยะเวลาที่กำหนด มีพนักงานบัญชีตอบแบบสอบถามกลับมา จำนวน 249 ชุด จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลให้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องใช้ จำนวน 101 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการคำนวณค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย

การวิจัย เรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชี จังหวัดปทุมธานี ได้ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และอัตราเงินเดือน โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage)

ตาราง 1 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรที่ศึกษา

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	71	20.30
หญิง	279	79.70
รวม	350	100
2. อายุ		
20-25 ปี	104	29.70
26-30 ปี	136	38.90
31-35 ปี	45	12.90
36-40 ปี	33	9.40
41-45 ปี	16	4.60
มากกว่า 45 ปี	16	4.50
รวม	350	100
3. สถานภาพ		
โสด	198	56.70
สมรส	145	41.50
หม้าย/หย่าร้าง	6	1.80
รวม	350	100

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	45	12.90
ปริญญาตรี	283	80.90
ปริญญาโท	20	5.70
สูงกว่าปริญญาโท	2	0.50
รวม	350	100
5. ประสบการณ์ในการทำงาน		
น้อยกว่า 5 ปี	132	37.70
5-10 ปี	144	41.10
11-15 ปี	52	14.90
16 ปี ขึ้นไป	22	6.30
รวม	350	100
6. อัตราเงินเดือน		
ต่ำกว่า 20,000 บาท	201	57.40
20,000-30,000 บาท	100	28.60
30,001-40,000 บาท	24	6.90
40,001 บาท ขึ้นไป	25	7.10
รวม	350	100

จากตาราง 1 พบว่า พนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชี จังหวัดปทุมธานีมี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 279 คน (ร้อยละ 79.70) อายุ 26-30 ปี จำนวน 136 คน (ร้อยละ 38.90) สถานภาพ โสด จำนวน 198 คน (ร้อยละ 56.70) ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 283 คน (ร้อยละ 80.90) ประสบการณ์ในการทำงาน 5-10 ปี จำนวน 144 คน (ร้อยละ 41.10) อัตราเงินเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 201คน (ร้อยละ 57.40)

ตาราง 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการปฏิบัติงานโดยรวม และเป็นรายด้านของพนักงานบัญชี ในสำนักงานบัญชีจังหวัดปทุมธานี

ปัจจัยในการปฏิบัติงาน พนักงานบัญชี ในสำนักงานบัญชี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการบริหารในองค์กร	4.25	0.63	มาก
2. ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	4.03	0.55	มาก
3. ด้านการจูงใจ	4.12	0.59	มาก
4. ด้านความรับผิดชอบ	4.32	0.49	มาก
5. ด้านการยอมรับนับถือ	4.10	0.60	มาก
รวม	4.03	0.57	มาก

จากตาราง 2 พบว่า พนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชี จังหวัดปทุมธานี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการปฏิบัติงานโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านความรับผิดชอบ ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.49) รองลงมา ได้แก่ ด้านการบริหารในองค์กร ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.63) ด้านการจูงใจ ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.59) ด้านการยอมรับนับถือ ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.60) และด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.55) ตามลำดับ

ตาราง 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวม และเป็นรายด้านของพนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชีจังหวัดปทุมธานี

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านคุณภาพในการปฏิบัติงาน	3.72	0.61	มาก
2. ด้านความถูกต้อง	4.11	0.56	มาก
3. ด้านความทันเวลา	4.34	0.51	มาก
รวม	4.05	0.56	มาก

จากตาราง 3 พบว่า พนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชี จังหวัดปทุมธานี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความทันเวลา ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.51) รองลงมา ได้แก่ ด้านความถูกต้อง ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.56) และด้านคุณภาพในการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.61) ตามลำดับ

ตาราง 4 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชี จังหวัดปทุมธานี

ปัจจัยในการปฏิบัติงาน	ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน		t	p-value
	โดยรวม			
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (C)	1.141	0.197	5.788	0.000*
ด้านบริหารในองค์กร (CM)	0.084	0.033	2.550	0.011*
ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (ON)	0.123	0.041	2.974	0.003*
ด้านการจูงใจ (PS)	0.068	0.041	1.643	0.101*
ด้านความรับผิดชอบ (RP)	0.218	0.046	4.736	0.000*
ด้านการยอมรับนับถือ (RN)	0.206	0.040	5.192	0.000*
F = 19.670, p = 0.000, Adj R ² 0.212				

จากตาราง 4 พบว่า ปัจจัยในการปฏิบัติงาน ด้านบริหารในองค์กร ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านการจูงใจ ด้านความรับผิดชอบ และด้านการยอมรับนับถือ มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถนำไปสร้างสมการได้ และเพื่อความสะดวกในการนำเสนอขอใช้สัญลักษณ์แทนแต่ละตัวแปร ดังนี้

(CM) = ด้านบริหารในองค์กร

(ON) = ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

(PS) = ด้านการจูงใจ

(RP) = ด้านความรับผิดชอบ

(RN) = ด้านการยอมรับนับถือ

(OE) = ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวม

ดังนั้น จึงสามารถสร้างสมการประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวมได้ดังนี้

$$OE = 1.141 + 0.084CM + 0.123ON + 0.068PS + 0.218RP + 0.206RN$$

ซึ่งจากสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (F = 19.670: p = 0.000) และค่าสัมประสิทธิ์ของพยากรณ์ Adj R² เท่ากับ 0.212

สรุปผลการวิจัย

การวิจัย เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชี จังหวัดปทุมธานี ได้ดังนี้

พนักงานบัญชีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประสบการณ์ในการทำงาน 5-10 ปี และมีอัตราเงินเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท

พนักงานบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการปฏิบัติงานโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ด้านการบริหารในองค์กร ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านการจูงใจ ด้านความรับผิดชอบ และด้านการยอมรับนับถือ

พนักงานบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ด้านคุณภาพในการปฏิบัติงาน ด้านความถูกต้อง และด้านความทันเวลา

ปัจจัยในการปฏิบัติงาน ด้านบริหารองค์กร ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านการจูงใจ ด้านความรับผิดชอบและด้านการยอมรับนับถือ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวม

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง: ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในสำนักงานบัญชี จังหวัดปทุมธานี ได้ดังนี้

1. พนักงานบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านการบริหารในองค์กร ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านการจูงใจ ด้านความรับผิดชอบและด้านการยอมรับนับถือ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากปัจจัยในการปฏิบัติงาน เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้องค์กรเกิดประสิทธิภาพเพราะการปฏิบัติงานนั้นไม่ได้อาศัยความเก่งของพนักงานอย่างเดียว แต่ยังต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่จะเป็นตัวช่วยให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ และนำความสำเร็จมาสู่องค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ มะลิวัลย์ สุภาพร (2553) พบว่า การได้รับมอบหมายงานที่ต้องใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบ การมีอิสระในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ส่งผลทำให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากขึ้น

2. พนักงานบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านคุณภาพในการปฏิบัติงาน ด้านความถูกต้องและด้านความทันเวลา อยู่ในระดับมากทุกด้าน เนื่องจากประสิทธิภาพในการทำงานถือเป็นหัวใจสำคัญที่นำองค์กรไปสู่ความสำเร็จและการบริหารทรัพยากรส่วนบุคคลที่จะทำให้องค์กรบรรลุตามวัตถุประสงค์และให้มีประสิทธิภาพนั้น หน่วยงานจำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีคุณภาพในการปฏิบัติงานความถูกต้องและความทันเวลา ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชูติภาส ชนะจิตต์ (2552) พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านคุณภาพงาน องค์กรมีการควบคุมการทำงานที่มีมาตรฐานและองค์กรมีนโยบายการทำงานให้มีความทันเวลาอยู่ในระดับมากและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่นั่นควรมีความถูกต้อง ละเอียดยรอบคอบ ปราศจากข้อผิดพลาดที่มีสาระสำคัญเป็นไปตามมาตรฐานของสำนักงานบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กิตติยา วิถีคุณรัตน์ (2556) พบว่า ความถูกต้องในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก พนักงานที่สามารถปฏิบัติงานได้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของงานที่ตั้งไว้แสดงถึงความตั้งใจใส่ใจในการทำงานที่ตนรับผิดชอบและผลที่ได้ในการปฏิบัติงานออกมาตรงตามความต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ปัจจัยในการปฏิบัติงานบริหารในองค์กร ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การจูงใจ ความรับผิดชอบ การยอมรับนับถือ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวม เนื่องจากการบริหารในองค์กรต้องมีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนงาน เพื่อให้บรรลุเป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บัณฑิต นอซุนทด (2556) พบว่าปัจจัยด้านส่วนงานที่ปฏิบัติความรู้ความเข้าใจในการวางแผนงาน และการบริหารองค์กร เพื่อให้บุคลากรบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่องค์กรได้กำหนดไว้ และปัจจัยด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เป็นส่วนหนึ่งในการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาบุคลากรในองค์กรอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อส่งเสริมให้คุณภาพชีวิตของบุคลากรดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิศภัทร ปิยะภาณีพงษ์ (2560) พบว่า ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มีผลต่อการทำงานของพนักงานและยังมีความคิดที่จะเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องก็จะส่งผลการทำงานสำเร็จเร็วขึ้น เพื่อให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เช่นเดียวกับการจูงใจที่สามารถกระตุ้นให้บุคลากรมีความพยายามในการทำงานให้งานออกมามีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศณรินทร์ งามเลิศ (2559) พบว่า การจูงใจในการปฏิบัติงานมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานและมีผลต่อความสำเร็จในงานที่ทำของบุคลากร หากต้องการที่จะให้บุคลากรมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานต้องสร้างแรงจูงใจเพื่อเป็นขวัญกำลังใจให้บุคลากร ซึ่งความรับผิดชอบเป็นลักษณะหนึ่งของบุคคลที่แสดงถึงความเอาใจใส่ในหน้าที่การงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อบรรลุจุดหมายที่วางไว้ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุรีรัตน์ นันทยทวิกุล (2538) พบว่า ความรับผิดชอบเป็นคุณลักษณะหนึ่งของบุคคลที่แสดงออกในลักษณะของการมีความตั้งใจที่จะปฏิบัติหน้าที่การงานที่ได้รับมอบหมายด้วยความเอาใจใส่มีความกระตือรือร้นรอบคอบมีการวางแผนมีความขยันหมั่นเพียรและอดทน เพื่อให้งานนั้นบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายได้ทันเวลาตามกำหนด

ข้อเสนอแนะและการวิจัยในอนาคต

1. ควรศึกษาปัจจัยในการปฏิบัติงานเพิ่มเติม เพื่อนำมาพัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร
2. ควรขยายพื้นที่การศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อให้ได้ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอย่างแท้จริง
3. ควรศึกษาถึงทัศนคติ และศักยภาพของพนักงานบัญชีที่มีต่อการปฏิบัติงานในปัจจุบัน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรต่อไป
4. ควรศึกษาถึงปัญหา อุปสรรค และสาเหตุที่ทำให้การดำเนินงานของสำนักงานบัญชีไม่บรรลุวัตถุประสงค์ได้

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. สัมภาษณ์ 2562.

กิตติยา วิฑิตคุณรัตน์. (2556). **ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทชั้นไฮอันเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด.**

ภาคนิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ). จันทบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. คณะกรรมการที่ปรึกษา.

เกศณรินทร์ งามเลิศ. (2559). **แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานและลูกจ้าง**

องค์การคลังสินค้า. การค้นคว้าอิสระ (บธ.ม.). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- จรีรัตน์ นันทยทวิกุล. (2538). การวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะความรับผิดชอบของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 1 ในกรุงเทพมหานคร. ปรินิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวัดผลการศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชุติภาส ชนะจิตต์. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมบางชัน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธนบุรี.
- นลพรรณ บุญฤทธิ์. (2558, สิงหาคม). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี. วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปณณทัต นอขุนทด. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอสามแฉกแสง จังหวัดนครราชสีมา (Factors Affecting Management of Local Government Organization: A Case Study of Kham Sakaesang District, Nakhon Ratchasima Province). อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.พรศิริ จงกล.
- พนิตภัทร ปิยะภาณีพงษ์. (2560, มกราคม). ความคิดสร้างสรรค์ การเรียนรู้ และการทำงานเป็นทีม ที่ส่งผลต่อบรรยากาศในการทำงานของ พนักงานในกลุ่มบริษัทโมโน จำกัด. ปรินิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มะลิวัลย์ ศุภาหาร. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของทีม: กรณีศึกษาเครือข่ายลูกค้าผู้ประกอบการ 2 ของ บจก.ธนาคารกสิกรไทย (Alternative: Factors Affecting Performance Effectiveness in Teams: A Case Study of Kasikornbank PLC SME Business Network 2).
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2550). พื้นฐานการวิจัย. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- อัครเดช ไม้จั่น; และ นุจรี แซ่จิ๋ว. (2561, มกราคม-มิถุนายน). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานอุตสาหกรรมติดตั้งเครื่องจักรสายผลิตในจังหวัดสงขลา. วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

NBUS0118: ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล ความผูกพันต่อองค์กร และความตั้งใจลาออกของพนักงานในองค์กรผู้ให้บริการโลจิสติกส์

RELATIONSHIP BETWEEN PERSONAL CHARACTERISTICS ORGANIZATIONAL COMMITMENT AND INTENTION TO LEAVE OF EMPLOYEES IN LOGISTICS SERVICE PROVIDER ORGANIZATION

ชาญชัย เมธาวีรพจน์¹

¹ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานในองค์กรผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ศึกษาความตั้งใจลาออกจากองค์กรของพนักงานในองค์กรผู้ให้บริการโลจิสติกส์ และเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อองค์กร และความตั้งใจลาออกของพนักงานในองค์กรผู้ให้บริการโลจิสติกส์ โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน t-test และ One-way ANOVA เป็นการทดสอบสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ พนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทที่ดำเนินธุรกิจประเภทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ สำหรับกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 385 คน

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุของพนักงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน คุณลักษณะส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความตั้งใจลาออกจากองค์กรของพนักงาน และความผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจลาออกจากองค์กรในทิศทางตรงกันข้าม

ข้อเสนอแนะ บริษัทควรสนับสนุนนโยบายทางด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท เพื่อเพิ่มระดับความผูกพันต่อองค์กรที่พนักงานมีต่อบริษัท เช่น สวัสดิการ ความมั่นคงในการทำงาน และการมอบหมายงานที่มีความสำคัญให้แก่พนักงานเพื่อให้พนักงานเกิดความรู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญต่อองค์กร ซึ่งสุดท้ายแล้วจะทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น ส่งผลให้อัตราการลาออกของพนักงานลดน้อยลง

คำสำคัญ: ความผูกพันต่อองค์กร ความตั้งใจลาออก องค์กรผู้ให้บริการโลจิสติกส์

Abstract

The aims of this study were to investigate personal characteristics of employees in logistics service firms. To study level of intention to leave of employees in logistics service firms. To study relationship between organizational commitment and intention to leave of employees in logistics service firms. Inferential statistics including t-test and One-Way ANOVA were used to test the hypothesis at significant level of .05. Populations of this study were employees who work in logistics service firms. Data was collected from the sample 385 logistics service employees

The result of this study indicated that employees with different age had different organizational commitment. Employees with different sex, age, education, status, tenure, and income had not different intention to leave. And organizational commitment was negatively related to intention to leave.

Suggestions from the studies were as follows: firms should support human resource management policy for increase organizational commitment of employee such as welfare stability of work and assign important work to employees for make employees feel he or she have significant to firms. Finally, employees will have higher level of organizational commitment its impact to decrease level of turnover of firms.

Keywords: Organizational commitment, Intention to leave, Logistics service provider organizational

บทนำ

ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันกันเพิ่มมากขึ้นจากในอดีตที่ผ่านมา ปัจจัยหนึ่งที่สามารถมีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจได้นั้น คือ ปัจจัยทางด้านทรัพยากรมนุษย์ โดย Bhutto, Laghari and Butt (2012) ได้เสนอแนวคิดไว้ว่าทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นสินทรัพย์ที่มีคุณค่าต่อองค์กร การที่องค์กรสามารถสร้างบุคลากรของตนเองให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้นนั้นเป็นสิ่งที่ดี เพราะสุดท้ายแล้วบุคลากรเหล่านั้นก็จะนำความรู้ความสามารถที่มีมาพัฒนาให้องค์กรมีความก้าวหน้าไปได้ ดังนั้น หลายบริษัทในปัจจุบันจึงมุ่งเน้นความสนใจในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์มากขึ้นกว่าเดิม โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ พยายามฝึกอบรมพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรที่องค์กรมีอยู่ให้มีความสามารถเหนือกว่าคู่แข่ง พร้อมทั้งพยายามที่จะเก็บรักษาบุคลากรเหล่านี้ให้อยู่กับองค์กรให้นานที่สุด เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างราบรื่น เนื่องจากบุคลากรที่มีคุณค่านั้นไม่สามารถสร้างได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว จำเป็นจะต้องใช้เวลาพัฒนา รักษาบุคลากรเหล่านี้ให้เติบโตไปพร้อมกับองค์กร

สายงานทางด้านโลจิสติกส์กำลังได้รับความนิยมจากผู้คนทั่วไปมากขึ้น เนื่องจากเป็นอาชีพที่ยังมีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญในสาขานี้น้อย ทำให้บริษัทต่าง ๆ ที่ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์ เกิดการแข่งขันแย่งชิงบุคลากรผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้ จึงทำให้องค์กรต่าง ๆ พยายามหาแนวทาง วิธีการในการรักษาไว้ซึ่งบุคลากรที่สำคัญ เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาในการใช้เวลาสรรหาบุคลากรที่เหมาะสมเข้ามาทดแทนและลดปัญหาด้านประสิทธิภาพการทำงานที่อาจก่อให้เกิดความไม่ต่อเนื่องในระบบการจัดการโลจิสติกส์ขององค์กร เพราะอาชีพทางด้านสายงานโลจิสติกส์ต้องอาศัยความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น การจัดการการขนส่ง การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง เป็นต้น บริษัทหรือองค์กรใดสามารถรักษาพนักงานของตนเองไว้ได้ ก็สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านโลจิสติกส์มากกว่าองค์กรคู่แข่ง ในทางกลับกันหากองค์กรใดเสียบุคลากรในสายงาน โลจิสติกส์ให้แก่องค์กรคู่แข่ง ก็สามารถทำให้ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรนั้นลดลงได้

องค์กรที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในการให้บริการลูกค้าด้านโลจิสติกส์ สิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการดำเนินงานคือ การให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งหากองค์กรสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว องค์กรจะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันต่อคู่แข่งเป็นอย่างมาก ปัจจัยสำคัญในการให้บริการและ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า นั้น คือ พนักงาน หากองค์กรมีอัตราการลาออกของพนักงานมาก องค์กรจะเสียโอกาสในการให้บริการแก่ลูกค้า สุดท้ายแล้วจะทำให้ลูกค้าเปลี่ยนไปใช้บริการจากคู่แข่งแทน เนื่องจากหลักของการจัดการโลจิสติกส์อย่างหนึ่ง คือ ต้องมีความรวดเร็ว เพื่อให้เกิดการไหลของสินค้าจากผู้จัดหาวัตถุดิบ (Suppliers) ไปสู่ผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว บริษัทต่าง ๆ จึงเริ่มมีแนวคิดในการสร้างความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรให้เกิดขึ้นแก่พนักงานของตนเองให้มาก

ที่สุด โดยมีความเชื่อว่า หากพนักงานมีความรู้สึกรู้สึกผูกพันต่อองค์กรแล้ว จะทำให้พนักงานลดความคิดที่จะลาออกจากองค์กรได้

จากความสำคัญที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล ความผูกพันต่อองค์กร และความตั้งใจลาออกของพนักงานในองค์กรผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ เพื่อเป็นแนวทางให้บริษัทสามารถนำไปปรับใช้ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการบริหารธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานที่ทำงานอยู่ในองค์กรที่มีหน้าที่ให้บริการโลจิสติกส์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจลาออกของพนักงานที่ทำงานอยู่ในองค์กรที่มีหน้าที่ให้บริการโลจิสติกส์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างของคุณลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อความผูกพัน และความตั้งใจลาออกของพนักงานที่ทำงานอยู่ในองค์กรที่มีหน้าที่ให้บริการโลจิสติกส์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานในการวิจัย

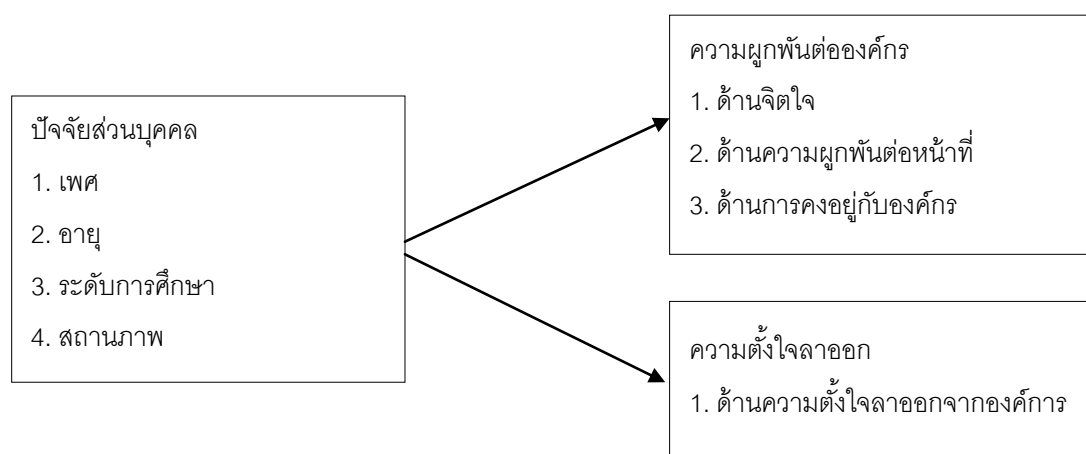
1. พนักงานที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน
2. พนักงานที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันจะมีความตั้งใจลาออกแตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ผู้บริหารมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการออกแบบการดำเนินงานด้านทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้างความผูกพันให้เกิดขึ้นแก่องค์กรของพนักงานที่ทำงานอยู่ในองค์กรที่มีหน้าที่ให้บริการโลจิสติกส์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. ทำให้ผู้บริหารสามารถกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อลดความตั้งใจลาออกของพนักงานที่ทำงานอยู่ในองค์กรที่มีหน้าที่ให้บริการโลจิสติกส์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. ทำให้ผู้บริหารทราบถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานที่ทำงานอยู่ในองค์กรผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่มีผลต่อความผูกพัน และความตั้งใจลาออกของพนักงาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล ความผูกพันต่อองค์กร และความตั้งใจลาออกของพนักงานในองค์กรผู้ให้บริการโลจิสติกส์” ผู้วิจัย กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ พนักงานของบริษัทที่ประกอบธุรกิจด้านการให้บริการโลจิสติกส์ที่ตั้งอยู่เขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2562-พฤศจิกายน พ.ศ. 2562

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ตัวแปรต้น คือ คุณลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานในองค์กร ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพ

ตัวแปรตาม ประกอบด้วย 2 ตัวแปร คือ

ความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วย ปัจจัยที่ศึกษา คือ ความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ ด้านความผูกพันต่อหน้าที่ และด้านการคงอยู่กับองค์กร

ความตั้งใจลาออกจากองค์กร ประกอบด้วย ปัจจัยที่ศึกษา คือ ความตั้งใจลาออกจากองค์กร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งเกิดจากการทบทวนวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับระดับความผูกพันต่อองค์กร ประกอบไปด้วย 3 ด้าน คือ ความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ ความผูกพันต่อหน้าที่ และการคงอยู่กับองค์กร และความตั้งใจลาออกจากองค์กร โดยแบ่งออกเป็น 7 ระดับ (Seven Point Likert Scale)

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเครื่องมือของการวิจัย 2 รูปแบบ ได้แก่

ทดสอบหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบภาษาที่ใช้สื่อความหมายในแบบสอบถามว่าสามารถสื่อความหมายได้ตรงกับเนื้อหาที่ต้องการศึกษาหรือไม่ ด้วยค่าดัชนี

ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ซึ่งผลลัพธ์จากการทดสอบเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ มากกว่า 0.70 โดยมีค่าอยู่ตั้งแต่ 0.84-0.92

ทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามนั้นไปสุ่มทดสอบกับผู้ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย จำนวน 30 ชุด และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยวิธีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 มาเป็นเครื่องมือหาความน่าเชื่อถือรายข้อ และเลือกเฉพาะข้อที่มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค มากกว่า 0.7 (Nunnally, 1978)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานที่ทำงานอยู่ในองค์กรที่มีหน้าที่ให้บริการโลจิสติกส์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เนื่องจากไม่ทราบจำนวนพนักงานที่ทำงานอยู่ในองค์กรที่ให้บริการด้านโลจิสติกส์ในเขตพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนั้น จึงใช้สูตรคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ คือ 385 กลุ่มตัวอย่าง

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอนุมาน ด้วยการวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ t-test และ One-way ANOVA

ผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล ความผูกพันต่อองค์กร และความตั้งใจลาออกของพนักงานในองค์กรผู้ให้บริการโลจิสติกส์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา จำนวน 385 ชุด ซึ่งผู้วิจัยแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคล ความผูกพันต่อองค์กร และความตั้งใจลาออก ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 385 กลุ่มตัวอย่าง สามารถแสดงได้ดังตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนร้อยละของพนักงานในบริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

	คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	182	47.3
	หญิง	203	52.7
อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	102	26.5
	25 ปี - 35 ปี	165	42.9
	36 ปี - 45 ปี	67	17.4
	45 ปี ขึ้นไป	51	13.2

ตาราง 1 (ต่อ)

	คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	70	18.2
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	226	58.7
	สูงกว่าปริญญาตรี	89	23.1
สถานภาพ	โสด	122	31.7
	สมรส	154	40.0
	หย่าร้าง/แยกกันอยู่	109	28.3

จากตาราง 1 สามารถอธิบายได้ว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7 และเป็นเพศชายจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3

คุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 25 ปี - 35 ปี จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 อายุตั้งแต่ 36 ปี - 45 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 และอายุตั้งแต่ 45 ปี ขึ้นไป จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2

คุณลักษณะส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมาคือระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2

คุณลักษณะส่วนบุคคลด้านสถานภาพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 สถานภาพโสด จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 และมีสถานภาพหย่าร้างหรือแยกกันอยู่ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3

ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้ที่มีต่อปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กร และความตั้งใจลาออกสามารถแสดงได้ดังตาราง 2 และตาราง 3

ตาราง 2 ระดับความคิดเห็นของพนักงานผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านจิตใจ	5.02	0.95	มาก
ด้านความผูกพันต่อหน้าที่	4.43	1.35	ปานกลาง
ด้านการคงอยู่กับองค์กร	5.33	0.92	มาก
รวม	5.01	0.65	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานที่ทำงานในบริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า พนักงานที่ทำงานในบริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์มีความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.02 ความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่กับองค์กรในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.33 และความผูกพันต่อองค์กรด้านความผูกพันต่อหน้าที่ในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43

ตาราง 3 ระดับความคิดเห็นของพนักงานผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์เกี่ยวกับความตั้งใจลาออก

ความตั้งใจลาออก	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านความตั้งใจลาออกจากองค์กร	2.98	0.63	ต่ำ
รวม	2.98	0.63	ต่ำ

จากตาราง 3 พบว่า พนักงานที่ทำงานในบริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์มีระดับความตั้งใจลาออกจากองค์กรอยู่ในระดับต่ำ ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การทดสอบสมมติฐานสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ใช้สถิติอนุมานเพื่อทดสอบความแตกต่าง t-test และ One-way ANOVA สามารถแสดงผลการทดสอบสมมติฐานได้ ดังตาราง 4

ตาราง 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

คุณลักษณะส่วนบุคคล	ปัจจัยที่ศึกษา	
	ความผูกพัน	ความตั้งใจลาออก
เพศ	0.87	0.95
อายุ	0.04*	0.02*
ระดับการศึกษา	0.01*	0.61
สถานภาพ	0.19	0.12

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 4 พบว่า พนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่มีเพศต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

พนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่มีอายุต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กร และความตั้งใจลาออกจากองค์กรที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งจากการวิเคราะห์เปรียบเทียบ

เชิงซ้อน โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรสามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามอายุออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 อายุ 36 ปี - 45 ปี กลุ่มที่ 2 อายุ 25 ปี - 35 ปี กลุ่มที่ 3 อายุ 45 ปี ขึ้นไป และกลุ่มที่ 4 อายุต่ำกว่า 25 ปี โดยที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี และอายุตั้งแต่ 25 ปี - 35 ปี มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน และด้านความตั้งใจลาออกจากองค์กรสามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามอายุออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 อายุ 36 ปี - 45 ปี กลุ่มที่ 2 อายุ 25 ปี - 35 ปี กลุ่มที่ 3 อายุ 45 ปี ขึ้นไป และกลุ่มที่ 4 อายุต่ำกว่า 25 ปี โดยที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี และอายุตั้งแต่ 25 ปี - 35 ปี มีความตั้งใจลาออกจากองค์กรที่แตกต่างกัน

คุณลักษณะส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาของพนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทที่ให้บริการด้านโลจิสติกส์ มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า พนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ซึ่งจากการวิเคราะห์เปรียบเทียบเชิงซ้อน โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรสามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามอายุออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ต่ำกว่าปริญญาตรี กลุ่มที่ 2 ปริญญาตรี และกลุ่มที่ 3 สูงกว่าปริญญาตรี โดยที่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีมีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน แต่ปัจจัยด้านระดับการศึกษาของพนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทที่ให้บริการด้านโลจิสติกส์ไม่มีผลต่อความตั้งใจลาออกจากองค์กร ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า พนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความตั้งใจลาออกจากองค์กรไม่แตกต่างกัน

คุณลักษณะส่วนบุคคลด้านสถานภาพของพนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทที่ให้บริการด้านโลจิสติกส์ไม่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรและความตั้งใจลาออกจากองค์กร ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า พนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่มีสถานภาพต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กร และความตั้งใจลาออกจากองค์กรไม่แตกต่างกัน

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล ความผูกพันต่อองค์กร และความตั้งใจลาออกของพนักงานในองค์กรผู้ให้บริการโลจิสติกส์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานในองค์กรผู้ให้บริการโลจิสติกส์ 2) ศึกษาความตั้งใจลาออกจากองค์กรของพนักงานในองค์กรผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ พนักงานที่ทำงานอยู่ในองค์กรที่มีหน้าที่ให้บริการโลจิสติกส์ ในเขตพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้มีทั้งสิ้น 385 คน โดยที่ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบสะดวก (Convenience Sample) มาใช้ในการเก็บข้อมูล หลังจากนั้นได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมานใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ t-test และ One-way ANOVA ซึ่งผลการวิจัยสามารถสรุปได้ ดังนี้

ด้านประชากรศาสตร์จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 385 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 203 คน (ร้อยละ 52.7) เพศชาย จำนวน 182 คน (ร้อยละ 47.3) เป็นพนักงานที่มีอายุ 25 ปี - 35 ปี จำนวน 165 คน (ร้อยละ 42.9) อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 102 คน (ร้อยละ 26.5) อายุ 36 ปี - 45 ปี จำนวน 67 คน (ร้อยละ 17.4) และอายุ 45 ปี ขึ้นไป จำนวน 51 คน (ร้อยละ 13.2) มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 226 คน (ร้อยละ 58.7) สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 89 คน (ร้อยละ 23.1) และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 70 คน (ร้อยละ 18.2)

มีสถานภาพสมรส จำนวน 154 คน (ร้อยละ 40.0) โสด จำนวน 122 คน (ร้อยละ 31.7) และหย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 109 คน (ร้อยละ 28.3)

ด้านความผูกพันต่อองค์กร จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.02$)

ด้านความผูกพันต่อองค์กร จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กรด้านความผูกพันต่อหน้าที่ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.43$)

ด้านความผูกพันต่อองค์กร จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่กับองค์กร มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.33$)

ด้านความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมของพนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.01$)

ด้านความตั้งใจลาออกในภาพรวมของพนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความตั้งใจลาออกในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{X} = 2.98$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจที่ต่างกัน โดยพนักงานที่มีอายุ 36 ปี - 45 ปี เป็นกลุ่มพนักงานที่มีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด และคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรที่ต่างกัน โดยพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด และคุณลักษณะส่วนบุคคลด้าน เพศ สถานภาพของพนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่ต่างกันไม่มีผลต่อระดับความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

คุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุของพนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อระดับความตั้งใจลาออกจากองค์กรที่ต่างกัน โดยพนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี เป็นกลุ่มพนักงานที่มีความตั้งใจลาออกจากองค์กรสูงที่สุด

อภิปรายผล

ในการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล ความผูกพันต่อองค์กร และความตั้งใจลาออกของพนักงานในองค์กรผู้ให้บริการโลจิสติกส์ สามารถวิเคราะห์ผลการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุของพนักงานมีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ และความตั้งใจลาออกจากองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ช่วงอายุของพนักงานในองค์กรสามารถทำให้พนักงานมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มพนักงานที่มีอายุ 36 ปี - 45 ปี เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรสูงที่สุด บริษัทจึงควรหาแนวทางในการพัฒนาให้พนักงานเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการรักษาพนักงานเก่าเอาไว้ ซึ่งพนักงานในช่วงอายุอื่น ๆ บริษัทก็มีอาจจะเลย บริษัทจำเป็นต้องหาแนวทางในการปรับปรุงเพื่อทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น เช่น การทำให้พนักงานรู้สึกได้ถึงความมั่นคงในการทำงานผ่านการให้สวัสดิการต่าง ๆ แก่พนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ลลิตา จันทรงาม (2559) ที่ศึกษากับธุรกิจธนาคารของรัฐแห่งหนึ่งพบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุของพนักงานที่ต่างกันจะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรที่ต่างกัน

2. คุณลักษณะส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษามีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ระดับการศึกษาของพนักงานในองค์กรที่แตกต่างกันจะทำให้พนักงานมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรสูงกว่าระดับการศึกษาคือ ดังนั้นบริษัทจึงควรพัฒนาให้พนักงานกลุ่มนี้มีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรมากขึ้นผ่านโอกาสในการก้าวหน้าของสายงาน หรือทุนการศึกษาเพื่อเพิ่มคุณสมบัติของพนักงาน อีกทั้งยังต้องหาแนวทางในการปรับปรุงให้พนักงานที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีมีความผูกพันต่อองค์กรที่สูงขึ้นด้วยผ่านค่าตอบแทนหรือสวัสดิการที่เหมาะสม เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของสมจิตร จันทรพิญ (2557) ที่ศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานของธนาคารรัฐแห่งหนึ่งพบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล ความผูกพันต่อองค์กร และความตั้งใจลาออกของพนักงานในองค์กรผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ดังนี้

1. ช่วงอายุของพนักงานเป็นคุณลักษณะส่วนบุคคลที่สามารถสร้างความแตกต่างต่อความผูกพันต่อองค์กรได้ บริษัทควรให้ความสำคัญ และสร้างให้พนักงานเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรเพิ่มมากขึ้นผ่านนโยบายด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท เช่น การให้สวัสดิการที่เพียงพอต่อพนักงาน การให้มีความมั่นคงในการทำงาน แก่พนักงาน และการให้ผลตอบแทนจากการปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรมกับพนักงานทุกคน เพื่อให้พนักงานเกิดความรู้สึกรัก และผูกพันในองค์กรเพิ่มมากยิ่งขึ้น

2. ระดับการศึกษาของพนักงานมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน ดังนั้นบริษัทจึงควรให้ความสำคัญในการพัฒนาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีผ่านค่าตอบแทนหรือสวัสดิการที่จำเป็นเพื่อให้พนักงานเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานที่มากยิ่งขึ้นด้วย

เอกสารอ้างอิง

- ลลิตา จันทราม. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ กลุ่มลูกค้าบุคคล. การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมจิตร จันทรพิญ. (2557). ความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน). การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารพัฒนาสังคม. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Bhutto, N. A.; Laghari, M. K.; & Butt, F. D. (2012). A Comparative Study of Organizational Climate and Job Satisfaction in Public, Private and Foreign Banks. *Asian Social Science*. 8(4): 132-157.

NBUS0119: ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

PERSONAL FACTORS AFFECTING THE SATISFACTION AND LOYALTY OF HOTEL BUSINESSES IN PHRANAKHON SI AYUTTHAYA

กันทิมา มั่งประเสริฐ¹

¹ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 3) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยกลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าที่เคยมีประสบการณ์ใช้บริการของโรงแรมที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม จำนวน 385 ราย จากการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติอนุมานการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย คือ ธุรกิจโรงแรมที่ประกอบกิจการอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จะต้องสร้างความพึงพอใจ และความจงรักภักดีให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้าในแต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสมตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าแต่ละราย เช่น ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ ที่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทต่อเดือน โรงแรมจะต้องมีการกำหนดราคาและการส่งเสริมการขายให้ลูกค้ากลุ่มดังกล่าวสามารถเข้าถึงการบริการได้

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนบุคคล ความพึงพอใจ ความจงรักภักดี ธุรกิจโรงแรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Abstract

The objectives of this research aim 1) to study the level of satisfaction and loyalty of customers who use hotel services in Phranakhon Si Ayutthaya 2) to study the differences between personal factors and satisfaction of customers in Phranakhon Si Ayutthaya and 3) to study the differences between personal factors and loyalty of customers in Phranakhon Si Ayutthaya. The sample group was customers who have experience using the services of hotels that operate in Phranakhon Si Ayutthaya. Additionally,

385 questionnaires from convenient random sampling were used as a tool for data collection. Moreover, descriptive statistics and inferential statistics One-way ANOVA were applied.

The results show that Gender, age, education and incomes have different effects on the satisfaction of customers who used hotel services in Phranakhon Si Ayutthaya and personal factors regarding gender, age, education and incomes also have different effects on the loyalty of customers who use hotels in Phranakhon Si Ayutthaya.

The suggestions state that the hotel business in Phranakhon Si Ayutthaya must appropriately create satisfaction and loyalty to each group of customers according to personal factors such as personal factors in terms of income. Most of the respondents in this study earn an income of not more than 30,000 baht per month, and hotel businesses have to set prices and promotions related to this type of customers in order to access the services.

Keywords: Personal factors, satisfaction, loyalty, Phranakhon Si Ayutthaya businesses hotel

บทนำ

เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ จึงทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดผู้ประกอบการด้านโรงแรมมีจำนวนมากตามปริมาณนักท่องเที่ยว ทำให้ผู้วิจัยได้เห็นความสำคัญดังกล่าว จึงเลือกศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดี ต่อการใช้บริการด้านโรงแรมของจังหวัด

จากการศึกษาธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีอยู่จำนวนมาก พบว่า มีหลายระดับ ตั้งแต่ 2 ถึง 5 ดาว ราคาห้องพักตั้งแต่ 1,000-5,000 บาทต่อคืน และเนื่องจากผู้ประกอบการด้านโรงแรมมีเป็นจำนวนมาก ส่งผลทำให้สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมค่อนข้างสูง จึงทำให้โรงแรมแต่ละแห่งมีกลยุทธ์และแนวทางปฏิบัติ ให้มีความสามารถในการแข่งขันเหนือคู่แข่งได้ ซึ่งธุรกิจโรงแรมจัดอยู่ในประเภทธุรกิจบริการ ดังนั้น ปัจจัยส่วนบุคคลจะเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของธุรกิจโรงแรมได้

สำหรับความพึงพอใจ (satisfaction) มีนักวิชาการชาวไทย เช่น ประชากร พัฒนกุล; และคณะ (2550), คณิต ดวงหัตถ์ (2537), ราณี เชาวน์ปรีชา (2538) และนักวิชาการชาวต่างประเทศ Quirk (1987), Olirer (1997), Hornby (2000) สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นของลูกค้าที่หลังจากเข้ารับบริการต่าง ๆ จากองค์กร ซึ่งลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจหรือไม่ ขึ้นอยู่กับว่ากิจกรรมที่องค์กรให้บริการ สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าได้หรือไม่ หากองค์กรสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ โดยผ่านกิจกรรมหรือกระบวนการที่สำคัญขององค์กร จะสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้าได้ ในส่วนความหมายของความจงรักภักดี ที่มีนักวิชาการชาวไทย วรรัตน์ อินทสระ (2553), ภาณุ ลิ้มมานนท์ (2549) และนักวิชาการชาวต่างประเทศ Aaker (1991), Kotler (1993) ให้คำนิยามไว้ สามารถสรุปได้ว่า ความจงรักภักดีหมายถึงความรู้สึก ความตั้งใจของลูกค้า ที่จะกลับมาใช้สินค้าหรือบริการกับทางองค์กรอีกครั้ง หลังจากที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้สินค้าหรือรับบริการแล้วโดยไม่คำนึงถึงปัจจัยภายนอกอื่น ๆ เช่น คู่แข่งรายอื่นที่ให้ข้อเสนอที่ดีกว่า โดยสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า หากธุรกิจบริการ เช่น

โรงแรมไม่สามารถสร้างความพึงพอใจ และความจงรักภักดีให้เกิดขึ้นแก่ผู้ให้บริการได้ จะทำให้ธุรกิจขาดความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งได้ และเป็นปัจจัยที่ลดความยั่งยืนในการบริหารธุรกิจได้

เนื่องจากลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมมีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน ดังนั้น การตอบสนองความพึงพอใจและความจงรักภักดี โรงแรมจะต้องคำนึงถึงปัจจัยนี้ เป็นสิ่งสำคัญด้วยเพื่อเพิ่มโอกาสที่นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ทำให้โรงแรมมีความสามารถในการแข่งขัน และเป็นปัจจัยที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้มากขึ้นจะส่งผลดีต่อธุรกิจโรงแรมในภาพรวมของจังหวัดต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานในการวิจัย

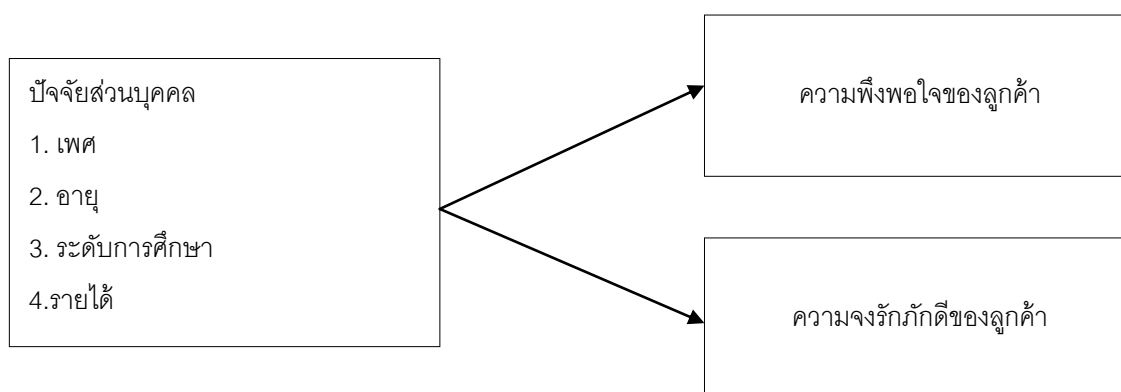
1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบแนวทางการกำหนดนโยบายเพื่อสร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ทำให้ทราบแนวทางในการดำเนินการเชิงกลยุทธ์เพื่อความพึงพอใจให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. ทำให้ผู้บริกรมมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายการดำเนินงานของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อสร้างความจงรักภักดีให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้าที่เข้าใช้บริการได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ผู้วิจัย กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ โรงแรมที่ประกอบธุรกิจอยู่ในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2562 - ตุลาคม พ.ศ. 2562
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้า และปัจจัยด้านความจงรักภักดีของลูกค้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Study) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 385 ชุด โดยเครื่องมือในการวิจัยมีการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ได้ค่าความเชื่อมั่นในด้านความพึงพอใจของลูกค้าเท่ากับ 0.947 และความเชื่อมั่นด้านความจงรักภักดีของลูกค้าเท่ากับ 0.952

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย คือ ลูกค้าที่เคยมีประสบการณ์ใช้บริการของโรงแรมที่ดำเนินธุรกิจในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ด้วยการวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยผู้วิจัยประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาด้านปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบรายละเอียดดังนี้

ลักษณะผู้เข้าใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	149	38.7
หญิง	236	61.3
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	75	19.5
ตั้งแต่ 20 ปี - 30 ปี	204	53.0
ตั้งแต่ 30 ปี - 40 ปี	53	13.8
ตั้งแต่ 40 ปี - 50 ปี	32	8.3
มากกว่า 50 ปี ขึ้นไป	21	5.5
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	127	33.0
ปริญญาตรี	233	60.5
ปริญญาโท	25	6.5
รายได้		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	239	62.1
ตั้งแต่ 15,000 บาท -30,000 บาท	108	28.1
ตั้งแต่ 30,000 บาท - 45,000 บาท	22	5.7
ตั้งแต่ 45,001 บาท ขึ้นไป	16	4.2

ผลการศึกษาลักษณะผู้เข้าใช้บริการพบว่า เป็นเพศหญิงมากที่สุดจำนวน 236 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมาคือเพศชายจำนวน 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.7 มีอายุตั้งแต่ 20 ปี - 30 ปี มากที่สุดจำนวน 204 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาคือ มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.5 มีอายุตั้งแต่ 30 ปี - 40 ปี จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8 มีอายุตั้งแต่ 40 ปี - 50 ปี จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3 และมีอายุมากกว่า 50 ปี ขึ้นไป จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.5 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 233 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมาคือต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.0 และปริญญาโทจำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5 มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มากที่สุดจำนวน 239 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.1 รองลงมาคือ มีรายได้ตั้งแต่ 15,000 บาท - 30,000 บาท จำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.1 มีรายได้ตั้งแต่ 30,000 บาท - 45,000 บาท จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.7 และมีรายได้ตั้งแต่ 45,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 4.2

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยที่ศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ความพึงพอใจของลูกค้า	4.92	1.24	มากที่สุด
พึงพอใจต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ	4.98	1.39	มากที่สุด
เป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง	4.90	1.35	มากที่สุด
ได้รับประสบการณ์ที่ดี	4.88	1.38	มากที่สุด
การบริการของโรงแรมสามารถตอบสนองความต้องการได้	4.89	1.34	มากที่สุด
พึงพอใจต่อแนวทางการให้บริการ	4.95	1.37	มากที่สุด
ความจงรักภักดีของลูกค้า	4.89	1.32	มากที่สุด
จะเข้าใช้บริการที่โรงแรมแห่งนี้อีกครั้งในอนาคต	4.89	1.40	มากที่สุด
จะแนะนำโรงแรมดังกล่าวให้คนในครอบครัว	4.84	1.41	มากที่สุด
จะแนะนำโรงแรมดังกล่าวให้คนที่รู้จัก	4.88	1.42	มากที่สุด
แม้จะมีทางเลือกอื่น แต่ก็ยังคงเข้าใช้บริการที่โรงแรมเดิม	4.97	1.44	มากที่สุด

ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ระดับความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.92 หากพิจารณารายข้อ พบว่า ลูกค้าพึงพอใจต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.98 รองลงมาคือ ลูกค้าพึงพอใจต่อแนวทางการให้บริการ ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.95 ลูกค้าคิดว่าการตัดสินใจเข้าใช้บริการที่โรงแรมดังกล่าวเป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90 ลูกค้าคิดว่าการบริการของโรงแรมสามารถตอบสนองความต้องการได้ ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.89 และลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการเข้าใช้บริการโรงแรมดังกล่าว ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 และความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ระดับความจงรักภักดีในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.89 หากพิจารณารายข้อ พบว่า ลูกค้าคิดว่าแม้จะมีทางเลือกอื่น แต่ก็ยังคงเข้าใช้บริการที่โรงแรมเดิมมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.97 รองลงมาคือ ลูกค้าจะเข้าใช้บริการที่โรงแรมแห่งนี้อีกครั้งในอนาคต ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.89 ลูกค้าจะแนะนำโรงแรมดังกล่าวให้คนที่รู้จัก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 และลูกค้าจะแนะนำโรงแรมดังกล่าวให้คนในครอบครัว ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84

ผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยในครั้งนี้ พบรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความพึงพอใจของลูกค้า	ความจงรักภักดีของลูกค้า
เพศ	0.58	0.04*
อายุ	0.04*	0.03*
ระดับการศึกษา	0.00*	0.00*
รายได้	0.02*	0.01*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้มีค่านัยสำคัญเท่ากับ .04, .00 และ .02 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 หมายความว่า อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้มีค่านัยสำคัญเท่ากับ .04, .03, .00 และ .01 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 หมายความว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกันมีระดับความจงรักภักดีที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สรุปผลการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 20 ปี - 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมากที่สุด โดยลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่พึงพอใจต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการมากที่สุด และระดับความจงรักภักดีของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมากที่สุด โดยลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่คิดว่าแม้จะมีทางเลือกอื่น แต่ก็ยังคงเข้าใช้บริการที่โรงแรมเดิมมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถวิเคราะห์ผลการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีผลต่อระดับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สามารถอภิปรายผลได้ว่า ลูกค้ามีเข้ามาใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปี - 30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ตั้งแต่ 15,000 บาท - 30,000 บาท เป็นกลุ่มคนที่มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพร เลิศวรรณพงษ์ (2554) ที่ศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการอาหารที่เน้นหนึ่งแตกต่างกัน ซึ่งจัดอยู่ในธุรกิจบริการที่มีความคล้ายคลึงกับโรงแรม

2. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีผลต่อระดับความจงรักภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สามารถอภิปรายผลได้ว่า กลุ่มลูกค้าที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการโรงแรมในจังหวัด

พระนครศรีอยุธยา ที่เป็นเพศหญิง อายุตั้งแต่ 20 ปี - 30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ตั้งแต่ 15,000 บาท - 30,000 บาท เป็นกลุ่มคนที่มีความจงรักภักดีสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภา จันทร์เหล่า (2559) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานที่แตกต่างกันจะมีความจงรักภักดีต่อองค์กรที่ต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถนำผลการวิจัยดังกล่าวไปใช้ในการออกแบบการให้บริการ และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ากลุ่มดังกล่าวให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อสร้างความยั่งยืนในการบริการธุรกิจโรงแรมต่อไป
2. ผู้ประกอบการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรพัฒนาแนวทางการให้บริการของโรงแรมให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าที่มีความจงรักภักดีของโรงแรมสูงสุด เพื่อรักษากลุ่มลูกค้าดังกล่าวไว้ ซึ่งสิ่งดังกล่าวสามารถสร้างความสามารถทางการแข่งขันของตนเองให้เหนือกว่าคู่แข่งได้

เอกสารอ้างอิง

- คณิต ดวงหัตถ์. (2537). **สุขภาพจิตกับความพึงพอใจในงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวนในเขตเมืองและเขตชนบทของจังหวัดขอนแก่น**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษา. ขอนแก่น: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ธัญพร เลิศวรรณพงษ์. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเลนจิตรอาร์ทเม้นต์**. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประชากร พัฒนกุล; และคณะ. (2550). **ความพึงพอใจของประชากรที่มีต่อการบริการสาธารณะของจังหวัดกาญจนบุรี**. การค้นคว้าด้วยตนเองบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ภาณุ ลิ้มมานนท์. (2549). **การวางแผนเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: ภาวนาส.
- ราณี เขาวนปรีชาส์. (2538). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่สถานีอนามัยขนาดใหญ่ จังหวัดอุดรธานี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเวชศาสตร์ป้องกันและสังคม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

NBUS0121: ปัจจัยทรัพยากรขององค์กรที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าพลังความร้อนภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว**THE ORGANIZATION'S RESOURCE FACTORS AFFECTING THE OPERATION OF THERMAL POWER PLANTS UNDER THE CONCEPT OF BEING A GREEN INDUSTRY**

จารินทร์ เอี่ยมสุภาชาติ¹ ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ²

¹ นักศึกษาลัทธิสุตรปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยด้านทรัพยากรขององค์กรส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าพลังความร้อนภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว ประชากรเป็นโรงไฟฟ้าพลังความร้อนจำนวน 178 โรงงาน ทำการสุ่มตัวอย่างโดยสะดวก ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 124 โรงงาน โดยทำการแจกแบบสอบถามพนักงานระดับบริหารและพนักงานระดับปฏิบัติการของโรงไฟฟ้าพลังความร้อน ครบทั้งจำนวน 124 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งสถิติที่ใช้ คือค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาความสัมพันธ์โดยใช้การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านทรัพยากรองค์กร ด้านคน ด้านวิธีการ ด้านเงิน และด้านเครื่องจักร สามารถร่วมกันพยากรณ์ระดับความเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวของโรงไฟฟ้าพลังความร้อนได้ร้อยละ 95.2 (Adjusted R² =.952) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งผล, โรงไฟฟ้าพลังความร้อน, อุตสาหกรรมสีเขียว

Abstract

The objectives of this research was to study the organization's resource factors affecting the operation of thermal power plants under the concept of being a green industry. The sample group was 178 power plants taken by convenience random sampling technique. The researcher sent 124 questionnaires and obtained 100% return. The statistical analyses were made for means, standard deviation, and statistical associations by Multiple Regression Analysis .

According to hypothesis testing, it was found that factors of man, methods, money and machines could be combinedly used to predict to the level of of being a green industry at with an average of 95.2 (Adjusted R² =.952) which was statistically significant at $p < 0.01$

Keywords: Factors affecting, the thermal power plant, green industry

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงในหลายๆด้านของสังคมโลกอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงด้านสังคม ความก้าวหน้าในเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ได้ส่งผลกระทบหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลกระทบดังกล่าวนี้ หากเกิดขึ้นที่ประเทศใดประเทศหนึ่งในโลกหรือพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ก็สามารถจะแพร่กระจายออกไปเป็นวงกว้างและลุกลามกลายเป็นปัญหาระดับประเทศได้

การพัฒนาประเทศไทยในอดีตที่ผ่านมา จะมุ่งเน้นการสร้างความเร็วเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต ที่มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างเต็มที่ จึงทำให้ประเทศไทยต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ เช่น ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความเหลื่อมล้ำทางสังคม เป็นต้น ซึ่งปัญหาเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาประเทศอย่างไม่สมดุล เป็นการมุ่งเน้นการเติบโตของภาคอุตสาหกรรมในเชิงเศรษฐกิจเพียงมิติเดียว ไม่สามารถก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ จึงเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างความสมดุลให้เกิดขึ้น โดยการเร่งการพัฒนาและทำการยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมในมิติอื่นๆ อันประกอบด้วยอุตสาหกรรมในมิติเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อุตสาหกรรมในมิติเชิงพัฒนาสังคม และอุตสาหกรรมในมิติเชิงสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน และเนื่องจากการพัฒนาอุตสาหกรรมทั้ง 4 มิติดังกล่าว มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงและเกื้อหนุนกัน ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมจำเป็นต้องบูรณาการให้เกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมในภาพรวม ตลอดจนเชื่อมโยงเข้ากับการพัฒนาในมิติอื่น ๆ ของประเทศ อันจะนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศอย่างยั่งยืน

ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมในประเทศไทยส่วนใหญ่จะขาดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อมระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง โดยสถานประกอบการบางแห่งมีความเข้าใจว่า การป้องกันปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมนั้น ทำให้ต้องสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายสูงขึ้นโดยไม่จำเป็น สถานประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กรักจะขาดบุคลากรที่จะทำหน้าที่ในด้านการป้องกันปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม และขาดความคิดริเริ่มที่จะขอความช่วยเหลือจากแหล่งภายนอกเพื่อช่วยแก้ปัญหา สถานประกอบการหลาย ๆ แห่ง ยังขาดความรู้พื้นฐานของการจัดการที่ดี นอกจากนี้ ยังขาดความรู้ในเรื่องเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินปัญหาของตน ขาดความรู้ในเรื่องเทคนิคและวิธีการในการป้องกันปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ส่วนภาครัฐยังขาดกลไกในการลดและควบคุมปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม และความชัดเจนในการแบ่งเขตของอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมสูง ออกจากอุตสาหกรรมอื่นๆ

โรงไฟฟ้าทำหน้าที่แปลงพลังงานรูปต่าง ๆ เช่น พลังงานศักย์ของน้ำ พลังงานเคมีในเชื้อเพลิงฟอสซิลและพลังงานนิวเคลียร์ในเชื้อเพลิงนิวเคลียร์เป็นพลังงานไฟฟ้า โรงไฟฟ้าแบ่งประเภทตามเชื้อเพลิงที่ใช้และกระบวนการผลิตไฟฟ้า ได้ดังนี้ โรงไฟฟ้าพลังความร้อน (Thermal power plant) โรงไฟฟ้ากังหันก๊าซ (Gas turbine power plant) โรงไฟฟ้าพลังความร้อนร่วม (Combined-cycle power plant) โรงไฟฟ้านิวเคลียร์ (Nuclear power plant) โรงไฟฟ้าพลังน้ำ (Hydroelectric power plant) โรงไฟฟ้าดีเซล (Diesel power plant) และโรงไฟฟ้าที่ใช้พลังงานหมุนเวียน (Renewable energy) เป็นต้น

โรงไฟฟ้าพลังความร้อน (Thermal power plant) ก่อให้เกิดมลพิษที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งสำคัญดังนี้

1) ผลกระทบด้านสุขภาพของประชาชนที่ได้รับมลพิษ ซึ่งอาจเกิดการระคายเคืองเยื่อต่างๆ เช่น ตา จมูก คอ ทางเดินหายใจ อาจเกิดอาการแสบคันและอาจตามมาด้วยการติดเชื้อได้ การเกิดอาการเรื้อรังจนเป็นเหตุให้เจ็บป่วย

และเสียชีวิตได้ 2) ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ การดำเนินการโรงไฟฟ้าพลังความร้อน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอาชีพของประชาชน ส่งผลกระทบต่อรายได้และรายจ่าย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น 3) ผลกระทบด้านสังคม การมีโรงไฟฟ้าพลังความร้อน จะทำให้สภาพของสังคมในชุมชนเปลี่ยนไป โดยจะมีความเจริญก้าวหน้าในระบบสาธารณูปโภค มีการเข้ามาอยู่ของคนจากพื้นที่อื่น ชุมชนขยายตัวสู่ความเป็นสังคมเมือง ส่งผลต่อความสัมพันธ์ทางสังคมของชุมชนเดิม และเกิดความเหลื่อมล้ำในสังคม และ 4) ผลกระทบด้านการท่องเที่ยว การมีโรงไฟฟ้าพลังความร้อนที่สร้างมลพิษ จะทำให้สิ่งแวดล้อมใกล้โรงไฟฟ้าเปลี่ยนไป ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยว ที่เน้นธรรมชาติและสุขภาพ

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น พบว่าปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากโรงไฟฟ้าจะทวีความรุนแรงมากขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ที่มีแนวโน้มเปลี่ยนไปในทางที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อสุขภาพพลานามัย และความปลอดภัยของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงไฟฟ้าพลังความร้อนที่มีของเสียจากกระบวนการในโรงไฟฟ้ามาก หากไม่มีระบบการจัดการที่ดีและได้มาตรฐานเพียงพอ ก็จะทำให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมมาก ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญในการศึกษา ในเรื่องแนวทางการจัดการสู่การเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวในกลุ่มโรงไฟฟ้าพลังความร้อน เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการโรงไฟฟ้าพลังความร้อนอย่างมีมาตรฐาน และมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลให้มีโรงไฟฟ้าพลังความร้อนมีผลประกอบการที่ดี มีการเติบโตอย่างยั่งยืน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งเป็นการสร้างภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีต่อชุมชน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่องปัจจัยทรัพยากรขององค์กรที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าพลังความร้อนภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว เพื่อเป็นการศึกษาหาวิธีการดำเนินงานเพื่อผลักดันให้อุตสาหกรรมไทยเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียว เพื่อสร้างความยั่งยืนและความสมดุลตามแนวทางเศรษฐกิจสีเขียวในระดับชาติต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทรัพยากรขององค์กรของโรงไฟฟ้าพลังความร้อน ภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว
2. เพื่อศึกษาระดับการการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวของโรงไฟฟ้าพลังความร้อน
3. เพื่อศึกษาปัจจัยทรัพยากรขององค์กรที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าพลังความร้อนภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว

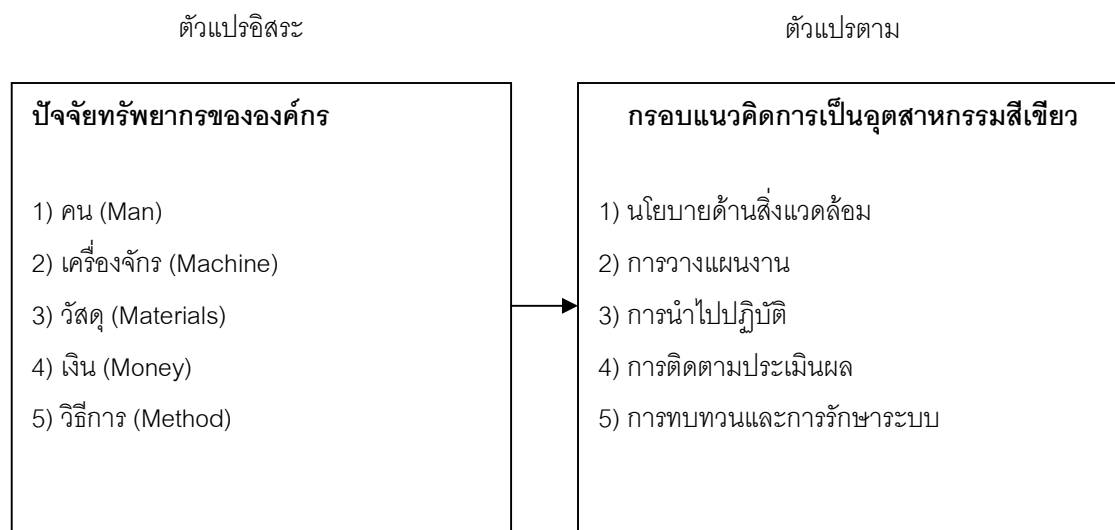
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการโรงไฟฟ้าพลังความร้อน ในการพัฒนาทรัพยากรองค์กรให้สอดคล้องกับการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว
2. ภาครัฐนำไปกำหนดมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน เพื่อให้ผู้ประกอบการโรงไฟฟ้าพลังความร้อน ดำเนินกิจการไปในแนวทางการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว

สมมติฐานในการวิจัย

ปัจจัยทรัพยากรขององค์กรได้แก่ คน เครื่องจักร วัสดุ เงิน และวิธีการ สามารถร่วมอธิบายการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าพลังความร้อน ภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของดุษฎีนิพนธ์ ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการ เรื่องปัจจัยทรัพยากรขององค์กรที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าพลังความร้อนภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว โดยมีการดำเนินการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้แทนโรงไฟฟ้าในตำแหน่งพนักงานระดับบริหารและพนักงานระดับปฏิบัติการของโรงไฟฟ้าพลังความร้อน จำนวน 178 โรงงาน
2. กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานระดับบริหารและพนักงานระดับปฏิบัติการของโรงไฟฟ้าพลังความร้อน จำนวน 178 โรงงาน ในกรณีทราบจำนวนประชากรเพื่อเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร ใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973:125) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 124 โรงงาน
3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ปัจจัยทรัพยากรขององค์กร, ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการรวบรวมข้อมูล กระทำโดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีทั้งส่วนที่เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งคำถามออกเป็น 5 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูล

ทั่วไปขององค์กร ได้แก่ ระดับของผู้ตอบแบบสอบถาม ทุนจดทะเบียน ประเภทเชื้อเพลิง กำลังการผลิต และจำนวนพนักงาน ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านทรัพยากรขององค์กร ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการ ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว โดยลักษณะของข้อคำถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามแบบมาตราส่วนค่า (Rating Scale) 5 ระดับ และตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามข้อเสนอแนะอื่นๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. นำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกให้แก่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานระดับบริหาร และพนักงานระดับปฏิบัติการของโรงไฟฟ้าพลังความร้อน จำนวน 124 โรงงาน
2. ช่วงระยะเวลาที่เก็บข้อมูลการวิจัย เริ่มตั้งแต่ พฤศจิกายน ถึง ธันวาคม พ.ศ.2562 รวมระยะเวลา 2 เดือน
3. ผู้วิจัยได้คัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ตามวิธีการทางสถิติต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์หาคุณภาพของเครื่องมือ

1.1 การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้เทคนิค IOC (Item Objective Congruence Index) หรือดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและเนื้อหา มีค่า .95

1.2 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) เป็นการหาค่าความสอดคล้องภายในของแบบสอบถามที่มีลักษณะมาตราส่วนค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ด้วย วิธีครอนบาค (Cronbach) มีค่า reliability เท่ากับ .94

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

2.2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร ผู้วิจัยใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบ Stepwise เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดการ และกรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์สามารถสรุปเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ปัจจัยทรัพยากรขององค์กรของโรงไฟฟ้าพลังความร้อน ภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว

ตาราง 1 แสดงปัจจัยปัจจัยทรัพยากรขององค์กรของโรงไฟฟ้าพลังความร้อน ภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว

ปัจจัยทรัพยากรขององค์กร	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. คน	4.3371	.47051	มาก
2. เครื่องจักร	4.6435	.23313	มากที่สุด
3. วัสดุ	4.4210	.13926	มาก
4. เงิน	4.4919	.17372	มาก
6. วิธีการ	4.4403	.02530	มาก
รวม	4.4923	.27935	มาก

จากข้อมูลตาราง 1 ปัจจัยทรัพยากรขององค์กรของโรงไฟฟ้าพลังความร้อน ภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.4923 โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เครื่องจักร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.6435 และด้านที่มีค่าเฉลี่ย น้อยสุดคือด้านคนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3371

ประเด็นที่ 2 ระดับการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวของโรงไฟฟ้าพลังความร้อน

ตาราง 2 แสดงระดับการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวของโรงไฟฟ้าพลังความร้อน

การเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. นโยบายสิ่งแวดล้อม	4.4358	.32394	มากที่สุด
2. การวางแผน	4.4145	.27251	มาก
3. การนำไปปฏิบัติ	4.6113	.20609	มากที่สุด
4. การติดตามประเมินผล	4.7226	.15661	มากที่สุด
5. การทบทวนและการรักษาระบบ	4.5306	.27473	มากที่สุด
รวม	4.5428	.12462	มากที่สุด

จากตาราง 2 ระดับการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวของโรงไฟฟ้าพลังความร้อนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.5428 โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการติดตามประเมินผล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.7226 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการวางแผนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.4145

ประเด็นที่ 3 การทำนายปัจจัยทรัพยากรขององค์กรส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าพลังความร้อนภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ในการทำนายปัจจัยทรัพยากรขององค์กรส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าพลังความร้อนภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ตัวแบบ (Model)	การเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว				
	B	SE(b)	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	.543	.093		5.847	.000
คน	.202	.005	.858	41.083	.000
วิธีการ	.200	.008	.504	23.993	.000
เงิน	.282	.013	.441	21.861	.000
เครื่องจักร	.192	.010	.403	18.726	.000
	r	R ²	Adjusted R ²	SE(est.)	F
	.977	.954	.952	.02421	616.650 **
					Sig.
					0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ในการทำนายปัจจัยทรัพยากรขององค์กรส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าพลังความร้อนภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว พบว่า ปัจจัยทรัพยากรขององค์กร ด้านคน ด้านวิธีการ ด้านเงิน และด้านเครื่องจักร สามารถร่วมกันพยากรณ์ระดับความเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวของโรงไฟฟ้าพลังงานความร้อนได้ร้อยละ 95.2 (Adjusted R² = .952) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านทรัพยากรองค์กรส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าพลังความร้อนภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว ผู้วิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจจากผลการวิเคราะห์ ปัจจัยทรัพยากรขององค์กรส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าพลังความร้อนภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว โดยสามารถอธิบายและจำแนกได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยทรัพยากรองค์กร ด้านคน ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าพลังความร้อนภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลินนา ดังค์ธ (2552) ศึกษาการประเมินผลกระบวนการทำงานของทีมประเทศไทย กรณีศึกษาสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุง

ลอนดอน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคืบหน้าประเด็นความสำเร็จ ปัญหา อุปสรรคของกระบวนการ และรูปแบบการทำงาน หาข้อสรุปและข้อเสนอแนะ เพื่อใช้เป็นแบบอย่างในการพัฒนา ปรับปรุงกระบวนการทำงานของทีมประเทศไทยต่อไป ซึ่งจากการค้นคว้าเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน และนำข้อมูลที่ได้จากแหล่งดังกล่าวมาประมวลและวิเคราะห์ผลโดยอาศัยหลัก 4M คือ ทรัพยากรบุคคล (Man) งบประมาณ (Money) ปัจจัยสนับสนุนการปฏิบัติงาน (Material) และการบริหารจัดการ (Management) เป็นกรอบในการวิเคราะห์ พบว่าผลสำเร็จในทีมขับเคลื่อนประเทศไทยนั้น กลไกที่สำคัญที่สุด คือ ทรัพยากรบุคคล โดยมีปัจจัยอื่น ๆ ประกอบคือ งบประมาณ ปัจจัยสนับสนุนการปฏิบัติงาน และการบริหารจัดการ

ปัจจัยทรัพยากรองค์กร ด้านวิธีการ ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าพลังความร้อนภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณณทัต นอนขุนทด (2556) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอสามแสนแสบ จังหวัดนครราชสีมา จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีระดับความสำคัญต่อการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านการวางแผน โดยมีค่าระดับความสำคัญ 3.92 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ โดยมีค่าระดับความสำคัญ 3.87 และปัจจัยด้านงบประมาณ มีค่าระดับความสำคัญ 3.76 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตยรัตน์ ใจอาษา (2554) ที่ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อกระบวนการบริหารจัดการในองค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรที่มีความ คิดเห็นต่อกระบวนการบริหารจัดการในองค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี ในภาพรวมทั้ง 4 ด้านประกอบด้วยด้านการวางแผน ด้านการจัดการ ด้านการนำ และด้านการควบคุม อยู่ใน ระดับมาก

ปัจจัยทรัพยากรองค์กร ด้านเงินและด้านเครื่องจักร ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าพลังความร้อนภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของจิราธิวัฒน์ ศุภรัตน์เสรี (2558) ศึกษาเรื่อง ความพร้อมในการจัดตั้งสหกรณ์บริการประชาชนของเทศบาลเมืองแสนสุข จังหวัดชลบุรีมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพร้อมในการจัดตั้งสหกรณ์บริการประชาชน ของเทศบาลเมืองแสนสุข เพื่อวิเคราะห์หาอิทธิพลระหว่างกระบวนการบริหารจัดการ (POCCC) และปัจจัยพื้นฐานทางการบริหารจัดการ (4M) ของเทศบาลเมืองแสนสุข จังหวัดชลบุรีกับความพร้อมในการจัดตั้งสหกรณ์บริการประชาชน และเพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อความพร้อมในการจัดตั้งสหกรณ์บริการประชาชน ของผู้บริหารในเทศบาลเมืองแสนสุข กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงาน (เฉพาะพนักงานเทศบาล) ทุกหน่วยงานของเทศบาลเมืองแสนสุข ทั้งหมด 82 คน การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ ได้แก่ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการทดสอบสมมติฐาน ใช้ค่าสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis: MRA) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of Determination: R²) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่าความพร้อมในการจัดตั้งสหกรณ์บริการประชาชน ของเทศบาลเมืองแสนสุข โดยภาพรวม และรายด้านอยู่ในระดับต่ำ โดยยกเว้นความพร้อมทางด้านผู้บริหารของเทศบาล ที่มีความพร้อมในระดับปานกลาง ตามมาด้วยความพร้อมทางด้านบุคลากรกรของเทศบาล ความพร้อมทางด้านสมาชิกที่จะร่วมจัดตั้งสหกรณ์ และความพร้อมทางด้านภารกิจร่วมกันตามประเภทของสหกรณ์ที่ขอจดทะเบียนตามลำดับ และจากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กระบวนการบริหารจัดการ (POCCC) ด้านการประสานงาน (Coordinating) และปัจจัยพื้นฐานทางการบริหารจัดการ (4M) ทั้ง 4 ด้าน โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญ ดังนี้ ทรัพยากรบุคคล (Man) เงินทุน (Money)การบริหารจัดการ(Management)และเครื่องมือ (Machine & Material)

ตามลำดับ ของเทศบาลเมืองแสนสุขจังหวัดชลบุรีที่พึงพอใจต่อการร่วมในการจัดตั้งสหกรณ์บริการประชาชน ของเทศบาลเมืองแสนสุข จังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถนำตัวแปรเหล่านี้มาใช้พยากรณ์ความพร้อมในการจัดตั้งสหกรณ์บริการประชาชนได้โดยมีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ที่ร้อยละ 43.6 และ 81.6

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่าปัจจัยทรัพยากรขององค์กรของโรงไฟฟ้าพลังความร้อน ภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว ซึ่งมีด้านคน ด้านเครื่องจักร ด้านวัสดุ ด้านเงิน และด้านวิธีการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.4923 โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เครื่องจักร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.6435 และด้านที่มีค่าเฉลี่ย น้อยสุดคือด้านคนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3371 ดังนั้นโรงไฟฟ้าควรดำเนินการดังนี้

1. ควรเตรียมบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว และมีการฝึกอบรมทีมงาน มุ่งเน้นการทำงานร่วมกัน เพื่อความสำเร็จของโครงการฯ
2. ควรเลือกใช้เครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพสูง เพื่อลดการก่อให้เกิดมลพิษ หรือของเสียที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
3. ควรเลือกใช้เชื้อเพลิงและวัสดุต่างๆที่มีประสิทธิภาพสูง เพื่อลดการก่อให้เกิดมลพิษ หรือของเสียที่จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
4. ควรจัดสรรงบประมาณในการสนับสนุนกิจกรรมและโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว โดยให้ครอบคลุมโรงไฟฟ้า ชุมชนและผู้บริโภค
5. ควรมีคู่มือและขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ชัดเจน ได้มาตรฐาน ตามกรอบของโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว มีการควบคุม ติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผลและทบทวนอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่าระดับการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวของโรงไฟฟ้าพลังความร้อนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.5428 โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการติดตามประเมินผล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.7226 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการวางแผนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.4145 ดังนั้นโรงไฟฟ้าควรดำเนินการให้ครบทุกด้านของการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว โดยเน้นการควบคุม ติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผล และทบทวนอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่าปัจจัยทรัพยากรขององค์กรที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าพลังความร้อนภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว ด้านคน ด้านวิธีการ ด้านเงิน และด้านเครื่องจักรสามารถร่วมกันพยากรณ์ระดับความเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวของโรงไฟฟ้าพลังงานความร้อนได้ร้อยละ 95.2 ($\text{Adjusted } R^2 = .952$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นโรงไฟฟ้าควรดำเนินการดังนี้

- 1) บุคลากรที่ทำโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวต้องมีความรู้ในกรอบของโครงการและต้องทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อความสำเร็จของโครงการฯ
- 2) ต้องมีการจัดทำคู่มือและขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ได้มาตรฐานตามกรอบของโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว และมีการปฏิบัติตามคู่มือ โดยมีการควบคุม ติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผลและทบทวนอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

3) ผู้บริหารสูงสุดต้องจัดสรรงบประมาณในการสนับสนุนกิจกรรมและโครงการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว

4) ต้องเลือกใช้เครื่องจักรในโรงไฟฟ้าที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพสูง ก่อให้เกิดมลพิษหรือของเสียที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการ

เพื่อให้การดำเนินงานของโครงการต่างๆประสบความสำเร็จ ปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สำคัญของทรัพยากรขององค์กรจะประกอบไปด้วย คน เครื่องจักร วัสดุ เงิน และวิธีการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีองค์กร แต่ในปัจจุบันการเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล ทำให้เกิดปัจจัยอีกหลายด้านที่จะเป็นปัจจัยและส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร ในเชิงวิชาการสามารถที่จะนำมาพิจารณาประกอบเพื่อความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นได้

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าพลังความร้อนภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวและเพื่อให้ทราบว่าปัจจัยด้านใดบ้าง เพื่อให้สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน เพื่อให้การดำเนินงานของโรงไฟฟ้าพลังความร้อนภายใต้กรอบแนวคิดการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาการวิเคราะห์ (SWOT) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของโรงไฟฟ้าประกอบด้วย

3. ควรศึกษาโรงไฟฟ้าพลังความร้อนประเภทอื่น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย ทำให้ทราบข้อมูลและแนวทางการดำเนินงานของโรงไฟฟ้าประเภทอื่น

เอกสารอ้างอิง

จิราธิวัฒน์ ศุภรัตน์เสรี.(2558). **ความพร้อมในการจัดตั้งสหกรณ์บริการประชาชนของเทศบาลเมืองแสนสุข**

จังหวัดชลบุรี. หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองการปกครอง คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

นิตยรัตน์ ใจอาษา. (2554). **ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อกระบวนการบริหารจัดการในองค์การบริหารส่วน**

จังหวัดจันทบุรี. ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

ปิ่นนัท นอนุนทด.(2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาองค์กร**

ปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอขามสะแกแสง จังหวัดนครราชสีมา. สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

ลินนา ดังศรีช. (2552). **การประเมินผลกระทบการทำงานของทีมประเทศไทย กรณีศึกษาสถาน**

เอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน. หลักสูตรนักบริหารการทูตรุ่น สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ.

Yamane, Taro. (1973). *Statistics an Introductory Analysis*. New York: Harper and Row.

NBUS0122: การบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ตามแนวคิด POSDCORB

MANAGEMENT OF RANGSIT UNIVERSITY FOOTBALL CLUB BASED ON POSDCORB CONCEPT

ศุภกิจ พันธุ์เมือง¹ ดร.อภิรัตน์ กังสดารพร²

¹ สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ศุภกิจ และการเมือง (วิทยาลัยนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต)

² อาจารย์ที่ปรึกษา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ซึ่งการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์ แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) เก็บข้อมูลกับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และนักกีฬาของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 8 คน และรวบรวมข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ ซึ่งผลการวิจัย พบว่า

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารการจัดการสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต แนวคิด POSDCOB 7 ประการ ซึ่งประกอบด้วย 7 ด้าน คือ การวางแผน การจัดการองค์กร การจัดการเกี่ยวกับตัวบุคคล การอำนวยการ การประสานงาน การรายงาน และการงบประมาณ

การวางแผน จัดการวางแผนการบริหารมีขั้นตอนในการวางแผน 2 แบบ แบบ 1 คือ การวางแผนระยะสั้น เป็นการวางแผนในช่วงการแข่งขัน แมตช์แข่งขันการเดินทางไปแข่งขัน งบประมาณในการแข่งขัน แบบที่ 2 คือ การวางแผนระยะยาว เป็นการวางแผนการบริหารสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตตลอดปี เพื่อความเป็นระบบระเบียบในการบริหารแต่ละฝ่ายและพัฒนาการบริหารสโมสรให้เป็นมืออาชีพยิ่งขึ้นตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ทางสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต แต่ทางสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตยังขาดประสบการณ์ในการวางแผนการบริหารสโมสรการดำเนินงานการบริหารยังติดขัดในเรื่องของการบริหารสโมสร

การจัดการองค์กร การแบ่งฝ่ายในการทำงาน มีการแบ่งฝ่ายออกเป็น 3 ฝ่าย ฝ่ายที่ 1 ฝ่ายบริหารสโมสร ประกอบด้วย ผู้จัดการฝ่ายบริหาร ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบริหาร เจ้าหน้าที่ฝ่ายกฎหมาย เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด เจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน ฝ่ายที่ 2 ฝ่ายผู้จัดการทั่วไป ฝ่ายที่ 3 ฝ่ายเทคนิค ประกอบด้วย หัวหน้าผู้ฝึกสอน ผู้ช่วยผู้ฝึกสอน ผู้ช่วยผู้ฝึกสอน (ผู้รักษาประตู) แพทย์ประจำทีมนักกายภาพทีม เจ้าหน้าที่ทีม นี่คือนักกีฬาต่าง ๆ ในการทำงานของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตแต่ยังขาดบุคลากรในจำนวนที่ค่อนข้างเยอะเพราะแต่ละฝ่ายมีจำนวนบุคลากรค่อนข้างน้อยจนทำให้ดูแลและการทำงานในแต่ละหน้าที่ไม่ทั่วถึง

การจัดการเกี่ยวกับตัวบุคคล การคัดเลือกของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต เนื่องจากสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตเป็นสโมสรกึ่งอาชีพ จึงมีตัวเลือกในการคัดเลือก บุคลากรที่เข้ามาทำงานและนักกีฬาค่อนข้างน้อย จึงเน้นพัฒนานักเตะภายในมหาวิทยาลัยรังสิตในการทำงานและเน้นให้นักศึกษาเข้าร่วมในการแข่งขันฟุตบอล

ดิวิชั่น 2

การอำนวยการ เป็นการทำงานแบบครบวงจร ใช้เวลาที่สูงภาพ ให้เกียรติซึ่งกันและกันและสามารถแสดง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้

การประสานงาน มีการเรียกประชุมเสมอเมื่อมีงานหรือภาระหน้าที่ที่จะมอบหมาย เพื่อสร้างความเข้าใจในการทำงานและวัตถุประสงค์ในงานที่มอบหมายให้จะทำให้โอกาสผิดพลาดน้อยลง

การรายงาน ใช้มาตรฐานในการวัดความสำเร็จของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตจากผลงานการแข่งขันและความก้าวหน้าในแต่ละปีว่าประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตได้ตั้งเป้าหมายไว้หรือไม่

การงบประมาณ การใช้งบอย่างรัดกุมและให้ได้คุณภาพมากที่สุด เนื่องด้วยสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตมีงบประมาณในแต่ละที่ค่อนข้างน้อยและขาดผู้สนับสนุนเป็นอย่างมาก ทางสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตจะต้องดำเนินการหาผู้สนับสนุนเพิ่มเป็นอย่างมาก เพราะการยกศักยภาพทีมจำเป็นจะต้องใช้เงินสนับสนุนทีมในการหาตัวนักเตะและทีมงานบุคคลกรที่มีความเชี่ยวชาญ ไม่ว่าจะเป็นทีมงานกายภาพ ทีมงานสตาฟโค้ช

บทนำ

กีฬาฟุตบอล (Football) เป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมและแพร่หลายไปทั่วโลก หรืออาจจะเรียกได้ว่า ฟุตบอลเป็นเสมือนมหกรรมกีฬาโลก (Global Sport) ที่ทุกภูมิภาคให้ความสนใจ และได้มีการจัดให้มีการแข่งขันในระดับต่าง ๆ รวบรวมอย่างเนืองแน่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งความยิ่งใหญ่ของ การแข่งขันฟุตบอลโลกและฟุตบอลระดับทวีปกลายเป็นเป้าหมายของนักฟุตบอลและองค์กร ฟุตบอลของแต่ละชาติ ต่างใฝ่ฝันที่จะมีโอกาสร่วมสัมผัสกับการแข่งขันดังกล่าว ซึ่งถือเป็นเกียรติ ประวัติของประเทศในด้านวงการฟุตบอลจากการที่ฟุตบอลเป็นกีฬายอดนิยมของนานาประเทศ เช่นนี้ ได้ก่อให้เกิดแรงผลักดันให้เกมกีฬาฟุตบอลได้มีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ อย่างไม่หยุดยั้งไม่ว่าจะเป็นมาตรฐาน การและเทคนิค การเล่นวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีโภชนาการและการบริหารจัดการรวมถึงสิทธิประโยชน์ รวมถึงด้านสิทธิประโยชน์ ซึ่งล้วนแต่ได้จัดทำแบบมืออาชีพและเป็นระบบทั้งสิ้น (การกีฬาแห่งประเทศไทย. 2559)

กีฬาฟุตบอลในประเทศไทยได้มีการเล่นตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 โดยหลายคนกล่าวว่าฟุตบอลเป็นกีฬาที่ไม่เหมาะสมกับประเทศที่มีอากาศร้อนเหมาะสมกับประเทศที่มีอากาศหนาวเย็นมากกว่าและเป็นเกมที่ทำให้เกิดอันตรายต่อผู้เล่นและผู้ชมบางครั้งอาจถึงขั้นเสียชีวิตได้ ซึ่งข้อวิจารณ์ดังกล่าวถ้ามองอย่างผิวเผินก็อาจจะเกิดขึ้นได้กับกีฬา ทุกประเภทถ้าผู้เล่นขาดความระมัดระวังไม่รู้จักหน้าที่และรู้จักประสานงาน แต่ภายหลังข้อกล่าวหาดังกล่าวก็ค่อย ๆ หดไปจนกระทั่งฟุตบอลกลายเป็นกีฬายอดนิยมที่สุดของประชาชนชาวไทย วันที่ 23 มิถุนายน พ.ศ. 2468 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทรงโปรดเกล้าให้ตั้งกรรมการอำนวยการขึ้น ซึ่งกิจการก็ดำเนินด้วยดีและได้ตราข้อบังคับขึ้นใช้ในสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ซึ่งต่อมาได้มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขและปรับปรุงข้อบังคับเพื่อให้เหมาะสมกับกาลสมัยได้ดี ให้เรียกข้อบังคับนั้นว่าข้อบังคับลักษณะการปกครอง และเปลี่ยนชื่อสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยเสียใหม่ว่าสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ (การกีฬาแห่งประเทศไทย. 2559)

การแข่งขันกับทีมนานาชาติอีกหลาย การจัดทำแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2560-2564) ฉบับนี้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบในหลักการแล้ว เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2559 หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนจะได้ใช้เป็นกรอบแนวทางในการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี เพื่อช่วยผลักดันและขับเคลื่อนการพัฒนาตามแผนสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้การกีฬาเป็นส่วนสำคัญของวิถีชีวิตประชาชนทุกภาคส่วนและเป็นกลไกสำคัญในการสร้างคุณค่าทางสังคมและคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนไทย รวมถึงการพัฒนาสู่ความเป็นเลิศในระดับสากลและต่อยอดสู่ระดับอาชีพเพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้กับบุคลากรกีฬา โดยจะเชื่อมโยงไปถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจของประเทศด้วย ซึ่งนับว่าเป็นมิติใหม่ของการพัฒนาการ

กีฬาของประเทศ ดังนั้น จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าทุกภาคส่วนจะได้ใช้แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติฉบับนี้เป็นแนวทางในการพัฒนาการกีฬาของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ตามแนวความคิดทฤษฎี POSDCORB

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ได้ทราบถึงการบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตเพื่อนำไปพัฒนาการบริหารจัดการ การวางแผน การจัดการ การจัดการตัวบุคลากร การอำนวยความสะดวก การประสานงาน การประเมินการทำงาน และการจัดการงบประมาณของสโมสรให้ดียิ่งขึ้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาการบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต เป็นการวิจัยโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการวิจัยเชิงคุณภาพได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับการบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต โดยมีรายละเอียดดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ในทีมผู้บริหาร เจ้าหน้าที่และนักกีฬา จัดลำดับเนื้อหาแบบสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการ โดยแบ่งเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 การบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต

ผลการวิจัย

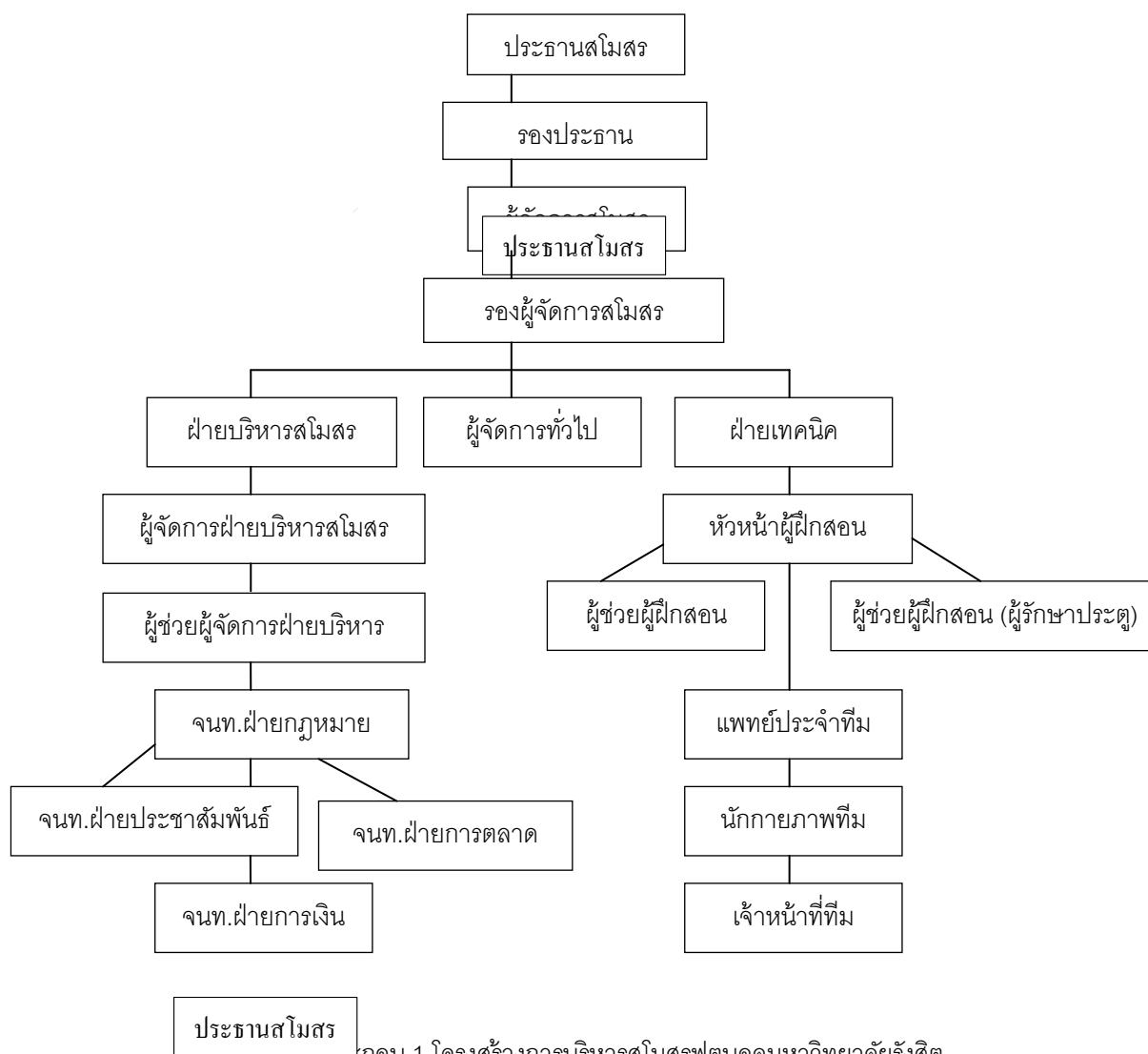
เป็นการนำเสนอผลการศึกษาเรื่อง “การบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต” เป็นการนำเสนอผลจากการศึกษาในรูปแบบของการบรรยาย โดยประมวลผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์นำมาวิเคราะห์และศึกษาผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และนักกีฬา ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ในประเด็น ดังต่อไปนี้

ประเด็นในการศึกษาถึงการบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ผลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และนักกีฬา ภายใต้กรอบแนวคิด POSDCORB 7 ประการ ได้แก่ 1) การวางแผน (P-Planning) 2) การจัดองค์กร (O-Organizing) 3) การจัดการเกี่ยวกับตัวบุคคล (S-Staffing) 4) การอำนวยความสะดวก (D-Directing) 5) การประสานงาน (Co- Coordinating) 6) การรายงาน (R- Reporting) 7) การงบประมาณ (B-Budgeting) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การวางแผน (Planning) คือ วิธีการจัดการวางแผนการบริหาร เป้าหมายอนาคตของสโมสร วิธีการดำเนินงานเพื่อให้สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย วิธีการที่ใช้ในการประเมินผล การวางแผนการบริหารสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตและปัญหาที่พบในการบริหารสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต

2. การจัดการองค์กร (Organizing) คือ วิธีการจัดการโครงสร้างการบริหารสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต การบริหารงานตามโครงสร้างสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต สโมสรได้บริหารงานตามหลัก Club Licensing และปัญหาที่พบในการจัดการกำหนดภารกิจภาระหน้าที่ในสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต

โครงสร้างการบริหารสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต



ภาพประกอบ 1 โครงสร้างการบริหารสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต

3. การจัดการเกี่ยวกับตัวบุคคล (Staffing) คือ การคัดเลือกทีมบุคลากรทั้งทีมงาน และนักกีฬาของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต จำนวนบุคลากรปัจจุบันในสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต วิธียอมรับหรือพัฒนาบุคลากรในสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต วิธีการประเมินผลการทำงานของบุคลากรและนักกีฬาในสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต และปัญหาที่พบในการทำงานของแต่ละฝ่ายของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต

4. การอำนวยการ (Directing) คือ วิธีการที่สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตมอบหมายงาน วิธีการกระตุ้นจูงใจของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตเพื่อให้บุคลากรตั้งใจในการทำงานให้งานมีประสิทธิภาพ การตัดสินใจมอบหมายงานของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตแต่ละครั้งมีใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจ

5. การประสานงาน (Coordinating) หมายถึง การประสานงานของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต เพื่อให้ฝ่ายต่าง ๆ และบุคลากรรับรู้ข่าวสารรายละเอียดของงาน วิธีการสื่อสารของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต กับบุคลากรภายในสโมสร เมื่อเกิดข้อผิดพลาดในการประสานงาน วิธีแก้ไขของทางสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต

6. การรายงาน (Reporting) คือ วิธีการรายงาน ตรวจสอบการปฏิบัติงาน ติดตามสรุปและประเมินผลงาน วิธีการประเมินผลภายในสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต และวิธีการประเมินผลสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต จากบุคคลภายนอก

7. งบประมาณ (Budgeting) หมายถึง การวางแผนการใช้งบประมาณในแต่ละปีของสโมสร แหล่งงบประมาณในการดำเนินการและการวางแผนจัดหารายได้ของสโมสร วิธีการบริหารจัดการงบประมาณของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต เช่น เงินเดือน สวัสดิการ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ วิธีการประเมินผลงบประมาณของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต

สรุปผลการวิจัย

การบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ประเด็นในการศึกษาถึงการบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ผลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และนักกีฬา ภายใต้กรอบแนวคิด POSDCOB 7 ประการ ได้แก่ 1) การวางแผน (Planning) 2) การจัดการองค์กร (Organizing) 3) การจัดการเกี่ยวกับตัวบุคคล (Staffing) 4) การอำนวยการ (Directing) 5) การประสานงาน (Coordinating) 6) การรายงาน (Reporting) 7) การงบประมาณ (Budgeting) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การวางแผน (Planning) คือ วิธีการจัดการวางแผนการบริหาร เป้าหมายอนาคตของสโมสร วิธีการดำเนินงานเพื่อให้สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย วิธีการที่ใช้ในการประเมินผลการวางแผนการบริหารสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต และปัญหาที่พบในการบริหารสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต

จากผลการวิจัยพบว่า จัดการวางแผนการบริหารที่ละขั้นตอนในการวางแผน 2 แบบ แบบ 1 คือ การวางแผนระยะสั้น การวางแผนระยะสั้น คือ การวางแผนในช่วงการแข่งขัน แมตช์แข่งขัน การเดินทางไปแข่งขัน งบประมาณในการแข่งขัน แบบที่ 2 คือ การวางแผนระยะยาว เป็นการวางแผนการบริหารสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ตลอดปี เพื่อความเป็นระบบระเบียบในการบริหารแต่ละฝ่ายและพัฒนาการบริหารสโมสรให้เป็นมืออาชีพยิ่งขึ้น ตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ทางสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต วางไว้ คือ การพัฒนาการบริหารสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต เพื่อยกระดับสโมสรและพัฒนาบุคลากรในการทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เป้าหมายอนาคตของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต วางไว้ คือ ทางสโมสรมีความหวังจะสร้างมูลค่าของทีมและต้องการเข้าสู่การแข่งขันในระดับที่สูงขึ้นและพัฒนาศักยภาพของน้อง ๆ นักกีฬาและบุคลากรในสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตให้มีความเป็นระบบระเบียบในการทำงาน

เป้าหมายอนาคตของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต คือ สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ต้องการบริหารสโมสร ยกกระดับทีมสโมสรและพัฒนาบุคลากรภายในสโมสรให้มีความก้าวหน้าและเป็นมืออาชีพมากขึ้น

วิธีการดำเนินงานเพื่อให้สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย คือ สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต มีการวางระบบขั้นตอนในการทำงานแบ่งเป็นตามฝ่ายรับผิดชอบเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพในการทำงานและการจัดการเรื่องในสนามการฝึกซ้อมเพื่อการแข่งขัน

วิธีการที่ใช้ในการประเมินผลการวางแผน คือ สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต มีการประเมินการวางแผน โดยการสังเกตการณ์จากการดำเนินงานและประสิทธิภาพของงานบรรลุตามเป้าหมายและแผนการดำเนินงานที่วางไว้

ปัญหาที่พบในการบริหาร คือ สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต มีจำนวนบุคลากรที่น้อยและบุคลากรที่ยังค่อนข้างจะอ่อนประสบการณ์ในเรื่องของการบริหารสโมสรและความพร้อมของสถานที่ เนื่องด้วยเป็นสโมสรที่อาชีพและสถานที่ยังเป็นส่วนร่วมของมหาวิทยาลัยรังสิต

2. การจัดการองค์กร (Organizing) คือ วิธีการจัดการโครงสร้างการบริหารสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต การบริหารงานตามโครงสร้างสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต สโมสรได้บริหารงานตามหลัก Club Licensing และปัญหาที่พบในการจัดการกำหนดภารกิจภาระหน้าที่ในสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต

จากผลการวิจัยพบว่า วิธีการจัดการโครงสร้างการบริหารสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต คือ โครงสร้างแบบหน้าที่ โดยการแบ่งฝ่ายในการทำงาน มีการแบ่งฝ่ายออกเป็น 3 ฝ่าย ฝ่ายที่ 1 ฝ่ายบริหารสโมสร มีผู้จัดการฝ่ายบริหาร ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบริหาร เจ้าหน้าที่ฝ่ายกฎหมาย เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด เจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน ฝ่ายที่ 2 ฝ่ายผู้จัดการทั่วไป ฝ่ายที่ 3 ฝ่ายเทคนิค มีหัวหน้าผู้ฝึกสอน ผู้ช่วยผู้ฝึกสอน ผู้ช่วยผู้ฝึกสอน (ผู้รักษาประตู) แพทย์ประจำทีม นักกายภาพทีม เจ้าหน้าที่ทีม นี้ฝ่ายต่าง ๆ ในการทำงานของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต

การบริหารตามโครงสร้างสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต คือ การแบ่งฝ่ายในการบริหารและการทำงานแบบเป็นสัดส่วน แต่เนื่องด้วยสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตเน้นพัฒนาบุคลากรภายใน จึงทำให้ประสบการณ์ในการบริหารสโมสรจึงยังค่อนข้างน้อย

สโมสรได้บริหารงานตามหลัก Club Licensing ซึ่งสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตไม่ได้ผ่านตามเกณฑ์ตามหลัก Club Licensing ร้อยเปอร์เซ็นต์ สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตอยู่ระดับ C ซึ่งตาม Club Licensing ระดับ C คือ “ควรมี” แม้จะขาดในข้อนี้ไป แต่ก็ยังได้รับใบอนุญาต และจะต้องมีแผนที่จะทำในอนาคต เนื่องด้วยสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตยังมีข้อกำหนดกฎเกณฑ์ของ Club Licensing บ้างที่ยังไม่สามารถปฏิบัติได้ครบถ้วนสมบูรณ์ ในเรื่องของสถานที่การจัดการแข่งขัน เช่น อัฒจันทร์ สภาพแวดล้อมรอบสนามแข่งขัน สนามแข่งขัน และห้องควบคุม ความปลอดภัยรอบสนามการแข่งขัน สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตสามารถเข้าร่วมแข่งขันได้ แต่จะต้องมีการพัฒนาและเพิ่มเติมส่งผลพัฒนาทุกฤดูกาลที่เข้าร่วมแข่งขัน

ปัญหาที่พบในการจัดการกำหนดภารกิจภาระหน้าที่ โดยรวมแล้วปัญหาที่ทางสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต พบในการกำหนดภาระหน้าที่ในองค์กรอาจจะมีไม่มากนักเนื่องด้วยสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตยังเป็นกึ่งอาชีพ ปัญหาจึงเป็นในเรื่องของประสบการณ์ในการบริหารสโมสรมากกว่า

3. การจัดการเกี่ยวกับตัวบุคคล (Staffing) คือ การคัดเลือกทีมบุคลากร ทั้งทีมงานและนักกีฬา ของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต จำนวนบุคลากรปัจจุบันในสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต วิธีอบรมหรือพัฒนาบุคลากรในสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต วิธีการประเมินผลการทำงานของบุคลากรและนักกีฬาในสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต และปัญหาที่พบในการทำงานของแต่ละฝ่ายของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต

จากผลการวิจัย พบว่า การคัดเลือกของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต เนื่องด้วยสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตเป็นสโมสรที่อาชีพ จึงมีตัวเลือกในการคัดเลือก บุคลากรที่เข้ามาทำงานและนักกีฬาค่อนข้างน้อย จึงเน้นพัฒนาบุคลากรภายในในการทำงานและเน้นให้นักศึกษาเข้าร่วมในการแข่งขันฟุตบอล ดิวิชั่น 2

จำนวนบุคลากรปัจจุบันในสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต มีไม่เพียงพอ เพราะสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต มีจำนวนนักกีฬาที่เยอะขัดกับจำนวนบุคลากร จึงทำให้การดูแลนักกีฬาไม่ทั่วถึงและการบริหารงานในสโมสรยังต้องการบุคลากรที่มีความสามารถเพิ่ม

วิธีอบรมหรือพัฒนาบุคลากรในสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต คือ การเรียนรู้งานจริงและการแลกเปลี่ยนดูงานนอกสถานที่ เพื่อหาแนวคิดและวิธีการบริหารองค์กรแบบใหม่

วิธีการประเมินผลการทำงานของบุคลากรและนักกีฬาในสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ประเมินการทำงานของบุคลากรจากการดำเนินงาน ผลงานและประสิทธิภาพของงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์และมีข้อผิดพลาดเล็กน้อยแค่ไหน การประเมินนักกีฬาดูจากการฝึกซ้อมและผลการแข่งขัน

ปัญหาที่ทางสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตพบ คือ การทำงานของแต่ละฝ่ายที่ค่อนข้างจะอ่อนประสิทธิภาพและความชำนาญในการบริหารจัดการองค์กร

4. การอำนวยการ (Directing) คือ วิธีการที่สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต มอบหมายงาน วิธีการกระตุ้นจูงใจคนของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต เพื่อให้บุคลากรตั้งใจในการทำงานให้งานมีประสิทธิภาพ การตัดสินใจมอบหมายงานของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต แต่ละครั้งมีใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจ

จากผลการวิจัยพบว่า วิธีการที่สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต มอบหมายงาน คือ ทางสโมสรได้มีการกระจายงานแบ่งภาระหน้าที่ไปตามฝ่ายได้รับผิดชอบในส่วนนั้น เพื่อความรวดเร็วในการทำงานและมีประสิทธิภาพในการทำงาน

วิธีการกระตุ้นจูงใจคนของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ให้บุคลากรในสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายนั้นคือ การทำงานแบบครบวงจร ใช้เวลาที่สุดภาพให้เกิดประโยชน์ร่วมกันและกันและสามารถแสดงและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้

การมอบหมายหน้าที่ของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ใช้เกณฑ์ด้านความถนัดในการมอบหมายงานและการแบ่งฝ่ายหน้าที่ เนื่องจากการมอบหมายงานจะต้องมีความรู้ความสามารถในงานที่ได้รับมอบหมายจึงได้งานที่มีประสิทธิภาพ

5. การประสานงาน (Coordinating) หมายถึง การประสานงานของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต เพื่อให้ฝ่ายต่าง ๆ และบุคลากรรับรู้ข่าวสารรายละเอียดของงาน วิธีการสื่อสารของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต กับบุคลากรภายในสโมสร เมื่อเกิดข้อผิดพลาดในการประสานงานวิธีแก้ไขของทางสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต

จากผลการวิจัยพบว่า การประสานงานของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต คือ การเรียกประชุมเสมอเมื่อมีงานหรือภาระหน้าที่ที่จะมอบหมายเพื่อสร้างความเข้าใจในการทำงานและวัตถุประสงค์ในงานที่มอบหมายให้จะทำให้โอกาสผิดพลาดน้อยลง

วิธีการสื่อสารของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต คือ การเรียกประชุมโดยรวมทุกฝ่ายหรือการสนทนาฝ่ายในระบบไลน์กลุ่มกรณีที่ไม่สามารถมาประชุมหรือเกิดการประชุมเร่งด่วน

เมื่อเกิดข้อผิดพลาดในการประสานงานสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต จะมีการตรวจสอบและสอบถามว่าเกิดจากอะไร วิธีแก้ไข คือ การประสานงานที่ใช้การสื่อสารที่ละเอียดและชัดเจนมากขึ้น

6. การรายงาน (Reporting) คือ วิธีการรายงาน ตรวจสอบการปฏิบัติงาน ติดตามสรุปและประเมินผลงาน วิธีการประเมินผลภายในสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต และวิธีการประเมินผลสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต จากบุคคลภายนอก

จากผลการวิจัยพบว่า วิธีการรายงาน ตรวจสอบการปฏิบัติงาน ติดตามสรุปและประเมินผลงานของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต คือ การเรียกประชุม เพื่อให้แต่ละฝ่ายได้นำสรุปที่ทำให้ทุกเดือนมาอธิบายและรายงานผลที่ได้จากการดำเนินงาน

วิธีการประเมินผลภายในสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตว่าประสบผลสำเร็จ สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ใช้มาตรฐานในการวัดความสำเร็จของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต จากผลงานการแข่งขันและความก้าวหน้าในแต่ละปีว่าประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ได้ตั้งเป้าหมายไว้หรือไม่

วิธีการที่ใช้ในการประเมินผลสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต จากบุคคลภายนอก คือ การแจกแบบสอบถามและการสอบถามจากปากผู้เข้าชมการแข่งขันว่ามีคำติหรือข้อแนะนำอะไรที่เห็นควรแก้ไขและปรับปรุงสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต

7. การงบประมาณ (Budgeting) หมายถึง การวางแผนการใช้งานงบประมาณในแต่ละปีของสโมสรแหล่งงบประมาณในการดำเนินการและการวางแผนจัดหารายได้ของสโมสร วิธีการบริหารจัดการงบประมาณของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต เช่น เงินเดือน สวัสดิการ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ วิธีการประเมินผลงบประมาณของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต

จากผลการวิจัยพบว่า การวางแผนใช้งบประมาณของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต คือ การใช้งบอย่างรัดกุมและให้ได้คุณภาพมากที่สุด เนื่องด้วยสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตมีงบประมาณในแต่ละที่ค่อนข้างน้อยและขาดผู้สนับสนุนเป็นอย่างมาก

งบประมาณส่วนใหญ่ของทางสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ได้รับการสนับสนุนจากสมาคมและทางมหาวิทยาลัยรังสิต นอกจากนั้นจะเป็นการทำเรื่องขอผู้สนับสนุนจากบริษัทหรือองค์กรต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนทีมในแต่ละปี แต่ละปีจะมีการจัดการงบประมาณอย่างรัดกุม เนื่องด้วยสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตได้บสนับสนุนในแต่ละปีที่ค่อนข้างจะน้อยและการใช้งบ แต่ละครั้งจะต้องให้ประสิทธิภาพและคุณภาพมากที่สุด

วิธีการบริหารจัดการงบประมาณของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต คือ การนำงบประมาณที่จะได้จากผู้สนับสนุนมาจัดการแบ่งตามสัดส่วนให้สมดุลที่สุดและการใช้จ่ายจะต้องมีการวางแผนในการใช้อย่างรัดกุมเนื่องด้วยสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตมีผู้สนับสนุนหลัก คือ มหาวิทยาลัยรังสิต และงบประมาณอีกส่วนมาจากสมาคม แต่งบประมาณที่ค่อนข้างน้อยจึงทำให้การแบ่งตามสัดส่วนค่อนข้างยาก

วิธีการประเมินผลงบประมาณของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต คือ การสรุปผลในทุก ๆ เดือน และจะต้องทำสรุปประจำปีชี้แจงรายรับรายจ่าย การเบิกงบประมาณแต่ละครั้งผลที่ได้จากการนำไปดำเนินการหรือใช้งบประมาณไปกับอะไรและมีประสิทธิภาพมากแค่ไหนจำเป็นหรือไม่

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยด้านการวางแผนของสโมสร พบว่า วิธีการจัดการวางแผนการบริหารมีการพัฒนาการบริหารสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต เพื่อยกระดับสโมสรและพัฒนาบุคลากรในการทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เป้าหมายอนาคตของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต วางไว้ คือ ทางสโมสรมีความหวังจะสร้างมูลค่าของทีมและต้องการเข้าสู่การแข่งขันในระดับที่สูงขึ้นและพัฒนาศักยภาพของน้อง ๆ นักกีฬาและบุคลากรในสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิตให้มีความเป็นระบบระเบียบในการทำงาน จากทัศนะของผู้วิจัยมีความเห็นว่า ขั้นตอนการบริหารสโมสรจะต้องมีการกำหนดวางแผนการบริหารที่ชัดเจน ซึ่งผลการศึกษายังสอดคล้องกับแนวคิดของ เนตร์พัฒนา ยาวีราข (2546) กล่าวถึง หน้าที่การจัดการ (The Management Process: Management Functions) ประกอบด้วย การวางแผน (Planning) หมายถึง การเลือกวิธีการทำงานเพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายขององค์การ และกำหนดว่าจะทำงานนั้นอย่างไร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชชาติ ทศนัย; และ วรเดช จันทวร (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง บทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดในการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ จากการบริหารสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด มีกระบวนการที่เป็นมืออาชีพโดยใช้เกณฑ์มาตรฐานสากลเป็นตัววัด มีเจ้าของสโมสรเป็นผู้ควบคุมอย่างใกล้ชิดและเป็นผู้ตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ ในขั้นสุดท้าย มี 4 ปัจจัยที่ได้คะแนนสูงอย่างมีนัยสำคัญเรียงตามลำดับ คือ 1) สิ่งจูงใจของนักฟุตบอลและโค้ช 2) การสร้างฐานแฟนคลับและผู้สนับสนุนทางการเงิน 3) ผู้บริหารที่มีประสิทธิภาพ 4) การสื่อสาร

การบริหารตามโครงสร้างสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต คือ การแบ่งฝ่ายในการบริหารและการทำงานแบบเป็นสัดส่วน แต่เนื่องด้วยสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต เน้นพัฒนาบุคลากรภายในจึงทำให้ประสบการณ์ในการบริหารสโมสรจึงยังค่อนข้างน้อย จากทัศนะของผู้วิจัยมีความเห็นว่า ทีมบริหารต้องปฏิบัติตามโครงสร้างสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต อย่างเคร่งครัด และมีกรอบการทำงานที่ชัดเจนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ จากผลการศึกษาดังกล่าวยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2535) กล่าวว่า กระบวนการบริหารมีความหมายเดียวกับภารกิจหรือบทบาทหน้าที่ของผู้บริหารเป็นสิ่งที่ต้องยึดถือเป็นจุดยืนสำหรับปฏิบัติกิจกรรมในการบริหารงาน ซึ่งเป็นลำดับขั้นในการบริหารงานหรือหมายถึงขอบข่ายของงานต่าง ๆ ที่อยู่ในหน้าที่ความรับผิดชอบของนักบริหาร และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ธงชัย สันติวงษ์ (2541) ได้กล่าวว่า การบริหารจัดการเป็นการกำหนดทิศทางของหน่วยงานกลุ่มงานหรือการดำเนินงานในหน้าที่ต่าง ๆ ให้ใช้ทรัพยากรทั้งหลายที่มีอยู่ในองค์การอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient) ครอบคลุมถึงการใช้ทรัพยากรได้อย่างเฉลียวฉลาดเหมาะสมและคุ้มค่า (Cost-Effective) ส่วนการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective) นั้น หมายถึง การตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง (Right Decision) และมีกรอบปฏิบัติการสำเร็จตามแผนที่กำหนดไว้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤติยา จินดาเศรษฐี (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ของสายสนับสนุนวิชาการ เพื่อรองรับการเป็นมหาวิทยาลัยวิจัย ของมหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า การปฏิบัติงานที่สัมฤทธิ์ผลอย่างแท้จริงจึงควรมีการจัดทำระบบติดตามผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นรูปธรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พบว่า ไม่มีแผนในการพัฒนาตัวบุคคล แผนในการพัฒนาระบบงานจึงควรจัดทำระบบการพัฒนาเป็นรายบุคคลให้มีความรู้สนับสนุนภารกิจตามแผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย และการธำรงรักษาและป้องกันทรัพยากรมนุษย์ พบว่า ควรปรับปรุงกระบวนการพิจารณาให้บุคลากรที่ดีมีความรู้ความสามารถและความชำนาญงานอยู่กับองค์การมีความรักความผูกพันและเข้าใจกันทั้งในเรื่องของภาระงานและภารกิจขององค์กร

วิธีอบรมหรือพัฒนาบุคลากรในสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต คือ การเรียนรู้งานจริงและการแลกเปลี่ยนดูงานนอกสถานที่ เพื่อหาแนวคิดและวิธีการบริหารองค์กรแบบใหม่จากทัศนะของผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ควรส่งบุคลากรของสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ไปอบรมดูงานจากภายนอกให้มากกว่านี้หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับสโมสรฟุตบอลอื่น ๆ เพื่อเป็นแนวคิดแนวทางมาปรับใช้กับสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต ซึ่งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ สมชาย หิรัญกิตติ (2542) ได้อธิบายว่า การบริหารงานบุคลากรประกอบด้วย กิจกรรมต่าง ๆ คือ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์การสรรหาบุคลากรการฝึกอบรมร่วมถึงการพัฒนาผลตอบแทนผลประโยชน์อื่น ความปลอดภัย สุขภาพ และการประเมินผล การปฏิบัติงาน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนภร บุญสุข (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาและฝึกอบรมที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานกรณีศึกษา การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคกลาง) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลประสบการณ์การพัฒนาและฝึกอบรม พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการฝึกอบรมเฉพาะด้านอยู่ในระดับมาก และรองลงมา คือ การสอนงาน (พี่สอนน้อง) และการเปลี่ยนแปลงหรือเปลี่ยนตำแหน่ง ข้อมูลทัศนคติในการพัฒนา การฝึกอบรม การศึกษาพบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีทัศนคติในการได้รับการพัฒนาและฝึกอบรมอยู่ในระดับเห็นด้วยกับการเข้ารับการพัฒนาและอบรม ข้อมูลประสิทธิภาพของพนักงาน พบว่าพนักงานมีประสิทธิภาพทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านคุณภาพของงาน ด้านเวลา ด้านวิธีการ อยู่ในระดับดีขึ้นกว่าเดิม

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2560, จาก https://mots.go.th/ewt_dl_Link.php?Nid=7100. 2555.
- การกีฬาแห่งประเทศไทย. (2560). กีฬาฟุตบอล. สืบค้นวันที่ 29 กรกฎาคม 2560, จาก <http://www.sat.or.th/index.php/en/>.
- กฤติยา จินตเสรี. (2557). การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ของสายสนับสนุนวิชาการเพื่อรองรับการเป็นมหาวิทยาลัยวิจัยของมหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี: สาขาวิชาการบริหารทั่วไป วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สัญญา ลีศักดิ์พายุ; วิลาศลักษณ์ ชั่ววลี; อรพินท์ ชูชม; และ นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล. (2552, มกราคม). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานของเจ้าหน้าที่เทคนิคสังกัดกรุงเทพมหานคร ภายใต้ระบบการบริหารจัดการแนวใหม่ ตามหลักธรรมาภิบาล. วารสารพฤติกรรมศาสตร์. 15(1).
- ชัยวัฒน์ ชลาชนน. (2558). อิทธิพลภาพลักษณ์สโมสรฟุตบอลไทยและความนิยมในภาพลักษณ์นักกีฬาฟุตบอลไทยที่มีชื่อเสียงส่งผลต่อพฤติกรรมการติดตามรับชมการแข่งขันฟุตบอลไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณรงค์ สักพันโรจน์. (2539). การจัดทำ อนุมัติ และบริหารงบประมาณแผ่นดิน ทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- เดวิด เค. เบอร์โล. (2560). แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร. สืบค้นเมื่อ 29 กรกฎาคม 2560, จาก https://www.baanjomyut.com/library/communication_theory/03_2.html.
- เทียนฉาย กีระนันทน์. (2530). แผนโครงการและงบประมาณ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนิศ พบดี. (2560). ผู้จัดการสนาม สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต. สัมภาษณ์. 2 สิงหาคม 2560.

ธีรวิทย์ สัจจะโชคธรรม. (2560). ผู้รักษาประตู สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต. **สัมภาษณ์**. 30 กรกฎาคม 2560.

ธงชัย สันติวงษ์. **การบริหารงานบุคคล**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2531.

_____. (2532). **การวางแผนเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

_____. (2540). **การวิเคราะห์งบการเงิน**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ธงชัย สันติวงษ์. (2541). **ทฤษฎีองค์การและการออกแบบ**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

_____. (2543). **หลักการจัดการ**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

เนตรพัฒนา ยาวีราช. (2546). **การพัฒนาองค์การและการเปลี่ยนแปลง**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บริษัททวีปเพ็ล กรุ๊ป.

นันทณี เสถียรศักดิ์พงศ์. (2560). **หลักการบริหารเบื้องต้น**. 9 มีนาคม 2555. สืบค้นเมื่อ 29 กรกฎาคม 2560, จาก

www.otinthaailand.org 2549.

เบญจวรรณ แจ่มจำรูญ. (2547). **ปัจจัยบรรยากาศในการสื่อสารภายในองค์กร กระบวนการในการสื่อสาร และสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ประพนธ์ มะกรกรรม. (2560). **ทีปศึกษาสโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต. สัมภาษณ์**. 31 กรกฎาคม 2560.

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2535). **การบริหารงานวิชาการ**. กรุงเทพฯ: สหมิตรออฟเซต.

ฝ่ายพัฒนากีฬาอาชีพการกีฬาแห่งประเทศไทย. (2560). สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2560, จาก <https://sat.or.th/index.php/er/18-2015-07-01-02-48-30/203-2015-07-09-58-50> 2552.

พีรศักดิ์ วิลัยรัตน์. (2560). **การบริหารธุรกิจกีฬา กฎเกณฑ์ด้านต่าง ๆ ที่สมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย เข้าตรวจสอบลีกไทย**. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2560, จาก <http://www.pantown.com/>ผู้จัดการออนไลน์, 2553.

พนัส หันนาคินทร์. (2526). **การบริหารบุคลากรในโรงเรียน**. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พิษณุโลก.

พรชัย พันเพชร. (2560). **รองผู้จัดการ สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต. สัมภาษณ์**. 31 สิงหาคม 2560.

พรทิพย์ อัยยิมานันท์. (2547). **ภาวะผู้นำ: การบริหารการศึกษา**. กรุงเทพฯ: โอ.ซี.ซี.อินเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน).

ฝ่ายพัฒนากีฬาอาชีพการกีฬาแห่งประเทศไทย. (2560). สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2560, จาก <https://sat.or.th/index.php/er/18-2015-07-01-02-48-30/203-2015-07-09-58-50> 2552.

ภานุพงษ์ คำวัง. (2560). **กองหน้า สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต. สัมภาษณ์**. 30 กรกฎาคม 2560.

ภาวินี ชุ่มใจ. (2558). **การพัฒนารูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณค่าสโมสรฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา. ชลบุรี: คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา.

ภูมิพัฒน์ พินโงสง. (2560). **Assistant Coach. สัมภาษณ์**. 1 สิงหาคม 2560.

มณีวรรณ ฉัตรอุทัย. (2554). **การประยุกต์ใช้แนวคิดแรงจูงใจและปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เรียนในการออกแบบกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์**. กรุงเทพฯ: **วารสารบริหารธุรกิจ**. 9.

รัฐชาติ ทัศนัย; และ วรเดช จันทรร. (2558). **บทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดในการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์. วารสารวิจัยและพัฒนาโดยรองอธิการบดีในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. 11(3).

- รัตนภรณ์ บุญสุข. (2556). การพัฒนาและฝึกอบรมที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงาน: กรณีศึกษา การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 (ภาคกลาง) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาเอกการจัดการทั่วไป. ปทุมธานี: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2548). แนวคิดและความหมายของการบริหารและการบริหารจัดการพัฒนาขององค์กรตามรัฐธรรมนูญและหน่วยงานของรัฐ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิติธรรม.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2545). องค์การและการจัดการ ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ซีเอ็ด.
- สายสวาท ไชยวัณฬา. (2551). การประเมินประสิทธิผลในการดำเนินงานของสภาวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการ ปีงบประมาณ 2547-2549. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุริยะ ศรีศักดิ์นอก. (2560). รองผู้จัดการ สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต. สัมภาษณ์. 1 สิงหาคม 2560.
- สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย. (2560). กีฬาฟุตบอล. สืบค้นวันที่ 20 กรกฎาคม 2560, จาก <https://th.wikipedia.org/>.
- สำนักงานพัฒนาระบบบริหาร สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2560, จาก <https://secretary.mots.go.th/index.php> 2551.
- สุเมธ เจริญรักษ์. (2560). กองหน้า สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยรังสิต. สัมภาษณ์. 30 กรกฎาคม 2560.
- สุรัสวดี ราชกุลชัย. (2543). การวางแผนและการควบคุมทางการบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จามจุรี.
- สุพจน์ งดงาม. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการทีมฟุตบอลลีกระดับดิวิชั่น 2 เขตกรุงเทพมหานคร และภาคกลาง. กรุงเทพฯ: วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย. 4(1).
- สมชาย หิรัญกิตติ. (2542). การบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- อนุพงษ์ แต่ศิลาปะสาธิต. (2556). ยุทธศาสตร์การจัดการแบรนด์เพื่อการพัฒนาสโมสรฟุตบอลอาชีพไทย พรีเมียร์ลีก. ปัตตานี: วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อนันต์ เมืองทอง. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์การแข่งขันฟุตบอลอาชีพของประเทศไทย กรณีศึกษา: สโมสรฟุตบอลเอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์-มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อรพินท์ ชูชม. (2555, มกราคม-ธันวาคม). แรงจูงใจในการทำงาน: ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพฯ: วารสารจิตวิทยา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต. 2(2).
- อรพินท์ ชูชม; อัจฉรา สุขารมณ; และ วิลาศลักษณ์ ชั่ววัลลี. (2542). การพัฒนาแบบวัดแรงจูงใจภายใน. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Andrew, J. Dunrin. (2000). *Essentials of Management*. California: Cengage.
- Barnes, S. J.; & Pressey, A. P. (2012). Who Needs Real-life ? Examining Needs in Virtual Worlds. *Journal of Computer Information Systems*.
- Certo, Samuel. (2006). *Modern Management*. Los Angeles: Academic Internet Publishers.
- Chiang, C. F.; & Jang, S. C. (2008). An Expectancy. Theory Model for Hotel Employee Motivation. *International Journal of Hospitality Management*.
- Craig, C. Pinder. (1998). *Work Motivation in Organizational Behavior*. Columbia: The University of British Columbia.

- David, H. Holt. (1990). *Management: Principles and Practices*. Singapore: South-western Cengage.
- David, K. Berlo. (2560). **หลักการสื่อสาร**. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2560, จาก <https://pleplejung.com/2011/11/social-marketing-smcr-1441/> 2011.
- Frederick, W.Taylor. (1980). *The Principles of Scientific Management*. New York: Harper & Brother.
- Gagne, M.; & Deci, E. L. (2005). Self-Determination Theory and Work Motivation. *Journal of Organizational Behavior*.
- Gulick; & Urwick. (1973). *Paper or Sciences of Administration*. New York: Institution of public Administration.
- Harold, Koontz. (1980). *Management: a Book of Readings*. New York: McGraw-Hill.
- Herbert, A.Simon. (1947). *The Technique of Municipal Administration*. 23 March 2012, www.icma.org.
- Joseph, Griffin. (1997). *Effective Anxiety Management without Drugs*. United Kingdom: Human Givens Publishing Limited.
- Koontz; & O'Donnell. (1976). *Management; a Book of Readings*. New York: McGraw-Hill.
- Luther, Gulick. (2560). **กระบวนการบริหารการจัดการ**. สืบค้นเมื่อ 29 กรกฎาคม 2560, จาก <http://adisony.blogspot.com/2012/10/luther-gulick.html>.
- Petr, F. Drucker. (1980). *Critical Evaluations in Business and Management*. New York: Taylor & Francis.
- Robert, Kreitner. (1988). *Management*. Singapore: South-Western Cengage.
- Wahba, M. A.; & Bridwell, L.G. (1973). *Maslow Reconsidered: A Review of Research on the Need Hierarchy Theory*. Proceedings of the 33rd Annual meeting of the Academy of Management.

NBUS0123: ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจกับมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบจากไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย

THE RELATIONSHIP BETWEEN ECONOMIC FACTORS AND THAI AUTOMOBILES AND COMPONENTS EXPORT VALUE TO AUSTRALIA

นันทกฤติ วรกานตศิริ¹ กันตพร ช่างสี² กฤตวิทย์ อัจฉริยะพานิชกุล³ ธรณชนก เพชรานนท์⁴

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

^{2, 3, 4} อาจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจกับมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลประเภทอนุกรมเวลาแบบรายไตรมาส ตั้งแต่ช่วงไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2551 ถึง ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2560 และใช้การวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ด้วยแบบจำลอง Vector Autoregressive (VAR)

ผลการศึกษา พบว่า อัตราเงินเฟ้อของประเทศออสเตรเลียมีการตอบสนองต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย ในทิศทางบวกทั้งหมดตลอดช่วงระยะเวลาช่วงที่ 3 ถึงระยะเวลาช่วงที่ 10 กล่าวคือ เมื่ออัตราเงินเฟ้อของประเทศออสเตรเลียเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลียนั้นเพิ่มขึ้น ซึ่งมีผลไปตลอดระยะเวลาตั้งแต่ช่วงที่ 3 จนถึงช่วงระยะเวลาที่ 10 รวมถึงผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศออสเตรเลีย โดยจะมีผลในทิศทางด้านบวกสูงที่สุดในระยะเวลาที่ 2 และระยะเวลาที่ 8 ดังนั้น ภาครัฐและผู้ผลิตอุตสาหกรรมยานยนต์ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยทางเศรษฐกิจเหล่านี้โดยการกำหนดนโยบายและวางแผนการตลาดเพื่อสนับสนุนการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทย

คำสำคัญ: รถยนต์, ส่งออก, ปัจจัยทางเศรษฐกิจ, VAR

Abstract

The purpose of research was to study the economic factors that affecting export value car and component from Thailand to Australia. This research covered the quarterly time series, secondary data from 2008-2017. The results would be analyzed to find relationship among variable by using Vector Autoregressive (VAR) model

The research was found that Australia's inflation has responded to export value car and component from Thailand to Australia. In all positive directions throughout the period 3 to period 10 That is to say, when Australia's inflation increases, it will affect export value car and component from Thailand to Australia have increased, which has been in effect throughout the period from period 3 to period 10. Including Gross Domestic Product in Australia. Which will have the highest positive direction in the period

2 and period 8. Therefore, the government and automotive manufacturers should pay attention to these economic factors by formulating policies and marketing plans to support export car and component of Thailand.

Keywords: Car, Export, Economic factors, VAR

บทนำ

เศรษฐกิจไทยในปัจจุบันถือได้ว่าถูกขับเคลื่อนโดยภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะภาคการส่งออกที่ช่วยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้ขยายตัว สินค้าส่งออกของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2561 ที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดเป็นอันดับแรก ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ นำรายได้หลักเข้าสู่ประเทศในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยผลิตรถยนต์เพื่อการส่งออกคิดเป็นสัดส่วนกว่า 60% ของการผลิตทั้งหมด สำหรับสถิติการส่งออกสินค้ารถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังตลาดโลก ปี 2560 มีมูลค่า 914,388 ล้านบาท ส่งออกไปยังตลาดหลัก ได้แก่ 1) ออสเตรเลีย 2) ฟิลิปปินส์ 3) อินโดนีเซีย 4) ญี่ปุ่น 5) จีน ทั้งนี้ ตลาดออสเตรเลียมีความสำคัญเป็นอันดับ 1 (กระทรวงพาณิชย์, 2561)

ตลาดรถยนต์ออสเตรเลียได้เผชิญการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ เนื่องจากการย้ายฐานการผลิตของผู้นำตลาดรถยนต์หลัก ๆ โดยมีสาเหตุสำคัญจากค่าเงินออสเตรเลียที่แข็งค่าขึ้น ประกอบกับค่าจ้างแรงงานที่สูง ทำให้ต้นทุนการส่งออกสูงประกอบกับตลาดรถยนต์ในประเทศที่มีขนาดเล็กจึงไม่สามารถช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่ายได้ ทำให้ผู้ผลิตเริ่มทยอยลดการผลิตรถยนต์ในประเทศลงจนกระทั่งยกเลิกการผลิตทั้งหมดในปี พ.ศ. 2560 สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ออสเตรเลียจึงนำเข้ารถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์จากต่างประเทศเพิ่มขึ้นเพื่อทดแทนการผลิตที่ลดลง ปัจจุบัน ผู้ประกอบการรถยนต์ของออสเตรียนำเข้าสินค้ายานยนต์และส่วนประกอบจากไทย รวมถึงนิยมนำฐานการผลิตไปยังประเทศไทย เพื่อผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และนำส่งกลับไปยังขายที่ออสเตรเลียและส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ เพื่อลดต้นทุนการผลิต โดยอาศัยข้อได้เปรียบของไทยในเรื่องที่ตั้งและการเป็นศูนย์กลางการส่งออกสินค้า ทั้งนี้ ออสเตรเลียนำเข้าสินค้าดังกล่าวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานการพาณิชย์และการลงทุนออสเตรเลีย, 2558)

อย่างไรก็ตาม ในรอบหลายปีที่ผ่านมาอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยสามารถส่งออกไปยังตลาดออสเตรเลียได้เป็นมูลค่าที่สูงมาก แต่ภาวะเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันที่กำลังเผชิญกับสงครามทางการค้า (Trade war) ระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีนที่เริ่มชัดเจนและยืดเยื้อ เป็นปัจจัยสำคัญที่กดดันการขยายตัวของเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลก ดังนั้นจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่รุนแรงขึ้นจากการถดถอยของเศรษฐกิจโลกอันเนื่อง จากสงครามการค้าระหว่างชาติมหาอำนาจ ทำให้ตลาดส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศต่าง ๆ มีผลกระทบค่อนข้างมาก โดยเฉพาะออสเตรเลียประเทศคู่ค้าที่ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดกำลังเผชิญกับภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงจนรัฐบาลต้องออกนโยบาย มาตรการเพื่อกระตุ้นการเติบโตของเศรษฐกิจ ซึ่งปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัว เช่น การเติบโตของรายได้ภาคครัวเรือนที่ลดลง การเจริญเติบโตของการบริโภคชะลอตัวลง เงินเฟ้อยังอยู่ในระดับต่ำ อัตราการขยายตัวของ GDP ต่ำกว่าคาดการณ์ ซึ่งปัจจัยทางเศรษฐกิจเหล่านี้ย่อมส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญทางด้านการส่งออกและมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ รวมถึงการแข่งขันการค้าสินค้ารถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ของไทยในตลาดออสเตรเลีย ในสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่ถดถอย จึงเป็นเรื่องที่ควรศึกษาเพื่อให้ทราบถึงศักยภาพทางการค้าและความสามารถ

ในการแข่งขันของสินค้ารถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบในตลาดออสเตรเลียที่เป็นตลาดสำคัญอันดับหนึ่งของประเทศไทย เพื่อเป็นประโยชน์ ในการกำหนดนโยบาย มาตรการทางการค้าระหว่างประเทศในการพัฒนาการส่งออก ในภาค อุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศต่อไป (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2551)

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจกับมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย

สมมติฐานในการวิจัย

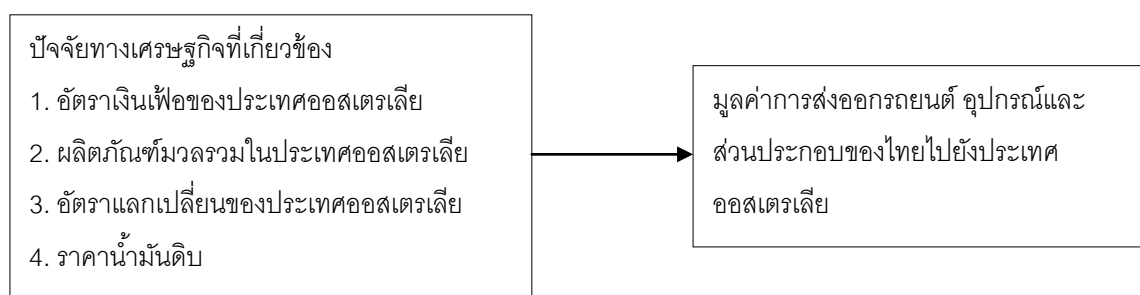
1. อัตราแลกเปลี่ยนบาท: ดอลลาร์ออสเตรเลียมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลียเพิ่มขึ้น
2. อัตราเงินเฟ้อประเทศออสเตรเลียมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลียเพิ่มขึ้น
3. ราคาน้ำมันดิบ (ดอลลาร์/บาเรลล์) มีผลทำให้มูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลียเพิ่มขึ้น
4. ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศออสเตรเลียมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลียเพิ่มขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ภาครัฐสามารถสนับสนุนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลทำให้มูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยเพิ่มขึ้นได้
2. ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบไปยังต่างประเทศ สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนการดำเนินธุรกิจและพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย” เนื่องจากตัวแปรเศรษฐกิจทั้ง 4 ตัว มีแนวโน้มส่งผลกับภาคอุตสาหกรรมการส่งออกทั้งในประเทศและนอกประเทศของประเทศคู่ค้า ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประเทศออสเตรเลีย และประเทศไทย
2. ขอบเขตด้านข้อมูลใช้ข้อมูลประเภทอนุกรมเวลาแบบรายไตรมาส ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2551 ถึงปี พ.ศ. 2560
3. ขอบเขตด้านเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือน กันยายน พ.ศ. 2561-ตุลาคม พ.ศ. 2561

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์ต่อมูลค่าการส่งออกอรรถยนต์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ซึ่งเป็นข้อมูลในประเภทอนุกรมเวลา (Time Series Data) แบบรายไตรมาส ตั้งแต่ช่วงไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2551 ถึง ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2560 เป็นระยะเวลา 10 ปี จำนวนทั้งสิ้น 40 ไตรมาส ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศออสเตรเลีย อัตราแลกเปลี่ยน (บาท: ดอลลาร์ออสเตรเลีย) อัตราเงินเฟ้อของประเทศออสเตรเลีย ราคาน้ำมันดิบ (ดอลลาร์/บาเรลล์) และมูลค่าการส่งออกอรรถยนต์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

โดยใช้การวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ด้วยแบบจำลอง Vector Autoregressive (VAR) เนื่องจากเป็นแบบจำลองที่เหมาะสมทางเศรษฐมิติที่ใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ และการศึกษาเชิงพลวัตของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจจากปัจจัยต่างๆ ประกอบด้วย จำนวน 3 ขั้นตอน คือ 1) การทดสอบความนิ่งหรือเสถียรภาพของตัวแปร (Unit root test) โดยใช้วิธี Augmented Dickey-Fuller test (ADF) 2) การเลือกความล่าช้า (Lag) ที่เหมาะสมกับการศึกษานี้ ใช้เกณฑ์ Akaike Information Criteria (AIC) 3) การวิเคราะห์ Vector Auto regression (VAR Model) โดย การวิเคราะห์ปฏิกริยาการตอบสนองต่อความแปรปรวน (Impulse Response Function: IRF)

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 การทดสอบ Unit Root Test โดยวิธี Augmented Dickey-Fuller Test (ADF-test) เพื่อทดสอบว่าตัวแปรต่าง ๆ นั้น ทั้งสามตัวมีความนิ่งหรือไม่ เพื่อป้องกันปัญหา Spurious Regression ในการหาความสัมพันธ์กันของแบบจำลอง VAR

ตาราง 1 ผลการทดสอบ Unit Root Test โดยวิธี Augmented Dickey-Fuller Test (ADF-test)

	INF	GDP	EXR	VALUE	OIL
1.ADF Test Statistic	-6.673	-7.435	-4.703	-7.553	-5.587
2.Prop (P-value)	0.0000	0.0000	0.0005	0.0000	0.0000
3.Order Of Integral	I(1)	I(0)	I(1)	I(1)	I(1)

ผลการทดสอบจากรูปที่ได้ พบว่า ตัวแปรทั้งห้าตัว ได้แก่ อัตราเงินเฟ้อของออสเตรเลีย (INF) และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศออสเตรเลีย (GDP), อัตราแลกเปลี่ยน (EXR), มูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย (VALUE), ราคาน้ำมันดิบ (OIL) มีความนิ่งหรือมีความเสถียรภาพ และมีคุณสมบัติ Stationary with Trend and Intercept ที่ค่า Lag Length ที่ 0 ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ต่อจากนั้นจึงนำตัวแปรทั้งสี่ตัวมาทดสอบในส่วนที่สองต่อไป

ส่วนที่ 2 การเลือกความล่าช้า (Lag) ที่เหมาะสม การศึกษานี้ใช้เกณฑ์ Akaike Information Criteria (AIC) เป็นเกณฑ์ในการเลือกความเหมาะสมสำหรับใช้พิจารณาจำนวนความล่าช้าหรือ Lag (Asghar Zahid; & Abid Irum. 2007)

ตาราง 2 ค่าLagที่เหมาะสมของตัวแปร

	INF	GDP	EXR	VALUE	OIL
Lag	1	2	4	4	1
AIC	1.094001*	1.320029*	3.079468*	19.89045*	7.438613*

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: * คือ จำนวนค่า AIC ที่เหมาะสมกับแบบจำลอง

จากตารางด้านบน แสดงค่า VAR Lag Order Selection Criteria ของ Lag ที่เหมาะสมที่สุด ในการประมาณค่าโดยยึดค่าจาก AIC ที่มีค่าน้อยที่สุดในแต่ละตัวแปรนั้น คือ 1.094001*(INF), 1.320029*(GDP), 3.079468*(EXR), 19.89045*(VALUE), 7.438613*(OIL) ตามลำดับ โดยที่ Lag ที่เหมาะสมของแต่ละตัวแปรในการประมาณค่าในครั้งนี้คือ INF เท่ากับ Lag ที่ 1, GDP เท่ากับ Lag ที่ 2, EXR เท่ากับ Lag ที่ 4, VALUE เท่ากับ Lag ที่ 4, OIL เท่ากับ Lag ที่ 1

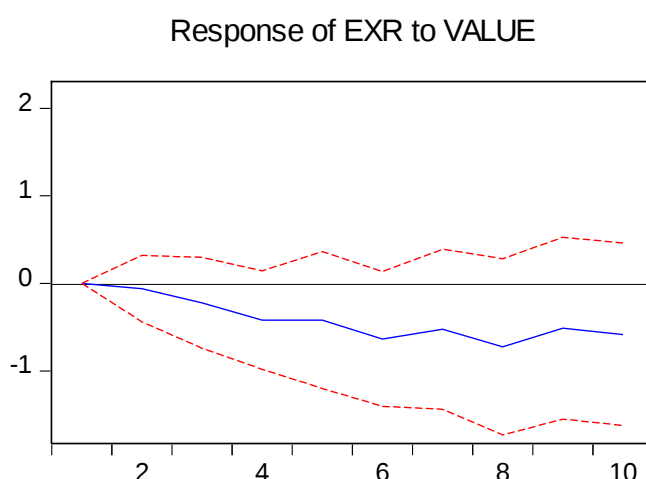
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ Vector Autoregression (VAR Model) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ จากนั้นจึงจะทำการวิเคราะห์หาผลเชิงพลวัตเพื่อให้ได้ผลวิเคราะห์ตามที่วางวัตถุประสงค์ไว้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลียแสดงในรูปสมการต่อไปนี้

$$VALUE_t = a_1 + \sum_{i=1}^n A_{1i} VALUE_{t-i} + \sum_{i=1}^n B_{1i} GDP_{t-i} + \sum_{i=1}^n C_{1i} EXR_{t-i} + \sum_{i=1}^n D_{1i} INF_{t-i} + \sum_{i=1}^n E_{1i} OIL_{t-i} + \varepsilon_{1t}$$

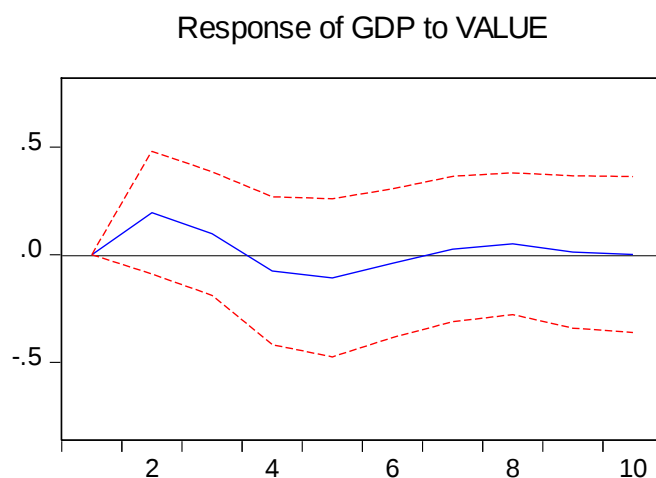
โดยการแสดงผลการวิเคราะห์ Impulse Response Function ซึ่งเป็นการแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรหนึ่งที่ส่งผลไปยังตัวแปรหนึ่งทางพลวัตในแต่ละช่วงเวลาสามารถบอกทิศทางแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงและขนาดของผลกระทบ (Shock) ในแต่ละช่วงเวลาว่าเมื่อใดจะกลับเข้าสู่จุดดุลยภาพ ซึ่งจะแสดงให้เห็นปรากฏเป็นรูปกราฟและคำอธิบาย ดังนี้

Response to Cholesky One S.D. (d.f. adjusted) Innovations ± 2 S.E.



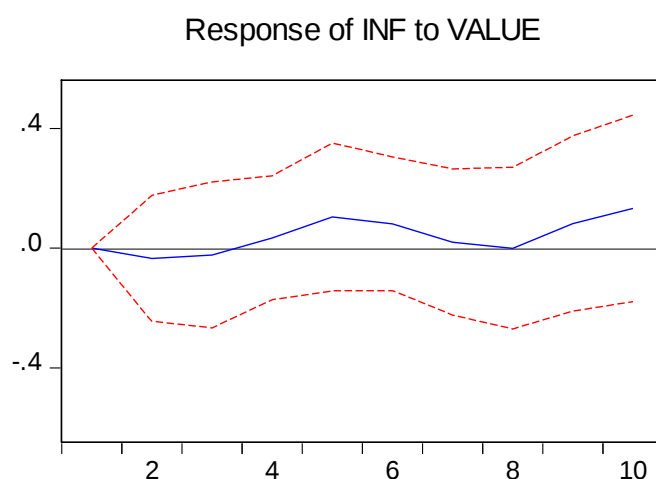
ภาพประกอบ 1 ผลการวิเคราะห์ Impulse Response Function ของ EXR ต่อ VALUE

1. การตอบสนองของอัตราแลกเปลี่ยนที่เพิ่มขึ้นจะส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย โดยตั้งแต่ระยะเวลาที่ 2 จนถึงระยะเวลาที่ 10 จะเห็นได้ว่า มีผลในทิศทางติดลบทั้งหมด และจะมีผลที่ติดลบมากที่สุดในระยะเวลาที่ 8 และจะไม่เข้าสู่จุดดุลยภาพหรือก็คือ อัตราแลกเปลี่ยนจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลียตลอดระยะเวลา 10 ช่วงเวลา

Response to Cholesky One S.D. (d.f. adjusted) Innovations ± 2 S.E.

ภาพประกอบ 2 ผลการวิเคราะห์ Impulse Response Function ของ GDP ต่อ VALUE

2. การตอบสนองของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศออสเตรเลียที่เพิ่มขึ้นจะส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย โดยจะมีผลในทิศทางด้านบวกสูงที่สุดในระยะเวลาที่ 2 และระยะเวลาที่ 8 แต่มีผลในทิศทางด้านลบในระยะเวลาตั้งแต่ช่วงที่ 4 ถึง 6 และหลังจากช่วงระยะเวลาที่ 9 เป็นต้นไปก็จะเข้าสู่จุดดุลยภาพหรือก็คือผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจะไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย

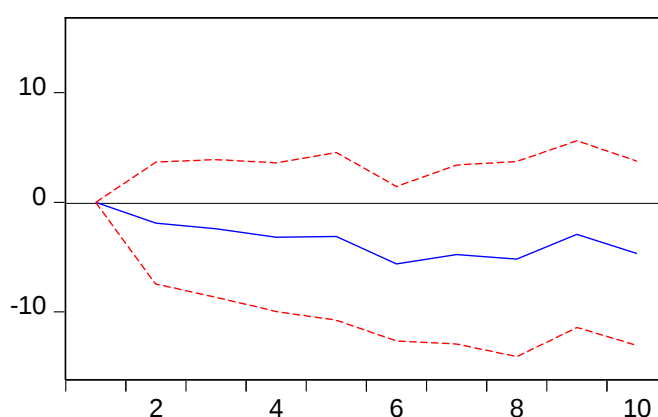
Response to Cholesky One S.D. (d.f. adjusted) Innovations ± 2 S.E.

ภาพประกอบ 3 ผลการวิเคราะห์ Impulse Response Function ของ INF ต่อ VALUE

3. การตอบสนองของอัตราเงินเฟ้อประเทศออสเตรเลียที่เพิ่มขึ้น จะส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย โดยตั้งแต่วะเวลาที่ 1 จนถึงระยะเวลาที่ 3 จะเห็นได้ว่ามีผลในทิศทางติดลบแต่หลังจากนั้นจะมีผลในทิศทางบวกในระยะเวลาที่ 4 จนถึงระยะเวลาที่ 10 และจะมีผลในทิศทางบวกมากที่สุดในช่วงระยะเวลาที่ 10

Response to Cholesky One S.D. (d.f. adjusted) Innovations ± 2 S.E.

Response of OIL to VALUE



ภาพประกอบ 4 ผลการวิเคราะห์ Impulse Response Function ของ OIL ต่อ VALUE

4. การตอบสนองของราคาน้ำมันดิบที่เพิ่มขึ้นจะส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย โดยตั้งแต่วะเวลาที่ 1 จนถึงระยะเวลาที่ 10 จะเห็นได้ว่ามีผลในทิศทางติดลบทั้งหมด และจะมีผลที่ติดลบมากที่สุดในระยะเวลาที่ 6 และจะไม่เข้าสู่จุดดุลยภาพหรือก็คือ ราคาน้ำมันดิบจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลียตลอดระยะเวลา 10 ช่วงเวลา

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจกับมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจทั้งสี่ตัว ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนอัตราเงินเฟ้อประเทศออสเตรเลีย ราคาน้ำมันดิบและผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศออสเตรเลียมีผลต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลียแตกต่างกันออกไปโดยที่จำแนกได้ 3 รูปแบบ ดังนี้ 1) มีการตอบสนองต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลียในทิศทางติดลบทั้งหมดตลอดช่วงระยะเวลาช่วงที่ 2 ถึงช่วงระยะเวลาที่ 10 โดยมีปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อดอลลาร์ออสเตรเลียและราคาน้ำมันดิบ กล่าวได้ว่า เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อดอลลาร์ออสเตรเลียและราคาน้ำมันดิบเมื่อเพิ่มสูงขึ้น จะส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลียนั้นลดลงซึ่งจะมีผลตลอดระยะเวลาตั้งแต่ช่วงที่ 2 จนถึงช่วงที่ 10 นั้นเอง 2) มีการตอบสนอง

ต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย ในทิศทางบวกทั้งหมดตลอดช่วงระยะเวลาช่วงที่ 3 ถึงระยะเวลาช่วงที่ 10 โดยมีปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ อัตราเงินเฟ้อของประเทศออสเตรเลีย กล่าวได้ว่า เมื่ออัตราเงินเฟ้อของประเทศออสเตรเลียเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลียนั้นเพิ่มขึ้นซึ่งจะมีผลไปตลอดระยะเวลาตั้งแต่ช่วงที่ 3 จนถึงช่วงระยะเวลาที่ 10 และ 3) มีการตอบสนองต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย ทั้งในทิศทางติดลบและในทิศทางบวกตลอดช่วงระยะเวลาทั้งหมด 10 ช่วง โดยมีปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ผลผลิตมวลรวมในประเทศออสเตรเลีย กล่าวได้ว่า เมื่อผลผลิตมวลรวมในประเทศออสเตรเลียเพิ่มสูงขึ้น ในช่วงแรกจะส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลียนั้นเพิ่มขึ้น จากนั้นช่วงระยะเวลาที่ 4 ถึง 6 จะส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลียนั้นลดลงและหลังจากนั้นจะค่อย ๆ ปรับเข้าสู่จุดดุลยภาพในช่วงระยะเวลาที่ 9 ถึง 10 หรือก็คือ ผลผลิตมวลรวมในประเทศจะไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงต่อมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลียตั้งแต่ช่วงระยะเวลาที่ 9 ถึง 10 นั้นเอง

อภิปรายผล

ผลการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจกับมูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลีย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยพร ประพันธ์พจน์ (2556) ที่พบว่า อัตราเงินเฟ้อภายในประเทศของประเทศไทยนำเข้า อัตราการว่างงานของประเทศไทยนำเข้า ผลผลิตมวลรวมภายในประเทศของประเทศไทยนำเข้า และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของประเทศไทยนำเข้า มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการส่งออกของสินค้ารถยนต์ ฯ ในทิศทางเดียวกันอย่างมีระดับนัยสำคัญในขณะเดียวกันผลการวิจัย ผลผลิตมวลรวมที่แท้จริงของประเทศออสเตรเลีย ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วงศ์ศักดิ์ พรหมแก้ว (2561) ซึ่งศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปประเทศสวิตเซอร์แลนด์ โดยวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Model) ด้วยวิธีการประมาณค่าสมการแบบวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares-OLS) โดยพบว่า ผลผลิตมวลรวมที่แท้จริงของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปประเทศสวิตเซอร์แลนด์

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจทุกตัวมีความสำคัญที่จะทำให้มูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลียนั้นเปลี่ยนแปลง ดังนั้น ผู้ประกอบการและรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับด้านการส่งออกและส่วนประกอบจึงควรมุ่งเน้นไปที่การจัดการกับปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ทำให้มูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลียเพิ่มมากขึ้นและเพื่อจะได้มองแนวทางและทิศทางของการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลียว่าจะเป็นอย่างไรในอนาคต เพื่อที่จะใช้เป็นการตัดสินใจและดำเนินนโยบายเกี่ยวกับการส่งออกและส่วนประกอบของไทยไปยังประเทศออสเตรเลียได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดผลดีต่อประเทศไทยมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2551).

ปิยพร ประพันธ์พจน์. (2556). การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกสินค้ารถยนต์อุปกรณ์และส่วนประกอบ

โดยวิธีพหุมินกรุป. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วงศ์ศักดิ์ พรหมแก้ว. (2561). ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

ไปประเทศสวีเดน. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (2559). อุตสาหกรรม 4.0 จุดเปลี่ยนประเทศไทย. จาก <https://www.mmthailand.com>.

สำนักงานการพาณิชย์และการลงทุนออสเตรเลีย. (2558).

Irum, Asghar Zahid; & Abid. (2550). Performance of Lag Length Selection Criteria in Three Different Situation. Quaid-i-Azam University.

NBUS0124: กลวิธีการแปลคำทางวัฒนธรรมประเภทคำต้องห้ามในบทบรรยายของตัวละคร
จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษในซีรีส์วาย: กรณีศึกษาเรื่อง “บังเอิญรัก”

STRATEGIES FOR TRANSLATING CULTURAL SPECIFIC TABOO WORDS IN SUBTITLES
FROM THAI INTO ENGLISH IN Y (YAOI) SERIES: A CASE STUDY OF “LOVE BY CHANCE”

ปวิษ เรียงศิริ¹

¹ อาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากลวิธีการแปลคำทางวัฒนธรรม ประเภทคำต้องห้ามจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษจากคำบรรยายของตัวละคร (Subtitle) ในซีรีส์วายเรื่อง บังเอิญรัก (Love by Chance) แปลโดยนักแปลที่ใช้นามแฝงว่า JayBL 2) เพื่อจำแนกประเภทของการแปลคำต้องห้ามในภาษาปลายทางออกเป็นกลุ่มตามกลวิธีการแปลที่นักแปลใช้ เพื่อให้เห็นแนวทางการแปลคำทางวัฒนธรรม โดยขอบเขตการศึกษาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ กลวิธีการแปลคำทางวัฒนธรรมประเภทคำต้องห้ามที่ปรากฏในบทบรรยายภาษาอังกฤษของตัวละครในซีรีส์วายเรื่อง บังเอิญรัก ตอนที่ 1-14 ออกอากาศทางช่อง Line TV ทุกประเภท ได้แก่ คำหยาบคาย (Vulgarisms) ถ้อยคำสบประมาท (Insult) ถ้อยคำสบถ (Expletive) ถ้อยคำสาปแช่ง (Cursing) และถ้อยคำหยาบคายประเภทอื่น ๆ จำนวนรวมทั้งหมด 351 บทสนทนา การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) โดยใช้ตารางเปรียบเทียบคู่แปลในการถอดบทบรรยายของตัวละคร และจำแนกกลวิธีการแปลคำทางวัฒนธรรมประเภทคำต้องห้ามที่นักแปลบทบรรยายซีรีส์วายเรื่องบังเอิญรักใช้ออกเป็นหมวดหมู่ตามที่ สุพรรณิ ปิ่นมณี (2557) และ Beekman; & Callow (1974) ได้เสนอไว้ เพื่อหาความถี่ในแง่ของความสอดคล้องหรือข้อแตกต่าง ผลการวิจัย พบว่า นักแปลให้ความสำคัญกับการประหยัดพื้นที่ในการสื่อสารผ่านการบรรยายบทพูดได้ภาพในแต่ละฉาก โดยส่วนใหญ่เลือกใช้วิธีการแปลคำทางวัฒนธรรมที่ สุพรรณิ ปิ่นมณี (2557) และ Beekman; & Callow (1974) ได้เสนอไว้ ได้แก่ 1) การใช้คำหรือสำนวนที่มีความหมายเทียบเคียงกัน 2) การใช้ข้อความอธิบาย 3) การใช้คำที่มีความหมายกว้างขึ้น 4) การใช้คำที่มีความหมายแคบลง 5) การใช้ความหมายเชิงภาพพจน์ของคำ 6) การใช้คำยืมใหม่ประกอบคำอธิบายแบบสั้น ๆ 7) การแทนที่ทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตามผู้ศึกษา พบว่า ผู้แปลยังได้ใช้กลวิธีการแปลแบบผสมผสานอื่น ๆ ในการรับมือกับคำทางวัฒนธรรมประเภทคำต้องห้ามที่ปรากฏในเรื่อง ได้แก่ 1) การใช้คำหรือสำนวนที่มีความหมายเทียบเคียงกันแต่ละหรือเปลี่ยนตัวสะกดบางตัวเป็นสัญลักษณ์อื่น 2) การใช้ความหมายตรง (Denotative Meanings) แทนความหมายเชิงภาพพจน์ของคำ (Figurative Senses) 3) การสร้างคำขึ้นมาใหม่ (Neologism) และ 4) การละไม่แปล โดยกลวิธีการแปลที่พบว่าผู้แปลใช้มากที่สุด คือ กลวิธีการแปลโดยการใช้คำหรือสำนวนที่มีความหมายเทียบเคียงกัน

คำสำคัญ: การแปลคำทางวัฒนธรรม คำต้องห้าม การแปลบทบรรยายของตัวละคร

Abstract

The aims of this study were 1) to study the JayBL's strategies for translating cultural specific taboo words, appearing in the subtitle of Love by Chance the Series, from Thai into English. 2) To classify

translated taboo words in the target language into the types by which each translation strategy was used, so that guidelines which can be applied by other translators can be clearly provided. The focus of this study was on the strategies used in translating every type of cultural specific taboo words appearing in the subtitle of all episodes (1-14) of Love by Chance the Series broadcast on Line TV, including vulgarisms, insulting words, expletive words, cursing words, and other forms of taboo words found in 351 conversations. This was a qualitative study in which the researcher collected 351 translation pairs from the source text and the target text before classifying them into groups of translation strategies purposed by Supanee Pinmanee (2014) and Beekman and Callow (1974). The research findings revealed that the translator gave priority to avoid using expressive or long word groups to convey meanings in the subtitle. Most of the frequently used translation strategies were those introduced by Supanee, Beekman and Callow including 1) Translation by using lexical-equivalent words, 2) Translation by using descriptive phrases, 3) Translation by using more generic words, 4) Translation by using more specific words, 5) Translation by using figurative senses, 6) Translation by using loan words with short explanations, and 7) Translation by using cultural substitutions. There were also other translation blended strategies found in this study including 1) Translation by using lexical-equivalent words but omitting or substituting some alphabets with a mathematical sign, 2) Translation by using denotative meanings instead of figurative senses, and 3) Translation by neologism, and 4) Translation by omission. The most frequently used strategy was translation by using lexical-equivalent words.

Keywords: Cultural Specific Word Translation, Taboo Words, Subtitle Translation

บทนำ

คำต้องห้าม ไม่ว่าจะเป็น คำด่า คำประชด คำกระทบ คำแดกดัน คำสบถเป็นประเภทของคำหยาบคายที่ก่อให้เกิดความตึงเครียดใจในการใช้งานต่อบุคคลส่วนใหญ่ในสังคม เนื่องมาจากจากกฎเกณฑ์ทางด้านค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของแต่ละสังคมกำหนดให้คำเหล่านี้เป็นคำในระดับที่ต่ำที่สุดของภาษาและเป็นรูปแบบภาษาต้องห้าม อย่างไรก็ตามคำต้องห้ามและภาษาหยาบคายนั้นถูกนำมาใช้ในภาพยนตร์หรือละครบ่อยครั้ง เพื่อให้ผู้ชมสามารถเข้าใจในความหมาย อารมณ์ สภาพพื้นฐาน ความรู้สึก และความสัมพันธ์ที่ตัวละครต้องการจะสื่อออกมา โดย กัลยาณิธ (2525) (อ้างถึงใน กุลชาติ ศรีโพธิ์. 2548: 27) ได้กล่าวถึงคำต้องห้ามในภาษาไทยไว้ว่าเป็นคำที่มีความหมายโดยนัยไปในเชิงลบมากกว่าเป็นคำที่มีความหมายตามตัวอักษร เพื่อให้ผู้อ่านเก็บเอาไปคิดและเกิดผลกระทบต่อความรู้สึก อย่างคำที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศ เพศสัมพันธ์ ภัยอันตราย ความกลัว หรือคำที่ไม่มีมาตรฐานอย่างคำแสลง คำสบถ หรือคำหยาบคาย

การแปลภาพยนตร์หรือบทโทรทัศน์นั้นมีความท้าทายหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแปลคำต้องห้าม เนื่องจากคำเหล่านี้ได้รับการหล่อหลอมมาจากมโนทัศน์ (Concepts) หรือการมองโลกของผู้คนที่อาศัยอยู่ในสังคมที่มีสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิต คติความเชื่อที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมตะวันตกและสังคมตะวันออกที่มีช่องว่างทางวัฒนธรรมค่อนข้างกว้างและก่อให้เกิดอุปสรรคในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งในกระบวนการแปลที่นักแปลจะต้องมีความรู้ด้านอุปสรรคของวัฒนธรรมที่มีผลต่อการทำความเข้าใจความหมายและความรู้ทางด้านกลวิธีการแปลเพื่อจัดอุปสรรคทางการสื่อสารเหล่านี้ ทั้งนี้ คำต้องห้ามเป็นสิ่งที่คนในสังคมหนึ่งๆสร้างขึ้นเพื่อเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกไปยังผู้รับสาร ซึ่งมีรากฐานมาจากสิ่งที่ปรากฏอยู่ในสภาพแวดล้อมหรือสิ่งที่แฝงตัวอยู่ในวัฒนธรรมนั้น ๆ มโนทัศน์ที่ปรากฏอยู่ในสังคมหนึ่งจึงอาจไม่เป็นที่รู้จัก สื่อความหมายไม่ได้ หรือไม่ตรงกับความหมายที่ปรากฏในอีกสังคมหนึ่ง โดย อรรถย ชินอักษรพงศ์ (2557: 1) กล่าวว่าคำคำที่เป็นคำต้องห้ามในภาษาไทยสามารถจำแนกออกได้ 13 กลุ่มความหมาย ดังต่อไปนี้ 1) อวัยวะในร่างกาย 2) สัตว์ 3) ลักษณะนิสัยและความประพฤติ 4)ชาติพันธุ์/ชาติกำเนิด 5) ความเชื่อทางศาสนา/ภูติผี 6) สิ่งสกปรก/ของเสียที่ไม่เป็นที่ต้องการ 7) ความผิดปกติทางสมอง 8) เรื่องเกี่ยวกับเพศ/อวัยวะเพศ 9) โรค/อาการของโรค 10) พืชพรรณ 11) บุคคล 12) รูปลักษณ์ 13) อาวุธ ซึ่งปรากฏอยู่ทั้งในรูปของความหมายตรง (Denotative meanings) อย่างคำคำที่เกี่ยวข้องกับรูปลักษณ์ เช่น อ้วน เตี้ย ดำ และ ความหมายเชิงอุปลักษณ์ (Metaphorical meanings) ที่สามารถพบเห็นได้เป็นจำนวนมาก เช่น ปากตลาด ลูกกระหรี ดอกทอง เป็นต้น

ในการแปลคำต้องห้ามนั้น นักแปลสามารถประยุกต์ใช้กลวิธีการแปลคำเฉพาะทางวัฒนธรรมตามที่สุพรรณิ ปิ่นมณี (2557) และ Beekman; & Callow (1974) ได้เสนอไว้ ได้แก่ 1) การแปลคำทางวัฒนธรรมที่ปรากฏอยู่ทั้งในวัฒนธรรมภาษาต้นฉบับและภาษาปลายทาง ผู้แปลอาจใช้คำหรือสำนวนที่มีความหมายเทียบเคียงกัน ใช้ข้อความอธิบาย ใช้คำที่มีความหมายกว้างประกอบคำอธิบายรูปร่างลักษณะ หน้าที่การใช้งาน หรือทั้งสองอย่างประกอบกัน ใช้คำที่มีความหมายกว้างขึ้นหรือแคบลง (More Generic-Specific Words) ใช้ความหมายรอง และใช้ความหมายเชิงภาพพจน์ของคำ (Figurative Sense or Lexical Items) 2) การแปลคำทางวัฒนธรรมที่ไม่มีปรากฏอยู่ในภาษาปลายทาง ผู้แปลอาจใช้คำยืม (Borrowed Words) ใช้คำยืมใหม่ (Loan Words) ประกอบคำอธิบายรูปร่างลักษณะ หน้าที่การใช้งาน หรือทั้งสองอย่างประกอบกัน และการแทนที่ทางวัฒนธรรม

การเลือกใช้รูปแบบภาษาที่หยาบคายของตัวละครมีส่วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางด้านสังคม โดยปัจจัยทางด้านสังคมเป็นสิ่งที่กำหนดรูปแบบการใช้ภาษาของผู้พูด ซึ่งก่อให้เกิดรูปแบบแปร (Variations) หรือรูปแบบย่อยของคำที่สื่อความหมายแก่กันเดียวกัน เช่น รูปแบบของคำว่า “ฉัน” ได้แก่ กู อ้าว ข้า ดิฉัน หรือกระผม ที่สื่อถึงความหมายแก่กันคือใช้แทนตัวของผู้พูด เป็นต้น โดยการแปรของภาษานั้นสามารถเกิดขึ้นจาก 1) อิทธิพลทางด้านพื้นฐานทางสังคมของผู้พูด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เพศ วัย การศึกษา และชนชั้นทางสังคม ที่กำหนดให้ผู้พูดเลือกใช้ระดับภาษาแบบใดแบบหนึ่ง และ 2) อิทธิพลทางด้านสถานการณ์ในการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริบทในการใช้ภาษาที่แตกต่างกันตามเรื่องที่พูดซึ่งก่อให้เกิดวัจนลีลาที่ใช้สื่อสาร (Styles) ในรูปแบบตายตัว ทางกร การ หรือ เป็นกันเอง หรือสนทนาแบบบริบทการใช้ภาษาที่แตกต่างกันตามกาลเทศะ วัตถุประสงค์ในการสื่อสาร และรูปแบบการใช้ภาษาเพื่อให้สอดคล้องกับคู่สนทนา เป็นต้น

อนุชา พิมพ์ศักดิ์ และโสภี อุ่นทะยา (2560) ได้ศึกษาการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของเพศนอกกรอบในนวนิยายรักวัยรุ่นแนววาย (Y Novel) กรณีศึกษาเรื่อง SOTUS พี่วักตว์รักกับนายปีหนึ่ง และอธิบายถึงอัตลักษณ์ทางเพศภาวะ (Gender Identity) หรือการตระหนักรู้ของปัจเจกบุคคลต่อตัวตนทางเพศภาวะที่เลือก โดยได้แสดงให้เห็นถึงภาพแทนของตัวละครเอก “ก้องภพ” ที่มีรูปร่างสูงใหญ่ หน้าตาดี มีความเป็นชายสูง แต่มีรสนิยมทางเพศแบบไม่ป้าเดียวกัน โดยผู้ศึกษาได้ให้ข้อสรุปว่าตัวละครเอกวัยรุ่นในนวนิยายนิยมสร้างขึ้นมาจากวัฒนธรรม “ความเป็นชาย” ที่สมบูรณ์แบบซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความแข็งแกร่ง กล้าหาญ และความมีพลังกำลัง นอกจากนี้ผู้ชมจะสามารถรับรู้ถึงความ เป็นชายที่สมบูรณ์แบบตามคำจำกัดความในช่วงต้นได้จากภาพลักษณ์ภายนอกที่ปรากฏให้เห็นแล้ว องค์ประกอบ

สำคัญที่สื่อให้เห็นถึงความแข็งแกร่งในตัวเพศชายที่มีความสำคัญไม่แพ้กัน คือ รูปแบบภาษาที่ใช้ โดย อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2550) กล่าวว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีบทบาทในสังคมต่างกัน จึงมีรูปแบบการใช้ภาษาที่แตกต่างกัน โดยผู้หญิงมีนิยมใช้รูปแบบภาษาที่มีศักดิ์ศรี สุภาพ และเป็นไปตามมาตรฐานของภาษามากกว่าผู้ชายเนื่องจากต้องทำหน้าที่เลี้ยงดูและส่งต่อรูปแบบการใช้ภาษาที่ดีต่อไปกับบุตรหลาน ส่วนผู้ชายมักใช้รูปแบบภาษาที่แสดงออกถึงความแข็งแกร่ง เช่น รูปแบบภาษาที่ห้วน กระชับ โผงผาง หรือแม้แต่คำแสดงคำหยาบคาย คำสบถต่าง ๆ เนื่องจากมีหน้าที่ตามสังคมในการปกป้องดูแลครอบครัว ปัจจัยดังกล่าวสอดคล้องกับรูปแบบการใช้ภาษาของ “เอ๋” ตัวละครเอกที่ปรากฏในซีรีส์วายเรื่องบังเอิญรัก (Love by Chance) ที่มีความมาดแมน แข็งแกร่ง เหมือน “ก้องภพ” ในนวนิยายรักวัยรุ่นแนววายเรื่อง SOTUS พี่ว้ากตัวร้ายกับนายปีหนึ่ง และมีรูปแบบการใช้ภาษาที่แสดงออกถึงความแข็งแกร่ง เช่น คำต้องห้ามประเภทต่าง ๆ เพื่อสื่อให้เห็นถึงวัฒนธรรม “ความเป็นชาย” ที่สมบูรณ์แบบตามที่ อนุชา พิมพ์ศักดิ์; และ โสภี อนุทยา (2560) ได้กล่าวไว้ ซึ่งการแปลคำต้องห้ามประเภทต่าง ๆ นั้นเป็นอุปสรรคอย่างมากต่อนักแปลอันเนื่องมาจากข้อจำกัดทางวัฒนธรรมที่กล่าวไว้แล้วในช่วงต้น

สิ่งสำคัญที่นักแปลจะต้องคำนึงถึงเวลาแปลบทภาพยนตร์และโทรทัศน์คือรูปแบบการแปลที่ต้องเน้นการสื่อความหมายเป็นหลัก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาใจความและอารมณ์ที่ต้นฉบับต้องการจะสื่อออกมา อีกทั้งยังต้องขจัดอุปสรรคที่เกิดจากกำแพงภาษาที่เกิดจากปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม โดยวิธีการแปลหลัก ๆ ที่ใช้ ได้แก่ การแปลแบบจับใจความ (Idiomatic) หรือการแปลแบบอิสระ (Free) โดยเว็บไซต์ Subtitling Worldwide (2007) (อ้างถึงใน วรชัย ครุจิต (2553: 122)) ได้แนะนำหลักการแปลคำบรรยายได้ภาพไว้ 8 ข้อ ดังนี้ 1) ใช้ภาษากระชับ 2) แปลถูกต้อง 3) ใช้ภาษาที่เป็นธรรมชาติในภาษาปลายทาง 4) ชัดเจน 5) อ่านจับใจความได้ง่าย 6) สอดคล้องกับจังหวะและอารมณ์ของภาพยนตร์ 7) กีดขวางบดบังภาพให้น้อยที่สุด 8) มีความยาวที่เหมาะสมกับการอ่าน เนื่องจากมีข้อจำกัดใน ความยาวของประโยคที่กำหนดให้ไม่เกิน 28 ตัวอักษร จึงส่งผลให้ผู้แปลต้องตัดทอน เปลี่ยนแปลงหรือย่อคำ สำนวนต่าง ๆ เพื่อให้ปรากฏอยู่บนจอภาพได้ นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคในการรับสารของผู้ชมที่บางครั้งไม่สามารถอ่านตัวอักษรที่กำหนดให้เป็นตัวสีขาวได้เพราะบางครั้งมีความกลมกลืนกับฉาก ซึ่งปรากฏในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ เพียง 3-5 วินาที ภาพและเสียงที่ไม่มีคุณภาพ ซึ่งส่งผลให้สารที่สื่อออกมาผิดเพี้ยนไปจากเดิมและก่อให้เกิดความล้มเหลวในการสื่อสารได้ (กุลชาติ ศรีโพธิ์. 2548: 3-4)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาทวิวิธีการแปลคำทางวัฒนธรรม ประเภทคำต้องห้ามจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ จากคำบรรยายของตัวละคร (Subtitle) ในซีรีส์วายเรื่อง บังเอิญรัก (Love by Chance) แปลโดย JayBL
2. จำแนกประเภทของการแปลคำต้องห้ามในภาษาปลายทางออกเป็นกลุ่มตามทวิวิธีการแปลที่นักแปลใช้ เพื่อให้เห็นแนวทางการแปลคำทางวัฒนธรรม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ผู้สนใจตระหนักถึงและข้อจำกัดในการแปลบทบรรยายของตัวละครในซีรีส์วายจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ และเกิดความระมัดระวังในการแปลด้วยบทประเภทเดียวกัน

2. ทำให้ผู้สนใจสามารถนำกลวิธีการแปลคำทางวัฒนธรรมประเภทคำต้องห้ามในบทบรรยายของตัวละครในซีรีส์จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษไปใช้ในการแปลบทบรรยายของภาพยนตร์เรื่องอื่น ๆ หรือตัวบทประเภทอื่น ๆ ได้

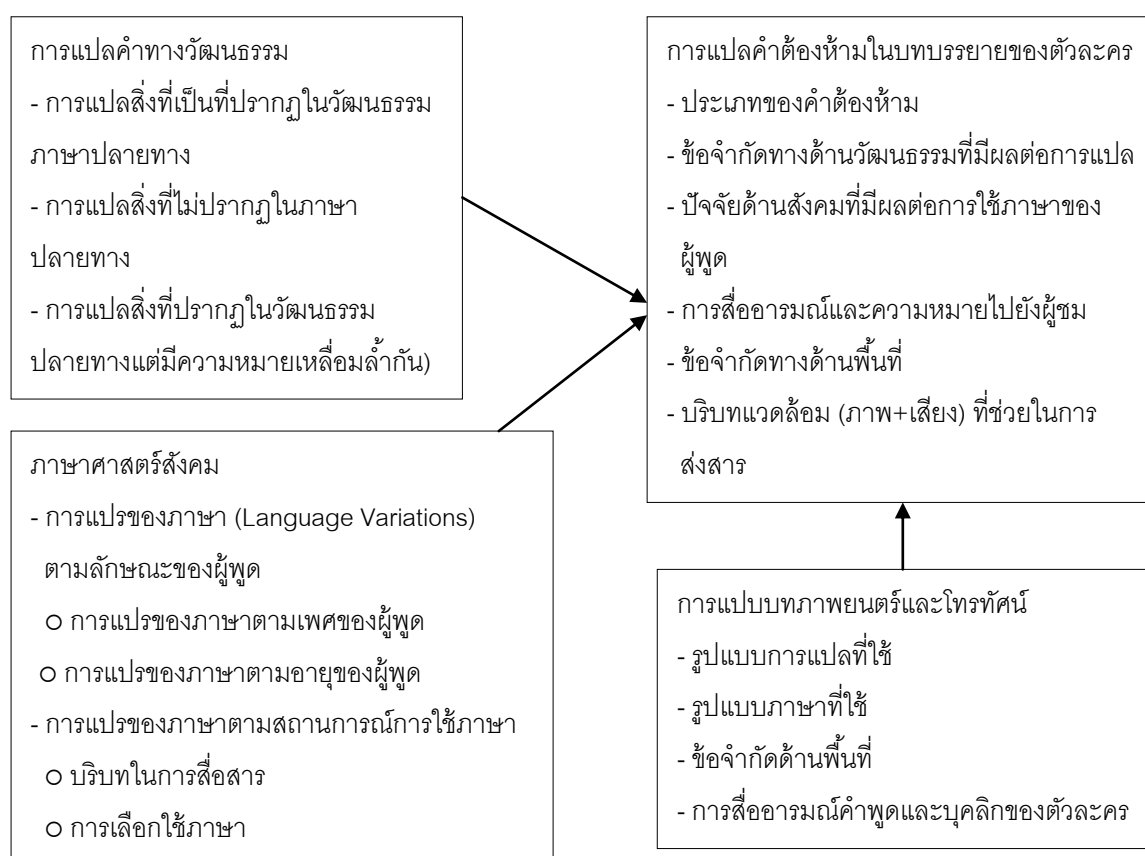
3. ทำให้ตระหนักถึงข้อจำกัดทางด้านการแปลคำทางวัฒนธรรมประเภทคำต้องห้ามในบทบรรยายของตัวละครในซีรีส์ว่าอันเป็นผลมาจากความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมของภาษาต้นฉบับ (ภาษาไทย) และภาษาปลายทาง (ภาษาอังกฤษ) และสามารถหากกลวิธีการแปลที่เหมาะสมมาใช้ในการจัดการกับการแปลข้ามวัฒนธรรมได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง กลวิธีการแปลคำทางวัฒนธรรมประเภทคำสบถในบทบรรยายของตัวละครจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ ในซีรีส์วาย: กรณีศึกษาเรื่อง “บังเอิญรัก” ผู้วิจัย ได้ใช้แนวคิดการวิเคราะห์รูปแบบของคำทางวัฒนธรรมประเภทคำต้องห้ามที่เกิดจากปัจจัยทางสังคม ทั้งด้านการแปรของภาษา (Variation) ที่เกิดจากบุคลิกและความหลากหลายของผู้พูดทางด้านการศึกษา ถิ่นที่อยู่ ชนชั้นทางสังคม ชาติพันธุ์ เพศ อายุ และพื้นฐานอาชีพ รวมทั้งการแปรของภาษาที่เกิดจากสถานการณ์การสื่อสารหรือบริบทการสื่อสารที่แตกต่างกันตามเรื่องที่พูด เวลา/ สถานที่ วัตถุประสงค์การสื่อสาร และคู่สนทนา โดยการแปรของภาษาจากปัจจัยที่กล่าวไว้ในข้างต้นนี้ก่อให้เกิดปัญหาทางด้านการสื่อสารหรือการแปลข้ามวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งสารจากผู้ให้ภาษาที่อยู่ในวัฒนธรรมที่ใช้ภาษาไทยไปยังผู้รับสารที่อยู่ในวัฒนธรรมที่ใช้ภาษาอังกฤษ เนื่องจากคำต้องห้ามเป็นสิ่งที่หล่อหลอมขึ้นมาจากสภาพแวดล้อมหรือวัฒนธรรมทางสังคมที่อยู่รอบตัวของผู้พูดโดยเฉพาะ ดังนั้น มโนทัศน์ (Concept) ที่คำต้องห้ามบางคำสื่อออกมาอาจเป็นได้ทั้งสิ่งที่เป็นที่ปรากฏในวัฒนธรรมภาษาปลายทาง เป็นสิ่งที่ไม่ปรากฏในภาษาปลายทาง และสิ่งที่ไม่ปรากฏในวัฒนธรรมปลายทางแต่มีความหมายเหมือนกัน ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาในการสื่อสาร และนักแปลจะต้องหากวิธีที่เหมาะสมมาอธิบายมโนทัศน์ทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ให้ผู้รับสารในภาษาปลายทางเข้าใจ

นอกจากการแปรของภาษาและมโนทัศน์ทางวัฒนธรรมที่นักแปลจะต้องรับมือแล้ว ในการแปลบทภาพยนตร์นักแปลยังจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นจากข้อจำกัดทางด้านการสื่อสารที่นอกเหนือจากตัวบทด้วย เช่น รูปแบบการแปลที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ รูปแบบภาษาที่ใช้ ข้อจำกัดด้านพื้นที่ และการสื่ออารมณ์คำพูดและบุคลิกของตัวละคร เพื่อให้ได้บทบรรยายของตัวละครที่สามารถแก้ปัญหาข้อจำกัดทางวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคมที่มีผลต่อการใช้ภาษาของผู้พูด การสื่ออารมณ์และความหมายไปยังผู้ชม อีกทั้งยังสอดคล้องกับข้อจำกัดทางพื้นที่และบริบทแวดล้อม (ภาพ+เสียง) ที่ช่วยในการส่งสาร

ในการศึกษาการแปลคำทางวัฒนธรรมประเภทคำต้องห้ามในบทบรรยายของตัวละครจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษในซีรีส์วาย: กรณีศึกษาเรื่อง “บังเอิญรัก” ผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ กลวิธีการแปลคำทางวัฒนธรรมประเภทคำต้องห้าม (Taboo Words) ที่ปรากฏในบทบรรยายภาษาอังกฤษของตัวละครในซีรีส์วาย เรื่อง บังเอิญรัก ตอนที่ 1 - 14 ออกอากาศทางช่อง Line TV

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบเขตด้านเนื้อหาประกอบด้วย คำต้องห้ามที่ตัวละครใช้สนทนาเพื่อสื่อให้ผู้ชมเข้าใจในสภาพพื้นฐานอารมณ์ ความรู้สึก และความสัมพันธ์ของตัวละคร ในซีรีส์วาย เรื่อง บังเอิญรัก ตอนที่ 1-14 ออกอากาศทางช่อง Line TV ตั้งแต่ตอนที่ 1 ถึงตอนที่ 14 (จบ) ทุกประเภท เช่น คำหยาบคาย (Vulgarity) ถ้อยคำสบประมาท (Insult) ถ้อยคำสบถ (Expletive) ถ้อยคำสาปแช่ง (Cursing) และถ้อยคำหยาบคายประเภทอื่น ๆ จำนวนรวมทั้งหมด 351 บทสนทนา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) โดยใช้ตารางเปรียบเทียบคู่แปลในการถอดบทบรรยายของตัวละคร และจำแนกกลวิธีการแปลคำทางวัฒนธรรมประเภทคำต้องห้ามที่นักแปลบทบรรยาย

ซีรีส์วายเรื่องบังเอิญรักใช้ออกเป็นหมวดหมู่ตามที่ สุพรรณิ ปิ่นมณี (2557) และ Beekman; & Callow (1974) ได้เสนอไว้ เพื่อหาความถี่ในแง่ของความสอดคล้องหรือข้อแตกต่าง

ผลการศึกษา

จากการศึกษาการแปลคำทางวัฒนธรรมประเภทคำในบทบรรยายของตัวละครจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษในซีรีส์วาย: กรณีศึกษาเรื่อง “บังเอิญรัก” แปลเป็นภาษาอังกฤษโดย JayBL พบว่า ผู้แปลใช้กลวิธีดังต่อไปนี้

ตาราง 1 การใช้คำหรือสำนวนที่มีความหมายเทียบเคียงกับต้นฉบับ

ภาษาต้นฉบับ	ภาษาปลายทาง
1. เอ้: ขับรถแบบนี้มันจะรีบไปตายที่ไหนวะ	Are you driving straight to hell?
2. โน: กูขอ มึงเข้าเชียร์นะ แล้วจะไปแตกหมาแตกควายที่ไหนก็ไป	Please...I beg you all to join the cheering practice first, and then you can go ahead to eat a dog or a cow. I don't care.
3. ทรัมป์: อยากมีเรื่องกับกูหรือ ไอ้เตี้ย ห๊ะ	Wanna have a problem with me, Ai Shorty?
4. เอ้: มึงไปอาบน้ำได้แล้ว กอนกูจะใช้ตีนสะกิดหน้ามึง	Now...go shower. Before I'll use my feet to rub on your face.
5. ทรัมป์: ไอ้ผิดเพศ	F A G G O T

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่าในกรณีที่ผู้แปลสามารถเลือกคำในภาษาปลายทาง (ภาษาอังกฤษ) ที่มีความหมายเทียบเคียงกับคำในภาษาไทยได้ผู้แปลจะเลือกใช้กลวิธีนั้นก่อน โดยผู้แปลอาจลดเสียงคำบางคำในภาษาไทย เช่น สรรพนามเรียกขานอย่าง “ไอ้” (Ai) ลงไปใช้ประกอบเพื่อแสดงออกถึงความสนิทสนมในหมู่เพื่อนหรือเพื่อสื่ออารมณ์การสื่อสารของตัวละครในขณะนั้นด้วย ทั้งนี้การใช้คำหรือสำนวนที่มีความหมายเทียบเคียงกับต้นฉบับเป็นกลวิธีการแปลที่สะดวกที่สุดที่นักแปลหลายท่านเลือกใช้ในการสื่อโน้ตของสิ่งที่ปรากฏอยู่ทั้งในวัฒนธรรมต้นฉบับและฉบับแปล เนื่องจากคำที่แปลออกมาส่วนใหญ่มีความหมายใกล้เคียงกัน สร้างผลกระทบต่อความรู้สึกคล้าย ๆ กัน เช่น An as*hole, A piece of sh*t, A scumbag ถูกนำมาใช้สื่อความหมายของคำว่า “คนเหี้ย” ในเรื่อง ซึ่งแม้จะมีมีโน้ตนี้ไม่ตรงกัน 100 เปอร์เซ็นต์ แต่ก็สามารถสื่ออารมณ์และสร้างผลกระทบต่อผู้ชมได้คล้าย ๆ กัน อีกทั้งยังมีความสั้นหรือยาวเหมาะสมกับบทภาพยนตร์หรือโทรทัศน์ที่ตัวละครพูดในแต่ละฉากอีกด้วย

ตาราง 2 การใช้คำหรือสำนวนที่มีความหมายเทียบเคียงกับต้นฉบับ แต่ละหรือเปลี่ยนตัวละครบางตัวเป็นสัญลักษณ์อื่น

ภาษาต้นฉบับ	ภาษาปลายทาง
1. เอ้: เสือก ไล่สัตว์	Shut up. As-Hole.
2. เอ้: ระวังตัวไว้เลยนะมึงอะ	Now, shut the F up, you pervert.
3. เอ้: กูทำห่าอะไรของกูวะเนี่ย	What the f*ck am I doing here?
4. เอ้: ไล่เซี่ยปอนด์ มาเนี้ดี	You...Son of the b*tch.
5. แคน: โดยเฉพาะไล่เหียนั่นอะ	Especially that sh*thole.

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่าในกรณีที่ผู้แปลเห็นว่าในกรณีที่คำแปลในภาษาปลายทางเป็นคำหยาบคาย ผู้แปลจะใช้วิธีการละตัวละครบางตัวหรือใส่สัญลักษณ์บางอย่างเข้าไปแทนที่ตัวละครเดิมเช่น hyphen (-) หรือ asterisk (*) เพื่อให้อ่านออกเสียงได้ไม่ครบ ทั้งนี้เพื่อลดระดับความหยาบคายของภาษาที่ใช้ในบทบรรยายได้ภาพ ซึ่งการแปลประเภทนี้จะช่วยลดระดับความรุนแรงของคำให้เบาลง และเหมาะสมที่จะเผยแพร่ต่อมวลชน โดยความเข้าใจต่อสารและการรับรู้อารมณ์ของผู้ชมนั้นจะเกิดจากความสามารถในการคาดเดาว่าตัวอักษรที่หายหรือถูกตัดทิ้งไปนั้น คือ ตัวอักษรใด หรือกล่าวคือขึ้นอยู่กับประสบการณ์และความสามารถในการถอดรหัสสารของผู้ชมเอง นอกจากนี้ การแปลโดยวิธีดังกล่าวยังมีข้อดีเช่นเดียวกับการใช้คำหรือสำนวนที่มีความหมายเทียบเคียงกับต้นฉบับ เนื่องจากมีความสั้นยาวในปริมาณที่พอเหมาะกับการพูดของตัวละคร และไม่ต้องอาศัยการอธิบายความเพิ่มเติมในการสื่อสารความหมายคำทางวัฒนธรรม

ตาราง 3 การใช้ข้อความอธิบาย

ภาษาต้นฉบับ	ภาษาปลายทาง
1. เอ้: อย่ามัวหม้อสาวไปวัน ๆ	Don't just be <u>silly or flirt with girls</u> .
2. ปอนด์: สามชั่วโมง ได้สามน้ำพอดิเลยมั้งกูว่า	Three hours? <u>Three rounds of fun</u> , perhaps.
3. เอ้: แต่ที่กูเห็นอะ กำลังเห็นหมาบ้ารังแกคนไม่มีทางสู้	But what I see is you are <u>threatening him and bullying him</u> .
4. ปอนด์: ไม่ได้ เพื่อนเรอบอกว่าชอบใครต้องรีบทำ คะแนน ข้าหมด อดแดก	Nothing. I'm trying to win your heart. Because if <u>I'm late, someone else will get you first.</u>
5. นิก: กลัวโดนใครหลอกไปทำไม่ดีไม่ร้าย ยิ่งเห็นหน้า โง่ ๆ อยู่	Just in case that someone might kidnap you. <u>Because you look quite dumb and slow.</u>

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าผู้แปลใช้ข้อความทั้งในรูปแบบของกลุ่มคำ วลี หรือประโยคในการอธิบาย มโนทัศน์เพียงมโนทัศน์เดียวในภาษาต้นฉบับ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ชมสามารถเห็นภาพของมโนทัศน์ที่ไม่ปรากฏอยู่ในภาษา แปล มีปรากฏอยู่ในวัฒนธรรมภาษาแปลแต่มีความเหลื่อมล้ำกัน หรือเป็นมโนทัศน์ที่อธิบายยากด้วยการใช้คำคำ

เดียวได้ชัดเจนขึ้น โดยข้อความที่ผู้แปลนำมาใช้ในฉบับแปลนั้นส่วนใหญ่ประกอบขึ้นจากบริบทแวดล้อมอันได้แก่ ภาพและเสียงที่ปรากฏขึ้นในฉาก รวมทั้งเรื่องที่คู่สนทนากำลังพูดถึงอยู่ในขณะนั้น เช่น จากตัวอย่างที่ 4 เป็นฉากที่ ปอนด์กำลังจับนักศึกษาที่ชื่อว่าเซอเมออยู่ นักแปลจึงใช้ข้อความ If I'm late, someone else will get you first. ในการอธิบายสำนวน ซ้ำหมด อุดแตก ซึ่งเป็นคำติเตียนหรือภาษากลุ่มของวัยรุ่นในประเทศไทย ซึ่งหมายถึงจะทำอะไรหรืออยากได้อะไรต้องรีบทำ ไม่อย่างนั้นจะสูญเสียโอกาสไป โดยนักแปลได้ตีความคำว่า “อุดแตก” ว่าหมายถึงการที่คนอื่นจะมาแย่งผู้หญิงคนนี้ไป ซึ่งถ้าอยู่ในสถานการณ์หรือฉากอื่นคำว่า “อุดแตก” อาจหมายถึงสิ่งอื่น เช่น อุดรับประทานอาหารจริง ๆ หรืออุดได้เสื้อตัวสวยที่เล็งไว้เพราะมีคนมาตัดหน้าซื้อไปแล้ว เป็นต้น

ตาราง 4 การใช้คำที่มีความหมายกว้างขึ้น (More Generic Words)

ภาษาต้นฉบับ	ภาษาปลายทาง
1. ปอนด์: มึงจะซุดทองจริง ๆ เหรอวะ	My friend is <u>turning</u> gay?
2. เลย์: มีพี่อยู่คนเดียวก็ดันไม่เต็มอีก	Why the only sibling has to be <u>crazy</u> ?
3. คนข้างห้องเอ: มึงจะกระแทกหาพ่อมึงเหรอก	Why can't you be careful not to <u>bang</u> something on it?

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่าในกรณีที่ผู้อ่านในภาษาปลายทางอาจเกิดปัญหาในการทำความเข้าใจคำต่าง ๆ ที่มีความเฉพาะเจาะจงทางด้านวัฒนธรรมผู้แปลจะใช้คำที่มีความหมายกว้างขึ้นในภาษาปลายทาง เช่น จากตัวอย่างที่ 1 คำว่าซุดทองในภาษาต้นฉบับมีความหมายถึงการมีเพศสัมพันธ์ทางทวารหนักซึ่งเป็นอวัยวะที่ใช้ในการขับถ่าย ดังนั้นคำว่า “Turning gay” จึงมีความหมายที่กว้างกว่าการสื่อความหมายถึงการมีเพศสัมพันธ์ เพราะการเป็นเกย์ไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์ทางเพศเสมอไป ซึ่งแม้คำดังกล่าวจะเก็บความหมายและอารมณ์ที่ต้องการจะสื่อได้ไม่ครบทั้งหมด แต่ก็ยังสามารถสร้างอารมณ์ร่วมให้ผู้ชมและสื่อความหมายได้ดีกว่าการแปลคำหรือสำนวนนั้นอย่างตรงตัว ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาในการสื่อสารเพราะสื่อมโนทัศน์ไม่ตรงกัน นอกจากลดความกำกวมหรืออุปสรรคในด้านการสื่อความหมายแล้วการใช้คำที่มีความหมายกว้างยังช่วยลดความรุนแรงของคำต้องห้ามซึ่งเป็นสิ่งที่นักแปลสามารถเลือกกระทำได้ ผลการศึกษาของ กุลชาติ ศรีโพธิ์ (2548) ยังแสดงให้เห็นว่านักแปลส่วนใหญ่นิยมเปลี่ยนระดับของคำสบถและคำหยาบให้เบาลงหรือแม้กระทั่งตัดทิ้งไปเลยหากไม่มีความจำเป็นต่อการสื่อความหมายในเรื่อง เพื่อประหยัดพื้นที่บรรยายได้ภาพหรือเพื่อทำให้ความรุนแรงของภาษาเบาลงเนื่องจากมีบริบททางภาษาสังคม และวัฒนธรรมเป็นตัวกำกับความหมาย (Code) ในการแสดงอารมณ์ที่ไม่พึงปรารถนาของมนุษย์

ตาราง 5 การใช้คำที่มีความหมายแคบลง (More Specific Words)

ภาษาต้นฉบับ	ภาษาปลายทาง
1. เอ้: เรียกคุณพ่อมึงเหรือ	Are you waking your great-grandpa from his death?
2. ปอนด์: หมอนั่นนะทั้งรูปหล่อ ทั้งพ่อรวย เผลอ ๆ อะของจะใหญ่กว่ามึงด้วยมั้ง	He's fu*king handsome, rich, and perhaps...He might have a bigger di*k than you.
3. มั่นนี่: แต่พี่ก็ไม่คิดนะคะว่ามาถามแค่นี้ จะมีพวกป่าเถื่อนเข้ามาผลักและทำร้ายร่างกายพี่อะ	But I never thought that there would have a barbarian coming to push me and attacking me like this

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่าในบางครั้งผู้แปลเลือกใช้คำที่มีความหมายแคบกว่าเพื่อสื่อความหมายในฉบับแปล เนื่องจากการใช้คำที่มีความหมายกว้างเช่นเดียวกับที่ปรากฏในต้นฉบับอาจก่อให้เกิดความกำกวมหรือสื่อความหมายที่ผิดในภาษาแปลได้ เช่น ในตัวอย่างที่ 2 หากผู้แปลเลือกใช้คำว่า Thing แทนคำว่า Di*k ก็อาจทำให้ผู้ชมสับสนว่า Thing หมายถึง “ของ” อะไรงั้นแน่ เพราะ คำว่า Thing ในภาษาอังกฤษสามารถใช้แทนสิ่งไม่มีชีวิตได้มากมายโดยที่ไม่ต้องมีความหมายในเชิงลบ อย่างไรก็ตามการใช้กลวิธีการแปลดังกล่าวอาจก่อให้เกิดความหมายที่คลาดเคลื่อนขึ้นได้เพราะมีโน้ตที่ที่มีความหมายแคบลงในภาษาฉบับแปลอาจมีโน้ตที่ไม่ตรงกับคำที่มีความหมายกว้างในภาษาต้นฉบับ เช่น จากตัวอย่างที่ 3 ความหมายของคำว่า Barbarian ที่ปรากฏใน Longman Dictionary of Contemporary English คือ Someone from a different tribe or land, who people believe to be wild and not civilized. ซึ่งมีนัยเกี่ยวกับผู้ที่เป็นชาวเผ่าหรืออาศัยอยู่ในสถานที่ซึ่งมีสังคมที่ด้อยพัฒนาว่าผู้ที่พูดถึง ในขณะที่คำว่า “พวกป่าเถื่อน” ในบริบทนี้หมายถึงคนที่หยาบคาย พุดจาไม่มีหางเสียง ถูกคนอื่น (เพราะตนเองรวยกว่า) เป็นต้น ดังนั้นการความคลาดเคลื่อนในการทำความเข้าใจความหมายของคำแปลจึงขึ้นอยู่กับความสามารถในการถอดรหัสสารของผู้ชมเอง

ตาราง 6 การใช้ความหมายตรง (Denotative Meaning) แทนความหมายเชิงภาพพจน์ของคำ (Figurative Senses)

ภาษาต้นฉบับ	ภาษาปลายทาง
1. แคน: สมอส์สันจิงฟี่โน	What's wrong with your memory?
2. มั่นนี่: นี่ปากหรือกระโถนที่พุดออกมาเนี่ย	Is that your mouth or a toilet?
3. แคน: ปล่อยกูไ้เอ้ กูจะเอาหมาออกจากปากแม่ง	Let go of me Ai Ae. I will beat the dirt out of his mouth.
4. เอ้: มึงก็เลิกเสือกสิ ไ้ควาย	Stop it then. You idiot.
5. แคน: กูโดนเด็กไอซีปาดกันมา พุดแล้วโคตรคันหน้า	I was almost hit by an IC guy's car on the other day. I should have punched him on his face.

Mildred, L. Larson (1984) กล่าวว่าความหมายเชิงภาพพจน์ของคำหมายถึงการใช้ถ้อยคำเปรียบเทียบในการสื่อความหมาย โดยความหมายเชิงพจน์สามารถโยงกลับไปหาความหมายแก่นของคำได้เพราะมีความเกี่ยวข้องกันอยู่ และเป็นคำที่มีพลังมากกว่าความหมายตามตัวอักษร จากตัวอย่างในข้างต้น จะเห็นว่าผู้แปลอาศัยการเชื่อมโยงความหมายเชิงภาพพจน์ในภาษาต้นฉบับกลับไปหาความหมายแก่นในฉบับแปล เช่น ในตัวอย่างที่ 1 ผู้แปลได้เปลี่ยนคำว่า “สมอง” ให้เป็นคำว่า “Memory” เพราะคำว่าสมองที่ใช้ในบริบทนี้ต้องการสื่อถึง “ความจำ” ซึ่งผู้แปลจำเป็นต้องมีความระวังในการแปลความหมายเชิงภาพพจน์ ทั้งนี้เนื่องจากภาษาภาพพจน์ในภาษาไทยและภาษาอังกฤษนั้นอาจอ้างถึงมโนทัศน์ที่ต่างกัน จึงส่งผลต่อการเข้าใจความหมายที่ผิดเพี้ยน ยกตัวอย่างเช่น คนไทยเชื่อว่าหมูกินจุ จนมีสำนวนที่ว่า “กินจุอย่างกับหมู” แต่ในภาษาอังกฤษใช้คำว่า “Eat like a horse.” ซึ่งแสดงให้เห็นถึงมโนทัศน์ หรือการมองโลกในสังคมไทยและสังคมตะวันตกที่ไม่เหมือนกันเป็นต้น

ตาราง 7 การใช้คำยืมใหม่ (Loan Words) ประกอบคำอธิบายสั้น ๆ

ภาษาต้นฉบับ	ภาษาปลายทาง
1. เอ้: มึงต้องเลิกเสือก เลิกประสาท และเลิกทรมานใจ	Stop being <u>Suak</u> (Nosy), stop being <u>Prasad</u> (Silly, Nonsense, Insane), and stop being <u>Sarm</u> (Low, Dirty, Pervert, and Immoral).
2. แคน: ให้เวลาถูตรอมใจนิดนึงก็ได้	Can you give <u>Goo</u> (me) a chance to grieve? [Note: “Goo” = Me and it is an impolite word.]
3. เอ้: อ้าว กระเทยนี้หว่า มันนี่: เอ้อ กระเทยหนักหัวแม่มึงเหวอ	Oh...A <u>Ka Toey</u> [Note: Ka Toey = Lady Boy] Right..Am I being Ka Toey on your mom's head?

Loan Words หมายถึง คำยืมใหม่ หรือคำยืมที่ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในวัฒนธรรมฉบับแปล ต่างจากคำยืม (Borrowed Words) ซึ่งเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายแล้ว เช่นคำว่า Tuk Tuk หรือพาหนะทางบกของไทยที่ชาวต่างชาติเรียกทับศัพท์กันอย่างแพร่หลาย เพราะเป็นที่รู้จักกันดี ดังนั้นในการใช้คำยืมใหม่จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้แปลจะต้องเพิ่มคำอธิบายสั้น ๆ ลงไปเพื่อเสริมความเข้าใจให้กับผู้ชมโดยอาจทำไว้ในรูปการอธิบายเป็นเนื้อความเดียวกัน หรือใส่ไว้ในวงเล็บเหมือนกับที่ปรากฏในตัวอย่างที่ 1 2 และ 3 ซึ่งในการใช้กลวิธีการแปลประเภทนี้นักแปลต้องระมัดระวังไม่ให้ส่วนที่ใส่เพิ่มเติมเพื่ออธิบายความยาวรุงรังมากเกินไป ใช้วงเล็บมากเกินไปจนรกตาและก่อให้เกิดการเบี่ยงพื้นที่บรรยายได้ภาพ ซึ่งจะส่งผลเสียต่ออรรถรสในการรับชมภาพยนตร์หรือละครได้

ตาราง 8 การแทนที่ทางวัฒนธรรม

ภาษาต้นฉบับ	ภาษาปลายทาง
1. ดิณณ์: รู้หน้าไม่รู้ใจ	You can see his face, but you cannot read his thought.
2. ทรัพย์: ปากดื่นะมึงอะ	Such a big talker.
3. ทรัพย์: จำใส่หัวไว้เลยนะ	Put this into your mind.
4. ปอนด์: จันทึ่วกูปะเสือกก่อนนะ	OK...I have to stick my nose on his business.
5. ทรัพย์: อย่ามาเสือกเรื่องของกู	Get out of my business.

การแทนที่ทางวัฒนธรรมคือการนำสิ่งที่ปรากฏอยู่ในวัฒนธรรมฉบับแปลมาแทนที่ถ้อยคำหรือสำนวนที่ปรากฏอยู่ในวัฒนธรรมต้นฉบับ การแทนที่ทางวัฒนธรรมจะช่วยให้ผู้ชมสามารถเข้าใจเนื้อหาที่สื่อออกมาได้มากขึ้นเนื่องจากคุ้นเคยกับวัฒนธรรมนั้นๆ เป็นอย่างดี จากตัวอย่างที่ให้ไว้ แสดงให้เห็นว่าผู้แปลใช้กลวิธีการแปลโดยการแทนที่ทางวัฒนธรรมในการแปลสำนวนเพื่อให้เกิดผลกระทบทางด้านการสื่อความหมายและอารมณ์ของตัวละครไปยังผู้ชม เช่น การเลือกใช้สำนวน Get out of my business. หรือ Stick one's nose to someone's business. เพื่อแทนที่มโนทัศน์ของคำว่า “เสือก” ในภาษาไทย ในตัวอย่างที่ 4 และ 5 อย่างไรก็ตามผู้แปลควรพึงหลีกเลี่ยงใช้สำนวนที่ยาวในภาษาฉบับแปลเพราะอาจกินพื้นที่ในการเขียนบทบรรยายได้ภาพมากไปจนส่งผลเสียต่อการรับสารของผู้ชม

ตาราง 9 การสร้างคำขึ้นมาใหม่ (Neologism)

ภาษาต้นฉบับ	ภาษาปลายทาง
1. ปอนด์: ทำไมเพื่อนมึงถึงเรียขนาดนี้วะ	Why is your friend this “ <u>Borny</u> ”?
บิง: เรียคือไรวะ	What is “ <u>Borny</u> ”?
ปอนด์: ก็แรดผสมเหี้ยไง	Bitchy!!! Plus Horny!!!

จากตัวอย่างในข้างต้นจะเห็นว่าคำว่า “เรีย” เป็นคำที่ไม่ปรากฏทั้งในวัฒนธรรมภาษาต้นฉบับและภาษาฉบับแปล ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่ผู้แปลจะต้องประดิษฐ์คำขึ้นมาใหม่เพื่อใช้ในการสื่อความหมายของคำว่า “เรีย” ซึ่งเป็นคำใหม่ที่เกิดจากการประสมกันระหว่างคำว่า “แรด” และ “เหี้ย” ดังนั้นผู้แปลจึงหาคำที่มีความหมายเทียบเคียงกับคำตั้งต้นทั้งสองคำในภาษาไทย จากนั้นจึงใช้วิธีการเดียวกันคือนำทั้งสองคำมาประสมกันเพื่อให้ได้คำว่า “Borny” ซึ่งเป็นคำใหม่ในภาษาอังกฤษออกมา ซึ่งในกรณีที่ไม่มีบริบทอธิบายความหมายเพิ่มเติมกำกับไว้เหมือนในตัวอย่างข้างต้น ผู้แปลอาจสามารถเพิ่มเติมคำอธิบายแบบเป็นเนื้อความเดียวกันหรือใส่ไว้ในวงเล็บเพื่อบ่งบอกที่มาของคำแต่ควรระวังไม่ให้ยาวรุงรังจนกินพื้นที่บรรยายได้ภาพมากจนเกินไป

ตาราง 10 การละไม่แปล (Omission)

ภาษาต้นฉบับ	ภาษาปลายทาง
1. เอ้: นี่ก็คิดสั้นจนถึงขนาดต้องมาถามไอ้เหี้ยปอนด์เลย เหรวะ	I can't believe I need an opinion from you.
2. ปอนด์: โอ๊ย ซวยชิบหาย ช่วงนี้ไอ้เอ้ไม่องแรงไม่พอ อีกเหรวะ มารดลั้มอีกแล้วเนี่ย	Ouch...What a day? Ai Ae has already given me the hard time lately. Now, the bicycle crash.
3. ปอนด์: ฝนตก เหี้ย เร็วดี	It's raining. Hurry.

ในบางกรณีจะเห็นผู้แปลเลือกที่จะละไม่แปลคำต้องห้ามไว้ ซึ่งเป็นเพราะคำต้องห้ามบางคำไม่มีส่วนสำคัญต่อการทำความเข้าใจของบริบทโดยรวม โดยอาจเป็นเพียงคำติดปากเท่านั้นและสามารถแทนที่การสื่ออารมณ์ความรู้สึกของตัวละครได้จากองค์ประกอบอื่นๆที่ปรากฏบนจอภาพ ได้แก่ ภาพ และ เสียง เช่น ในตัวอย่างที่ 2 การลากเสียงยาวเหมือนการบ่นในฉากที่ตัวละครที่ชื่อปอนด์รดลั้ม ทำให้ผู้แปลไม่มีความจำเป็นต้องแปลคำว่า “ชิบหาย” เข้าไปในฉบับแปลอีก เนื่องจากไม่ได้มีความหมายที่สำคัญในการสื่อความอีกทั้งยังมีภาพและเสียงของตัวละครในแต่ฉากช่วยสื่ออารมณ์อยู่แล้ว เป็นต้น

สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาทวิวิธีการแปลคำวัฒนธรรมประเภทคำต้องห้ามในบทบรรยายของตัวละครจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษพบว่า ตัวละครในซีรีส์วายเรื่อง “บังเอิญรัก” มีการใช้คำต้องห้ามที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็น คำว่า คำประชด คำกระทบ คำแดกดัน คำสบถ และคำหยาบคายประเภทอื่น ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคำที่มีความหมายเชิงภาพพจน์มากกว่าความหมายแบบตรงตัวเพื่อสื่อความหมายและสร้างผลกระทบทางอารมณ์ต่อผู้ชม ซึ่งมีปรากฏให้เห็นค่อนข้างมาก อ้างอิงจากการศึกษาของ อนุชา พิมพ์ศักดิ์ และโสภี อุ่นทะยา (2560) พบว่า นวนิยายแนววาย (Y Series) นิยมสร้างตัวละครจากวัฒนธรรม “ความเป็นชายที่สมบูรณ์แบบ” จึงมีพฤติกรรมการใช้ภาษาที่สื่อถึงความเข้มแข็งของเพศชายตามหลักภาษาศาสตร์สังคมที่กล่าวถึงการแปรของภาษา (Variations) ตามปัจจัยด้านเพศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้คำหยาบ ซึ่งนอกจากจะแสดงออกถึงความเข้มแข็งตามเพศแล้วยังแสดงระดับความสัมพันธ์ที่สนิทสนมกันมากในหมู่เพื่อนด้วย ในการนี้นักแปลมีหน้าที่เลือกเฟ้นหรือหาคำแปลที่เหมาะสมในการสื่อความหมายและสร้างผลกระทบทางด้านอารมณ์ให้กับผู้ชมในภาษาฉบับแปลให้ใกล้เคียงกัน โดยนอกจากจะต้องคำนึงถึงการสื่อความหมายแล้วยังต้องคำนึงถึงผลกระทบทางด้านการถ่ายทอดอารมณ์ซึ่งอาจอาศัยองค์ประกอบอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากตัวอักษรเช่นภาพและเสียงที่ปรากฏ นอกจากนี้ยังต้องให้ความสำคัญกับการประหยัดพื้นที่สื่อสารความหมายในรูปแบบของคำบรรยายได้ภาพที่ไม่ควรเกิน 28 คำ เป็นตัวอักษรสีขาวซึ่งบางครั้งอาจกลมกลืนกับฉากและปรากฏอยู่ในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ เพียง 3-5 วินาที ซึ่งถือเป็นเรื่องท้าทายสำหรับนักแปลมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารคำทางวัฒนธรรมประเภทคำต้องห้ามระหว่างสองสังคมที่มีวัฒนธรรมต่างกัน โดยผลการศึกษาพบว่านักแปลเลือกใช้ทวิวิธีการแปลทั้งสิ้น 11 วิธีตามสถานการณ์และบริบทและวัตถุประสงค์ในการการใช้ภาษาที่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์คู่แปลระหว่างภาษาดั้งเดิม (ไทย) กับภาษาฉบับแปล (อังกฤษ) พบว่า นักแปลที่ใช้นามแฝงว่า JayBL ให้ความสำคัญกับการประหยัดพื้นที่ในการสื่อสารผ่านการบรรยายบทพูดได้ภาพในแต่ละฉาก โดยส่วนใหญ่เลือกใช้วิธีการแปลคำทางวัฒนธรรมที่ สุพรรณิ ปิ่นมณี (2557) และ Beekman; & Callow (1974) ได้เสนอไว้ ได้แก่ 1) การใช้คำหรือสำนวนที่มีความหมายเทียบเคียงกัน 2) การใช้ข้อความอธิบาย 3) การใช้คำที่มีความหมายกว้างขึ้น 4) การใช้คำที่มีความหมายแคบลง 5) การใช้ความหมายเชิงภาพพจน์ของคำ 6) การใช้คำยืมใหม่ประกอบคำอธิบายแบบสั้น ๆ 7) การแทนที่ทางวัฒนธรรม โดยกลวิธีการแปลที่พบว่าผู้แปลใช้ที่มากที่สุด คือ กลวิธีการแปลโดยการใช้คำหรือสำนวนที่มีความหมายเทียบเคียงกัน ทั้งนี้เพราะในสองวัฒนธรรม (ไทยและตะวันตก) มีมีโนทัศน์ที่คล้ายคลึงกันและสร้างผลกระทบได้ไม่แตกต่างกันมากนัก แม้จะมีระดับความรุนแรงของภาษาแตกต่างกันไปบ้างก็ตาม

อย่างไรก็ตามผู้ศึกษาพบว่านอกจากกลวิธีการแปลคำทางวัฒนธรรมที่ สุพรรณิ ปิ่นมณี (2557) และ Beekman; & Callow (1974) ได้เสนอไว้แล้ว ผู้แปลยังได้ใช้กลวิธีการแปลแบบผสมผสานอื่น ๆ ในการรับมือกับคำทางวัฒนธรรมประเภทคำต้องห้ามที่ปรากฏในเรื่อง ทั้งนี้อาจมีวัตถุประสงค์เพื่อลดพื้นที่ในการสื่อความหมายได้คำบรรยายภาพให้ไม่เกิน 28 ตัวอักษร เพื่อลดความรุนแรงหยาดคายในการใช้ภาษาตามค่านิยมของสังคม และเพื่อสื่อสารมโนทัศน์ที่ไม่สามารถอธิบายได้หากอาศัยเพียงกลวิธีที่ สุพรรณิ ปิ่นมณี (2557) และ Beekman; & Callow (1974) ได้เสนอไว้ ดังต่อไปนี้ 1) การใช้คำหรือสำนวนที่มีความหมายเทียบเคียงกัน แต่ละหรือเปลี่ยนตัวละครบางตัวเป็นสัญลักษณ์อื่น 2) การใช้ความหมายตรง (Denotative Meanings) แทนความหมายเชิงภาพพจน์ของคำ (Figurative Senses) 3) การสร้างคำขึ้นมาใหม่ (Neologism) และ 4) การละไม่แปล

จากงานวิจัยที่ศึกษาการแปลคำทางวัฒนธรรมประเภทคำต้องห้ามในบทบรรยายของตัวละครจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษในซีรีส์วาย: กรณีศึกษาเรื่อง “บังเอิญรัก” จะเห็นได้ว่านักแปลไม่ได้ใช้กลวิธีการแปลวิธีใดวิธีหนึ่งในการรับมือกับคำทางวัฒนธรรมประเภทคำต้องห้าม หากแต่ต้องอาศัยการผสมผสานระหว่างกลวิธีการแปลต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับสารในภาษาปลายทางสามารถทำความเข้าใจกับตัวบทได้มากที่สุด การใช้กลวิธีการแปลต่าง ๆ เพื่อรับมือกับคำทางวัฒนธรรมดังที่ปรากฏในงานวิจัยชิ้นนี้สามารถใช้เป็นพื้นฐานและข้อสังเกตในการนำไปต่อยอดศึกษาบทแปลประเภทอื่น ๆ เช่น บทสนทนาในนวนิยาย บทสัมภาษณ์ในหนังสือพิมพ์ และบทบรรยายที่มีลักษณะเดียวกันในรายการหรือภาพยนตร์ประเภทอื่น ๆ อีกทั้งยังสามารถนำไปปรับใช้ได้กับการศึกษาตัวบททางวัฒนธรรมประเภทอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ประเภทคำต้องห้าม เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถสร้างสรรค์บทแปลที่มาตรฐาน มีการสื่อความหมายที่ถูกต้อง (Accuracy) สื่อความชัดเจน (Clarity) และมีความเป็นธรรมชาติในภาษาปลายทาง (Naturalness) ตามที่นักแปลชั้นแนวหน้าอย่าง Larson (1984) ได้เสนอไว้

เอกสารอ้างอิง

- กุลชาติ ศรีโพธิ์. (2548). การสื่อสารผ่านการแปลคำสแลงและคำหยาดคายในภาพยนตร์ต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: ภาคการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วรชัญญ์ ครุจิต. (2553). การแปลภาษาอังกฤษเพื่องานนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

วราพัชร ชาลีกุล; และ สานุช เสกขุนทด ณ ถลาง. กลวิธีการแปลคำทางวัฒนธรรมจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ:

กรณีศึกษาเรื่อง เรื่องของจัน ดารา แต่งโดย อุษณา เพลิงธรรม. **วารสารวณะ**. 7(1): 1-20.

สุพรรณิ ปันมณี. (2557). **การแปลขั้นสูง**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อนุชา พิมพ์ศักดิ์ และโสภี อุ่นทะยา. (2560). SOTUS พี่ว้ากตัวร้ายกับนายปีหนึ่ง: การประกอบสร้างอัตลักษณ์เพศ

นอกกรอบในนวนิยายรักรุ่นแนววาย. **วารสารการบริหารการปกครอง**. 6(ฉบับพิเศษ): 174-193.

อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2550). **ภาษาศาสตร์สังคม**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรรถย ชินอัครพงศ์. (2557). อุปลักษณะเชิงมนทัศน์ของคำคำในภาษาไทย. **วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัย**

นเรศวร. 11(2): 57-76.

Beekman, J.; & Callow, J. (1974). *Translating the Word of God*. Michigan: Zondervan Publishing House

Larson, Mildred L. (1984). *Meaning-based Translation: A Guide to Cross Language Equivalence*. New York: University Press of America.

NBUS0125: ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

IMPORTANT FACTORS INFLUENCING DECISION MAKING CHOOSING AN ELECTRIC TRAIN SERVICES OF PEOPLE IN BANGKOK

บวรวรรณ นาคศิริ¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมยศ อวเกียรติ² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สานิต ศิริวิศิษฐ์กุล³

¹ นักศึกษาปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

² ผู้อำนวยการหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

³ หัวหน้าแผนกวิจัย สำนักวิจัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่ใช้บริการรถไฟฟ้าที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 660,000 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ f-test

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ทั้ง ในภาพรวมและรายด้านมีผลการวิเคราะห์อยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าเพศ อายุ สถานะภาพ อาชีพ ระดับรายได้ และระดับการศึกษา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: การตัดสินใจ, การบริการ, รถไฟฟ้า

Abstract

The objective of this research were 1) to study the important factors that influence the decision to use the train service of the population living in Bangkok 2) to compare the personal factors of the population that influence the decision to use the train service of the population that Live in Bangkok .The sample group used in this research were 400 electric train service users who live in Bangkok. Random sampling by convenient. The instrument used in this research was a questionnaire. Statistic analyzed using in this research were percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test.

The research results found that the important factors that influence the decision to choose the electric train service of the population living in Bangkok whole analysis in overall and in each aspect, the analysis results were at a high level. According to hypothesis testing found that sex, age, status, occupation, income and education level were difference with statistically significant at the level of .01.

Keywords: decision making, services, electric train

บทนำ

กรุงเทพมหานครมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องจนได้รับการพัฒนากลายเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจที่สำคัญของประเทศ ทำให้เกิดการย้ายถิ่นฐานของประชากรเข้ามาพำนักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครเป็นจำนวนมาก ระบบขนส่งมวลชนที่มีอยู่ไม่เพียงพอ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2559) ไม่สามารถรองรับการเจริญเติบโตและการเพิ่มขึ้นของประชากรได้ จึงก่อให้เกิดปัญหาจราจรติดขัดขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร ทำให้ประชาชน ดังนั้นเพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาการจราจรในเขตกรุงเทพมหานคร ได้เกิดการพัฒนาขนส่งด้วยระบบการขนส่งมวลชนในระบบรางหรือรถไฟฟ้าขึ้น เพื่อเชื่อมต่อพื้นที่ศูนย์กลางของกรุงเทพมหานครกับพื้นที่รอบนอกของกรุงเทพมหานคร ช่วยลดความแออัดของการจราจรในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัญหาการจราจรในกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะเวลาเร่งด่วนเป็นปัญหาที่ได้รับการแก้ไขจากภาครัฐมาโดยตลอด เนื่องด้วยความต้องการของผู้ใช้รถใช้ถนนนั้นไม่สอดคล้องกับจำนวนถนนที่มีอยู่ ปัญหาระบบขนส่งสาธารณะที่ไม่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น ทำให้ภาครัฐไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างสมบูรณ์ ดังนั้นการขนส่งมวลชนในระบบรางหรือรถไฟฟ้าจึงได้กลายมาเป็นระบบขนส่งมวลชนที่มีความสำคัญในการพัฒนา การขนส่งมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร ประชาชนมีการหันมาใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะความสะดวก รวดเร็ว รองรับปริมาณคนได้มากในการเดินทางในใจกลางกรุงเทพมหานครได้ดีกว่าระบบขนส่งมวลชนในรูปแบบอื่น ผู้ศึกษาจึงเห็นสมควรจะทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบข้อมูลและเพื่อการนำไปใช้เป็นข้อมูลการพัฒนาในอนาคต

วัตถุประสงค์

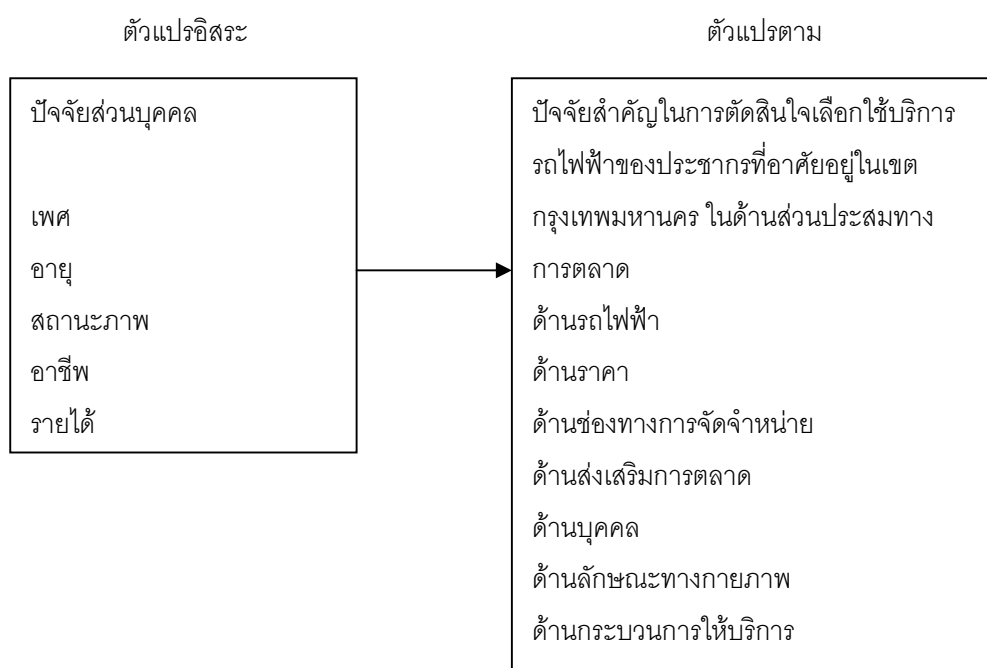
1. ศึกษาปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลของการวิจัยนี้ ทำให้ผู้ให้บริการสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าของผู้ใช้บริการและนำผลการวิจัยไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับการตัดสินใจใช้บริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ผลของการวิจัยนี้ผู้ให้บริการสามารถนำไปเป็นแนวทางแก้ไขหรือนำไปพัฒนาการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. ผลของการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางหรือข้อมูลสำหรับผู้สนใจที่จะศึกษาด้านปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ฟิลลิป คอตเลอร์ (Kotler, Philip.(2000). ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้า มี 7 ด้านดังนี้ 1.ด้านผลิตภัณฑ์ 2.ด้านราคา 3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4.ด้านการส่งเสริมการตลาด 5.ด้านบุคคล 6.ด้านลักษณะทางกายภาพ 7.ด้านกระบวนการการให้บริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน การตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ประชากรที่ใช้บริการรถไฟฟ้าที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 660,000 คน (บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด(มหาชน). 2562)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในครั้งนี้ คือ ประชากรที่ใช้บริการรถไฟฟ้าที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างขนาด 400 ตัวอย่าง ด้วยการใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบความสะดวก (Convenience sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ตอนดังนี้ ได้แก่

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานะภาพ อาชีพ ระดับรายได้ ระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 เป็นคำถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้า

1	หมายถึง	มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ระดับ	น้อยที่สุด
2	หมายถึง	มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ระดับ	น้อย
3	หมายถึง	มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ระดับ	ปานกลาง
4	หมายถึง	มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ระดับ	มาก
5	หมายถึง	มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ระดับ	มากที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ(reliability coefficient alpha) จากตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.886

สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้ศึกษานำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติวิเคราะห์ข้อมูล คือ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน(Number) ค่าร้อยละ(Percentage) โดยเป็นผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ค่าเฉลี่ย(Mean, $\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) ใช้อธิบายปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านรถไฟฟ้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ สถิติในการทดสอบสมมติฐานได้แก่ t-test และ F-test ทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปออกได้ใน 2 ประเด็นดังนี้

ประเด็นที่ 1 ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก โดยในภาพรวมมีความคิดเห็นระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9650 เมื่อพิจารณารายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 7 ด้าน โดยด้านสำคัญในการตัดสินใจมากที่สุดคือด้านราคาเท่ากับ 4.0525 และด้านที่สำคัญในการตัดสินใจน้อยที่สุดคือด้านบุคคลเท่ากับ 3.9050 ตามลำดับรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจ	ระดับการตัดสินใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านรถไฟฟ้า	3.9831	.65360	มาก
2. ด้านราคา	4.0525	.45787	มาก
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.9475	.44397	มาก
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	3.9975	.51845	มาก
5. ด้านบุคคล	3.9050	.46531	มาก
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.9650	.52747	มาก
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.9575	.51913	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	3.9725	0.5122	มาก

ประเด็นที่ 2 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

1. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันในด้านราคา รองลงมาคือด้านรถไฟฟ้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1
2. อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันในด้านบุคคล รองลงมาคือด้านกระบวนการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1
3. สถานะภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันในด้านราคา รองลงมาคือด้านลักษณะกายภาพ ด้านบุคคล ด้านรถไฟฟ้า และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1
4. อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันในด้านราคา รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคคลตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1
5. ระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันในด้านบุคคล รองลงมาคือด้านรถไฟฟ้า ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะกายภาพตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1
6. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างในด้านรถไฟฟ้าเพียงด้านเดียว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

ตาราง 2 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ระดับการตัดสินใจ	เพศ		อายุ		สถานภาพ		อาชีพ		ระดับรายได้		ระดับการศึกษา	
	t	p-value	F	p-value	F	p-value	F	p-value	F	p-value	F	p-value
1. ด้านรถไฟฟ้า	-2.081*	0.038	1.349	0.251	7.688*	0.001	1.651	0.146	3.067*	0.017	3.908**	0.009
2. ด้านราคา	-2.200*	0.028	0.567	0.687	17.743**	0.000	3.152**	0.008	1.374	0.242	2.618	0.051
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-1.207	0.228	0.216	0.903	4.530*	0.011	2.797*	0.017	0.2	0.938	2.531	0.057
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	-0.298	0.766	0.38	0.823	2.701	0.068	1.305	0.261	1.478	0.208	1.423	0.236
5. ด้านบุคคล	-0.22	0.826	4.550**	0.001	9.294*	0.000	2.461*	0.033	3.248*	0.012	0.66	0.577
6. ด้านลักษณะกายภาพ	0.13	0.897	2.081	0.083	10.345**	0.000	1.447	0.206	2.458*	0.045	0.871	0.456
7. ด้านกระบวนการบริการ	0.4	0.69	2.855*	0.024	1.238	0.291	2.007	0.077	2.609*	0.035	0.15	0.929

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

จากการวิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ทั้งในด้านภาพรวมและรายด้าน พบว่าในด้านภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9725 โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือด้านราคา ทั้งนี้เพราะการเดินทางด้วยรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครเป็นการเดินทางที่สะดวกรวดเร็ว ผู้ใช้บริการสามารถควบคุมและรู้ถึงระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางได้

รวมไปถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ถ้าเทียบกับการเดินทางในระบบขนส่งอื่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จูติรัตน์ บำรุงบ้าน (2552) พบว่า ปัจจัยการให้บริการของรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ด้านราคาค่าโดยสาร พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ดังนั้นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร คือราคาในการใช้บริการที่เหมาะสมกับความสะดวกรวดเร็วในการเดินทางในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านปัจจัยส่วนบุคคลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าด้านเพศ อายุ สถานะภาพ อาชีพ ระดับรายได้ และระดับการศึกษา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นราวิชญ์ เจริญสุข (2560) ศิริรัตน์ สะหุณิล และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556) และ เบญจภา แจ่มเวชฉาย (2559)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทำให้ทราบว่าปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจที่น้อยที่สุดคือด้านบุคคล โดยเฉพาะการให้ข้อมูลและการสื่อสารกับผู้ให้บริการให้ชัดเจน ควรให้ผู้ที่เกี่ยวข้องปรับปรุงการให้บริการได้อย่างถูกต้องและทำให้ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่องานวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มแบบสอบถามเชิงคุณภาพ เช่นการสอบถามแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้โดยสารโดยเฉพาะผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟฟ้าเป็นประจำ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในการนำไปพัฒนาการให้บริการอย่างเหมาะสมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- จูติรัตน์ บำรุงบ้าน. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการให้บริการกับพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนในเขตกรุงเทพมหานคร(รถไฟฟ้าบีทีเอส). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด(มหาชน). (2562). รายงานประจำปี 2561-2562. จาก<https://www.bts.co.th/library/system-annual.html>
- เบญจภา แจ่มเวชฉาย. (2559). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นราวิชญ์ เจริญสุข. (2560). ปัจจัยที่สำคัญในการใช้บริการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนในกรุงเทพมหานครในด้านส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
- ศิริรัตน์ สะหุณิล และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556). การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2559). บทวิเคราะห์วิกฤตจราจรติดขัด: ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ & วิถีชีวิตคนกรุงเทพ. จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/economy/Pages/35675.aspx>

Kotler, Philip.(2000). Marketing Management. The Millennium edition.New Jersey:Prentic – Hal

Yamane Taro (1967). Statistic : An Introductory Analysis. New York: Harper & row.

NBUS0126: ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของแรงงานต่างด้าวในจังหวัดนนทบุรี

FACTORS AFFECTING DECISION MAKING ON FOREIGNERS WORKERS IN CONSTRUCTION INDUSTRY AT NONTHABURI PROVINCE

สุนันทา ออภูมิ¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมา รูปสุวรรณกุล² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล³

¹ นักศึกษาปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

² รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

³ หัวหน้าแผนกวิจัย สำนักวิจัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของแรงงานต่างด้าว ในจังหวัดนนทบุรี 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของแรงงานต่างด้าว ในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแรงงานต่างด้าวที่ทำงานก่อสร้างอยู่ในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 ตัวอย่างทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามแบบประมาณค่า มีค่าความเชื่อมั่น .860 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ค่าร้อยละค่าคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของแรงงานต่างด้าว ในจังหวัดนนทบุรี วิเคราะห์ทั้งในภาพรวมและรายด้านมีผลการวิเคราะห์อยู่ในระดับปานกลางผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าเพศ อายุ สัญชาติ และศาสนามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำหลัก: การตัดสินใจ, อุตสาหกรรมก่อสร้าง, แรงงานต่างด้าว

Abstract

This research aimed to 1) to survey the opinion on factors affecting the decision to work in the construction industry of foreign workers in Nonthaburi Province 2) to survey the opinion on factors affecting the decision to work in the construction industry of foreign workers in Nonthaburi Province classified by personal factors. The samples were 400 of the foreign workers working in construction in Nonthaburi, selected by convenience Sampling. The tool used in this study was a rating scale questionnaire. The statistics used to analyze data including percentage, mean, Standard Deviation, t-test and F-test.

The results of this study revealed that opinion on opinion on factors affecting the decision to work in the construction industry of foreign workers in Nonthaburi Province analyze both the overall and in each aspect were at moderate. The hypothesis testing found that different gender, nationality age, religion

had influence on the respondents opinion concerning the the decision to work in the construction industry of foreign workers at .01 level of significance.

Keywords: decision making, construction industry, foreign workers

บทนำ

การขยายตัวทางเศรษฐกิจทำให้เมืองมีการขยายตัวส่งผลต่อความเป็นเมืองมากขึ้น การเคลื่อนตัวของประชากรที่เข้ามาอยู่ในเมืองทำให้เกิดความต้องการด้านที่พักอาศัยและสาธารณูปโภคมากขึ้น ส่งผลต่ออุตสาหกรรมก่อสร้างที่มีการขยายตัวจึงจำเป็นต้องมีการหาแรงงานเพิ่มขึ้น โดยอุตสาหกรรมก่อสร้างส่วนใหญ่เป็นแรงงานต่างด้าวและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี (พสุ เดชะรินทร์. 2558) การเพิ่มขึ้นของแรงงานต่างด้าวเกิดจากการที่ประเทศไทยต้องพึ่งพิงแรงงานต่างด้าวจำนวนมากในแต่ละปี เพราะกำลังแรงงานไทยไม่เพียงพอทดแทนแรงงานที่กำลังจะเกษียณและไทยมีนโยบายที่จะเปลี่ยนโครงสร้างภาคแรงงานให้มีทักษะยิ่งขึ้นและให้ค่าตอบแทนสูงขึ้น ประกอบกับคนไทยไม่นิยมทำงานหนักมีค่าตอบแทนน้อยเสี่ยงภัยและสกปรกในภาคธุรกิจ นอกจากนี้ แรงงานต่างด้าวยังมีค่าแรงถูก และนายจ้างไม่ต้องดูแลและรับผิดชอบในเรื่องสวัสดิการแรงงานมากนัก ทำให้มีการไหลเข้ามาของแรงงานต่างด้าวเพิ่มขึ้น (ศศิเพ็ญ พวงสายใจ. 2554)

เนื่องด้วยปริมาณของวัยทำงานของไทยลดลง เป็นวัยพึ่งพาเพิ่มขึ้น และอัตราการเกิดลดลง ทำให้แรงงานในระดับล่างของไทยขาดแคลนทำให้มีความจำเป็นต้องนำเข้าแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านความต้องการแรงงานต่างด้าวในสัดส่วนที่สูงขึ้น เพื่อเป็นแรงงานทดแทน เช่น กรรมกรแบกหาม และนับวันจะเพิ่มทวีขึ้นโดยเฉพาะแรงงานพม่าที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจประเทศไทยเราเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง มีความสำคัญอย่างสูงในเศรษฐกิจรับเหมาก่อสร้าง สาเหตุที่แรงงานต่างด้าวยอพยพเข้ามาทำงานในประเทศไทยเพราะว่า เศรษฐกิจของไทยเกิดการขยายตัวและมีแนวโน้มที่ดีกว่าประเทศเพื่อนบ้านจึงเป็นปัจจัยดึงดูดที่สำคัญ แม้ว่าจะมีความเสี่ยงต่อการจับกุมจากเจ้าหน้าที่และถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการก็ตาม ปัญหาขาดแคลนแรงงานไทยและแรงงานต่างด้าวสมัครใจทำงานที่แรงงานไทยไม่สนใจทำ โดยเฉพาะงานที่มีลักษณะเสี่ยง (Dangerous) หนัก (Difficult) และสกปรก (Dirty) ส่วนใหญ่ได้รับค่าจ้างเป็นรายวันในอัตราใกล้เคียงกับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำของไทย (กรุงเทพธุรกิจ. 2556)

ประเทศไทยถือว่าเป็นประเทศหนึ่งที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในอัตราสูงทำให้ ธุรกิจอุตสาหกรรมก่อสร้างเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ความต้องการด้านแรงงานก่อสร้างเพิ่มขึ้นใน แต่ละปี ดังนั้นแรงงานก่อสร้างจึงอพยพมาจากชนบทพากันเข้ามาหางานในเขตอุตสาหกรรม ก่อสร้าง ซึ่งการจ้างงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างกำลังขยายตัวอย่างกว้างขวาง ส่วนสำคัญอย่างหนึ่ง ที่ต้องคำนึงถึงเพื่อใช้ในการดึงดูดใจแรงงานเหล่านี้ เพื่อเพิ่มพูนขวัญและกำลังใจในการทำงาน ก็คือ สวัสดิการ โดยเป็นเรื่องที่นายจ้างจัดให้แก่แรงงานก่อสร้าง ซึ่งมีทั้งสวัสดิการแรงงานตามกฎหมาย และสวัสดิการแรงงานนอกเหนือกฎหมาย โดยสวัสดิการนอกเหนือกฎหมายนั้นมีส่วนในการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับแรงงานก่อสร้าง ซึ่งแรงจูงใจถือว่าเป็นเครื่องมือในการเพิ่ม ประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานก่อสร้าง ช่วยลดปัญหาการดำรงชีพของแรงงานก่อสร้าง รวมถึงการทำให้แรงงานก่อสร้างมีขวัญและกำลังใจที่ดี ทางด้านความจำเป็นและมูลเหตุจูงใจที่ นายจ้างจัดสวัสดิการแรงงานให้แก่แรงงานก่อสร้างนั้น ส่วนหนึ่งมาจากการบังคับของกฎหมาย โดยเฉพาะกฎหมายคุ้มครองแรงงาน อีกส่วนหนึ่งมาจากการเรียกร้องของแรงงานก่อสร้าง การเรียกร้องของสหภาพแรงงานและเกิดจากการที่นายจ้างจัดให้แก่แรงงานก่อสร้างเอง ทั้งหมดนี้

เพื่อ สร้างแรงจูงใจให้การทำงาน เกิดความสะดวกสบายในการทำงาน และทำให้ลูกจ้างมีความพึงพอใจ ในการทำงานเพิ่มขึ้น (วินัย ขอนทอง. 2556 อ้างถึงในชุดทิภาณจน์ ศิริคำ. 2551)

จังหวัดนนทบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการขยายตัวของเมืองและสาธารณูปโภคทำให้มีการอพยพของแรงงานต่างด้าว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมของแรงงานต่างด้าวที่ตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างในจังหวัดนนทบุรี เพื่อได้ทราบถึงระดับความคิดเห็นในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจและอาจเป็นข้อมูลให้กับเจ้าของกิจการในธุรกิจก่อสร้างเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพิจารณา ปรับปรุงการบริหารและการพัฒนาองค์การเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับคนงานต่างด้าวได้

วัตถุประสงค์

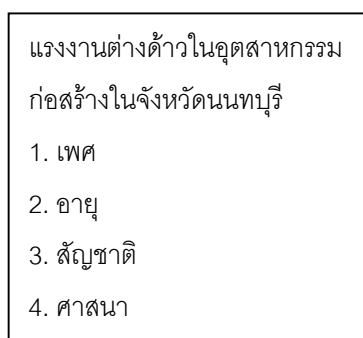
1. เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของแรงงานต่างด้าว ในจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของแรงงานต่างด้าวในจังหวัดนนทบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

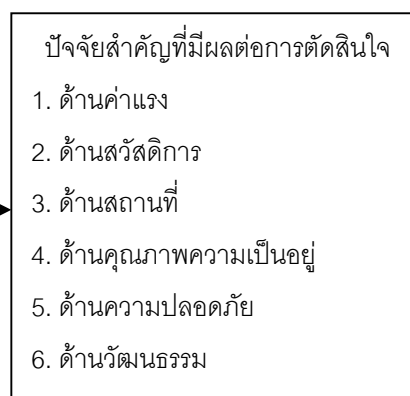
1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของแรงงานต่างด้าว ในจังหวัดนนทบุรี เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการจัดหาแรงงานต่างด้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมก่อสร้างได้
2. ผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้อาจเป็นข้อมูลให้เจ้าของกิจการในธุรกิจก่อสร้างใช้เป็นแนวทางในการพิจารณา ปรับปรุงการบริหารและการพัฒนาองค์การเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับคนงานต่างด้าวซึ่งเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งในการตัดสินใจทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างในจังหวัดนนทบุรี จนนำไปสู่ประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น
3. ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางหรือข้อมูลสำหรับผู้สนใจที่จะศึกษาด้านปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของแรงงานต่างด้าวในจังหวัดนนทบุรี

กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ(Independent Variable)



ตัวแปรตาม(Dependent Variable)



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัย

เพศ อายุ สัญชาติ ศาสนาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของแรงงานต่างด้าวในจังหวัดนนทบุรีที่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือแรงงานต่างด้าวในอุตสาหกรรมก่อสร้างในจังหวัดนนทบุรีโดยไม่ทราบขนาดจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในครั้งนี้คือ แรงงานต่างด้าวในอุตสาหกรรมก่อสร้างในจังหวัดนนทบุรีผู้วิจัยได้คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของยามาเน (Yamane, 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนที่ 5% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง จากนั้นใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage stage sampling) โดยขั้นแรกแบ่งเขตพื้นที่ 6 อำเภอในจังหวัดนนทบุรี คือ อ.เมือง อ.บางกรวย อ.บางใหญ่ อ.ปากเกร็ด อ.บางบัวทอง และ อ.ไทรน้อยขึ้นต่อมาทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบความสะดวก (Convenience sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ตอนดังนี้ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของประชากร 4 ข้อคำถามข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ สัญชาติ ศาสนา คำถามเป็นแบบกำหนดคำตอบให้เลือกตอบ

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างในจังหวัดนนทบุรีโดยเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ระดับการตัดสินใจมากที่สุด	ให้คะแนน 5
ระดับการตัดสินใจมาก	ให้คะแนน 4
ระดับการตัดสินใจปานกลาง	ให้คะแนน 3
ระดับการตัดสินใจน้อย	ให้คะแนน 2
ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด	ให้คะแนน 1

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (reliability coefficient alpha) จากตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.860

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ผู้ศึกษานำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ การศึกษาครั้งนี้ใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลคือ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน(Number) ค่าร้อยละ(Percentage) ใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของแรงงานต่างด้าวที่เป็นกรรมกรในจังหวัดนนทบุรี ค่าเฉลี่ย(Mean, $\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) ใช้อธิบายการตัดสินใจของแรงงานต่างด้าวที่เป็นกรรมกรในจังหวัดนนทบุรี ด้านค่าแรง ด้านสวัสดิการ ด้านสถานที่ ด้านคุณ ภาพความเป็นอยู่ ด้านความปลอดภัยและด้านวัฒนธรรม สถิติในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ t-test และ F-test ทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Scheffe

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ใน 2 ประเด็นดังนี้

ประเด็นที่ 1 ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของแรงงานต่างด้าว ในจังหวัดนนทบุรี

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของแรงงานต่างด้าวในจังหวัดนนทบุรี วิเคราะห์ทั้งในภาพรวมและรายด้านมีผลการวิเคราะห์อยู่ในระดับปานกลางทั้งในระดับภาพรวมและรายด้าน โดยในภาพรวมมีความคิดเห็นระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.0892 เมื่อพิจารณารายด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางทั้ง 6 ด้าน โดยด้านที่มีระดับการตัดสินใจมากที่สุดคือด้านค่าแรงเท่ากับ 3.1825 และด้านที่มีระดับการตัดสินใจน้อยที่สุดคือด้านวัฒนธรรมเท่ากับ 3.0200 ตามลำดับรายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1 ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของแรงงานต่างด้าวในจังหวัดนนทบุรี

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับการตัดสินใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านค่าแรง	3.1825	.51768	ปานกลาง
ด้านสวัสดิการ	3.0675	.42899	ปานกลาง
ด้านสถานที่	3.0650	.38392	ปานกลาง
ด้านคุณภาพความเป็นอยู่	3.1625	.43697	ปานกลาง
ด้านความปลอดภัย	3.0375	.43697	ปานกลาง
ด้านวัฒนธรรม	3.0200	.56604	ปานกลาง
รวมค่าเฉลี่ย	3.0892	.46176	ปานกลาง

ประเด็นที่ 2 เปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของแรงงานต่างด้าว ในจังหวัดนนทบุรี

1. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของแรงงานต่างด้าว ในจังหวัดนนทบุรี แตกต่างกันในด้านค่าแรง รองลงมาคือด้านคุณภาพความเป็นอยู่ ด้านสวัสดิการ ด้านความปลอดภัย และด้านสถานที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. อายุที่แตกต่างกันมีผลการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของแรงงานต่างด้าว ในจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกันในด้านสวัสดิการ รองลงมาคือด้านคุณภาพความเป็นอยู่ ด้านค่าแรงและด้านวัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. สัญชาติที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของแรงงานต่างด้าว ในจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกันในด้านวัฒนธรรม รองลงมาคือด้านคุณภาพความเป็นอยู่ ด้านสถานที่ ด้านสวัสดิการ ด้านค่าแรงและด้านความปลอดภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. ศาสนาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของแรงงานต่างด้าว ในจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกันในด้านสวัสดิการ รองลงมาคือด้านคุณภาพความเป็นอยู่ ด้านความปลอดภัย ด้านค่าแรง ด้านสถานที่และด้านวัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 รายละเอียดดังตาราง 2

ตาราง 2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของแรงงานต่างด้าว ในจังหวัดนนทบุรี

ระดับการตัดสินใจ	เพศ		อายุ		สัญชาติ		ศาสนา	
	t	p-value	F	p-value	F	p-value	F	p-value
ด้านค่าแรง	-8.856**	.000	2.857*	.037	9.088**	.000	5.835**	.003
ด้านสวัสดิการ	-5.732**	.000	3.848*	.010	10.497**	.000	18.169**	.000
ด้านสถานที่	-4.475**	.000	2.230	.084	19.402**	.000	2.689	.069
ด้านคุณภาพความเป็นอยู่	-6.314**	.000	3.294*	.021	19.849**	.000	17.757**	.000
ด้านความปลอดภัย	-5.323**	.000	1.230	.299	6.508**	.002	12.732**	.000
ด้านวัฒนธรรม	7.81	.435	2.698*	.046	29.556**	.000	3.515*	.031

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของแรงงานต่างด้าวในจังหวัดนนทบุรีวิเคราะห์ทั้งในภาพรวมและรายด้านพบว่า มีระดับการตัดสินใจ ในด้านค่าแรง ด้านสวัสดิการ ด้านสถานที่ ด้านคุณภาพความเป็นอยู่ ด้านความปลอดภัย และด้านวัฒนธรรม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.0892 โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือด้านค่าแรงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.1825 ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าค่าตอบแทนแรงของไทยซึ่งมีค่าจ้างขั้นต่ำ 350 บาทนั้นสูงกว่าค่าตอบแทนในประเทศต้นกำเนิดของแรงงานต่างด้าวมากกว่าเท่าตัวอีกทั้งระบบสาธารณสุขของไถยนั้นมีมาตรฐานที่ดีโดยเฉพาะระบบประกันสังคมที่ครอบคลุมแรงงานต่างด้าวด้วย รวมถึงวัฒนธรรมไทยที่เป็นสังคมเมืองมีความปลอดภัยค่อนข้างสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (กฤติมา สิทินาง, 2552) ในด้านประชากรศาสตร์ของแรงงานต่างด้าวในอุตสาหกรรมก่อสร้างในจังหวัดนนทบุรีพบว่า ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสัญชาติ ด้านศาสนา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ.01ซึ่งสอดคล้องกับพรทวี เกื่อนคำแสนและบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย (2559), วินัย ขอนทอง (2556) และณัฐชานันท์ วงศ์มูลิทธิกร (2552)

เพราะแรงงานในอุตสาหกรรมก่อสร้าง (Workers in the construction industry)ถือเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมก่อสร้าง ดังนั้นปัจจัยที่สร้างแรงจูงใจทำให้แรงงานต่างด้าวอยากเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้าง คือการมีสุขภาพกายและสุขภาพใจที่ เพราะฉะนั้น ด้านค่าแรง ด้านสวัสดิการ ด้านสถานที่ ด้านคุณภาพความเป็นอยู่ ด้านความปลอดภัย และด้านวัฒนธรรมจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างของแรงงานต่างด้าว

ข้อเสนอแนะ

1. นายจ้างหรือผู้ประกอบการควรมีการจัดสวัสดิการ ด้านประกันสังคมให้แก่ลูกจ้างซึ่งบางบริษัทอาจจะไม่มีให้จะมีให้แต่ประกันสุขภาพ ซึ่งสิทธิในการรักษาและสิทธิที่จะได้รับในประกันสังคมกับประกันสุขภาพต่างกัน
2. ควรจัดให้มีศูนย์การเรียนรู้หรือศูนย์การศึกษาสำหรับผู้ติดตาม (บุตรที่มีอายุไม่เกิน 18ปี) ของแรงงานต่างด้าวเพื่อให้ความรู้แก่บุคคลเหล่านี้เพื่อแก้ปัญหาการย้ายถิ่นฐานของแรงงานต่างด้าว

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพร่วมศึกษา เช่น การสอบถาม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับแรงงานต่างด้าวที่เป็นกรรมกรในอุตสาหกรรมก่อสร้างให้ได้ข้อมูลเชิงลึกยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาปรับปรุงการบริหารและการพัฒนาองค์กร เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับคนงานต่างด้าวในการตัดสินใจเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างในจังหวัดนนทบุรีมากขึ้น
2. ควรศึกษาแรงงานต่างด้าวในอุตสาหกรรมก่อสร้างในเขตจังหวัดอื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

- กฤติมา สิทธินาง.(2552). การเสริมแรงจูงใจของบุคลากรในบริษัทก่อสร้างขนาดเล็กกรณีศึกษาในจังหวัด
เชียงใหม่ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณัฐชานันท์ วงศ์มูลิทธิกร.(2552). การใช้แรงงานต่างด้าวของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัด
เชียงใหม่. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรทวี เกื่อนคำแสน และ บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย.(2559). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือก
ทำงานของพนักงานระดับ ปฏิบัติการในนิคมอุตสาหกรรมเหมราช อีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง.
 พสุ เดชะรินทร์.(2558). การเติบโตของมหานคร สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2562 จาก<https://www.bangkokbiznews.com>.
- วินัย ขอนทอง.(2556). การศึกษาแรงจูงใจของผู้ใช้แรงงานชาวไทยและต่างชาติในธุรกิจก่อสร้างอาคาร
 ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศศิเพ็ญ พวงสายใจ.(2554). โครงการสถานะและปัญหาทางเศรษฐกิจของทายาทรุ่นที่ 2 ของผู้ย้ายถิ่น
ประเทศพม่า. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2562. จาก
<http://prp.trf.or.th/trf-policy-brief/>.

NBUS0128: การเปรียบเทียบระดับของโรงแรมและคุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**THE COMPARISON OF HOTEL CLASS AND SERVICE QUALITY TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY IN PHRANAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE**Sudarat Kliangsa-Art¹¹ Management Department, Faculty of Management Science, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ทางตรงและทางอ้อมของระดับของโรงแรม และคุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้มีจำนวน 548 คน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สถิติอนุมานวิเคราะห์ ด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษา พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจ เป็นความสัมพันธ์เชิงบวกโดยที่ ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ให้ความสำคัญมากกว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 1-3 ดาว ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการต่อความจงรักภักดีทางตรงเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก โดยที่ผู้ให้บริการโรงแรมระดับ 1-3 ดาว มีค่าค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.16 ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว มีค่าค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.21 และความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการต่อความจงรักภักดีทางอ้อมเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกโดยที่ ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 1-3 ดาว มีค่าค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.828 ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว มีค่าค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.847 ในขณะที่ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อความภักดีของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมพบว่าความพึงพอใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว และ ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 1-3 ดาว ไม่มีความแตกต่างกัน หากเปรียบเทียบตัวแปรด้านคุณภาพการบริการและความพึงพอใจทางตรงและทางอ้อม พบว่าตัวแปรความสัมพันธ์ทางอ้อมด้านคุณภาพการบริการที่มีความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่านมีความสัมพันธ์มากกว่าความสัมพันธ์ทางตรงต่อความจงรักภักดี ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยนี้ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในทุกระดับควรให้ความสำคัญต่อ คุณภาพการบริการเพราะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นตัวแปรส่งผ่านไปยังความจงรักภักดีของลูกค้าโดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ซึ่งจากงานวิจัยนี้พบ ความพึงพอใจเป็นปัจจัยส่งเสริมความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ ความจงรักภักดี**Abstract**

The research aims to compare direct and indirect relationships of hotel class and service quality towards customer satisfaction and loyalty of customers using hotel accommodation in Phranakhon Si Ayutthaya Province. The samplings of this study were 548 people, which is tourist who has experienced

in using hotels in Phranakhon Si Ayutthaya Province. The statistics used in this study was inferential specifically of Structural Equation Modeling (SEM), at .05 level of significance.

The result indicated that the model is consistent with empirical data, the relationship between service quality and satisfaction is positive relationship where users of 4-5 star hotels give more importance than 1-3 star hotels users. The direct relationship between service quality and loyalty is positive relationship, users of 1-3 star hotels coefficient of influence is equal to 0.16, users of 4-5 star hotels have coefficient of 0.21. The indirect relationship between service quality and loyalty is positive relationship, users of 1-3 star hotels coefficient of influence is equal to 0.828, users of 4-5 star hotels have coefficient of 0.847. While, the relationship between service quality and loyalty is positive relationship but there is no different among the users. If comparing the variables in both direct and indirect of service quality and satisfaction, found that the indirect relationship in quality of service with satisfaction was the mediating variable having stronger relationship to loyalty than direct relationship. Recommendations, the hotel business operators at all classes should pay more attention to service quality because it affects the level of satisfaction which is mediators to customer loyalty, especially the 4-5 star hotel operators. In conclusion, satisfaction is a factor that encouraging customer loyalty for the users of hotel services in Phranakhon Si Ayutthaya province.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

บทนำ

ในปัจจุบันเศรษฐกิจการท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตมากยิ่งขึ้นเนื่องจากกระแสการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยว ทำให้หลายประเทศมีการเจริญเติบโตทางด้านรายได้จากการมาเยือนของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เช่น จีน อังกฤษ สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย รวมไปถึงประเทศไทย ส่งผลให้หลายประเทศมีการส่งเสริมทางด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น สำหรับประเทศไทยเป็นประเทศที่เต็มไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก นอกจากนี้สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติแล้ว ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น วัด อุทยานประวัติศาสตร์ และการได้เรียนรู้ถึงวิถีชีวิตของคนสมัยก่อน ประเทศไทยจึงจัดเป็นประเทศต้น ๆ ของโลก ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเยือน ทำให้เศรษฐกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการเติบโตมากขึ้น ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2560 (มกราคม-กันยายน) จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศถึง 106.5 ล้านคนต่อครั้ง ขยายตัวร้อยละ 4 และมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 26.1 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 5 จากปีก่อนซึ่งเป็นผลมาจากมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล อาทิ การต่ออายุมาตรการยกเว้นวีซ่าและลดค่าธรรมเนียมวีซ่าที่ด่านตรวจคนเข้าเมือง (Visa on Arrival) ให้กับนักท่องเที่ยว 21 ประเทศ การเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมระดับนานาชาติ อาทิ World Travel and Tourism Council Global Summit 2017 และงานประชุมนานาชาติอื่น ๆ เช่น วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและการแพทย์ เป็นต้น ส่งผลให้ในช่วง 9 เดือนแรกปี 2560 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 2.0 ล้านล้านบาทขยายตัวร้อยละ 6.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ธนาคารออมสินแห่งประเทศไทย. 2562)

เศรษฐกิจการท่องเที่ยวในประเทศอาจมีปัจจัยธุรกิจอื่นในการสนับสนุนให้มีการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย เช่น ธุรกิจคาเฟ่ ธุรกิจสปา ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจเช่ารถ รวมถึงธุรกิจโรงแรมที่พัก ประเทศไทยมีจำนวนผู้เข้าพักโรงแรมทั่วประเทศ 9 เดือนแรกของปี 2560 อยู่ที่ร้อยละ 75.3 ขยายตัวเล็กน้อยที่ร้อยละ 1.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งภูมิภาคที่มีอัตราการเข้าพักสูงที่สุด ได้แก่ ภาคกลาง รองลงมาคือ ภาคใต้, ภาคเหนือ, ภาคตะวันออกและภาคเหนือ อยู่ที่ร้อยละ 81.0, 76.9, 64.2, 63.4 ตามลำดับ กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลวงของประเทศไทย จึงไม่แปลกที่จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้กรุงเทพมหานคร อยู่ห่างจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพียง 91 กิโลเมตร มีจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นอันดับที่ 7 ของประเทศ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่เป็นชาวไทยร้อยละ 70 และต่างชาติร้อยละ 30 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 13,000 ล้านบาท เป็นอันดับที่ 16 ของประเทศ ระยะเวลาพักค้างคืนเฉลี่ย 2.7 วัน (ธนาคารหอสมมติแห่งประเทศไทย. 2562)

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 11.52 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.00 และชาวต่างชาติมีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.43 จึงทำให้ธุรกิจโรงแรมที่พักมีการเจริญเติบโต มีจำนวนโรงแรมที่ลงทะเบียน 144 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2562) แต่เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นจังหวัดที่มีการเดินทางที่ง่ายสามารถเดินทางได้ทั้งรถยนต์และรถไฟ จึงทำให้อัตราการเข้าพักของปี 2561 ลดลงเป็น 57.26 เมื่อเปรียบเทียบกับจากปี 2560 ที่มีอัตราการเข้าพักอยู่ที่ 57.49 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2562)

คุณภาพการบริการ (Service Quality) เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการที่อยู่ในธุรกิจบริการจะต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากสิ่งที่จะทำให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และความจงรักภักดีนั้น คือ การที่ผู้ให้บริการสามารถส่งมอบบริการได้ตรงตามที่ถูกคาดหวัง ธุรกิจโรงแรมจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญในทุก ๆ รายละเอียดในคุณภาพการบริการ ดังแบบจำลองของ Parasuraman; et al (1988) ได้เสนอแนวคิดว่าคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ โรงแรมต่าง ๆ จะต้องทำให้ผู้เข้ารับบริการเกิดความไว้วางใจในการให้บริการของโรงแรม ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) คือ สถานที่ห้องพักของโรงแรมจะต้องมีความสะอาดสบาย สะอาด การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) คือ โรงแรมจะต้องมีความพร้อมในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามที่ลูกค้าต้องการ การให้ความมั่นใจ (Assurance) คือ ผู้ให้บริการจะต้องมีความรู้ และอัธยาศัยที่ดีในการให้บริการ และสุดท้าย การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) คือ การที่ผู้ให้บริการมีความเต็มใจที่จะให้บริการโดยคำนึงถึงความแตกต่างตามลักษณะของแต่ละบุคคล

ด้วยเหตุนี้หากผู้ประกอบการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถพัฒนาการบริหารให้มีคุณภาพ ก็จะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจต่อการบริการ และเป็นหนทางหนึ่งในการสร้างความจงรักภักดีให้นักท่องเที่ยว และเพิ่มโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง หากเป็นเช่นนั้น โรงแรมจะมีความสามารถในการแข่งขัน และเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบในทิศทางที่ดีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ทางตรงและทางอ้อมของระดับของโรงแรม และคุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ทางตรงของระดับของโรงแรม และความพึงพอใจต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1: คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 2: คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 3: คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีผ่านความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานที่ 4: ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการโรงแรมที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถพัฒนาธุรกิจตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพบริการ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. แนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจบริการสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจบริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

คุณภาพการบริการ (Service Quality) เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการประเมินระดับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการที่ได้รับจริง ซึ่งในปัจจุบันมักจะนิยมนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการดำเนินงานกิจกรรมทางการตลาดในอุตสาหกรรมบริการ คุณภาพการบริการมักมุ่งเน้นในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ดังนั้น คุณภาพการบริการจึงไม่ได้ถูกกำหนดขึ้นโดยผู้ให้บริการแต่เป็นการประเมินจากผู้รับบริการเป็นสำคัญ เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

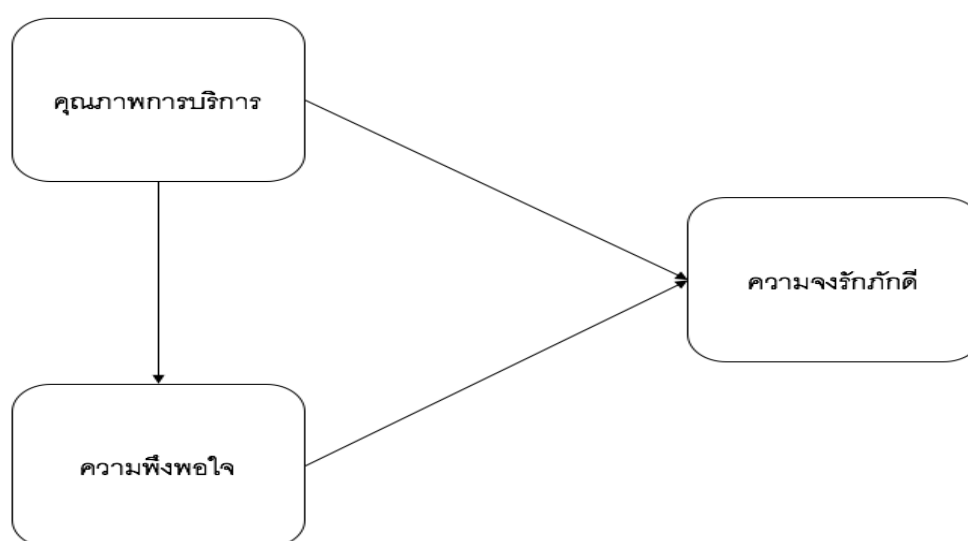
คุณลักษณะของการบริการมักจะประกอบไปด้วยสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ สิ่งที่ไม่สามารถแบ่งแยกได้ ความแตกต่างจากการรับบริการในแต่ละครั้ง ซึ่งมักส่งผลให้การประเมินคุณภาพการบริการเป็นไปได้ยากกว่าการประเมินคุณภาพของสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้ ดังนั้นจึงมีแนวคิดในการระบุความหมายของคุณภาพการบริการว่าผู้รับบริการมีการกำหนดความหมายต่อคุณภาพการให้บริการ และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการ คุณภาพการให้บริการที่รับรู้โดยผู้รับบริการ (Perceived Service Quality) เป็นผลจากกระบวนการประเมินที่ผู้รับบริการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของตนที่มีต่อการบริการกับระดับการรับรู้ที่เขาได้รับจากการบริการ คือ เขาจะนำการบริการที่ได้รับไปเปรียบเทียบกับบริการที่คาดหวัง ซึ่งผลลัพธ์ที่เกิดจากกระบวนการดังกล่าวเป็น คุณภาพของการบริการที่รับรู้ ซึ่ง Parasuraman; et al (1985) ได้นำเสนอโมเดลของคุณภาพการให้บริการเรียกว่า ช่องว่าง (Gap) ที่สามารถเกิดขึ้นได้ระหว่างผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการควรที่จะส่งมอบกับการรับรู้ที่ได้รับจริงจากการบริการ

ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่สำคัญในด้านของการตลาดและสามารถสร้างได้ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจ (Anderson; et al. 1994) มีหลักฐานในงานวิจัยสามารถยืนยันได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าและผลการดำเนินงานด้านการเงินของธุรกิจบริการมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ องค์กรใดสามารถสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้าได้มากแล้วจะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกครั้ง และลูกค้ายังมีการแนะนำแบบปากต่อ

ปาก (Word of mouth) ให้แก่คนที่ลูกค้ารู้จักอีกด้วย ในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการแสดงให้เห็นว่าคุณภาพการบริการที่ลูกค้าได้รับเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้าในภาคธุรกิจบริการได้เป็นอย่างดี (Dabholkar; et al. 2000)

ความจงรักภักดีเปรียบเสมือนความตั้งใจของลูกค้าที่จะกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการของทางองค์กรอีกครั้งเมื่อมีโอกาสในอนาคต ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในการที่องค์กรจะสามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันของตนเองให้เหนือกว่าคู่แข่งได้

จากความสัมพันธ์ด้านคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และความภักดี ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านประชากร คือ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบไปด้วย 3 ตัวแปร คือ คุณภาพการบริการ (Service Quality) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) และความจงรักภักดี (Loyalty)
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยในครั้งนี้จะเก็บข้อมูลจากผู้ที่ม่ประสบการณ์ใช้บริการโรงแรมที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเท่านั้น
4. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้เริ่มตั้งแต่ ตุลาคม 2561-มิถุนายน 2562

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งเกิดจากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับลักษณะข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสำรวจ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ประเภทโรงแรม จำนวน 5 ข้อ โดยข้อมูลมีลักษณะเป็นแบบปลายปิด ส่วนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลด้านคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้า จำนวน 26 ข้อ แบ่งตามตัวแปรได้ 3 ตัวแปร และมีการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (ตาราง 1)

ตาราง 1 ผลของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค

ตัวแปรที่ใช้ศึกษา	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค
คุณภาพการบริการ	0.971
ความพึงพอใจ	0.901
ความจงรักภักดี	0.862

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ตัวแทนของผู้ที่เคยเข้าใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ มีนักวิชาการหลายท่านได้เสนอจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับโมเดลสมการโครงสร้างเช่น Kline (2005) เสนอว่า กลุ่มตัวอย่างที่น้อยกว่า 100 ถือว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดเล็ก กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ระหว่าง 100-200 ถือว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างขนาดปานกลาง และ กลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 200 ถือว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ และเนื่องจากไม่ทราบขนาดประชากรของบริษัทที่ประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จึงใช้วิธีคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณขนาดตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรหรือประชากรไม่สามารถนับจำนวนได้ (Infinite Population) ของ Taro Yamane ที่กำหนดระดับความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่าง 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่าง 5% ซึ่งผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) โดยที่ไม่คำนึงถึงความเท่าเทียมกันของประชากรที่มีโอกาสเป็นกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) คือ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามที่คุณวิจัยได้กำหนดไว้ คือ ตัวแทนของผู้ที่เคยเข้าใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโมเดลสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม AMOS version 23 ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 กำหนดโครงสร้างของโมเดล (Model Specification) ประกอบด้วยโมเดลย่อยได้ 2 โมเดล คือ 1) โมเดลการวัด (Measurement Model) เป็นโมเดล ระบุความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรแฝง (latent Variable) กับตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) 2) โมเดลโครงสร้าง (Structural Model) เป็นโมเดล ระบุความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงที่เป็นตัวแปรอิสระ (Exogenous variable) กับตัวแปรแฝงที่เป็นตัวแปรตาม

(Endogenous variable) ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์สมการโครงสร้างด้วย โปรแกรม AMOS ซึ่งใช้เมนู Plug-in สำหรับการเปรียบเทียบแบบกลุ่ม และขั้นตอนที่ 3 แปลผลการวิเคราะห์สถิติที่ได้

การทดสอบเครื่องมือ

1. ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity)

ผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาออกแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล โดยได้นำแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดในงานวิจัย เสนอผู้เชี่ยวชาญได้พิจารณาว่าข้อคำถามแต่ละข้อในแบบสอบถามนั้นมีความเกี่ยวข้องและครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษาหรือไม่ รวมทั้งตรวจสอบภาษาที่ใช้สื่อความหมายในแบบสอบถามว่าสามารถสื่อความหมายได้ตรงกับเนื้อหาที่ต้องการศึกษาหรือไม่ จากนั้นนำแบบสอบถามมาแก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำก่อนที่จะนำไปทดสอบ

2. ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity)

เป็นการตรวจสอบข้อคำถามต่าง ๆ ที่ใช้ในการวัดสามารถใช้เป็นตัวชี้วัดของตัวแปร (Construct) เดียวกันหรือไม่ โดยสามารถตรวจสอบจากค่า Factor Loading ซึ่งต้องมีค่าเกินกว่า 0.5 (Said. Badru; & Shahid. 2011)

3. ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity)

เป็นการทดสอบความถูกต้องของตัวแปรที่สร้างขึ้นตามทฤษฎีเพื่อใช้ในการวัด ความเที่ยงตรงทางโครงสร้างสามารถประเมินได้จาก ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ (Average Variance Extracted: AVE) ซึ่งต้องมีค่าเกิน 0.5 (Fornell; & Larker. 1981)

4. การทดสอบความน่าเชื่อถือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้จากการทดสอบหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา มาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามนั้นไปสุ่มทดสอบกับผู้มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย จำนวน 30 ชุด และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยวิธีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มาเป็นเครื่องมือหาความน่าเชื่อถือรายข้อ และเลือกเฉพาะข้อที่มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค มากกว่า 0.7 (Nunnally. 1978) จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป ซึ่งนอกจากผลการทดสอบความน่าเชื่อถือด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค และยังทดสอบค่าความเที่ยง (Composite Reliability) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกับความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยใช้ค่า Composite Reliability และจะต้องมีค่ามากกว่า 0.6 (Fornell; & Larker. 1981)

ผลการศึกษา

ด้านประชากรศาสตร์เมื่อเปรียบเทียบตามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสำรวจ จำนวน 548 คน พบว่า มีผู้ตอบแบบสำรวจที่เข้าพักโรงแรมระดับ 1-3 ดาว จำนวน 262 คน และเข้าพักโรงแรมระดับ 5-4 ดาว จำนวน 286 คน ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสำรวจทั้งสองประเภทการเข้าพัก ส่วนใหญ่เป็นภรรยา อายุระหว่าง 20-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี แต่ผู้ที่เข้าพักโรงแรมระดับ 1-3 ดาว มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 15,000 บาท ในขณะที่ผู้ที่เข้าพักโรงแรมระดับ 4-5 ดาว มีรายได้ 15,000-30,000 บาท (ตาราง 2)

ตาราง 2 เปรียบเทียบข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสำรวจ

	ระดับ 1-3 ดาว	ระดับ 4-5 ดาว
เพศ	หญิง	หญิง
อายุ	20-30 ปี	20-30 ปี
การศึกษา	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
รายได้	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,000-30,000 บาท

สำหรับความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมพบว่าคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความจงรักภักดี หากแยกเป็นความสัมพันธ์ทางตรงและความสัมพันธ์ทางอ้อม ความสัมพันธ์ทางอ้อมมีความสัมพันธ์มากกว่าความสัมพันธ์ทางตรงโดยผ่านตัวแปรความพึงพอใจ

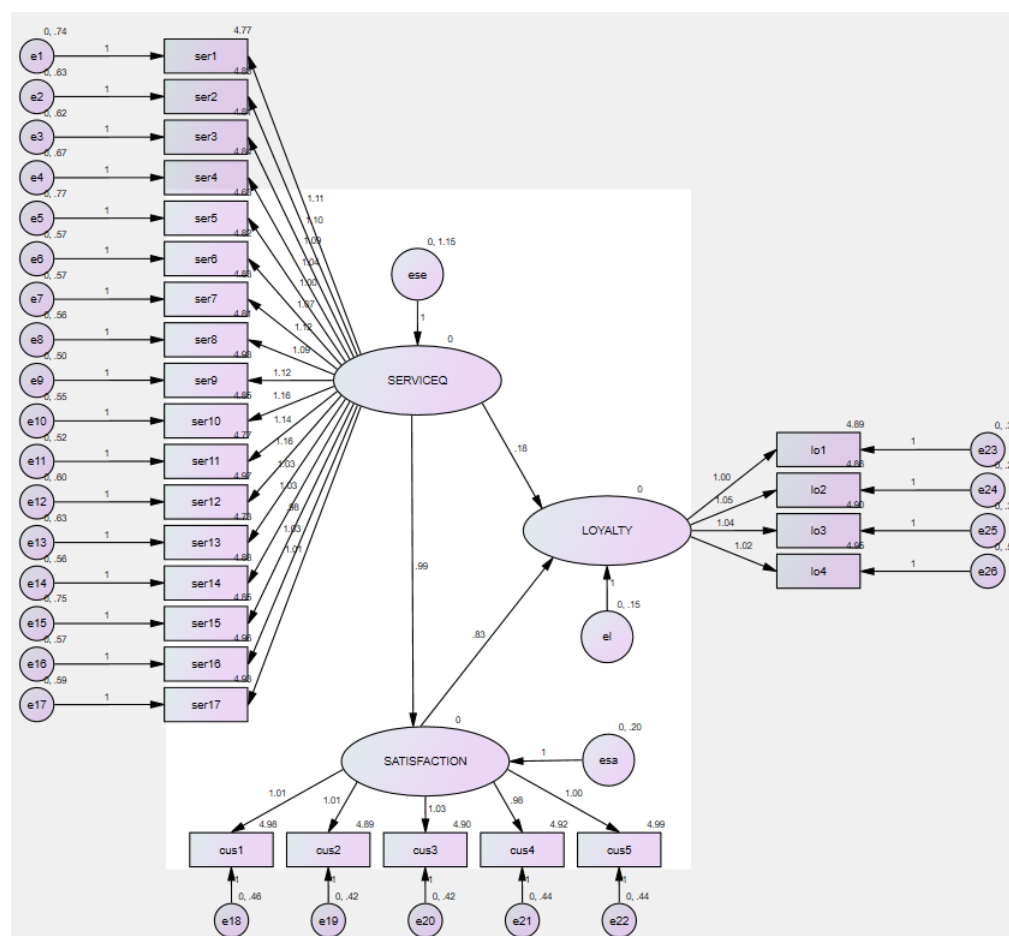
สำหรับความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อความภักดีของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมพบว่า ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความจงรักภักดี

หากเปรียบเทียบตัวแปรด้านคุณภาพการบริการและความพึงพอใจทางตรงและทางอ้อม พบว่า ตัวแปรความสัมพันธ์ทางอ้อมด้านคุณภาพการบริการที่มีความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่านมีความสัมพันธ์มากกว่าความสัมพันธ์ทางตรง (ตาราง 3)

ตาราง 3 ความสัมพันธ์คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีสำหรับทุกระดับโรงแรม

	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม
คุณภาพการบริการ	0.18	0.99*0.83	1.00
ความพึงพอใจ	0.83	-	0.83

จากตาราง 3 เป็นภาพการแสดงความสัมพันธ์ในภาพรวมด้วยโปรแกรมทางสถิติที่ใช้วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่าผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้านคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดี โดยมีค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ความกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐานการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนดแล้ว โดยค่า χ^2/df เท่ากับ 4.419 ซึ่งตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ว่าควรมีค่าน้อยกว่า 5.00 ค่าดัชนี Relative Fit Index (RFI) เท่ากับ 0.885 ซึ่งตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ว่าควรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.800 ขึ้นไป ค่าดัชนี Normmed Fit Index (NFI) เท่ากับ 0.900 ค่าดัชนี Incremental Fit Index (IFI) เท่ากับ 0.911 ค่าดัชนี Tucker Lewis Index (TLI) เท่ากับ 0.902 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.911 ซึ่งตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ว่าควรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 ขึ้นไป และค่าดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.083 ซึ่งตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ว่าควรมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.08 จึงแสดงให้เห็นว่าโมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐานการวิจัยมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสามารถสรุป (ตาราง 4)



ภาพประกอบ 2 โมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐานการวิจัย

ตาราง 4 ตารางค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ความกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐานการวิจัย

ตัวชี้วัด	ค่าที่ได้	คำอธิบาย
Chi square/ Degree of Freedom (χ^2/df)	4.419	ผ่านเกณฑ์
Goodness of Fit Index (GFI)	0.867	ผ่านเกณฑ์
Normmed Fit Index (NFI)	0.900	ผ่านเกณฑ์
Relative Fit Index (RFI)	0.885	ผ่านเกณฑ์
Incremental Fit Index (IFI)	0.911	ผ่านเกณฑ์
Tucker Lewis Index (TLI)	0.902	ผ่านเกณฑ์
Comparative Fit Index (CFI)	0.911	ผ่านเกณฑ์
Root Mean Square Error of Approximate (RMSEA)	0.083	ผ่านเกณฑ์

สำหรับความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 1-3 ดาว พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความ

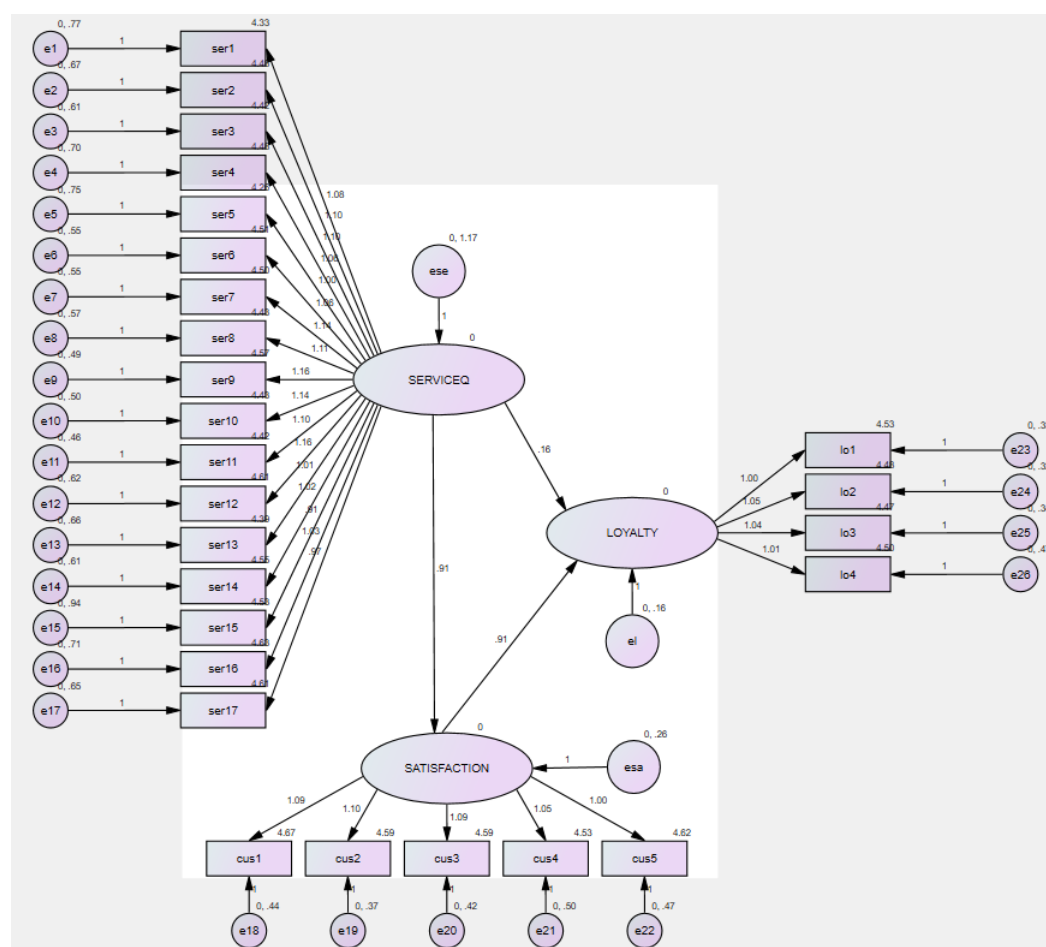
จงรักภักดี หากแยกเป็นความสัมพันธ์ทางตรงและความสัมพันธ์ทางอ้อม ความสัมพันธ์ทางอ้อมมีความสัมพันธ์มากกว่าความสัมพันธ์ทางตรงโดยผ่านตัวแปรความพึงพอใจ

สำหรับความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อความภักดีของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมพบว่าความพึงพอใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความจงรักภักดี

หากเปรียบเทียบตัวแปรด้านคุณภาพการบริการและความพึงพอใจทางตรงและทางอ้อม พบว่า ตัวแปรความสัมพันธ์ทางอ้อมด้านคุณภาพการบริการที่มีความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่านมีความสัมพันธ์มากกว่าความสัมพันธ์ทางตรง (ตาราง 5) และ (ภาพประกอบ 3)

ตาราง 5 ความสัมพันธ์คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีสำหรับผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 1-3 ดาว

	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม
คุณภาพการบริการ	0.16	0.91*0.91	0.988
ความพึงพอใจ	0.91	-	0.91



ภาพประกอบ 3 โมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐานการวิจัยสำหรับผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 1-3 ดาว

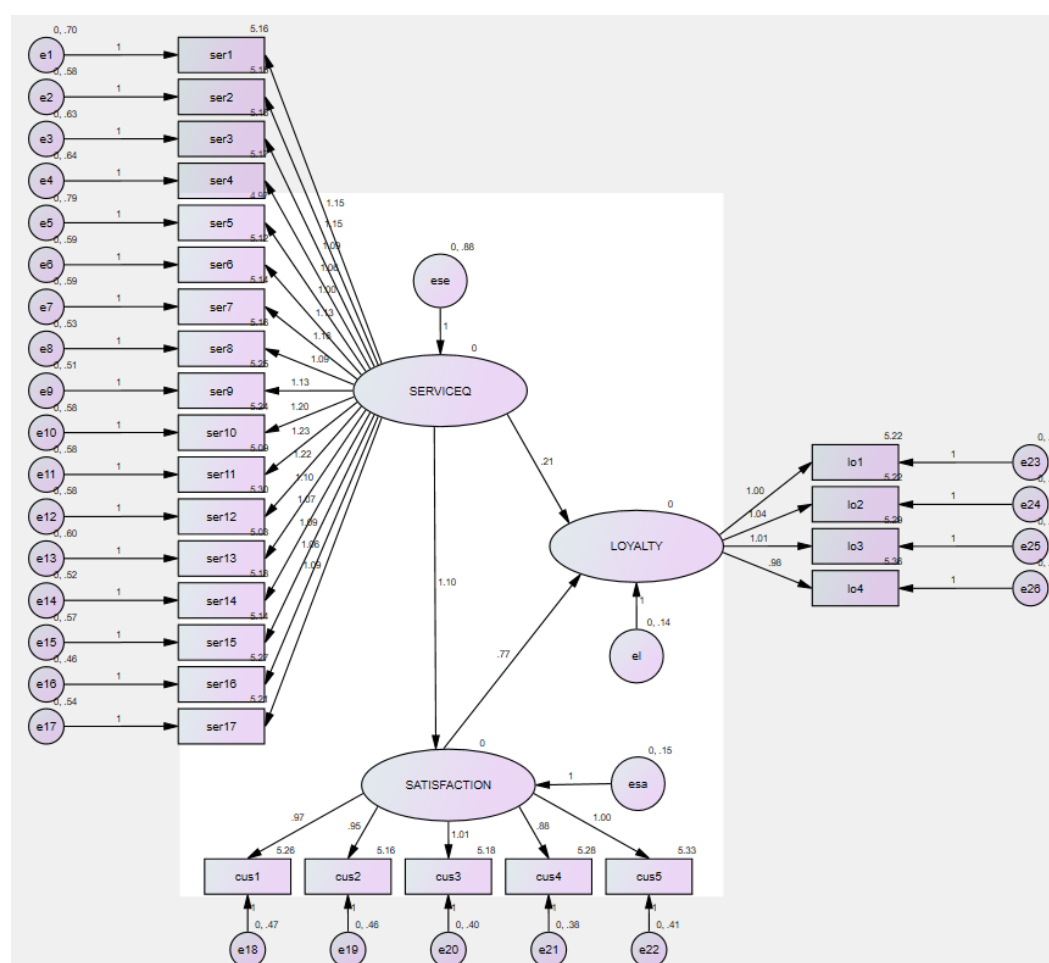
สำหรับความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความจงรักภักดี หากแยกเป็นความสัมพันธ์ทางตรงและความสัมพันธ์ทางอ้อม ความสัมพันธ์ทางอ้อมมีความสัมพันธ์มากกว่าความสัมพันธ์ทางตรงโดยผ่านตัวแปรความพึงพอใจ

สำหรับความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อความภักดีของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมพบว่าความพึงพอใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความจงรักภักดี

หากเปรียบเทียบตัวแปรด้านคุณภาพการบริการและความพึงพอใจทางตรงและทางอ้อม พบว่า ตัวแปรความสัมพันธ์ทางอ้อมด้านคุณภาพการบริการที่มีความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่านมีความสัมพันธ์มากกว่าความสัมพันธ์ทางตรง (ตาราง 6) และ (ภาพประกอบ 4)

ตาราง 6 ความสัมพันธ์คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีสำหรับผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว

	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม
คุณภาพการบริการ	0.21	1.10*0.77	1.057
ความพึงพอใจ	0.77	-	0.77



ภาพประกอบ 4 โมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐานการวิจัยสำหรับผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว

สรุปผลการศึกษา

ตาราง 7 ตารางเปรียบเทียบความสัมพันธ์คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดี

Path Name	1-3stars Beta	4-5stars Beta	Difference in Betas	P-Value for Difference	Interpretation	Hypotheses
SERVICEQ → SATISFACTION.	0.888***	0.937***	-0.049	0.063	The positive relationship between SATISFACTION and SERVICEQ is stronger for 4-5stars.	Support H1
SERVICEQ → LOYALTY.	0.140†	0.183	-0.043	0.732	The positive relationship between LOYALTY and SERVICEQ is only significant for 1-3stars.	Support H2 and Support H3
SATISFACTION → LOYALTY.	0.819***	0.766***	0.053	0.349	There is no difference.	Support H4

จากตาราง 7 สามารถเปรียบเทียบตามสมมติฐานได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจ มีอิทธิพลเชิงบวกโดยที่ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ให้ความสำคัญมากกว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 1-3 ดาว

สมมติฐานที่ 2: คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการต่อความจงรักภักดี มีอิทธิพลเชิงบวกโดยที่ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 1-3 ดาว มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.16 ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.21

สมมติฐานที่ 3: คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีผ่านความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการต่อความจงรักภักดีผ่านความพึงพอใจ มีอิทธิพลเชิงบวกโดยที่ ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 1-3 ดาว มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.828 ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.847

สมมติฐานที่ 4: ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อความจงรักภักดี มีอิทธิพลเชิงบวกโดยที่ไม่มีแตกต่างระหว่าง ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว และผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 1-3 ดาว

อภิปรายผล

งานวิจัยเรื่องเปรียบเทียบระดับของโรงแรม และคุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถอภิปราย ผลการวิจัยได้ดังนี้ ความสัมพันธ์ของ คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ ความภักดี ของลูกค้าธุรกิจโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกโดยที่ระดับความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว มาจากการให้ความสำคัญด้านคุณภาพการบริการ มากกว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 1-3 ดาว ในขณะที่ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว และ ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 1-3 ดาว ให้ความสำคัญระหว่างความพึงพอใจต่อความจงรักภักดี ที่ไม่แตกต่างกัน ข้อเสนอแนะในงานวิจัยนี้ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในทุกระดับควรให้ความสำคัญต่อ คุณภาพการบริการ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) ความต้องการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจ (Assurance) การเข้าใจการรับรู้ ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) เพราะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจซึ่งเป็นตัวแปรส่งผ่านไปยังความจงรักภักดีของลูกค้าโดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยนี้

กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในทุกระดับควรให้ความสำคัญต่อ คุณภาพการบริการเพราะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจซึ่งเป็นตัวแปรส่งผ่านไปยังความจงรักภักดีของลูกค้าโดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ซึ่งจากงานวิจัยนี้พบ ความพึงพอใจเป็นปัจจัยส่งเสริมความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของทางโรงแรมจากการที่ลูกค้าจะกลับมาใช้บริการซ้ำหรือแม้กระทั่งลูกค้าจะแนะนำโรงแรมให้กับคนรู้จักหากลูกค้ามีโอกาส จะทำให้โรงแรมสามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษานี้สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น ผู้วิจัยขอเสนอประเด็นที่สามารถนำไปศึกษาเพิ่มเติมในการศึกษาครั้งต่อไปดังนี้

1. การศึกษาครั้งนี้ศึกษาโดยใช้ข้อจำกัดทางด้านพื้นที่คือ โรงแรมที่ประกอบธุรกิจอยู่ในจังหวัดอยุธยา ทั้งนี้โรงแรมในแต่ละจังหวัด แต่ละพื้นที่อาจมีข้อจำกัดในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน เช่น ความคาดหวังของลูกค้าที่มาใช้บริการ ความนิยมในการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด เป็นต้น ในการศึกษากครั้งต่อไปสามารถนำกรอบแนวคิดในการศึกษากครั้งนี้ไปศึกษากับโรงแรมที่ตั้งอยู่ในจังหวัดต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดต่อไป

2. การศึกษากครั้งในครั้งนีใช้กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจคือ คนที่มีสัญชาติไทยที่มีประสบการณ์ในการเข้าใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในการศึกษากครั้งต่อไปสามารถนำกรอบแนวคิดในการศึกษากครั้งนี้ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่สัญชาติไทย เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยาถือเป็นเมืองมรดกโลกจึงทำให้มีนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเข้ามาเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจำนวนมาก เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการของทางโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สืบค้นเมื่อ มกราคม 2562, จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411.

ธนาคารออมสินแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ มกราคม 2562, จาก <https://www.gsbresearch.or.th/economy/macroeconomic/half-year-economic-outlook/>.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. สืบค้นเมื่อ มกราคม 2562, จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx>.

Dabholkar, P. A. (2000). A Comprehensive Framework for Service Quality: An Investigation of Critical Conceptual and Measurement Issues through a Longitudinal Study. *Journal of Retailing*. 76(2): 139-73.

Fornell, C.; & Larcker, D. G. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*. 18(1): 39-50.

Kline, R. B. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York: The Guilford Press.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw Hill.

Parasuraman, A.; Zeithaml, V. A.; & Berry, L. L. (1985, Fall). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. 49: 41-50. (1988). *Delivery Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: Free Press.

Said, H.; Badru, B. B.; & Shahid, M. (2011). Confirmatory Factor Analysis (CFA) for Testing Validity and Reliability Instrument in the Study of Education. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*. 5(12): 1098-1103.

NBUS0130: ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของเจนวาย

FACTORS AFFECTING SAVING BEHAVIOR OF GENERATION Y

สุกฤตา เจริญถาวร^{1*} ศิวรัตน์ กุศล² นิสาล ลิรัตนกร³ ธรณชนก เพชรานนท์⁴

^{1, 2, 3, 4} มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย เชียงใหม่ 50290

บทคัดย่อ

พฤติกรรมของเจนวายมีหลายปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การออม เพราะการศึกษาช่วยให้นักเศรษฐศาสตร์เข้าใจถึงพฤติกรรมของคนเจนวายเพื่อประยุกต์พฤติกรรมเพื่อให้มีการออมที่เพิ่มขึ้น โดยใช้คำถามแบบสำรวจและใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยที่ต้งเป็นนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่มีช่วงอายุที่อยู่ในช่วงเจนวาย จำนวน 297 คน จากสูตรการสุ่มประชากรของ Yamane โดยใช้ logistic regression ในการหาความน่าจะเป็นในการออม จากการศึกษาพบว่า การบันทึกรายรับรายจ่าย เพื่อนและโปรโมชั่นบนโลกออนไลน์ มีผลกระทบต่อ การออมซึ่งหมายความว่าความน่าจะเป็นที่จะออมลดลง ดังนั้นการออมควรเริ่มปลูกฝังจากครอบครัว โรงเรียนและมหาวิทยาลัย และควรใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลการออม และการออมไม่ควรปลูกฝังเฉพาะการรับรู้ควรลงมือทำด้วย

คำสำคัญ: การออม, พฤติกรรมการออม, เจนวาย

Abstract

Behavior of generation Y has many factors that effect saving. Because it can help economist to understand about behavior of behavior pf generation Y and adapt behavior to make them have more saving. Using survey questionnaire and random sampling with student faculty of economics, Maejo university as have span of age generation Y has 297 people from using Yamane to found sampling. Using logistic regression to find probability about saving. The study found that recording income and expend, friend and promotion on social network that could affect saving of generation Y as a student that mean probability for saving decrease. So, begin from family, school and university should foster student about significate about saving and using internet to take advantage about saving and start to save not only know about saving.

Keywords: saving, saving behavior, generation Y

บทนำ

ทุกคนต่างคาดหวังว่าตัวเองจะมีความมั่นคงทางการเงินเมื่อถึงวัยเกษียณ เพราะเมื่อถึงวัยเกษียณจะไม่สามารถทำงานต่อได้แต่ควรมีเงินใช้ให้เพียงพอต่อการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งแน่นอนว่าต้องมีการวางแผนการเงินมาอย่างดี ดังนั้นการวางแผนการเงินควรเริ่มปลูกฝังนิสัยการออมและการใช้เงินอย่างมีเหตุผลตั้งแต่วัยเด็ก เพื่อให้เด็กมีวินัยทางการเงิน เมื่อเข้าสู่วัยทำงานจะได้รู้จักวางแผนทางการเงิน จักสรรเงินให้เป็นสัดส่วน และมีการตั้งเป้าในการออม

เพราะจะได้จัดสรรการใช้เงินให้ถูกวิธี เมื่อถึงวัยที่ต้องมีครอบครัวก็จะภาระและหน้าที่ที่เพิ่มขึ้นเพราะต้องดูแลคนในครอบครัว ซึ่งมีผลกับการวางแผนการเงินโดยตรง เมื่อถึงวัยเกษียณก็ยังคงต้องวางแผนการเงินเพราะเป็นวัยที่ไม่สามารถทำงานได้ทำให้ไม่มีรายได้ แต่ก็ยังคงมีการใช้จ่ายเกิดขึ้น สำหรับการดูแลสุขภาพหรือเมื่อเกิดภาวะทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม การวางแผนการเงินเป็นการช่วยให้เรารับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อให้เราดำเนินชีวิตไปอย่างมีความสุข มีสุขภาพทางการเงินที่ดี หรือสามารถสร้างเป็นสมการทางการเงินง่าย ๆ ได้คือ รายได้ - เงินออม = ค่าใช้จ่าย (เหล่าคนดี. 2558)

จากที่กล่าวมานั้นการออมถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างมาก จะกล่าวว่าเป็นวาระแห่งชาติเลยก็ว่าได้ ดังนั้นรัฐบาลควรส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักรู้ให้เห็นถึงความสำคัญของการออมและการบริหารการออม เพื่อให้คนรู้จักอดออมแล้วใช้จ่ายอย่างมีเหตุผล ซึ่งจะช่วยลดปัญหาหนี้สินและคนจะได้มีเงินออมใช้อย่างเพียงพอในวัยเกษียณ นอกจากนี้ เป็นการสร้างความแข็งแกร่งให้กับสถาบันการออมในระดับชุมชนเพื่อเป็นเสาหลักทางการเงินให้กับประชาชนในระดับฐานราก รวมทั้งทำให้ระบบการออมเพื่อสุขภาพของประเทศไทยมีความครอบคลุมแรงงานทั้งในระบบและนอกระบบได้อย่างแท้จริง และทำให้คนไทยทุกคนสามารถก้าวสู่วัยเกษียณอายุโดยมีหลักประกันความมั่นคงที่เพียงพอ และมีคุณภาพชีวิตที่ดี (สุขสวัสดิ์. 2561)

แต่ในสถานการณ์ปัจจุบันจากการวิเคราะห์ของสถาบันต่าง ๆ ทั้งการออม, การใช้จ่าย, การลงทุน และการป้องกันความเสี่ยง โดยในด้านเงินออมพบว่าคนไทยส่วนใหญ่มีเงินออมพอใช้ไม่ถึง 6 เดือน จากฐานข้อมูลจำนวนผู้ประกอบอาชีพ 35 ล้านคน โดยแบ่งคนที่มีเงินออมเหลือจากการใช้จ่ายออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มมีเงินออมไม่พอ มีสัดส่วนถึง 80% ซึ่งเป็นกลุ่มที่เงินออมเหลือไม่พอใช้จ่ายไปอีก 6 เดือน ขณะที่กลุ่มที่มีเงินออมพอสำหรับการใช้จ่ายตั้งแต่ 6 เดือน ขึ้นไป มีสัดส่วนเพียง 20% (อ้างอิงตัวเลข 6 เดือนจากการจ่ายเงินชดเชยของประกันสังคมกรณีว่างงาน) ในขณะที่ผลสำรวจความคิดเห็นกับคนไทยอายุ 18-54 พบว่า 40% ค่อนข้างมั่นใจว่ามีเงินออมพอใช้หลังเกษียณ เพราะมีการออมเงินไว้ในปริมาณที่ไม่มาก (สำนักข่าวอินโฟเควสท์. 2561)

สถานการณ์หนี้ครัวเรือนของคนไทย พบว่า สัดส่วนคนไทยที่มีหนี้เพิ่มขึ้นเป็นมากกว่า 30% ซึ่งเพิ่มขึ้นจากช่วง 2 ปีก่อนหน้า ในขณะที่ปริมาณหนี้ต่อหัวก็สูงมากกว่าเท่าตัวเป็น 1.5 แสนบาท จากจำนวนคนเป็นหนี้ที่มีกว่า 21 ล้านคน โดยปริมาณหนี้ไม่ได้มีแนวโน้มลดลงแม้จะเข้าสู่วัยเกษียณก็ตาม ที่สำคัญยังพบว่า มีกลุ่มคนที่อายุไม่ถึง 30 ปี ถึง 50% หรือครึ่งหนึ่งที่เริ่มเป็นหนี้ โดยในจำนวนนี้มีถึง 1 ใน 5 ที่กลายเป็นหนี้เสีย

จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย Gen Y เป็นวัยสร้างหนี้อันดับ 1 เหตุผลของการเป็นหนี้ ด้วยการเป็น GEN ที่เติบโตและใช้เวลากับสื่อออนไลน์นานที่สุดหากเทียบกับ GEN อื่น ๆ หนึ่งใน Content ที่ GEN Y ชื่นชอบคือวีรวิสารพัดสินค้าต่าง ๆ รวมไปถึงวีรวิแหล่งท่องเที่ยวและร้านอาหารสิ่งเหล่านี้กระตุ้นการใช้จ่ายที่เกินตัว จนทำให้รายจ่ายของ GEN Y มากกว่ารายได้ที่หาได้ในแต่ละเดือน ผลที่ตามมาคือเป็นทั้งหนี้บัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคลมากไปกว่านั้น GEN Y หลายคนยังนิยมที่จะซื้อ “คอนโด รถยนต์” ที่ทำให้มีภาระค่าใช้จ่ายต่อเดือนสูงเพิ่มขึ้นกว่าเดิมอีก (MarketeerTeam. 2019)

โดยเฉลี่ย GEN Y หมดเงินไปกับ “ของมันต้องมี” ซึ่งเท่ากับ 1 ใน 4 ของรายได้ต่อปี สาเหตุที่ GEN Y อยากได้ “ของมันต้องมี” เป็นเพราะซื้อตามกระแสมากกว่ามองเป็นของจำเป็น และเงินที่ใช้ชื้อนั้นคนส่วนใหญ่ออกจากธนาคารและใช้บัตรเครดิตกับบัตรกดเงินสดในการใช้จ่าย ซึ่งเมื่อลงรายละเอียดพบว่ามากกว่า 70% ของ GEN Y มีการผ่อนชำระที่ต้องเสียดอกเบี้ย (Consumer. 2561)

พฤติกรรมของ Gen Y จะชอบสนุกสนาน ใช้ชีวิต ท่องเที่ยว แม้ว่าจะไม่มีเงินออมก็ คิดว่าการใช้เงินไปก่อน แล้วค่อยออมทีหลังเป็นความคิดที่ดี ซึ่งหากบริหารจัดการผิดก็มีโอกาสที่จะผิมนัดชำระ และเป็นต้นเหตุในการเข้าสู่วังวนของการเป็นหนี้ จึงเป็นความจำเป็นที่สถาบันการเงินต้องเข้าไปให้ความรู้และพยายามให้กลุ่มนี้เห็นความสำคัญของการออม และมีความรู้เรื่องการบริหารจัดการทางการเงิน แต่อุปสรรคสำคัญคือ ด้วยวัยที่ยังอยู่ในช่วงเริ่มทำงาน ทำให้คนกลุ่มนี้มองว่าเรื่องเหล่านี้เป็นเรื่องไกลตัว ประกอบกับมองว่าการออมทำให้ไม่สามารถใช้ชีวิตในแบบที่ต้องการได้ จึงมองว่าการออมเป็นเรื่องเครียด และไม่สนุก (Consumer. 2561)

พฤติกรรมการใช้จ่ายของคนไทย เป็นสาเหตุของรายรั่วเงินออม โดยเฉลี่ยคนไทยมีการใช้จ่าย 76% ของรายได้ต่อเดือน ที่เหลือเป็นการออม 21% และป้องกันความเสี่ยง 3% และถ้าเป็นกลุ่มที่มีเงินออมไม่พอ จะมีการใช้จ่ายสูงถึง 82% ขณะที่การออมลดลงเหลือ 14% ทั้งนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของคนไทย ที่สำคัญคือไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงไปเน้นความสะดวกสบายและรวดเร็ว ติดหรู อีกพฤติกรรมที่บ่งชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้จ่ายเกินกำลัง จะเห็นได้จากในปัจจุบัน มากกว่า 50% ของคนที่มีบัตรเครดิตไม่สามารถจ่ายบิลรายเดือนได้เต็มจำนวน และอีกประมาณ 48% เคยผ่อนสินค้าแบบยอมเสียดอกเบี้ย โดยไม่ว่าคนที่ออมพอ หรือออมไม่พอ ก็ออมผิดที่กันทั้งนั้น ผลการวิเคราะห์พบว่า การลงทุนในสินทรัพย์ทางการเงินของทั้งกลุ่มคนที่มีเงินออมไม่พอ กับกลุ่มคนที่มีเงินออมพอ จะกระจุกอยู่ที่เงินฝากธนาคารกว่า 80% และเกินครึ่งเป็นเงินฝากออมทรัพย์ที่ให้ผลตอบแทนต่ำ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศพัฒนาแล้ว โดยเฉลี่ยสัดส่วนของเงินฝากจะต่ำกว่า 50%

ดังนั้นในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการออมของคนเจนวายที่อยู่ในกลุ่มนักศึกษา เพื่อให้ผลการวิจัยนี้ ส่งเสริมให้คนเจนวายหันมาใส่ใจการออมและให้ความสำคัญกับการมากขึ้น อีกทั้งสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการออมให้เข้ากับวิถีชีวิตของคนเจนวายเพื่อให้เข้าถึงการออมที่หลากหลายรูปแบบ

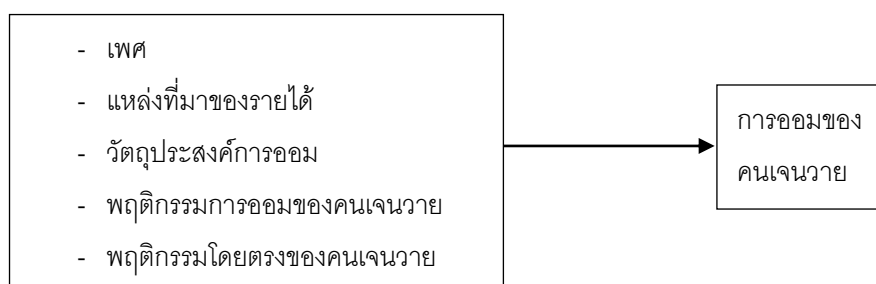
คำถามงานวิจัย

พฤติกรรมของคนเจนวายมีผลต่อการออมเงินหรือไม่

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมที่มีผลต่อการออมของคนเจนวาย

กรอบแนวคิดงานวิจัย



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อช่วยปรับปรุงพฤติกรรมการออมของคนจนให้หันมาออมเพิ่มขึ้นโดยใช้จุดแข็งที่เป็นข้อดีมาประยุกต์ใช้
2. เพื่อช่วยสถาบันการเงินปรับกลยุทธ์ให้กับคนจนวัยเพื่อหันมาออมมากขึ้น โดยประยุกต์จุดเด่นของคนจนมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เลือกนักศึกษาในคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่มีอายุระหว่าง 19 ปี ถึง 38 ปี มีทั้งหมด 1148 คน ใช้แบบสำรวจ 297 ชุด จากการคำนวณจากสูตร Yamane

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเก็บรวบรวม ข้อมูลโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Question) ประกอบด้วย เพศ การศึกษา การบ้านที่กรายรับรายจ่าย อาชีพ สถานภาพ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านรายได้และรายจ่ายของผู้ตอบแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Question) และแบบปลายเปิด (Open-ended Question) ประกอบด้วย รายได้ (เฉลี่ยต่อเดือน) รายได้พิเศษ (เฉลี่ยต่อเดือน) เงินออมสะสม จำนวนหนี้สิน วิธีการออมเงินและลงทุน รูปแบบการออมเงินและลงทุน และวัตถุประสงค์ในการออม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านการออมของผู้ตอบแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Question) และแบบปลายเปิด (Open-ended Question) ประกอบด้วยการสอบถามทัศนคติเกี่ยวกับการออมและการใช้จ่าย

2. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการดังนี้ สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมของนักศึกษา และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้น นำไปให้ผู้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ เมื่อแก้ไขตามคำแนะนำจึงนำไปใช้จริง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอนดังนี้

- 3.1 เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน เดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2562

- 3.2 จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามไปจำนวน 297 ชุด

ตัวอย่างที่ใช้ที่ระดับความคาดเคลื่อนไม่เกิน 5 เปอร์เซ็นต์ (กำหนดตามแนวคิดของ Taro Yamane ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายจากกลุ่มประชากร

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

โดยให้ n is sample of population

N is size of population

e is level significant

นักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยแม่โจ้จากจำนวนทั้งหมด 1148 คน โดยการใช้สูตร Yamane โดยให้ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

$$n = \frac{1148}{1 + 1148(0.05^2)} \approx 297$$

ดังนั้น การกลุ่มตัวอย่างของประชากรของนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยการสุ่มตัวอย่างมีจำนวน 297 คน

3.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูลและตอบวัตถุประสงค์

3.4 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) เพื่อหาความน่าจะเป็นในการยอมโดยมีรูปแบบสมการดังนี้

$$Prob(Y = 1) = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n}} \quad (1)$$

$$Prob(Y = 1) = 1 = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n}} \quad (2)$$

Prob(Y=1) คือ โอกาสที่จะยอมของเจนวาย

Prob(Y=1) คือ โอกาสที่จะไม่ยอมของเจนวาย

X_1 คือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจให้การยอมของเจนวาย

นำสมการ 1 ใส่ในสมการที่ 2:

$$odd = \frac{P_i}{1 - P_i} \quad (3)$$

ใส่ ln ในสมการที่ 3:

$$\ln(odd) = \ln\left(\frac{P_i}{1 - P_i}\right) \quad (4)$$

$$\ln P_i - \ln(1 - P_i) \quad (5)$$

$$\ln P_i - \ln(1 - P_i) = \ln(odd) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n \quad (6)$$

ในสมการจะแสดงรูปแบบของ linear เพื่อตอบบนสนองฟังก์ชันการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_n$ ในสมการที่ 6 โดยใช้วิธีการ likelihood

ดังนั้น Logistic Regression Analysis ใช้ทำนายความน่าจะเป็นว่าจะเกิดขึ้นหรือไม่ หรือจะเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใด การกำหนดค่าพารามิเตอร์ของหนึ่งหรือมากกว่าของความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ เพื่อให้เราเข้าใจเหตุผลของเหตุการณ์ ในการทดสอบตัวแปรโดยใช้โปรแกรม LIMDAP ผลของสมการของตัวแปร x แสดงให้เห็นถึงโอกาสที่จะออกของเงินรายได้

ผลการศึกษา

จากข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย จากการเก็บแบบสำรวจจากนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย พบว่าจากตาราง 1 นักศึกษาที่พบส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง จำนวน 78.79% และพบว่านักศึกษามีอายุ 22 ปี จำนวน 54.54% และที่ 90.57% พบว่านักศึกษามีแหล่งรายได้มาจากผู้ปกครอง และมีการบันทึกรายรับรายจ่ายเป็นครั้งคราวมากถึง 74.74% สุดท้ายนี้นักศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่เดือนละน้อยกว่า 9000 บาท อยู่ที่ 49.49% และรายละเอียดต่าง ๆ จะแสดงอยู่ภายในตาราง 1

ตาราง 1 Demographic characteristics of students

	ข้อมูล	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
เพศ	ผู้ชาย	63	21.21
	ผู้หญิง	234	78.79
	จำนวนทั้งหมด	297	100
อายุ	21 ปี	88	29.63
	22 ปี	162	54.54
	23 ปี	35	11.78
	24 ปี	7	2.41
	25 ปี	2	0.67
	26 ปี	3	0.34
	จำนวนทั้งหมด	297	100
แหล่งที่มาของรายได้	ผู้ปกครอง	269	90.57
	กองทุนหรือกู้	21	7.22
	ทำงานพิเศษ	7	2.36
	จำนวนทั้งหมด	297	100
การบันทึกรายรับรายจ่าย	ทุกครั้ง	78	26.26
	เป็นครั้งคราว	219	73.74
	จำนวนทั้งหมด	297	100

ตาราง 1 (ต่อ)

	ข้อมูล	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่า 9000 บาท	147	49.49
	9001-12000 บาท	98	33
	12000-15000 บาท	32	10.77
	มากกว่า 15001 บาท	20	0.34
	จำนวนทั้งหมด	297	100

ตาราง 2 ตารางผลจากการทดสอบ Logistic Regression Analysis

ตัวแปร	Coefficient	P-value
เพศ	-1.5290	.4026
รายได้เฉลี่ย	.0529**	.0382
การบันทึกรายรับรายจ่าย	.1908***	.0048
รายได้จากผู้ปกครอง	-.0158	.8582
ออมในบัญชีธนาคาร	-.0523	.3913
ออมเพื่อสิ่งที่ต้องการ	-.0358	.5973
ออมเพื่อศึกษา	.1453**	.0246
การวางแผนการออมของเพื่อน	-.1224**	.0383
การจ่ายเงินผ่านช่องทางออนไลน์	-.1564**	.0408
วางแผนการท่องเที่ยวจากการค้นหาข้อมูลด้วยตนเอง	.0608	.2773
โปรโมชั่นบนโลกออนไลน์	-.0081	.8937

Notes: *** the significant at 0.01, ** the significant at 0.05, * the significant at 0.10

จากตาราง 2 แสดงสถิติในระดับนัยสำคัญทั้งในระดับนัยสำคัญที่ 0.01, 0.05 และ 0.10 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพฤติกรรมการออมของเจนวาย พบว่ามีหลายปัจจัย ปัจจัยแรกการบันทึกรายรับรายจ่าย มีโอกาสที่จะทำให้เกิดการออมที่ 0.48% เพื่อนมีอิทธิพลต่อคนในวัยนี้มาก เพราะด้วยวัยที่ใช้เวลาอยู่ด้วยกันและมีผลต่อการตัดสินใจในการลงมือทำสิ่งต่าง ๆ จากผลการทดสอบทำให้โอกาสที่จะออมลดลง 3.83% ยิ่งไปกว่านั้นโปรโมชั่นต่าง ๆ บนโลกออนไลน์ มีโอกาสทำให้การออมลดลง 4.08%

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการออมของเจนวายทำให้ทราบว่าเจนวาย มีการเรียนรู้ไว้ ด้วยวัยที่เกิดมาพร้อมเทคโนโลยี ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างง่ายดาย ซึ่งถือว่าเป็นข้อดีในการทำจุดนี้เป็นประโยชน์เพื่อศึกษาการวางแผนการออมในรูปแบบต่าง ๆ ให้ตรงกับรูปแบบการใช้ชีวิตของแต่ละคน ยิ่งไปกว่านั้นคนในเจนนี้ให้ความสำคัญกับเพื่อน หรือผู้อิทธิพลบนโลกออนไลน์เป็นอย่างมาก หากมีตัวอย่างที่ดีจะทำให้สร้างการออมในรูปแบบใหม่ ๆ ดังนั้นสถาบันการเงินควรมีกิจกรรมใหม่ ๆ เพื่อดึงให้คนในเจนนี้หันมาสนใจการออมมากขึ้น เช่นให้ไฮโดรลมาอยู่ในผลิตภัณฑ์การเงิน เป็นต้น รอบตัวของคนเจนวายเทคโนโลยีเพื่อที่จะทำให้ชีวิตสะดวกสบาย และมีความกล้าได้กล้าเสียมากกว่าคนในเจนอื่น ดังนั้นการปลูกฝังการออมและการลงมือที่จะวางแผนการออม ควรทำไปกับเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อให้การออมมีประสิทธิภาพและทำให้คนในเจนวายยังคงให้ความสำคัญกับการออมโดยวางแผนอย่างเป็นระบบ ซึ่งตอบคำถามงานวิจัยเพราะการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมและเทคโนโลยีมีผลต่อความคิดของคนเจนวายทำให้มีผลต่อการออมเงินที่เปลี่ยนแปลงไป ด้วยวิธีที่แตกต่างหรือการออมเงินที่ลดลง

อภิปรายผล

การบันทึกรายรับรายจ่าย เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่เป็นการสร้างวินัยของคน เพื่อให้นึกคิดว่ามีค่าใช้จ่ายออกไปเพียงใดและมีการออมในสัดส่วนที่พอเหมาะแล้วหรือไม่ เพื่อถือเป็นการเตือนสติในการใช้และออม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Aphiphattharawarodom (2561) ซึ่งกล่าวว่า การบันทึกรายรับรายจ่ายเป็นเครื่องมือที่ประสิทธิภาพสร้างให้คนมีวินัยทางการเงิน

การที่โปรโมชันต่าง ๆ บนโลกออนไลน์มีผลทำให้การออมลดลง สอดคล้องกับ Phuhom (2560) ซึ่งกล่าวไว้ว่าการใช้เทคโนโลยีในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ถือว่าเป็นเรื่องที่ย่ายละรวดเร็ว ยิ่งในยุคสมัยนี้การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ถือว่าเป็นเรื่องแค่ปลายนิ้ว นั้นหมายความว่าหากพบสินค้าลด แลก แจก แถม ก็จะสามารถตัดสินใจซื้อและโอนเงินได้ภายในเวลาอันสั้น เป็นผลทำให้การตัดสินใจอันรวดเร็วนี้ทำให้การออมลดลง เพราะเพียงคิดว่าถูกใจราคาถูก

การที่นักศึกษามีแหล่งที่มาของรายได้มาจากผู้ปกครองไม่สอดคล้องกับ Chaiwat (2561) เพราะได้กล่าวไว้ว่าเด็กในรุ่นนี้คิดว่าเงินหมดก็สามารถขอจากผู้ปกครองได้ และยิ่งไปกว่านั้นสังคมไม่ได้สอนว่าควรออมเงินเพื่ออะไร แต่สอนว่าคนดีจะออมเงิน

ข้อเสนอแนะ

ในอนาคตอีก 5 ปีข้างหน้า นักศึกษาจะเปลี่ยนบทบาทไปเป็นแรงงาน ซึ่งเจนวายนั้นจะเป็นแรงงานที่สำคัญสำหรับอนาคต เป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจ หากมีเปลี่ยนบทบาทจึงต้องมีการสำรวจในฐานะแรงงานว่าพฤติกรรม การออมในวัยที่เปลี่ยนแปลงไปจะเป็นอย่างไร และควรให้เด็ก ๆ ในอนาคตเข้าใจถึงการออมที่แท้จริงโดยไม่เพียงแต่รู้จักแต่ต้องมีการลงมือทำอย่างแท้จริง โดยส่งเสริมให้มีการปฏิบัติจริงโดยเริ่มจากสถาบันครอบครัว โรงเรียน มหาวิทยาลัย เพื่อให้การออมได้มีการเกิดขึ้นจริงไม่เพียงรู้แค่ทฤษฎี

เอกสารอ้างอิง

- สำนักข่าวอินโฟเควสท์ (IQ). (2561, June 22). TMB เผยผลวิจัยนำห่วงพฤติกรรมทางการเงินของคนไทย เงินออมไม่พอหลังเกษียณ-รายจ่ายไม่จำเป็นสูง. Retrieved from RYT9: <https://www.ryt9.com/s/iq03/2846932>.
- สุขสวัสดิ์, พ. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของกลุ่มคนวัยทำงาน. วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์. 109-122.
- เหล่าคนดี, ป. (2558). การศึกษาพฤติกรรมการออมของคนวัยทำงาน กรณีศึกษา: พนักงานบริษัทฟู้ดโปรเจ็ค (สยาม) จำกัด และพนักงานบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด. Thailand: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Aphiphattharawarodom, K.-m. (2008). Factors Impacting to Request for Student Loans Fund Case Study: Private University Academic Year 2004-2007. Thailand: Dhurakij Pundit University.
- Chaiwat, T. (2018, October 25). “Thanee Chaiwat” Behavior of saving in Thailand. Retrieved from Thaipublica: <https://thaipublica.org/2018/10/thai-financial-behavior-thanee-chaiwat/>.
- Consumer, D. I. (2018, July 3). “อายุน้อยร่อยหนี้” Gen Y ไทยจ่ายหนัก หนี้บัตรเครดิตท่วมครึ่งหนึ่งของรายได้. Retrieved from Brand Buffet: <https://www.brandbuffet.in.th/2018/07/krungsri-consumer-educated-gen-y-financial-management/>.
- Laokondee, P. (2015). The Study of Saving Behavior of Working-Aged Persons. Case Study: Employees Food Project (Siam) Co., Ltd. and Bbl Asset Management Co., Ltd. Thailand: THAMMASAT UNIVERSITY.
- MarketeerTeam. (2019, April 9). ชีวิตหนี้แต่ละ Gen ของเมืองไทย. Retrieved from Marketeer: <https://marketeeronline.co/archives/103136>.
- NT. (2018, November 26). Taro Yamane: การกำหนดกลุ่มจำนวนประชากรสำหรับการวิจัย. Retrieved from UX research lab: <https://uxlabth.com/2018/11/26/taro-yamane-การกำหนดกลุ่มจำนวนประชากร/Panada>
- Phuom. (2017). Thailand's savings in the digital era. Hot issue from Government Savings Bank, 1-4.
- Reilly, P. (2012). Understanding and Teaching Generation Y. English TEaching Forum, 1-11.
- Seekawkiw, C. (2019, June 1). Statistics. Retrieved from Google sites: <https://sites.google.com/site/mystatistics01/home>.

NBUS0131: ปัจจัยเศรษฐกิจที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปฮ่องกง THE ECONOMIC FACTORS AFFECTING THAILAND'S EXPORT VALUES OF GEMS AND JEWELRY TO HONG KONG

ณัฐชานันท์ โพธิ์วันส์^{1*} กันตพร ช่วงชิด² กฤตวิทย์ อัจฉริยะพานิชกุล³ ธรณชนก เพชรวานนท์⁴

^{1, 2, 3, 4} มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่อยู่ 63 หมู่ 4 ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50290

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง ปัจจัยเศรษฐกิจประกอบด้วย อัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อดอลลาร์ฮ่องกง ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในฮ่องกง อัตราเงินเฟ้อฮ่องกง และราคาน้ำมันดีเซลประเทศไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) แบบอนุกรมเวลา (Time Series) รายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2547 ถึง ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2561 จำนวน 60 ไตรมาส และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางเศรษฐมิติแบบสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Model) ด้วยวิธีการประมาณค่าสมการแบบวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares: OLS)

ผลการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในฮ่องกง อัตราเงินเฟ้อฮ่องกง และราคาน้ำมันดีเซลประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง ในขณะที่อัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อดอลลาร์ฮ่องกงไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง

จากการวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากราคาน้ำมันดีเซลในประเทศไทยส่งผลต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง ดังนั้นภาครัฐควรควบคุมราคาของน้ำมันดีเซลให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

คำสำคัญ: ปัจจัยเศรษฐกิจ, อัญมณีและเครื่องประดับ, มูลค่าการส่งออก

Abstract

The purpose of this study was to study factors affecting the value of Thai gems and jewelry exports to Hong Kong. The economic factors included exchange rate Baht per Hong Kong dollar, gross domestic product of Hong Kong, inflation rate in Hong Kong, and diesel prices in Thailand by gathering secondary data of 60 quarter starting from 1st quarter of 2004 to the 4th quarter of 2018. The data was analyzed by using Multiple Regression Model by Ordinary Least Squares Method (OLS)

According to the result, gross domestic product of Hong Kong, inflation rate in Hong Kong and diesel prices in Thailand affecting the value of Thai gems and jewelry exports to Hong Kong. But the exchange rate Baht per Hong Kong dollar did not affect the value of Thai gems and jewelry exports to Hong Kong.

From this research as diesel prices in Thailand affects the value of Thai gems and jewelry export to Hong Kong. Therefore, the government should control the price of diesel fuel to be at appropriate level.

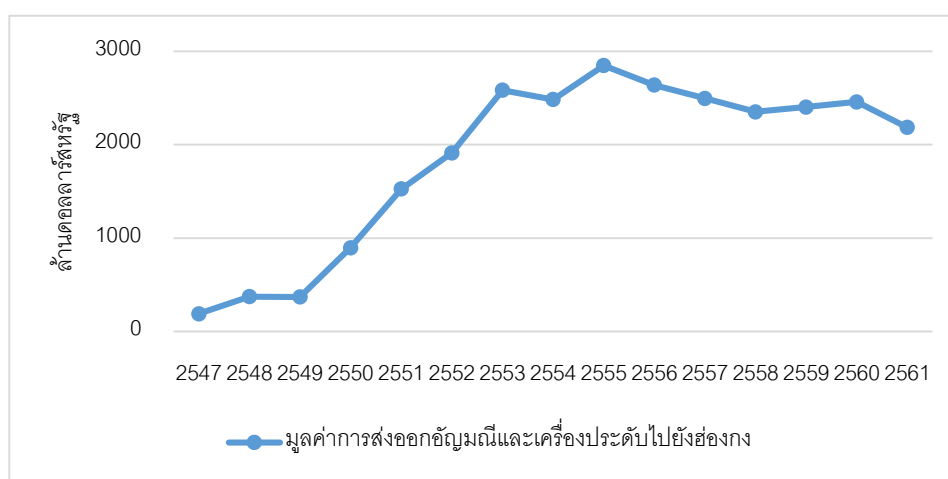
Keywords: Economic factors, gems and jewelry, export values

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่กำลังพัฒนาในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาเศรษฐกิจไทย ถูกขับเคลื่อนโดยภาคอุตสาหกรรม โดยรายได้ส่วนใหญ่มาจากภาคอุตสาหกรรม ที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะภาคการส่งออก ซึ่งในอดีตสินค้าส่งออกของไทยคือ สินค้าเกษตร เช่น ยางพารา ข้าว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และอาหารแช่เยือกต่าง ๆ เป็นต้น แต่ในปัจจุบันกลับพบว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าส่วนใหญ่เป็นของสินค้าภาคอุตสาหกรรมมีมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2561 คือ 2.38 แสนล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 79.21 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดในปี พ.ศ. 2561 (กระทรวงพาณิชย์. 2562)

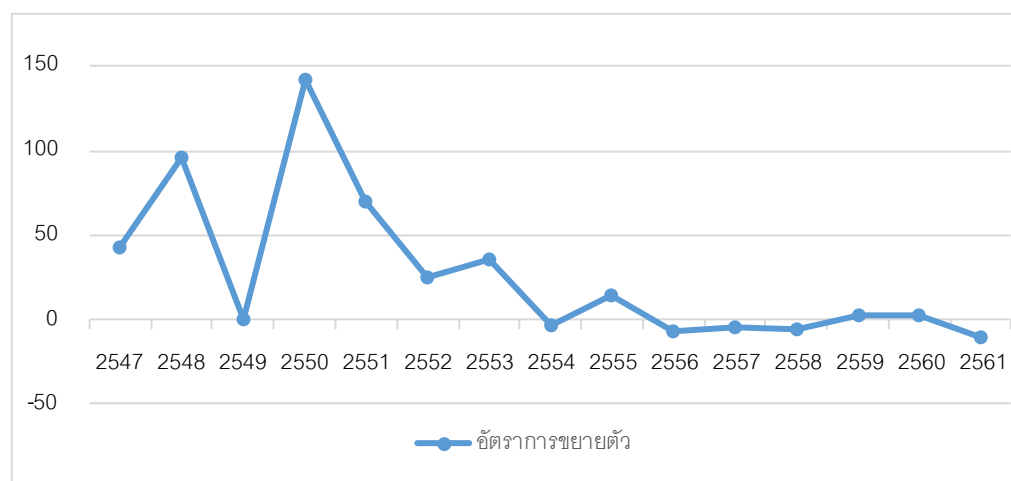
อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่สำคัญของไทยที่มีมูลค่าสูงเป็นอันดับที่ 3 รองมาจากสินค้ารถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ (กระทรวงพาณิชย์. 2562) นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องไปยังอุตสาหกรรมอื่น ๆ อีกมากมาย เช่น การเจียระไน การออกแบบ การทำและประกอบตัวเรือน การผลิตเครื่องมือเครื่องจักรในการเจียระไนพลอย และการทำวัสดุหีบห่อ เป็นต้น และยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการจ้างงานเป็นจำนวนมาก อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจึงเป็นอุตสาหกรรมหลักประเภทหนึ่ง ซึ่งภาครัฐได้เล็งเห็นถึงความสำคัญ ทำให้มีการส่งเสริมและสนับสนุนทั้งทางด้านการลงทุน ด้านภาษี และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันแก่ผู้ประกอบการ จึงทำให้มีการขยายตัวของอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง (ยุพดี เมฆามนตรี. 2550)

สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นส่วนใหญ่ โดยตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของไทยในปีพ.ศ. 2561 ได้แก่ ฮองกง สวิตเซอร์แลนด์ กัมพูชา สหรัฐอเมริกา และสิงคโปร์ ซึ่งตลาดฮองกงถือว่าเป็นตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่มีสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดของไทย โดยในปี 2561 มีมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮองกง 2.186 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18.24 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย (ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ. 2562)



ภาพประกอบ 1 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง
ที่มา: กระทรวงพาณิชย์ (2562)

ภาพประกอบ 1 จะเห็นได้ว่ามูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปฮ่องกง ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2547 ถึง ปี พ.ศ. 2561 มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเรื่อย ๆ เนื่องจากความสามารถในการปรับตัวของผู้ประกอบการไทย และรวมถึงการพัฒนารูปแบบสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในประเทศที่มีกำลังซื้อสูง



ภาพประกอบ 2 อัตราการขยายตัวของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง
ที่มา: กระทรวงพาณิชย์ (2562)

แม้ว่ามูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจากไทยไปฮ่องกงจะมีแนวโน้มมูลค่าที่เพิ่มขึ้น แต่อัตราการขยายตัวของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปฮ่องกงกลับหดตัว ในปีพ.ศ. 2561 อัตราการส่งออกลดลงร้อยละ -11.08 (ดังภาพประกอบ 2) เนื่องจากอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยต้องเผชิญกับอุปสรรคทางการค้าและคู่แข่งที่มีอัตราค่าแรงที่ต่ำ สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน ประกอบกับการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกเนื่องจากเศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัวค่อนข้างช้า อีกทั้งสงครามค่าเงินที่สหรัฐฯ กดดันไม่ให้ปรับอัตราดอกเบี้ยขึ้นจะส่งผลให้ค่าเงินบาทของไทยแข็งค่าขึ้น และความผันผวนของค่าเงินในกลุ่มตลาดเกิดใหม่ส่งผลกระทบต่อความผันผวนของตลาดเงินโลก จึงเป็นประเด็นที่นักศึกษาว่าตัวแปรใดบ้างมีผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปฮ่องกง และมีผลกระทบในทิศทางใด เพื่อเพิ่มศักยภาพในอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง และสามารถนำผลการศึกษามาใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจศึกษาในเรื่องอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการส่งออก ตลอดจนเป็นแนวทางให้ภาครัฐในการออกนโยบายสนับสนุนและส่งเสริม

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง

คำถามในการวิจัย

ปัจจัยทางเศรษฐกิจใดบ้างที่มีผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง

สมมติฐานในการวิจัย

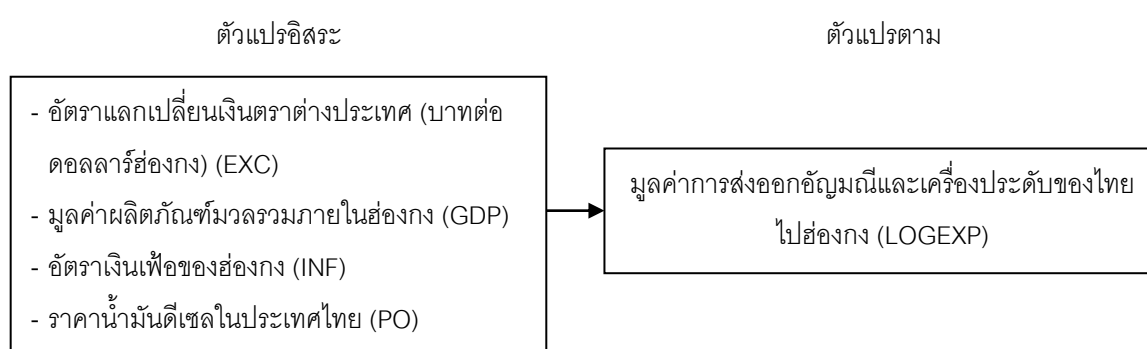
1. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (บาทต่อดอลลาร์ฮ่องกง) มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกงในทิศทางเดียวกัน
2. มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในฮ่องกง มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกงในทิศทางเดียวกัน
3. อัตราเงินเฟ้อของฮ่องกงมีความสัมพันธ์กับมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกงในทิศทางตรงกันข้าม
4. ราคาน้ำมันดีเซลในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกงในทิศทางตรงกันข้าม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อเป็นแนวทางให้รัฐบาลในการกำหนดนโยบายในการสนับสนุนผู้ประกอบการ โดยพิจารณาจากความสัมพันธ์ของปัจจัยทางเศรษฐกิจกับมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “ปัจจัยเศรษฐกิจที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง” ผู้วิจัย กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ดังนี้



ภาพประกอบ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ประเทศไทย และเขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน

2. ขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2547 ถึงไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2561

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2547 ถึง ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2561 รวมทั้งสิ้น 60 ไตรมาส

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมไว้แล้วมาในการวิเคราะห์ เพราะฉะนั้นจึงไม่ได้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) จากผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งข้อมูลแบบทุติยภูมิ ผู้วิจัยสามารถหาได้จากหน่วยงานต่าง ๆ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้ปฏิบัติตามหลักการเก็บข้อมูลทางสถิติอย่างเคร่งครัด

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้เลือกใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธีการประมาณค่าสมการถดถอยเชิงซ้อน โดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares Method: OLS)

สมการที่ 1 การศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง คือ

$$\text{LOGEXP} = b_0 + b_1 \text{EXC} + b_2 \text{GDP} + b_3 \text{INF} + b_4 \text{PO} \dots\dots\dots(1)$$

โดยรายละเอียดขั้นตอนในการศึกษามีดังต่อไปนี้ การทดสอบ Unit Root Test การตรวจสอบปัญหา Multicollinearity การตรวจสอบปัญหา Heteroskedasticity การตรวจสอบปัญหา Autocorrelation และการวิเคราะห์ผลการประมาณการถดถอย (Multiple Linear Regressions)

ผลการวิจัย

1. การทดสอบ Unit Root Test พบรายละเอียดดังนี้

ตาราง 1 ผลการทดสอบ Unit Root Test ด้วยวิธี Augmented Dickey-Fuller Test

ตัวแปร	Level	1 st difference	2 nd difference
1. LOGEXP	-2.488061	-18.42823***	-
2. EXC	-4.511898***	-	-
3. GDP	0.624689	-2.679577	-29.97765***
4. INF	-9.494569***	-	-
5. PO	-3.488531**	-	-

ที่มา: ได้จากการคำนวณ

หมายเหตุ: ตัวเลขในตาราง คือ ค่า t-statistics ของการทดสอบ Unit Root Test

*** มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

จากการทดสอบพบว่า ตัวแปร EXC INF และ PO มีคุณสมบัติ Stationary ที่ระดับของข้อมูล (Level) ในขณะที่ตัวแปร LOGEXP มีคุณสมบัติ Stationary ที่ระดับของข้อมูล (1st difference) ส่วนตัวแปร GDP มีคุณสมบัติ Stationary ที่ระดับของข้อมูล (2nd difference)

2. การตรวจสอบปัญหา Multicollinearity พบรายละเอียดดังนี้

ตาราง 2 ผลการตรวจสอบปัญหา Multicollinearity ด้วยวิธี Correlation Analysis

	EXC	GDP	INF	PO
EXC	1.000000	-0.421583	-0.108931	-0.550838
GDP	-0.421583	1.000000	-0.029366	0.360051
INF	-0.108931	-0.029366	1.000000	0.117998
PO	-0.550838	0.360051	0.117998	1.000000

ที่มา: ได้จากการคำนวณ

จากการคำนวณหาค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแสดงได้ดังเมทริกซ์สหสัมพันธ์ Correlation พบว่าไม่มีค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระคู่ใด ๆ ที่มีค่ามากกว่า 0.8 นั่นคือตัวแปรอิสระในแบบจำลองสุดท้ายไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อกันในระดับสูง

3. การตรวจสอบปัญหา Heteroskedasticity พบรายละเอียดดังนี้

ตาราง 3 ผลการตรวจสอบปัญหา Heteroskedasticity ด้วยวิธี Breusch-Pagan-Godfrey Test

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey			
F-statistic	0.584403	Prob. F (4,55)	0.6752
Obs*R-squared	2.446154	Prob. Chi-Square(4)	0.6543
Scaled explained SS	7.555176	Prob. Chi-Square(4)	0.1093

ที่มา: ได้จากการคำนวณ

ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของตัวคลาดเคลื่อน (Error) พบว่า ไม่เกิดปัญหา Heteroskedasticity เนื่องจาก ค่า Prob. ของ Obs*R-squared = 0.6752 มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05

4. การตรวจสอบปัญหา Autocorrelation พบรายละเอียดดังนี้

ตาราง 4 ผลการตรวจสอบปัญหา Autocorrelation ด้วยวิธี Breusch-Godfrey Test

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:			
F-statistic	1.808833	Prob. F (6,49)	0.1168
Obs*R-squared	10.87966	Prob. Chi-Square(6)	0.0922

ที่มา: ได้จากการคำนวณ

ผลการทดสอบปัญหา Autocorrelation เป็นการตรวจสอบว่าตัวคลาดเคลื่อนมีการกระจายที่เป็นอิสระต่อกันตามข้อสมมติพื้นฐานของวิธีการกำลังสองน้อยที่สุด (OLS) หรือไม่ พบว่า ไม่เกิดปัญหา Autocorrelation เนื่องจาก ค่า Prob. ของ Obs*R-squared = 0.1168 มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05

5. การวิเคราะห์ผลการประมาณการถดถอย (Multiple Linear Regressions)

ตาราง 5 ตารางการวิเคราะห์ผลการประมาณการถดถอย

Dependent Variable: LOGEXP				
Method: Least Squares				
Sample (adjusted): 1 60				
Included observations: 60				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.223956	0.594865	2.057535	0.04444
EXC	-0.078421	0.085668	-0.915410	0.3640
GDP	0.0000016	0.000000357	4.476976	0.0000
INF	-0.024788	0.010274	-2.412846	0.0192
PO	0.034132	0.009661	3.532923	0.0008
R-squared	0.576203	Mean dependent var		2.548908
Adjusted R-squared	0.545381	S.D. dependent var		0.434179
S.E. of regression	0.292747	Akaike info criterion		0.460641
Sum squared resid	4.713554	Schwarz criterion		0.635170
Log likelihood	-8.819240	Hannan-Quinn criter.		0.528909

F-statistic	18.69477	Durbin-Watson stat	1.634912
Prob(F-statistic)	0.000000		

ที่มา: ได้จากการคำนวณ

ผลการวิเคราะห์ แสดงในรูปแบบสมการได้ดังนี้

$$\text{LOGEXP} = 1.223956 - 0.078421(\text{EXC}) + 0.0000016(\text{GDP}) - 0.024788(\text{INF}) + 0.034132(\text{PO})$$

$$(2.057535)^{***} \quad (-0.915410) \quad (4.476976)^{***} \quad (-2.412846)^{**} \quad (3.532923)^{***}$$

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t-statistics

*** มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

โดยพบว่า ปัจจัยเศรษฐกิจที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในฮ่องกง (GDP) และราคาน้ำมันดีเซลประเทศไทย (PO) มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 และอัตราเงินเฟ้อฮ่องกง (INF) มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในฮ่องกง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ เมื่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในฮ่องกงเพิ่มขึ้น 1 ล้านดอลลาร์ฮ่องกง จะทำให้มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกงเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.00016

2. อัตราเงินเฟ้อฮ่องกง มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ เมื่ออัตราเงินเฟ้อฮ่องกงเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกงลดลงร้อยละ 2.48

3. ราคาน้ำมันดีเซลในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ เมื่อราคาน้ำมันดีเซลในประเทศไทยเพิ่มขึ้น 1 บาท จะทำให้มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกงเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.4

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในฮ่องกง อัตราเงินเฟ้อฮ่องกง และราคาน้ำมันดีเซลในประเทศไทย นั้นแสดงว่า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยทั้ง 3 ตัว จะส่งผลให้มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกงเปลี่ยนแปลงไป ส่วนปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์ฮ่องกง อาจเป็นเพราะอัตราแลกเปลี่ยนมีผลกระทบต่อราคาของอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งอาจทำให้ราคา

สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเพิ่มสูงขึ้นและเนื่องจากอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่าตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์ฮ่องกงไม่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคฮ่องกง จึงไม่กระทบต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง

อภิปรายผล

งานวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาปัจจัยเศรษฐกิจที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง มีการอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. ผลผลิตทั้งหมดรวมภายในฮ่องกง มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้และงานวิจัยของ (ชาติชาย ทิพยมนตรี. 2547) พบว่าผลผลิตทั้งหมดรวมภายในประเทศ มีผลต่ออุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกในทิศทางเดียวกัน
2. อัตราเงินเฟ้อฮ่องกง มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้และงานวิจัยของ (พรณี ช้วนลิ้ม. 2550) ที่ได้คือ อัตราเงินเฟ้อภายในประเทศมีความสัมพันธ์กับมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยในทิศทางตรงข้าม
3. ราคาน้ำมันดีเซลในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง ซึ่งขัดแย้งกับสมมติฐานที่ตั้งไว้และงานวิจัยของ (วงศ์ศักดิ์ พรหมแก้ว; และ จิราภรณ์ ชาวธงชัย. 2560) ที่ได้คือ ราคาน้ำมันดีเซลในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปสวิตเซอร์แลนด์ในทิศทางตรงกันข้าม

ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรคำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่แตกต่างจากงานวิจัยในครั้งนี้ เช่น ดัชนีราคาอัญมณี อัตราดอกเบี้ย เป็นต้น และข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ จากการวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากราคาน้ำมันดีเซลในประเทศไทยส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง ดังนั้นภาครัฐควรควบคุมราคาของน้ำมันดีเซลให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงพาณิชย์. (2562ก). **มูลค่าการส่งออกของประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2562, จาก <http://trade.report.moc.go.th/Report/>.
- _____. (2562ข). **มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปฮ่องกง**. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2562, จาก <http://tradereport.moc.go.th/Report/>.
- _____. (2562ค). **สินค้าส่งออกสำคัญของไทย**. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2562, จาก <http://tradereport.moc.go.th/Report/>.
- ชาติชาย ทิพยมนตรี. (2547). **ผลการลงทุนโดยตรงจากสหรัฐอเมริกาในภาคอุตสาหกรรมต่อการส่งออกสินค้าจากประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- พรรณี ช้วนลิ้ม. (2550). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ของไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ยุพดี เมธามนตรี. (2550). **การศึกษาการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปสหรัฐอเมริกา**. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วงศ์ศักดิ์ พรหมแก้ว; และ จิราภรณ์ ชาวงษ์. (2560). **ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปประเทศสวิตเซอร์แลนด์**. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยหอการค้า, 795-808.
- ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ. (2562). **สถิติการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย**. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2562, จาก <https://infocenter.git.or.th/ReportTrading.aspx>.

NBUS0132: การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกของโซลาร์เซลล์ไทยไปประเทศจีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา

THE FORECASTING OF SOLAR CELL EXPORT VALUE FROM THAILAND TO CHINA, JAPAN, AND THE UNITED STATES OF AMERICA

นางสาวนิพาดา ของงาม¹ เก นันทะเสน² นิโรจน์ สันณรงค์³ วราภรณ์ นันทะเสน⁴

^{1,2,3,4} มหาวิทยาลัยแม่โจ้

บทคัดย่อ

โซลาร์เซลล์เป็นแหล่งพลังงานที่สำคัญ ทำให้ประเทศไทยมีการส่งเสริมการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน เพื่อแทนพลังงานฟอสซิลที่กำลังจะหมดไป ประเทศไทยมีการส่งออกโซลาร์เซลล์ไปยังประเทศอื่น โดยมูลค่าการส่งออกประเทศจีน ญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อคาดการณ์การส่งออกโซลาร์เซลล์ในอนาคตจากประเทศไทยไปยังจีน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกาและเปรียบเทียบการพยากรณ์ของมูลค่าการส่งออกของแต่ละประเทศ โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาข้อมูลรายเดือนตั้งแต่เดือนมกราคม 2555 – มิถุนายน 2562 เป็นเวลา 90 เดือน โดยใช้ข้อมูลเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ และเปรียบเทียบแบบจำลอง Autoregressive Integrated Moving Average (ARIMA) และExponential Smoothing Method ผลการวิจัยพบว่า การคาดการณ์มูลค่าการส่งออกของโซลาร์เซลล์จากประเทศไทยไปยังจีน ญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกาในปี 2564 ซึ่งมีแนวโน้มเป็นบวกหรือลบ การคาดการณ์ได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและแตกต่างกัน

คำสำคัญ: การพยากรณ์ มูลค่าการส่งออก, โซลาร์เซลล์, วิธ้อนุกรมเวลา, ปรับให้เรียบแบบเอกซ์โพเนนเชียล

Abstract

Solar cell is an important source of energy. Thailand is promoting the electricity production from renewable energy for to replace fossil fuels. And, Thailand has export solar cell to another countries which export value were increased to China, Japan, and the United States. Therefore, this study aims to forecast the future exports of solar cells from Thailand to China, Japan, and the United States in any direction and compare the forecast of the export value of each country by using time series data, monthly data from January 2012 – June 2019 for 90 months by using Descriptive Research for analysis and compared between Autoregressive Integrated Moving Average (ARIMA), and Exponential Smoothing Method were applied. The results showed the forecasting of export value of solar cell from Thailand to China, Japan, and the United States in 2021 which trend was positive. The forecast had increased continuous and different

Keyword: Forecasting, Export Value, Solar cell, Time series method, Exponential Smoothing

บทนำ

ปัจจุบันทั่วโลกได้เล็งเห็นความสำคัญของพลังงานที่กำลังจะหมดไป ด้วยการสร้างพลังงานทดแทนหรือพลังงานสะอาดเข้ามาใช้งาน พร้อมกับการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Leonics Green Energy Team. 2016) โดยมีการส่งเสริมทั้งด้านการผลิตและการใช้พลังงานทดแทน เนื่องจากนำมาใช้แทนพลังงานฟอสซิลที่กำลังจะหมดไปของแต่ละทวีป ทั้งนี้ คาดว่าประชากรโลกจะเติบโตและเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (GREEN WORLD. 2018) ดังนั้นความต้องการใช้ไฟฟ้าทั่วโลกสำหรับภาคไฟฟ้าจะเพิ่มขึ้นภายในปี พ.ศ.2593 ทำให้หลายประเทศทั่วโลกหันมาใช้พลังงานทดแทนซึ่งเป็นพลังงานสะอาดและใช้ไม่มีวันหมด ที่จะเข้ามาแทนที่พลังงานหลักได้ 100% อีกทั้งยังคาดการณ์ว่าพลังงานแสงอาทิตย์จะเติบโตมากสุดในช่วงปี 2561-2566 เมื่อเทคโนโลยีการผลิตไฟฟ้าโดยพลังงานแสงอาทิตย์เข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในระดับอุตสาหกรรมหรือครัวเรือน อย่างไรก็ตาม สำนักงานพลังงานสากล (International Energy Agency: IEA) คาดการณ์ว่าในปี 2023 ทั่วโลกจะนำพลังงานแสงอาทิตย์มาผลิตกระแสไฟฟ้าเพิ่มขึ้นประมาณ 2% (Idgthailand. 2562)

พลังงานจากแสงอาทิตย์ (Solar Energy) เป็นพลังงานทางเลือกหรือพลังงานสะอาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากที่สุดอย่างหนึ่ง และเทคโนโลยีแผงโซลาร์เซลล์ที่ถูกพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และต้นทุนต่ำ อีกทั้งกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วต่างนิยมใช้ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์กันอย่างแพร่หลายทั้งในภาคธุรกิจและภาคครัวเรือน ทำให้มีความต้องการใช้แผงโซลาร์เซลล์ (Solar Cells Modules) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันในประเทศหลักๆ ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ได้แก่ อินเดีย จีน ญี่ปุ่น ไทย และ ออสเตรเลีย ส่วนในยุโรปได้แก่ ประเทศเยอรมนี สหราชอาณาจักร อิตาลีและฝรั่งเศส รวมถึงในอเมริกาเหนือ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา และแคนาดา (OIE, 2015) ซึ่งสหรัฐอเมริกาเป้าหมายพัฒนาเมืองและผลักดันให้เป็นเมืองใช้พลังงานสะอาดในอนาคต และผลิตไฟฟ้าแต่ละปีให้ได้มาก มีใช้ทุกครัวเรือน โดยจะติดตั้งบนหลังคา หรือบนพื้นรอบบ้าน

ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชีย เช่น ประเทศอินเดีย ประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น ประเทศไทย ได้มีโครงการในการผลิตพลังงานทดแทนจากแสงอาทิตย์ หรือโซลาร์เซลล์ เพื่อทดแทนพลังงานฟอสซิลที่กำลังจะหมดไป โดยรัฐบาลอินเดียมีแผนสร้างโรงไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยให้การสนับสนุนรับซื้อไฟฟ้าที่ภาคเอกชนและครัวเรือนผลิตได้ (S. Sueangam และ P. Sukanthavanich. 2015) และประเทศจีนมีโครงการสร้างโรงงานไฟฟ้าโซลาร์เซลล์แบบลอยน้ำ ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก และเชื่อมต่อกับระบบส่งจ่ายพลังงานไฟฟ้าของประเทศไทย (NEW18. 2017) ทั้งนี้ รัฐบาลญี่ปุ่นมีโครงการที่จะสร้างโรงไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ และประกาศจัดเก็บภาษีในอัตราพิเศษ มีการกระตุ้นให้บ้านเรือนและอาคารสำนักงานทั้งหลาย หันมาติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ เพื่อผลิตพลังงานขึ้นมาใช้เอง (ENERGY REFORM, 2016) อีกทั้ง ประเทศไทย มีโครงการการพัฒนาระบบไฟฟ้า ด้วยการใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาประเทศสู่ Thailand 4.0 ให้เป็นระบบไฟฟ้าทันสมัย สามารถรองรับสัดส่วนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนและมาตรการอนุรักษ์พลังงานได้ (Siamrath. 2019)

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมโซลาร์เซลล์ในประเทศไทยเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ สถานการณ์การใช้พลังงานทดแทน ในช่วงปี 2561 ประเทศไทยนั้น มีการใช้พลังงานทดแทน 12,725 พันตันเทียบเท่าน้ำมันดิบเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน 8.8% (Idgthailand. 2562) รวมทั้งในปี พ.ศ.2558 มีมูลค่าการส่งออกโซลาร์เซลล์อยู่ที่ 187.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และในปี พ.ศ.2559 มีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 847.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทำให้อัตราการเติบโตของโซลาร์เซลล์เพิ่มขึ้นมากถึงร้อยละ 351.47 เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกปี พ.ศ.2558 และ พ.ศ.2560 ประเทศไทยกลายเป็นผู้ส่งออกโซลาร์เซลล์อันดับ 1 ไปยังสหรัฐอเมริกาของอุตสาหกรรมไฟฟ้ากำลัง (Electrical and

Electronics Intelligence Unit: EIU, 2017) และประเทศไทยได้ส่งออกโซลาร์เซลล์ไปยังสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นทั้งปริมาณและมูลค่าการส่งออก และเริ่มมีการส่งออกโซลาร์เซลล์ไปยังตลาดส่งออกหลักอื่น ๆ เพิ่มขึ้น เช่น จีน และ ญี่ปุ่น โดยตลาดจีน มีมูลค่าการส่งออก 11.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อัตราการขยายตัว 238.75 % ในตลาดญี่ปุ่น มีมูลค่าการส่งออก 0.14 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการขยายตัว 82.28 % (Electrical and Electronics Intelligence Unit: EIU, 2018)

ปัจจุบันประเทศไทยมีโครงการ Thailand 4.0 ที่ส่งเสริมการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน อีกทั้งประเทศไทยได้มีการส่งออกโซลาร์เซลล์เพิ่มขึ้นทุกปีและกลายเป็นผู้ส่งออกโซลาร์เซลล์เป็นอันดับ 1 เมื่อ พ.ศ.2560 ทำให้มูลค่าการส่งออกโซลาร์เซลล์จากประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น แต่ในปี พ.ศ.2561 มูลค่าการส่งออกโซลาร์เซลล์จากประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกาลดลง ส่งผลให้ประเทศไทยได้หันไปพึ่งพาการส่งออกตลาดจีนและญี่ปุ่น เพื่อช่วยลดปัญหาตลาดส่งออกของโซลาร์เซลล์ที่ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจในประเทศ ดังนั้นการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์การส่งออกโซลาร์เซลล์ของประเทศไทย และเพื่อพยากรณ์มูลค่าการส่งออกโซลาร์เซลล์ของประเทศไทยไปประเทศจีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา

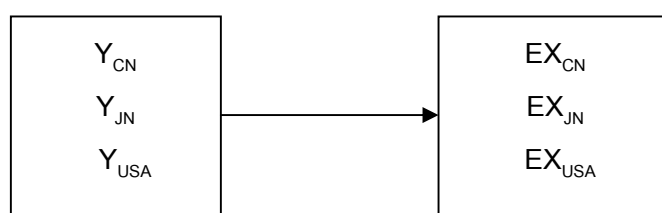
วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์การส่งออกโซลาร์เซลล์ของประเทศไทย
2. เพื่อพยากรณ์มูลค่าการส่งออกโซลาร์เซลล์ของประเทศไทยไปยังประเทศจีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ช่วยให้อุตสาหกรรมโซลาร์เซลล์มีการคาดการณ์ วางแผนการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการความต้องการของแต่ละประเทศที่จะต้องการการส่งออก โดยสามารถนำค่าการพยากรณ์ไปใช้เพื่อการวางแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อช่วยให้รัฐบาลสามารถวางแผนการผลิตจากความต้องการของผู้บริโภค โดยดูผลจากการคาดการณ์และแนวโน้มของการพยากรณ์ที่ได้ ถ้าหากแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้น รัฐบาลควรจะมีนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมโซลาร์เซลล์ เช่น พัฒนาเทคโนโลยี ทำให้กระบวนการผลิตโซลาร์เซลล์ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น และสามารถผลิตโซลาร์เซลล์ในต้นทุนที่ต่ำ ซึ่งประเทศไทยจำเป็นต้องพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี ก้าวให้ทันประเทศอื่น ๆ แต่ถ้าหากมีแนวโน้มการส่งออกที่ลดลง รัฐบาลควรมีมาตรการการป้องกัน เพื่อช่วยเหลือผู้ผลิตภายในประเทศเบื้องต้น

กรอบแนวคิด



Y_{CN} = การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกของโซลาร์เซลล์ไทยไปประเทศจีน

Y_{JN} = การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกของโซลาร์เซลล์ไทยไปประเทศญี่ปุ่น

Y_{USA} = การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกของโซลาร์เซลล์ไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา

EX_{CN} = มูลค่าการส่งออกโซลาร์เซลล์ไทยไปประเทศจีน

EX_{JN} = มูลค่าการส่งออกโซลาร์เซลล์ไทยไปประเทศญี่ปุ่น

EX_{USA} = มูลค่าการส่งออกประเทศโซลาร์เซลล์ไทยไปสหรัฐอเมริกา

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาด้านการพยากรณ์การส่งออกโซลาร์เซลล์และการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกโซลาร์เซลล์จากประเทศไทยไปยังจีน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ โดยใช้ข้อมูลรายเดือนตั้งแต่ มกราคม พ.ศ.2555 ถึง มิถุนายน พ.ศ.2562 เป็นระยะเวลา 90 เดือน จากศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (Electrical and Electronics Institute, 2019) โดยใช้ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ในการวิเคราะห์ เพื่อให้ได้ผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จะวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์สถานการณ์แนวโน้มการส่งออกโซลาร์เซลล์ของประเทศหรือการเติบโตการผลิตไฟฟ้าจากโซลาร์เซลล์ และอุตสาหกรรมพลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น และเพื่อให้ได้ผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ได้มีการใช้แบบจำลอง Autoregressive Integrated Moving Average (ARIMA) เนื่องจากเป็นแบบจำลองที่ต้องใช้ข้อมูลในอดีตเพื่อกำหนดรูปแบบปัจจุบันและอธิบายแนวโน้มหรือปรากฏการณ์ของตัวเองใน และ Exponential Smoothing Method เป็นการพยากรณ์ที่ได้รับความนิยมมากวิธีการหนึ่ง ซึ่งเป็นวิธีการหาค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก ด้วยสัมประสิทธิ์การปรับเรียบ (α) ที่ให้ความสำคัญของข้อมูลเวลาล่าสุดมากหลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์

1. Autoregressive Integrated Moving Average (ARIMA)

แบบจำลอง ARIMA เป็นแบบจำลองที่ได้รับความนิยม และเป็นวิธีที่ให้ค่าพยากรณ์ในระยะสั้นที่ดี เนื่องจากวิธีนี้มีค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนกำลังสอง (Mean Square Error : MSE) ของการพยากรณ์ที่ได้จะต่ำกว่าวิธีอื่นๆ แบบจำลอง ARIMA (p,d,q) ประกอบด้วย Auto Regressive (AR(p)) Integrated (I(d)) Moving Average (MA(q)) ถ้านำแบบจำลอง Auto Regressive แบบจำลอง Moving Average และ Integrated มารวมกันสามารถนำมากำหนดเป็นรูปแบบทั่วไปของแบบจำลอง ARIMA ที่ใช้ในการประมาณการคือ แบบจำลอง ARIMA (p,d,q) ได้สมการดังนี้

$$\Delta^d Ex_t = \theta + \alpha_1 \Delta^d Ex_{t-1} + \alpha_2 \Delta^d Ex_{t-2} + \dots + \alpha_p \Delta^d Ex_{t-p} + \varepsilon_t - \beta_1 \varepsilon_{t-1} - \dots - \varepsilon_q - \beta_q \varepsilon_{t-q}$$

เมื่อ x_t คือ ค่าสังเกตในอนุกรมเวลา ณ ช่วงเวลาที่ t

d คือ จำนวนครั้งในการหาผลต่างเพื่อทำให้อนุกรมเวลามีความนิ่ง

p คือ ลำดับของ Autoregressive (AR)

q คือ ลำดับของ Moving Average (MA)

θ คือ ค่าคงที่

Δ^d คือ ผลต่างอันดับที่ d

$\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_p$ คือ ค่าพารามิเตอร์ของ Auto Regressive (AR)

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_q$ คือ ค่าพารามิเตอร์ของ Moving Average (MA)

ϵ_t คือ ค่าพารามิเตอร์ซึ่งจะแสดงถึงค่าสัมประสิทธิ์ของแนวโน้มที่จะกำหนดได้ เมื่อ $d > 0$ ดังนั้นให้ $\theta \neq 0$ หากอนุกรมเวลาแสดงแนวโน้มอย่างชัดเจน

2. Exponential Smoothing Method

เป็นวิธีที่ใช้หลักการของการหาค่าเฉลี่ยวิธีหนึ่ง โดยให้น้ำหนักความสำคัญกับข้อมูลใหม่มาก ค่าพยากรณ์จะตอบสนองกับข้อมูลใหม่เป็นหลัก เหมาะกับข้อมูลที่มีการเปลี่ยนแปลงและคาดเดาได้ยาก และแบบจำลองการปรับให้เรียบแบบเอกซ์โพเนนเชียล เป็นวิธีการพยากรณ์อนุกรมเวลาสำหรับข้อมูลที่ไม่เปลี่ยนแปลงซึ่งสามารถขยายเพื่อรองรับข้อมูลที่มีแนวโน้มหรือตามฤดูกาล โดยการพยากรณ์ที่ใช้วิธีการปรับให้เรียบแบบเอกซ์โพเนนเชียลเป็นค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของข้อมูลในอดีต ถ้าหากค่าที่เข้าใกล้กับ 1 หมายถึงการเรียนรู้ที่รวดเร็ว (นั่นคือเฉพาะค่าล่าสุดที่มีผลต่อการพยากรณ์) ในขณะที่ค่าที่เข้าใกล้กับ 0 หมายถึงการเรียนรู้ช้า (การสังเกตในอดีตมีอิทธิพลอย่างมากต่อการพยากรณ์) จะได้สมการ ดังนี้

$$F_t = \alpha Y_{t-1} + (1-\alpha)F_{t-1}$$

เมื่อ F_t คือ ค่าพยากรณ์ในช่วงเวลา t

F_{t-1} คือ ค่าพยากรณ์ในช่วงเวลา $t-1$

Y_{t-1} คือ ค่าจริงในช่วงเวลา $t-1$

α คือ ค่าถ่วงน้ำหนักปรับเรียบ $0 \leq \alpha \leq 1$ หรือค่าคงที่ที่ทำให้เรียบระหว่างข้อมูลกับค่าพยากรณ์ มีค่าระหว่าง 0-1

ผลการวิจัย

1. Autoregressive Integrated Moving Average (ARIMA)

ตาราง 1 ทดสอบ Unit Root test ของ Dickey and Fuller

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.*
Export value of China	0.096663	0.043211	2.236991	0.0283
Export value of Japan	-2.434226	1.103651	-2.205612	0.0305
Export value of USA	0.083580	0.083888	0.996329	0.0000*

ตาราง 1 แสดงการทดสอบ Unit Root test ซึ่งเป็นการทดสอบระดับค่าความนิ่งของข้อมูลที่มีความแตกต่างกัน โดย มูลค่าการส่งออกของจีน ข้อมูลหนึ่งที่ level จะได้ I (0) และมูลค่าการส่งออกของญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา ข้อมูลหนึ่งที่ 1st difference จะได้ I (1) เพราะความน่าจะเป็น หมายถึงระดับนัยสำคัญที่ 0.1 (90%), 0.05 (95%) หรือ 0.01 (99%) กับค่าที่ค่า p น้อยกว่าหรือเท่ากับ ถือว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ (Lacey, 2014) ดังนั้น Integrated (I) จึงเป็นวิธีหนึ่งในการวิเคราะห์ Autoregressive Integrated Moving Average (ARIMA) และเป็นรูปแบบที่เหมาะสมที่สุด

ตาราง 2 ทดสอบแบบจำลอง Autoregressive Integrated Moving Average (ARIMA)

Countries	ARMA	AIC value
China	(2,4) (0,0)	3.22475981271
Japan	(3,4) (0,0)	2.81424673372
USA	(0,1) (0,0)	3.9348465966

ตาราง 2 แสดงข้อมูลการพยากรณ์เพื่อใช้แบบจำลอง ARIMA โดยเลือกค่า Akaike Information Criterion (AIC) อย่างน้อยที่สุด เพราะจะสะท้อนถึงประสิทธิภาพของแบบจำลอง โดยการวัดข้อมูลและมีความเหมาะสมของพฤติกรรมต่อข้อมูลอนุกรมเวลา (Unknown, 2560) ซึ่งจะเลือกค่า AIC น้อยที่สุดของแต่ละประเทศ

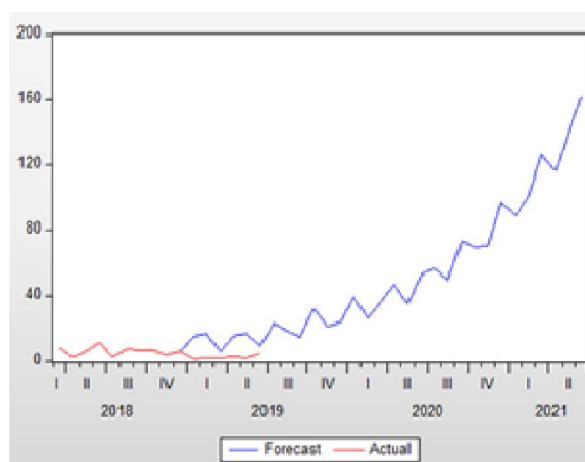
จีน คือ 3.22475981271 และ ARMA ที่เลือกคือ (2,4) (0,0)

ญี่ปุ่น คือ 2.81424673372 และ ARMA ที่เลือกคือ (3,4) (0,0)

สหรัฐอเมริกา คือ 3.9348465966 และ ARMA ที่เลือกคือ (0, 1) (0,0)

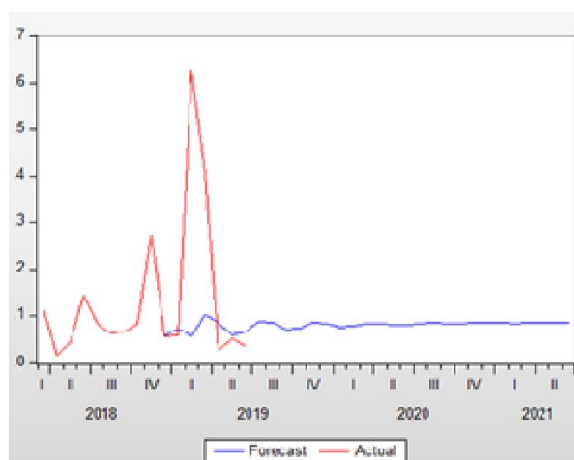
ดังนั้นแบบจำลอง Autoregressive Integrated Moving Average ที่เป็นไปได้ของชุดข้อมูลนี้มีรูปแบบคือ ARIMA ของจีน (2, 0, 4) จาก AR (2) I (0) MA (4) ARIMA ของญี่ปุ่น (3, 0, 4) จาก AR (3) I (0) MA (4) และ ARIMA ของสหรัฐอเมริกา (0, 1, 1) จาก AR (0) I (1) MA (1)

รูปภาพ 1 การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกของโซลาร์เซลล์ไทยไปประเทศจีน ARIMA



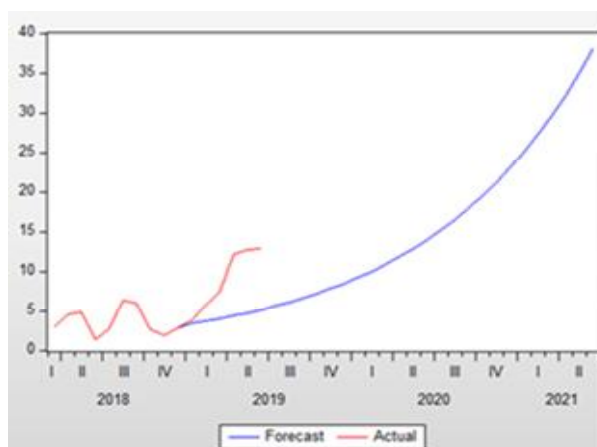
รูปภาพที่ 1 แสดงผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกของโซลาร์เซลล์จากประเทศไทยไปยังจีนในอนาคตในปี 2562-2564 เป็นระยะเวลา 2 ปี 6 เดือน โดย ARIMA ซึ่งใช้มูลค่าการส่งออกในอดีตเพื่อพยากรณ์มูลค่าของการส่งออกในอนาคต (2, 0, 4) ซึ่งมีแนวโน้มเป็นบวก ทำให้ผลของการคาดการณ์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและในปี พ.ศ. 2563 – 2564 จะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

รูปภาพ 2 การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกของโซลาร์เซลล์ไทยไปประเทศญี่ปุ่น ARIMA



รูปภาพ 2 แสดงผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกของโซลาร์เซลล์จากประเทศไทยไปยังญี่ปุ่นในอนาคตในปี 2562-2564 เป็นระยะเวลา 2 ปี 6 เดือน โดย ARIMA ซึ่งใช้มูลค่าการส่งออกในอดีตเพื่อพยากรณ์มูลค่าของการส่งออกในอนาคต (3, 0, 4) ซึ่งมีแนวโน้มที่เป็นบวกและลบ ทำให้ผลของการการคาดการณ์มีความผันผวน หรือการคาดการณ์อาจจะมีความแปรผันตามฤดูกาล

รูปภาพ 3 การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกของโซลาร์เซลล์ไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา ARIMA



รูปภาพ 3 แสดงผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกของโซลาร์เซลล์จากประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกาในอนาคตในปี 2562-2564 เป็นระยะเวลา 2 ปี 6 เดือน โดย ARIMA ซึ่งใช้มูลค่าการส่งออกในอดีตเพื่อพยากรณ์มูลค่าของการส่งออกในอนาคต (0, 1, 1) ซึ่งมีแนวโน้มเป็นบวก ทำให้ผลของการการคาดการณ์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและในปี พ.ศ. 2563 - 2564 จะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

2. Exponential Smoothing Method

ตาราง 3 ทดสอบแบบจำลอง Exponential Smoothing

Countries	Model	AIC value	α (alpha)
China	M,MD,M	166.368	0.591087
Japan	M,N,N	135.757	0.516573
USA	M,AD,N	643.265	0.482172

ตาราง 3 แสดงข้อมูลการพยากรณ์เพื่อใช้แบบจำลอง Exponential Smoothing โดยเลือกค่า Akaike Information Criterion (AIC) อย่างน้อยที่สุด เพราะจะสะท้อนถึงประสิทธิภาพของแบบจำลอง โดยการวัดข้อมูลและมีความเหมาะสมของพฤติกรรมต่อข้อมูลอนุกรมเวลา (Unknown, 2560) ซึ่งจะเลือกค่า AIC น้อยที่สุดของแต่ละประเทศ

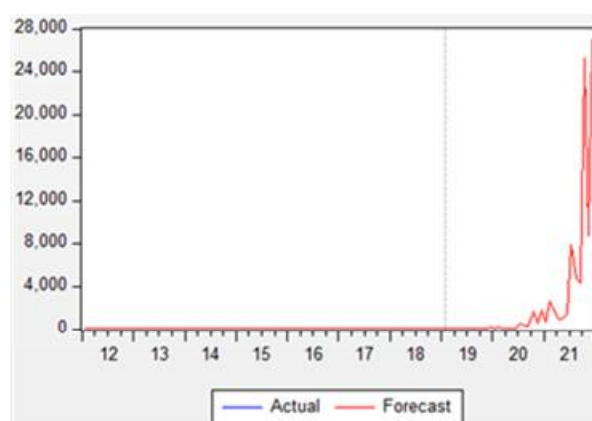
จีน คือ 166.368 และ Model ที่เลือกคือ M,MD,M

ญี่ปุ่น คือ 135.757 และ Model ที่เลือกคือ M,N,N

สหรัฐอเมริกา คือ 643.265 และ Model ที่เลือกคือ M,AD,N

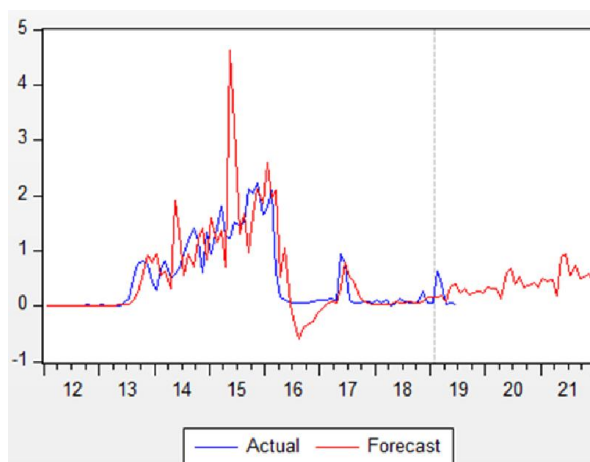
และ α (alpha) คือ ค่าคงที่ที่ทำให้เรียบระหว่างข้อมูลกับค่าพยากรณ์มีค่าระหว่าง 0-1 โดยประเทศจีน คือ 0.591087 ประเทศญี่ปุ่น คือ 0.516573 และสหรัฐอเมริกา คือ 0.482172

รูปภาพ 4 การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกของโซลาร์เซลล์ไทยไปประเทศจีน Exponential Smoothing



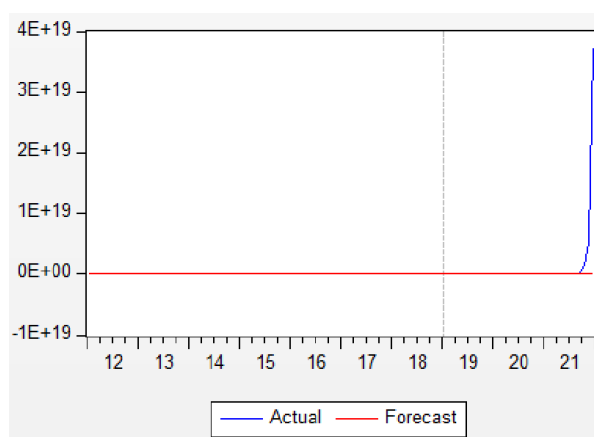
รูปภาพ 4 แสดงผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกของโซลาร์เซลล์จากประเทศไทยไปยังจีนในอนาคตในปี 2562-2564 เป็นระยะเวลา 2 ปี 6 เดือน โดย Exponential Smoothing ซึ่งใช้มูลค่าการส่งออกในอดีตเพื่อพยากรณ์มูลค่าของการส่งออกในอนาคต M,MD,M ซึ่งมีแนวโน้มเป็นบวก ทำให้ผลของการการคาดการณ์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและในปี พ.ศ. 2563 - 2564 จะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

รูปภาพ 5 การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกของโซลาร์เซลล์ไทยไปประเทศญี่ปุ่น Exponential Smoothing



รูปภาพ 5 แสดงผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกของโซลาร์เซลล์จากประเทศไทยไปยังญี่ปุ่นในอนาคตในปี 2562-2564 เป็นระยะเวลา 2 ปี 6 เดือน โดย Exponential Smoothing ซึ่งใช้มูลค่าการส่งออกในอดีตเพื่อพยากรณ์มูลค่าของการส่งออกในอนาคต M,MD,M ซึ่งมีแนวโน้มที่เป็นบวกและลบ ทำให้ผลของการคาดการณ์มีความผันผวน หรือการคาดการณ์อาจจะมีความแปรผันตามฤดูกาล และค่าการพยากรณ์เพิ่มขึ้นเล็กน้อย

รูปภาพ 6 การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกของโซลาร์เซลล์ไทยไปสหรัฐอเมริกา Exponential Smoothing



รูปภาพ 6 แสดงผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกของโซลาร์เซลล์จากประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกาในอนาคตในปี 2562-2564 เป็นระยะเวลา 2 ปี 6 เดือน โดย Exponential Smoothing ซึ่งใช้มูลค่าการส่งออกในอดีตเพื่อพยากรณ์มูลค่าของการส่งออกในอนาคต M,AD,N ซึ่งมีแนวโน้มเป็นบวก ทำให้ผลของการคาดการณ์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและในปี พ.ศ. 2564 จะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้นำเสนอวิธีการสร้างและคัดเลือกตัวแบบพยากรณ์ที่เหมาะสมกับอนุกรมเวลามูลค่าการส่งออกโซลาร์เซลล์ โดยใช้ข้อมูลรายเดือนตั้งแต่ มกราคม พ.ศ.2555 ถึงมิถุนายน พ.ศ.2562 เป็นระยะเวลา 90 เดือน จากศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (Electrical and Electronics Institute) สำหรับการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกด้วยวิธีทางเศรษฐมิติ 2 วิธี ได้แก่ Autoregressive Integrated Moving Average (ARIMA) และ Exponential Smoothing ผลการวิจัยพบว่า ทิศทางมูลค่าการส่งออกของประเทศจีนและสหรัฐอเมริกาเป็นบวกโดยมีแนวโน้มมูลค่าการส่งออกโซลาร์เซลล์เพิ่มขึ้น และประเทศญี่ปุ่นมีทิศทางเป็นบวกโดยมีแนวโน้มมูลค่าการส่งออกโซลาร์เซลล์เพิ่มขึ้น แต่มีความผันผวนอย่างมากของการพยากรณ์

อภิปรายผล

วิธีการศึกษา คือ ใช้ข้อมูลทุติยภูมิหรืออนุกรมเวลา(รายเดือน) และมีการใช้วิธีทางเศรษฐมิติของแบบจำลอง ARIMA (Auto Regressive Integrated Moving Average) ในการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกแบบจำลองที่ใช้ในการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกในอนาคต และ Unit Root test ของ Augmented Dickey Fuller (ADF) ก่อนใช้แบบจำลอง ARIMA เพื่อตรวจสอบข้อมูลให้คงที่ของข้อมูลอนุกรมเวลา และการใช้แบบจำลอง Exponential Smoothing ในการพยากรณ์ในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับชลธิชา ศรีสาราญ (2553) และประภัสสร คาสวัสดิ์ (2560). ซึ่งแตกต่างจากจินตพร หนัอินปัน, บุญอ้อม โฉมทิ และประสิทธิ์ พยัคฆพงษ์ (2555), วรางคณา เรียนสุทธิ์ (2559), Riansut, W. และ Nisan, N. (2017) ที่ได้มีการใช้ Mean Square Error (MSE) Mean Absolute Deviation (MAD) และ Mean Absolute Percent Error (MAPE) เพื่อเปรียบเทียบวิธีการพยากรณ์ของแต่ละวิธีการให้มีความแม่นยำและน่าเชื่อถือมากที่สุด และเมื่อทดสอบ Test unit root มีค่าความนิ่งที่ level และ 1st different ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Riansut, W. และ Nisan, N. (2017) ที่มีค่าความนิ่งที่ 1st different จากผลการศึกษาของการพยากรณ์ที่มีทิศทางเป็นบวกโดยมีแนวโน้มมูลค่าการส่งออกโซลาร์เซลล์เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Riansut และ Nisan (2017) ปริมาณการส่งออกไก่แปรรูปมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย และวรางคณา กิรติวิบูลย์ (2558) พบว่าการพยากรณ์การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ผลของการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยไม่ได้วิเคราะห์ถึงปัจจัยอื่นๆที่มีการส่งผลของการพยากรณ์ ดังนั้นควรวิเคราะห์ปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับค่าพยากรณ์ของมูลค่าการส่งออก เพื่อนำมาวิเคราะห์เพิ่มเติม และทำการเปรียบเทียบความเหมาะสมของแบบจำลองที่จะใช้ในการพยากรณ์

เอกสารอ้างอิง

- จินตพร หนัอินปัน, บุญอ้อม โฉมทิ และประสิทธิ์ พยัคฆพงษ์. (2555). การเปรียบเทียบวิธีการพยากรณ์ 4 วิธี สำหรับความต้องการพลังงานไฟฟ้าสูงสุด ในภาคกลางของประเทศไทย. GRC Khon Kaen University 2012: 281-290. จาก <https://gsbooks.gs.kku.ac.th/55/cdgrc13/files/pmo15.pdf>.
- ชลธิชา ศรีสาราญ. (2553). การพยากรณ์ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูป. จาก <http://www.cmustat.com/is/thesisdoc/500510604.pdf>.

- ประภัสสร คาสวัสดิ์. (2560). การเปรียบเทียบการพยากรณ์ปริมาณรถยนต์จดทะเบียนใหม่ในจังหวัดชลบุรีระหว่างวิธีอาร์มา วิธีการปรับให้เรียบแบบเอกซ์โพเนนเชียล. สหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี: 2(3): 39-50. จาก https://www.chonburi.spu.ac.th/interdiscip/interdiscip_update_count.php?id=71&name=A711487650465.pdf&status=4
- วรางคณา กীরติวิบูลย์. (2558). การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของประเทศไทย. Thai Journal Citation Index Centre. 9(2): 129-141.
- วรางคณา เรียนสุทธิ. (2559). ตัวแบบพยากรณ์มูลค่าการส่งออกไม้ยางพาราแปรรูปและเฟอร์นิเจอร์ของประเทศไทย. Naresuan University Journal: Science and Technology (NUJST). 24(3): 108-122.
- EIU, Electrical and Electronics Intelligence Unit. (2017). สถานการณ์อุตสาหกรรมโซลาร์เซลล์ในประเทศไทยที่ส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา. แหล่งที่มา <http://eiu.thaieei.com/box/Research/13/.pdf>
- EIU, Electrical and Electronics Intelligence Unit. (2018). ภาวะผลิตภัณฑ์โซลาร์เซลล์ (Solar cell) ในเดือนมิถุนายน. แหล่งที่มา eiu.thaieei.com/box/Research/30/.pdf.
- Idgthailand. (2562). Renewable Energy: กระแสพลังงานทดแทนรักษ์โลกที่แมสแล้วและจะยังแมสต่อไปในอนาคต. แหล่งที่มา <https://idgthailand.com/renewable-energy/>.
- Institute, Electrical and Electronics. (2019). โครงสร้างการส่งออกผลิตภัณฑ์ไทย. Retrieved from http://eiu.thaieei.com/IMEX_StructureExport.aspx.
- Lacey. (2014). Significance Tests for Unknown Mean and Known Standard Deviation. Retrieved from <http://www.stat.yale.edu/Courses/1997-98/101/sigtest.htm>.
- NEW18. (2017). China opens the world's largest floating cell solar plant. Retrieved from <https://www.newtv.co.th/news/2177>.
- OIE. (2015). Growing trend of electricity from solar energy. Retrieved from www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/article/solar_pv.pdf.
- REFORM, ENERGY. (2016). Japanese solar cell boom Compensate for the closure of nuclear power plants. Retrieved from <https://www.energyreform-solar.com/th/content/125/5610061.html>.
- Riansut, W. และ Nisan, N. (2017). Forecasting the Export Volume of Processed Chicken. Science and Technology, 25(2): 140-152. Retrieved from www.journal.nu.ac.th/NUJST/article/view/1788/1090.
- Siamrath. (2019). "ERC" is open for submission to the "Public Sector Solar" this May. Retrieved from <https://siamrath.co.th/n/70433>.
- Team, Leonics Green Energy. (2016). Renewable Energy VS Waste Energy. Retrieved from <http://www.leonics.co.th/html/th/aboutpower/greenway05.php>.
- Unknown. (2017). ARIMA Model for Time Series Analysis. Retrieved from <http://cway-quantlab.blogspot.com/2017/05/arima-model-for-time-series-analysis.html>.
- WORLD, GREEN. (2018). Research shows that 100% of renewable energy is actually produced worldwide. Get more value than the existing system. Retrieved from <http://www.greennetworkthailand.com/new-energy-100/>.

NBUS0133: การสร้างองค์ความรู้จากความขัดแย้ง ในการกำหนดกลยุทธ์ให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย BUILD KNOWLEDGE UP WITH PARADOX FOR SET STRATEGY TO CORPORATE ACHIEVEMENT

อนุรักษ์ เอกพยงค์¹ ผศ.ดร.อนันต์ ธรรมชาลย์²

¹ นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

² คณบดี คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

บทคัดย่อ

ความขัดแย้ง คือ หลักความคิดเบื้องต้นที่ทุกคนไม่ปรารถนา แต่ในสถานะที่ต้องถูกบังคับให้เลือก สถานการณ์จริงที่ต้องเผชิญ การเลือกข้างใดข้างหนึ่งของความขัดแย้ง คือการแก้ปัญหาชั่วคราว ที่ทำให้การทำการใด ๆ ที่ต้องการบรรลุเป้าหมาย เดินทางต่อไปได้ระยะหนึ่ง ต่อมาปัญหาความขัดแย้งนั้นก็จะกลับมาอีกครั้ง วิธีการที่จะจัดการความขัดแย้งและอยู่รอดภายใต้ความขัดแย้งนั้น คือ ต้องยอมรับความขัดแย้ง ปรับตัวเข้าหาในทุก ๆ สถานการณ์ จึงจะอยู่รอด องค์กรก็เช่นกัน ภายใต้สถานะที่แปรปรวน ไม่คงที่ หมุนเปลี่ยนรวดเร็วตามโลกโลกาภิวัตน์ องค์กรต้องยอมรับความขัดแย้งและปรับนำมาใช้ สร้างกลยุทธ์ นโยบาย กำหนดทิศทาง ภายใต้วัฒนธรรม จนกลายเป็นวิถีขององค์กร เพื่อที่จะอยู่รอด และถึงเป้าหมายด้วยความยั่งยืน ในกระแสการเปลี่ยนแปลงสู่โลกยุค 4.0 และสถานะใด ๆ ที่เกิดขึ้นในอนาคตต่อไป

บทความวิชาการเรื่อง “การสร้างองค์ความรู้จากความขัดแย้ง ในการกำหนดกลยุทธ์ให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย” มีวัตถุประสงค์ที่จะหาแนวทางในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ นวัตกรรม จากประเด็นความขัดแย้ง โดยทำการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการสร้างและจัดการกับองค์ความรู้ภายในองค์กร, การยอมรับและปรับตัวให้อยู่รอดในสถานะไม่เสถียรภาพ, การจัดการกับความคิดที่ปราศจากกับดักประสบการณ์ จนสรุปออกมาเป็นแนวคิดใหม่ เรื่อง การสังเคราะห์ความรู้แบบหลายชั้น (Multi Synthesis Triangle) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดการ น้อมรับกับความขัดแย้งที่บริษัทต้องเผชิญ เพื่อความอยู่รอด บรรลุเป้าหมาย และประสบความสำเร็จ ในปัจจุบันและอนาคต

คำสำคัญ: ความขัดแย้ง การจัดการกับองค์ความรู้ กับดักประสบการณ์

Abstract

Paradox is unacceptable common idea for all mankind. But sometimes in any real circumstance, hard choice must be made. Choosing between any side of paradox is temporary solution. It was been worked for a while. Later paradox would come up again, replicated itself. To combine and compromise is the way to live in paradox situation for good. Likewise, corporate under turbulence globalization must be adapt paradox to innovate policy and strategy as the right way for survive. Achieve goal under 4.0 revolution and any uncertainly circumstance in future.

The objective of studying “Build Knowledge up with Paradox for Set Strategy to Corporate Achievement” is to generate new knowledge, innovation under paradox issues by review literature about knowledge management in corporate, compromise and adapt in uncertainly circumstance and

experience trap free management. Finally, come up with a new idea of “Multi Synthesis Triangle” for living and goal achieving in paradox in present time and future.

Keywords: Paradox, Knowledge management, Experience Trap

บทนำ

มนุษย์เมื่อรวมตัวกันตั้งแต่สองคนขึ้นไป เรียกว่าการอยู่ร่วมกันเป็นสังคม ในสังคมใด ๆ ที่มนุษย์มีความคิดเป็นของตัวเอง ย่อมมีความคิดเห็นที่พ้องต้องกัน และขัดแย้งกันเป็นธรรมชาติ กล่าวได้ว่า ความขัดแย้งนั้นเกิดขึ้นตลอดเวลา เมื่อสังคมขยายใหญ่ขึ้น ปริมาณมนุษย์เพิ่มมากขึ้น ความคิดเห็นหลากหลาย ความขัดแย้งเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดความเชื่อใหม่ ๆ มากมายหลายแขนง จากความเชื่อกลายเป็นขนบธรรมเนียม ประเพณีปฏิบัติ มองภาพเรื่องความขัดแย้ง เป็นสิ่งตรงกันข้าม อยู่คนละขั้วที่ไม่สามารถเข้ากันได้ ในการบริหารจัดการองค์กรก็เช่นกัน ทุกองค์กรต้องเผชิญหน้ากับปัญหาความขัดแย้ง ทำอย่างไรถึงจะนำความขัดแย้งมาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาองค์กร องค์กรใด ๆ เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้น ก็มักจะสรุปข้อโต้แย้ง ด้วยการตัดสินใจ เลือกข้างใดข้างหนึ่งของความขัดแย้งนั้น เช่น ขาวและดำ จะเลือกขาวหรือเลือกดำเท่านั้น ในความเป็นจริงแล้วสิ่งที่ถูกต้องควรปรับให้เป็นสีเทา คือ การยอมรับทั้งขาวและดำ โดยความขัดแย้งที่เกิดขึ้นนั้น เป็นปัญหาเรื่องของบุคลากรและนโยบาย สัมพันธ์กับความไม่แน่นอนของสถานการณ์ สิ่งแวดล้อม ภายใต้อาณัติความขัดแย้งนี้ หลายครั้งเกิดนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนบนโลกใบนี้ เช่น การประดิษฐ์โทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone) ของบริษัท Motorola, การกำเนิดของ Sony Walkman ของบริษัท Sony ในปี ค.ศ. 1979, การถูกสร้างขึ้นของ iPod ในปีค.ศ. 2001 และตามมาด้วย iPhone ในปีค.ศ. 2009 ของบริษัท Apple จากข้อมูลดังกล่าว การถือกำเนิดของสินค้าแต่ละชิ้นเกิดขึ้นจากกระบวนการความคิดที่ขัดแย้ง (Paradox) กันทั้งสิ้น แนวความคิดที่จะสื่อสาร ณ ที่ใดก็ได้โดยไม่พึ่งสายเคเบิลก่อให้เกิดโทรศัพท์มือถือ แนวความคิดที่จะฟังเพลงโดยพกพาไปที่ใดก็ได้กำเนิด Sony Walkman แนวความคิดที่จะพกพาเพลงจำนวนมาก ๆ โดยไม่ต้องแบกคาสเซตหรือซีดีก่อให้เกิด iPod และต่อมาแนวความคิดที่ผนวกคอมพิวเตอร์กับโทรศัพท์มือถือทำให้เกิดการสร้างนวัตกรรม iPhone ทั้งหมดนี้คือหลักฐานที่พิสูจน์ให้เห็นเรื่องการผสานแนวความคิดที่ขัดแย้งจนเกิดนวัตกรรมใหม่ได้ (อ้างอิงจาก Built to Last, James C. Collins; & Jerry, I. Porras. 1997)

บทความวิชาการเรื่อง “การสร้างองค์ความรู้จากความขัดแย้ง ในการกำหนดกลยุทธ์ให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวกับการสร้างองค์ความรู้ใหม่เพื่อกำหนดนโยบาย และทิศทางขององค์กร โดยในการนำเสนอบทความวิชาการนี้มีขั้นตอนในการนำเสนอประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นบทนำ ความน่าสนใจและที่มา ส่วนที่สองเป็นการนำเสนอ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับ ความขัดแย้งในสถานการณ์ที่เผชิญ (Paradox) และการจัดการกับความขัดแย้ง (Conflict Management) การสร้างองค์ความรู้ใหม่ (Synthesis) และกระบวนการคิดที่ปราศจากกับดักประสบการณ์ (Experience Trap) เพื่อวิเคราะห์นำไปสู่ ส่วนสุดท้าย การสรุป และอภิปรายผล ก่อให้เกิดแนวความคิดใหม่ ที่สอดคล้องกับแนวความคิดเดิม นำไปสู่ข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาองค์กรต่อไป

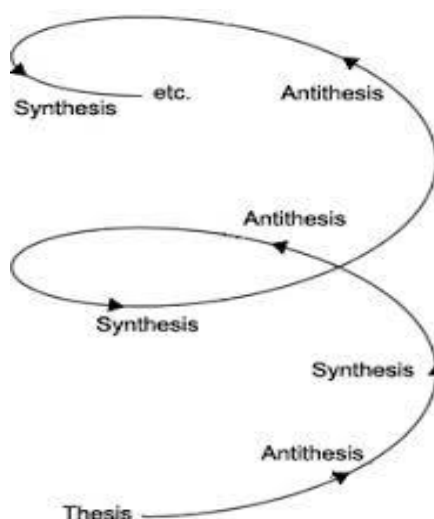
การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่อง “ไม่ยอมจำนนต่อคำว่า “หรือ” แต่น้อมรับกับคำว่า “และ”” (No “Tyranny of the OR” (Embrace the “Genius of the AND”)) ของ จิม คอลลินส์; และ เจอร์รี่ โพรราส (Jim, Collins; & Jerry, I. Porras) ใน

หนังสือเรื่อง Built to last จากการวิเคราะห์สถิติของบริษัทที่ประสบความสำเร็จอย่างยาวนานและต่อเนื่อง เรื่องการผนวกความคิดที่ขัดแย้ง (Paradox) หรือตรงกันข้ามกัน แต่สามารถรวมกันได้เหมือน หยินและหยาง บริษัทที่ประสบความสำเร็จ (Visionary Company) จะมีแนวคิดในการจัดการกับความขัดแย้งด้วยการหาข้อตกลง และทำสิ่งที่ขัดแย้งไปพร้อม ๆ กัน แทนที่จะเลือกทำวิธีการใดวิธีการหนึ่ง เช่น แนวความคิดในการพัฒนาตัวยาสัมัยใหม่ เพื่อผู้ป่วย และแสวงหากำไรไปพร้อม ๆ กัน ของ Merck บริษัทยาอันดับหนึ่ง โดยมีแนวคิดผสมผสานคุณค่า และวิสัยทัศน์ (Values and Visions) ไปพร้อม ๆ กัน โดยที่ Merck มีจุดยืนในการสร้างสรรค์ ทดลอง ยาให้ได้คุณภาพมากที่สุด ก่อนนำลงสู่ท้องตลาด หรือ Ford ที่ผลิตรถรุ่น Model T ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นรถประจำชาติของอเมริกัน โดยแนวความคิดของ Ford คือ ในขณะที่สภาพเศรษฐกิจตกต่ำ แทนที่จะจ้างค่าแรงถูก และขายสินค้ากำไรสูง Ford กลับเพิ่มค่าแรงพนักงาน และขายสินค้าคุณภาพดี ราคาต่ำ โดยมีแนวคิดที่ คนอเมริกันทุกคนควรมีรถยนต์เป็นของตัวเอง การน้อมรับสภาวะวิกฤติ และความขัดแย้ง ของทั้ง Merck และ Ford ทำให้องค์กรทั้งคู่ ประสบความสำเร็จอย่างสูง

สรุปได้ว่า ทั้ง Merck และ Ford มองเห็นความเชื่อมโยงของความขัดแย้ง ไม่เลือกทางใดทางหนึ่ง แต่ใช้วิธีการปรับตัว และเรียนรู้ที่จะใช้ความขัดแย้งนั้น สร้างเป็นวิถีขององค์กร ทั้ง Merck และ Ford ประสบความสำเร็จ และอยู่รอดภายใต้การเปลี่ยนแปลงได้เสมอมา

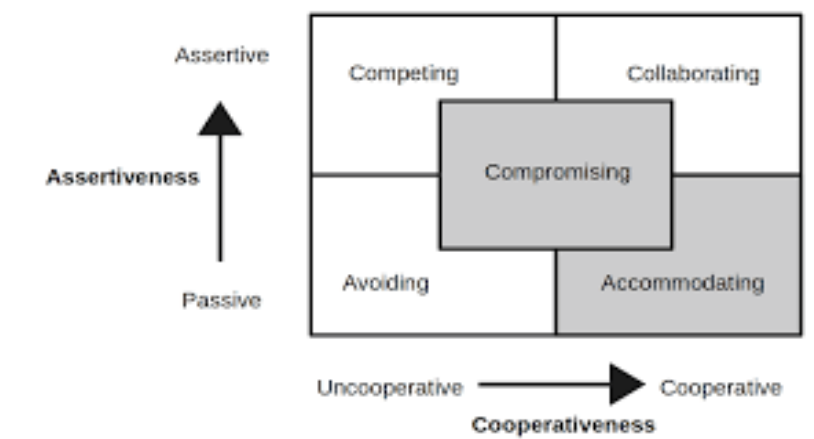
แนวคิดเรื่อง สร้างการสังเคราะห์แนวคิดใหม่ (Thesis-Antithesis-Synthesis) ของ โยฮันน์ กอทลีป ฟิชต์ (Johann, Gottlieb Fichte. 1762-1814) เป็นแนวความคิดที่ผสมผสานกันระหว่างความขัดแย้ง (Paradox) ของแนวความคิดที่นำเสนอ (Thesis) - แนวความคิดที่นำเสนอที่ตรงกันข้าม (Antithesis) จนสังเคราะห์ และนำไปสู่แนวความคิดใหม่ (Synthesis) ที่เป็นอิสระต่อทั้งสองแนวคิดแรก และเป็นแนวคิดที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Unique) ปรับเข้าใช้กับบริบทนั้น ๆ (อ้างอิงจาก https://en.wikipedia.org/wiki/Johann_Gottlieb_Fichte วันที่ 10 มีนาคม ค.ศ. 2020)



ภาพประกอบ 1 Thesis – Antithesis – Synthesis

สรุปจากแผนภาพ Thesis-Antithesis-Synthesis เมื่อทำการสังเคราะห์ จากแนวคิดที่ขัดแย้งกันแล้วนั้น แนวความคิดใหม่ (Synthesis) สามารถนำไปต่อยอดความคิดใหม่ต่อไปได้เรื่อย ๆ ไม่มีวันสิ้นสุด เกิดเป็นการต่อยอดนวัตกรรมไม่มีที่สิ้นสุด (Infinite Innovation)

ทฤษฎีการจัดการกับความขัดแย้ง (Conflict Management) ของ เคนเนท โทมัส; และ ราฟ คิลแมน (Kenneth, Thomas; & Ralph, Kilmann. 2015) ได้กล่าวถึง การจัดการกับความขัดแย้ง อธิบายโดยผ่านแผนภาพ TKI (Thomas-Kilmann Instrument)



ภาพประกอบ 2 Thomas-Kilmann Instrument

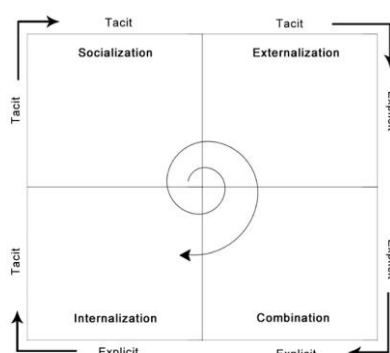
แผนภาพ TKI ถูกออกแบบมาเพื่อชี้วัดพฤติกรรมของคนที่อยู่ในสถานการณ์ที่ขัดแย้ง โดยแบ่งรูปแบบของพฤติกรรมออกเป็นสองรูปแบบ ได้แก่ พฤติกรรมที่แน่วแน่ (Assertiveness) คือ พฤติกรรมที่พยายามจะเอาความคิดที่ยึดถือให้ผู้อื่นฟังพอใจและยึดถือแนวความคิดดังกล่าวไปด้วยกัน กับ พฤติกรรมที่โอนอ่อนผ่อนตาม (Cooperativeness) คือ พฤติกรรมที่ยอมโอนอ่อนผ่อนตามแนวความคิดที่คิดไม่เหมือนกัน โดยที่พฤติกรรมทั้งสองแบบนี้ตอบสนองสถานการณ์ความขัดแย้งออกเป็นห้าภาวะ (Mode) ในการแสดงออกที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. ภาวะการณต้องการเอาชนะ (Competing Mode) คือ ภาวะที่มีความคิดที่แน่วแน่ (Assertive) และไม่โอนอ่อนผ่อนตาม (Uncooperative) ภาวะนี้เป็นภาวะที่ทรงพลัง ใช้ในการต้องการเอาชนะ ในความขัดแย้ง ภาวะที่ต้องการเอาชนะหมายความว่า “การต่อสู้เพื่อความถูกต้อง (Standing up for your rights)” เพื่อปกป้องสิ่งที่เชื่อว่าถูกต้อง
2. ภาวะต้องการการปรองดอง (Accommodating) คือ ภาวะที่มีความคิดที่ไม่แน่วแน่ (Unassertive) และโอนอ่อนผ่อนตาม (Cooperative) เป็นภาวะที่ตรงกันข้ามกับภาวะการณต้องการเอาชนะ เป็นภาวะที่สามารถเสียสละแนวความคิดที่ยึดถือได้ สามารถโอนอ่อนผ่อนตาม เชื่อในความคิดที่แม้ว่าจะขัดแย้งกับความคิดของตน
3. ภาวะหลีกเลี่ยง (Avoiding) คือ ภาวะที่ไม่แน่วแน่ในความคิด (Unassertive) และยังไม่โอนอ่อนผ่อนตาม (Uncooperative) อีกด้วย เป็นภาวะที่หลีกเลี่ยงการตัดสินใจ พยายามมีชั้นเชิงในการประวิงเวลากับปัญหา จนถึงเวลาที่ได้เปรียบ หรืออาจถอนตัวเมื่อเจออุปสรรคจากแนวคิดที่ขัดแย้งกัน
4. ภาวะที่ให้ความร่วมมือ (Collaborating) คือ ภาวะที่มีความคิดที่แน่วแน่ (Assertive) แต่ในขณะเดียวกันก็มีภาวะโอนอ่อนผ่อนตาม (Cooperative) ด้วย ภาวะนี้ คือ ภาวะที่เป็นความพยายามจะหาข้อยุติ หรือข้อตกลงที่ทั้งสองข้างของความขัดแย้งพึงพอใจ ให้ผ่านพ้นปัญหานั้น ๆ
5. ภาวะประนีประนอม (Compromising) คือ ภาวะที่อยู่กึ่งกลางระหว่าง พฤติกรรมที่แน่วแน่ (Assertiveness) และพฤติกรรมที่โอนอ่อนผ่อนตาม (Cooperativeness) เป้าหมายคือ ความพยายามที่จะหาทางออกโดยการแก้ปัญหา

และยอมรับแนวความคิดของความขัดแย้ง ภาวะประนีประนอมนี้ คือ ภาวะที่แยกความแตกต่างของความขัดแย้งออกจากกัน และหลอมรวมความคิดที่ขัดแย้งเข้าด้วยกัน พยายามที่จะเปลี่ยนทัศนคติของความคิดที่ไม่ตรงกัน ให้เกิดเป็นความคิดใหม่ที่เป็นอิสระจากแนวความคิดเดิม

สรุปได้ว่า ภาวะทั้งห้าภาวะ คือ การตอบสนองของพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเมื่อมีสถานการณ์ที่ขัดแย้งกันเกิดขึ้น และในความเป็นจริงแล้ว เมื่อเผชิญหน้ากับปัญหา โดยธรรมชาติจะใช้ภาวะทั้งห้าผสมผสานกันแล้วแต่กรณีและเหตุการณ์ เลือกใช้ภาวะตอบโต้กับสถานการณ์ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ การฝึกฝนของแต่ละคน

ทฤษฎีเรื่องการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management, KM) ของ อิโรทาเกะ ทาเกอุชิ และ อิคุจิโร โนนากะ (Hirotaka Takeuchi; & Ikujiro Nonaka. 1995) ได้ให้นิยามของการจัดการกับองค์ความรู้โดยผ่านแบบจำลององค์ความรู้เซไค (SECI Knowledge Model) พัฒนาขึ้นมาเพื่อตอบสนองทฤษฎีการจัดการทรัพยากรความรู้ เพื่อจัดการกับบุคลากร และองค์ความรู้ในองค์กร



ภาพประกอบ 3 SECI Knowledge Model

โนนากะ; และทาเคอุชิ ได้นิยามองค์ความรู้ออกเป็นสองประเภท ได้แก่ ความรู้ที่ฝังลึก (Tacit Knowledge) หมายถึงความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ การฝึกฝน ไม่สามารถถอดออกมาเป็นคู่มือ หรือสูตรได้ แต่สามารถพัฒนาและแบ่งปันกันได้ และความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) หมายถึง ความรู้ที่เป็นเหตุเป็นผล ถอดออกมาเป็นคู่มือและสูตรได้ จึงเป็นความรู้ที่สามารถจัดหา จัดการ และเข้าถึงได้ โดยที่แบบจำลององค์ความรู้เซไค สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. การแลกเปลี่ยนความรู้ในองค์กร (Socialization: S) หมายถึง การแลกเปลี่ยนระหว่าง ความรู้ที่ฝังลึก และความรู้ที่ฝังลึก (Tacit to Tacit) เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้รู้ หรือผู้เชี่ยวชาญ โดยวิธีการได้มาจากการประชุม ระดมสมอง จากประสบการณ์ของผู้รู้ที่มาจากการได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างกันมา
2. การแลกเปลี่ยนความรู้ที่ออกจากตัวบุคคล (Externalization: E) หมายถึง การแลกเปลี่ยนระหว่าง ความรู้ที่ฝังลึก และความรู้ที่ชัดเจน (Tacit to Explicit) เป็นความรู้ที่ได้รับการบันทึกหรือจับเอาองค์ความรู้ที่เกิดจากผู้รู้ เช่นการบันทึกการนำเสนอในเวทีวิชาการ การสัมภาษณ์
3. การเชื่อมโยงผสมผสานความรู้ (Combination: C) หมายถึง การแลกเปลี่ยนระหว่าง ความรู้ชัดเจน และความรู้ชัดเจน (Explicit to Explicit) เป็นการเรียนรู้จากภายนอก สามารถจับต้องได้ เมื่อได้องค์ความรู้ใหม่มาสามารถมาประยุกต์ใช้ในองค์กรได้

4. ความรู้ที่เข้าฝั่ภายใน (Internalization: I) หมายถึง การแลกเปลี่ยนระหว่าง ความรู้ที่ชัดเจนและความรู้ที่ฝังลึก (Explicit to Tacit) เป็นความรู้ที่เกิดจากการสะสมความรู้ที่ชัดเจน จนเกิดเป็นองค์ความรู้ที่ฝังลึก หรือเพิ่มพูนประสบการณ์จากความรู้ จนกลายเป็นผู้รู้ นั่นเอง

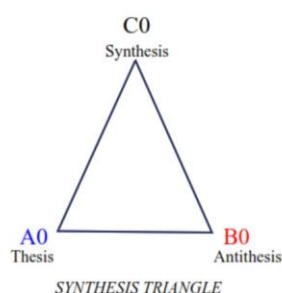
สรุปได้ว่า การเกิดองค์ความรู้ใหม่ภายในองค์กร เกิดจากการผสมผสานกันระหว่างความรู้ที่ฝังลึก (Tacit Knowledge) และความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) จากบุคลากรและทรัพยากร ที่มีองค์ความรู้แตกต่างกัน แต่ได้รับการถ่ายทอดเข้าหากัน จนเกิดเป็นความรู้ใหม่ขององค์กร (new knowledge) - Synthesis of Tacit/Explicit

แนวคิดเรื่อง กับดักประสบการณ์ (The Experience Trap) โดย คิโชเร เซนกุปตา (Kishore Sengupta. 2008) โดยได้รับการตีพิมพ์ใน Harvard Business Review 2008 ได้เสนอแนวคิดไว้ว่า ผู้บริหารที่ได้ประสบความสำเร็จมาแล้ว มิได้แปลว่าจะใช้ประสบการณ์แก้ไข จัดการกับเรื่องราวต่าง ๆ การประสบกับปัญหา หรือเรื่องราวซ้ำ ๆ ไม่อาจใช้วิธีการเดิม ๆ จัดการแก้ไขได้หมด เพราะในความเป็นจริงแล้ว แม้จะเป็นเรื่องเดียวกัน แต่ที่มา (Cause) และผลกระทบ (Effect) มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกัน ในแต่ละสถานการณ์แตกต่างออกไป ดังตัวอย่างงานวิจัยทดลองของ Kishore Sengupta ได้นำผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จ มาทดสอบกับรูปแบบของงาน (Task) ที่ใกล้เคียงกับความสำเร็จของผู้บริหาร แต่มีความซับซ้อน และปัจจัยผลกระทบเพิ่มขึ้น พบว่า ลักษณะการบริหารของผู้บริหารเกือบทั้งหมด ได้ตัดสินใจ และใช้ประสบการณ์วิเคราะห์การแก้ปัญหาที่ได้ให้ไว้ทั้งสิ้น เช่น เมื่อวิเคราะห์งาน (Task) ผู้บริหารก็จัดการวิเคราะห์จัดสรรงาน (Job Allocations) และการจัดสรรคน (Man Allocations) เกือบทั้งหมด ผู้บริหารใช้ประสบการณ์เมื่อเพิ่มงานก็ใส่แรงงานเพิ่ม กระทั่งเรื่องเงินทุน การจัดสรรคน และเวลา ทำให้งานล่าช้า (Delay) และเกินงบประมาณ (Over Budget) แม้งานจะสำเร็จตามประสบการณ์ของผู้บริหาร แต่ประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness) ไม่เป็นที่น่าพอใจที่ถูกต้อง คือ ผู้บริหาร ต่อบริการวิเคราะห์สถานการณ์ สิ่งแวดล้อม และผลกระทบ (Cause and Effect) ใหม่เพื่อสร้างวิธีการ จัดการกับงานนั้น ๆ อย่างถูกต้อง

สรุปได้ว่า ในทุก ๆ สถานการณ์ และบริบทของการเดินทางเข้าหาเป้าหมาย องค์กรต้องตื่นตัว และพิจารณาองค์ประกอบสำคัญเพื่อทำการวิเคราะห์ ที่มา (Cause) และผลกระทบ (Effect) อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ (Dynamic and Continuous) เพราะปัจจุบัน สิ่งแวดล้อม หรือที่เรียกว่าปัจจัยภายนอกปรับเปลี่ยนรวดเร็ว ไม่คงที่ การที่จะอยู่รอดและเอาชนะอุปสรรคได้นั้น องค์กรต้องปรับเปลี่ยนวิธีคิดตามให้ทันการเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นเดียวกัน

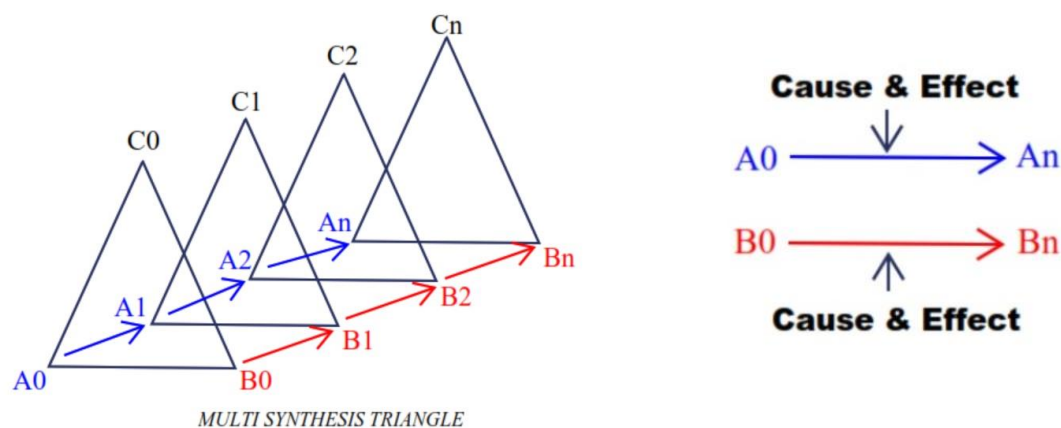
สรุปและอภิปรายผล

การที่จะพาองค์กรให้อยู่รอด ประสบความสำเร็จ ไปถึงเป้าหมายที่วางไว้ ภายใต้ความแปรปรวน (Turbulence) ความแตกต่าง (Contradiction) ความไม่คงที่ (Inconsistencies) สถานการณ์ที่ยากลำบาก (Dilemmas) ทั้งหมดนี้คือ สภาวะที่เรียกว่า ความขัดแย้ง (Paradox) ในหลาย ๆ กรณี ความขัดแย้ง คือ แนวความคิด หรือหลักการที่ตั้งอยู่ หรือให้ผลที่ตรงกันข้ามกัน (Opposite) จนเกิดเป็นทางเลือก องค์กรทั่วไป เลือกด้วยเหตุผลนานับประการ เลือกเพื่อสนองนโยบายที่ตั้งไว้ เลือกเพราะความอยู่รอด เลือกเพราะเห็นโอกาส และช่องทาง ในความเป็นจริงแล้ว สถานการณ์ความขัดแย้งเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ และเกิดขึ้นตลอดเวลา หากเลือกทางใดทางหนึ่งก็จะเกิดปัญหาลูกขึ้นในอีกทางหนึ่งเสมอ สิ่งที่เราควรทำ คือการศึกษาและยอมรับความขัดแย้งจนเกิดเป็นแนวทางใหม่ที่สังเคราะห์แล้ว ซึ่งเป็นอิสระต่อความคิดทางเลือกที่เริ่มต้น เรียกว่าการเกิด นวัตกรรม (Innovation) ก็ว่าได้



ภาพประกอบ 4 Synthesis Triangle

โดยที่ A0 คือหลักความคิดเรื่องใด ๆ (Thesis) และ B0 คือ แนวความคิดที่ขัดแย้งกันในเรื่องนั้น ๆ (Antithesis) และเมื่อผสมผสาน (Combine) น้อมรับ (Compromise) ความขัดแย้งทั้งสอง จนเกิดเป็นองค์ประกอบใหม่ (Synthesis) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ หรือแนวทางปฏิบัติสำหรับองค์กร ต่อมาการวิเคราะห์องค์ประกอบที่ประสบความสำเร็จ ย่อมฝ่าฟัน ปัญหา อุปสรรค ทั้งภายนอก และภายใน ทั้งลูกค้า และคู่แข่ง เมื่อผ่านเรื่องราวต่าง ๆ ก็กลายเป็นประสบการณ์อันล้ำค่า เมื่อเกิดการยึดมั่น ถือนั่น ก็ยึดถือปฏิบัติ เป็นกลยุทธ์ เป็นนโยบาย ของบริษัท เพื่อจัดการกับปัญหาเดิม ๆ และปัญหา ใหม่ ๆ ที่องค์กรเผชิญ แต่ปัญหา หรือสถานการณ์ แต่ละครั้งที่เกิดขึ้น ย่อมมีบริบทของต้นเหตุ (Cause Content) และ ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น (Occur Effect) แตกต่างกัน ไม่มากก็น้อย วิธีการแก้ไขปัญหาย่อมแตกต่างกันไปตามสถานการณ์ ตามไปด้วย



ภาพประกอบ 5 Multi Synthesis Triangle

Multi Synthesis Triangle คือ แนวความคิดที่ต่อยอดจาก แนวคิดที่สังเคราะห์ (Synthesis) จากความขัดแย้ง (Paradox-Thesis, Antithesis) กล่าวคือ ทุกกรณีที่เกิดงาน (Task) ให้คำนึงถึง เหตุ (Cause) และผลกระทบ (Effect) ของงานนั้น ๆ เพื่อป้องกันการติดกับดักประสบการณ์ (Experience Trap) ทำให้การมองหรือวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้น บิดเบือนไป จากแผนภาพ Multi Synthesis Triangle

A0 – A1 – A2 – An คือ เหตุการณ์ แนวคิด เรื่องราว ของงานที่ให้ความสนใจ Thesis ทุกครั้งของการเปลี่ยนแปลง ต้องคำนึงถึง เหตุและผลกระทบด้วย

B0 – B1 – B2 – Bn คือ เหตุการณ์ แนวคิด เรื่องราว ที่ขัดแย้ง และตรงกันข้ามกับแนวคิด Antithesis ทุกครั้งของการเปลี่ยนแปลงต้องคำนึงถึง เหตุและผลกระทบด้วย

เมื่อสังเคราะห์เหตุการณ์ในแต่ละครั้งจะเกิดองค์ความรู้หรือแนวทางปฏิบัติใหม่ Synthesis C0, C1, C2 และ Cn ซึ่งเป็นแนวคิดใหม่อาจมีความสัมพันธ์กัน (Relativity) แต่เป็นอิสระต่อกัน (Independent)

แนวคิดที่กล่าวนี้ สอดคล้องกับ แนวความคิด และหลักการปฏิบัติของ Louis V. Gerstner, Jr. (2002) อดีตประธาน กรรมการบริหาร ของ IBM (อ้างอิงจาก หนังสือเรื่อง Who says elephants can't dance ของ Louis V. Gerstner, Jr. (2002).) โดยแนวความคิดของ Gerstner คือ ผสมผสานความคิดที่ขัดแย้งกัน เชื่อในการสังเคราะห์วิธีประเมิณ ด้วยมุมมองจากข้างใน (Insider View-Thesis) หมายถึง ผู้บริหาร ผู้จัดการ พนักงาน บุคลากรที่เกิดเป็นมุมมองต่อองค์กร และมุมมองจากภายนอก (Outsider View-Antithesis) เป็นมุมมองที่ไม่เข้าข้างตัวเอง และมองจากมุมภายนอก เมื่อสัมพันธ์ความขัดแย้งเข้าด้วยกัน จนเกิดเป็น การบูรณาการจากมุมมองที่แท้จริงของลูกค้า (Truly Customer Centric Integrator-Synthesis) ซึ่งมุมมองที่เกิดขึ้นใหม่นี้ เป็นเอกลักษณ์ (Unique) และเป็นอิสระ (Independent) ต่อมุมมองจากภายใน และภายนอก สอดคล้องกับแนวคิดของ Fujio Mitarai ประธานกรรมการบริหาร ของ Canon (อ้างอิงจาก บทสัมภาษณ์เรื่อง Canon: The secret high profitability revival ของ Nippon Keizai Shinbun-Sha (2001) ได้ผนวก แนวความคิดที่ขัดแย้งกันจาก แนวความคิดการบริหารแบบตะวันออก (East) เรื่องการให้ที่ทำงานมั่นคงตลอดชีวิต ไม่มีการจำหน่ายออก (No-Layoff-Thesis) และแนวความคิดแบบตะวันตก (West) เรื่องการคำนึงถึงผลกำไรมาก่อน (Profit comes first-Antithesis) จนกลายเป็นการผสมผสานแนวคิดใหม่ของการบริหารเรียกว่า Canon Way-Synthesis โดย Mitarai ได้กล่าวว่า “เมื่อองค์กรประสบกับสภาวะที่ขัดแย้ง (รักษาพนักงานในช่วงเวลาวิกฤติที่องค์กรยังคงต้องแสวงหากำไร) เรา, Canon น้อมรับความขัดแย้งนั้น และก้าวไปข้างหน้าพร้อมกับมัน (Facing Paradox, we embrace it and go ahead coping with it. We are constantly on the move)” นอกเหนือจากการผนวกความขัดแย้ง จนกลายเป็นแนวคิดของ Canon แล้ว Mitarai ยังได้สร้างวัฒนธรรมองค์กร ที่เรียกว่า การประชุมอย่างไม่เป็นทางการ (Informal Daily Board Meeting) เรียกว่า Asakai เป็นการประชุมเพื่อค้นหาปัญหา (Identify Problem) และการหาข้อสรุปจาก ประเด็นความคิดที่หลากหลาย (Multiple Perspectives) โดยวิธีการดังกล่าว เป็นแนวทางในการคิด วิเคราะห์งานอย่างต่อเนื่อง ป้องกันการติดกับดักประสบการณ์ (Experience Trap) เพื่อปรับเปลี่ยนแก้ไขเข้ากับงานที่ต้องปรับเปลี่ยนให้ทันในโลกยุคนี้

ข้อเสนอแนะ

องค์กรมากมายในประเทศไทยเผชิญกับภาวะโลกหมุนเร็วเกินไป ปรับเปลี่ยนตัวเองไม่ทัน องค์กรต้องประสบกับความขัดแย้งทั้งภายใน และภายนอกตลอดเวลา การจะอยู่รอดนั้น ต้องเริ่มจากฐานความคิดที่จะต้องเปลี่ยนแปลง ปรับกระบวนทัศน์ (Paradigm Shift) วิเคราะห์สถานการณ์จริง ปัจจุบัน คำนึงถึงเหตุ และผลที่เกิดขึ้น ผสมผสานแนวความคิดที่ขัดแย้งเข้าด้วยกัน ดังตัวอย่าง

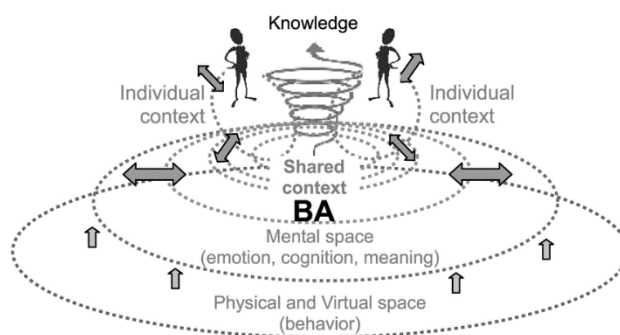
1. ด้านนโยบาย เช่น การลงทุนระยะยาว-หากำไรในระยะสั้น (invest for the future OR well in short term) ใช้วิธีการ ผสานแนวคิด ทำแผนพัฒนาเรื่องเครื่องจักร และกำลังคน

2. ด้านสินค้า เช่น เน้นต้นทุนถูก-เน้นคุณภาพสูง (low cost OR high quality) ใช้วิธีการ ผสานแนวคิดวิเคราะห์สินค้าทำการลดต้นทุนจากการผลิต (Cost Reduction) แทนที่จะลดคุณภาพสินค้า

3. ด้านบุคลากร เช่น เน้นทฤษฎี-เน้นปฏิบัติ (theorist OR practice) ผสานแนวคิด เอาทฤษฎีแลกเปลี่ยนความรู้มาใช้ ให้ KM (Knowledge Management) เกิด KT (Knowledge Transfer) ซึ่งให้เห็นความสำคัญของทั้งทฤษฎีและปฏิบัติ จนหลอมรวมกันกลายเป็นความรู้ขององค์กร (Corporate Knowledge Know How)

ดังที่กล่าวนี้เป็นแค่แนวคิดเบื้องต้น การจะให้องค์กรอยู่รอด ประสบความสำเร็จในโลกยุคนี้ (Globalization, Digital Disruption, Technology 4.0, etc.) นั้นต้องรับมือกับสถานการณ์ภายใต้ความแปรปรวน (Turbulence) ความแตกต่าง (Contradiction) ความไม่คงที่ (Inconsistencies) สถานการณ์ที่ยากลำบาก (Dilemmas) นำเอาความขัดแย้ง (Paradox) ที่ประสมอยู่ (Thesis-Antithesis) สร้างอาวุธที่เรียกว่า ความรู้สังเคราะห์เฉพาะ (New Innovative Synthesis) ขึ้นมา เพื่อความสำเร็จ และอยู่รอดขององค์กรต่อไป

สำหรับข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาเรื่องแนวคิด Ba ที่ว่าไว้ด้วยการแลกเปลี่ยนเนื้อหาความรู้ระหว่างเรื่องราว จนเกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ เพื่อต่อยอดในการพัฒนา ความรู้สังเคราะห์ (Synthesis)



ภาพประกอบ 6 Ba Model

เอกสารอ้างอิง

- Collins, J. C.; & Porras, J. I. (1997). *Built to Last: Successful Habits of Visionary Companies*. New York: Harper Business.
- Hiroataka Takeuchi; & Ikujiro Nonaka. (1995). *Hitotsubashi on Knowledge Management*. Singapore: John Wiley and Sons (Asia) Pte Ltd.
- Jim, Collins. (2001). *Good to Great*. New York: Harper Business.
- Kenneth Thomas; & Ralph Kilmann. (2015). *Thomas-Kilmann Conflict Mode Instrument (TKI)*. (online): <https://www.cpp.com/products/tki/index.aspx> [Accessed 9 Jul. 2015].
- Kishore Sengupta. (2008). *Experience Trap*. Journal Harvard Business. Review 20 February 2008.
- Louis V. Gerstner, Jr. (2002). *Who Says Elephants Can't Dance*. New York: Harper Business.
- Nippon Keizai Shinbun-Sha. (2001). *Canon: The Secret High Profitability Revival*. Tokyo: Nippon Keizai Shinbun-Sha.

NBUS0134: การศึกษาสำนักงานบัญชีคุณภาพต่อคุณภาพการให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

A STUDY OF THE QUALITY ACCOUNTING FIRM ON SERVICE QUALITY IN BANGKOK METROPOLITAN REGION

เบญจมาศ ปีกขุนทด¹ ธิติมา แซ่ม้า² อาจารย์ภารดี นึกชอบ³

^{1,2} นักศึกษาปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

³ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของจำนวนลูกค้าของสำนักงานบัญชี ต่อคุณภาพการให้บริการ 2) เพื่อศึกษาการเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ โดยกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหาร, ผู้จัดการ, กรรมการบริษัท จำนวน 68 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาสำนักงานบัญชีคุณภาพต่อคุณภาพการให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่มีจำนวนลูกค้าแตกต่างกัน แต่คุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีนั้น โดยรวมไม่มีความแตกต่างกัน โดยพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการดูแลการให้บริการ รองลงมาคือ ด้านความเชื่อถือของการให้บริการ และด้านการตอบสนองต่อการให้บริการตามลำดับ

จากการวิเคราะห์หลักเกณฑ์และข้อกำหนดของการเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพ พบว่า ความรับผิดชอบของผู้บริหาร ข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า การปฏิบัติงาน การจัดการทรัพยากร และการติดตามตรวจสอบของสำนักงานบัญชี มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการ การศึกษาสำนักงานบัญชีคุณภาพในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ค่าสัมประสิทธิ์ของพยากรณ์ Adj^R^2 เท่ากับ 0.397

คำสำคัญ: สำนักงานบัญชี, สำนักงานบัญชีคุณภาพ, คุณภาพการบริการ

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the differences in the number of customers of the accounting firm. 2) To study the quality accounting office that affects the service quality. The sample consisted of 68 executives, managers, and directors. The research instrument was a questionnaire. The statistics used for data analysis were percentage, mean, Standard Deviation. Multiple regression.

The results of the research showed that a study of the quality accounting firm on service quality in Bangkok and suburb. That have different number of customers but the quality of service of the accounting firm Overall, there is no difference. By considering in each aspect. The aspect with the highest mean was service care, followed by service reliability. And responding to services respectively

From the analysis of the rules and regulations of being a quality accounting firm, it is found that the responsibility of the management Ethical requirements Customer related processes Operation Resource management and audit of the accounting firm there is a significant positive impact on the service quality of the corner of the quality accounting office in Bangkok and its suburbs. The coefficient of forecasting $AdjR^2$ is 0.397

Keywords: Accounting Office, Quality Accounting Office, Service Quality

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสำนักงานบัญชีมีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งในการให้บริการทางด้านบัญชี เช่น การรับทำบัญชี การจัดทำบัญชี การตรวจสอบบัญชี การติดต่อประสานงานกับกรมสรรพากรและการให้คำปรึกษาปัญหาทางบัญชีและภาษีอากร เป็นต้น การจัดทำบัญชีที่ถูกต้องครบถ้วนตามกฎหมายนั้น เป็นสิ่งที่สามารถสะท้อนผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงิน จึงทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ตระหนักถึงความสำคัญของข้อมูลทางการบัญชี เนื่องจากการจัดทำบัญชีที่ถูกต้องตามกฎหมายที่กำหนดไว้นั้นจะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจถึงสภาพความเป็นจริงของการดำเนินงานและยังสามารถใช้กำหนดนโยบายและกำหนดทิศทางการลงทุนเพื่อวางแผนและตัดสินใจในการดำเนินงานและประเมินความสำเร็จของธุรกิจได้ นอกจากนี้ข้อมูลทางการบัญชียังเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการได้ทราบถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับธุรกิจของตนเอง เพื่อสามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ทันที จึงส่งผลให้การใช้บริการจัดทำบัญชีจากสำนักงานบัญชีได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย

ดังนั้น การบริการเกี่ยวกับคุณภาพของสำนักงานบัญชี จึงเป็นสิ่งสำคัญและเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สำนักงานบัญชีต้องพยายามส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดขึ้นภายในสำนักงานบัญชี เพื่อที่จะเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ซึ่งในปัจจุบันกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้มีการส่งเสริมพยายามยกระดับมาตรฐานของสำนักงานบัญชีด้วยการจัดให้มีโครงการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชีโดยได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์จากนโยบายและกระบวนการตามประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่องหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2555 ซึ่งประกอบไปด้วย ความรับผิดชอบของผู้บริหาร ข้อกำหนดทางด้านจริยธรรม กระบวนการเกี่ยวข้องกับลูกค้า การจัดการทรัพยากร การปฏิบัติงาน การติดตาม การตรวจสอบและการจัดเอกสาร เพื่อเป็นการส่งเสริมพยายามให้สำนักงานบัญชีมีการปฏิบัติงานอย่างมีมาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับต่อสาธารณชน โดยมาตรฐานในการปฏิบัติงานนั้น อ้างอิงจากมาตรฐานสากล กรมพัฒนาธุรกิจการค้าจึงได้ผลักดัน ให้มีโครงการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชีขึ้น โดยมีสิทธิประโยชน์จากการที่สำนักงานบัญชีได้รับรองคุณภาพเท่ากับว่าเป็นการรองรับเบื้องต้นแล้วว่า สำนักงานบัญชียุคนี้มีมาตรฐานการทำงานที่ดีสร้างความน่าเชื่อถือและเชื่อมั่นแก่ผู้ที่สนใจจะใช้บริการ อาจจะทำให้ได้รับงานเพิ่มขึ้น จึงเป็นที่มาของสำนักงานบัญชีคุณภาพ

การเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพ จะต้องผ่านการตรวจสอบและประเมินจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ตามที่ได้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ ถึงจะได้รับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจสำนักงานบัญชีมีการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพ และทำตามกฎหมายตรงตามมาตรฐานการบัญชี อีกทั้งยังสามารถช่วยยืนยันและลดความเสี่ยงได้ เนื่องจากหน่วยงานที่เป็นผู้ให้การรับรองอย่างกรมพัฒนาธุรกิจการค้าจะทำการติดตาม

ตรวจสอบและประเมินผลอยู่เสมอ ดังนั้นจึงมั่นใจได้ว่าทุกขั้นตอนในการทำงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพผ่านการตรวจสอบและประเมินผลว่าถูกต้องตรงตามหลักเกณฑ์และข้อกำหนดอย่างแน่นอน

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้สำนักงานบัญชีคุณภาพสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้นั้น ตัวแปรหลักมิได้อยู่ที่ตัวผู้ปฏิบัติงานให้บริการเท่านั้น แต่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารด้วยเช่นกัน เนื่องจากผู้บริหารเป็นบุคคลที่เป็นผู้นำที่มีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายและแนวทางการให้บริการ ซึ่ง (พัฒน์พร ภูวงค์ 2557) เป็นผู้กำหนดโมเดลคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือของธุรกิจ การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ภาพลักษณ์ธุรกิจการดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า การตอบสนองความต้องการของลูกค้า

จากที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพต่อคุณภาพการให้บริการ เพื่อตอบสนองและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้และสามารถนำวิจัยเรื่องนี้มาทำการศึกษาและพัฒนาประกอบเป็นแนวทางของผู้ที่สนใจจะศึกษาวิจัยเรื่องนี้ได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

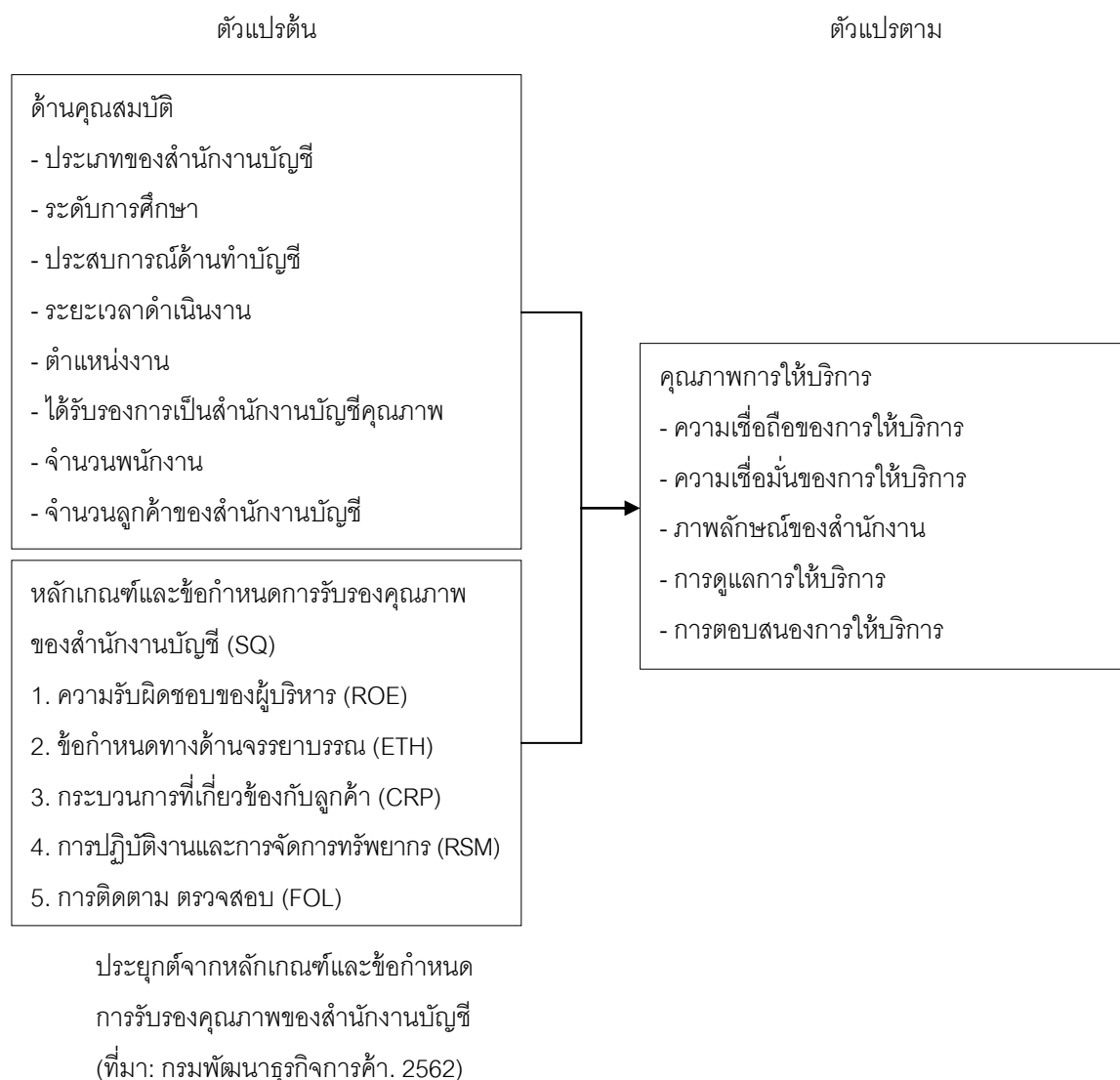
1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของจำนวนลูกค้าของสำนักงานบัญชีต่อคุณภาพการให้บริการ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพกับคุณภาพการให้บริการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงความแตกต่างของจำนวนลูกค้าของสำนักงานบัญชีต่อคุณภาพการให้บริการ
2. เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพกับคุณภาพการให้บริการ
3. ผลการศึกษาจะเป็นแนวทางให้กับสำนักงานบัญชีที่ยังไม่ผ่านการเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพและเป็นแนวทางให้กับผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ หลักเกณฑ์ข้อกำหนดการเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในงานวิจัยได้ ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. หลักเกณฑ์และข้อกำหนดการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชี หมายถึง การปฏิบัติงานที่เป็นไปตามแบบแผนตามที่หน่วยตรวจประเมินคุณภาพสำนักงานบัญชีของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเป็นผู้กำหนด เช่น การจัดทำบัญชีให้ถูกต้อง ครบถ้วน ตามหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพและปฏิบัติตามหลักการของมาตรฐานการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป เพื่อให้การจัดทำบัญชีเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั่วประเทศ ซึ่งมาตรฐานการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพ ประกอบด้วย

1.1 ความรับผิดชอบต่อผู้บริหารของสำนักงานบัญชี หมายถึง การดูแลรับผิดชอบต่อภาพรวมขององค์กรพนักงานขององค์กร และลูกค้า อย่างสม่ำเสมอ เช่น มีการพัฒนา ติดตาม ตรวจสอบ และกำหนดนโยบายคุณภาพสำนักงานอย่างต่อเนื่อง และมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบต่อเจ้าหน้าที่เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า

1.2 ข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณของสำนักงานบัญชีหมายถึง ความโปร่งใสความเป็นอิสระความเที่ยงธรรมและความซื่อสัตย์สุจริตความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงานการรักษาความลับความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นผู้เป็นหุ้นส่วนบุคคลหรือนิติบุคคล ที่ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีปฏิบัติหน้าที่ความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่วไปรวมทั้งต้องปฏิบัติตามข้อบังคับและข้อกำหนดอื่น ตามกฎและระเบียบของสำนักงาน

1.3 กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าของสำนักงานบัญชี หมายถึง การมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าในการกำหนดหลักเกณฑ์ในการคิดค่าธรรมเนียมควรมีการจัดทำสัญญาที่ชัดเจนและได้รับการยอมรับจากลูกค้าแบบเป็นลายลักษณ์อักษรควรกำหนดระยะเวลาจัดเก็บค่าธรรมเนียมที่ชัดเจนควรออกหลักฐานการรับเงินให้กับลูกค้าทุกครั้งที่การดูแลทรัพย์สินของลูกค้าควรต้องมีการจัดทำหลักฐานการส่งมอบและรับมอบทรัพย์สิน รวมถึงการดูแล รักษาการจัดเก็บทรัพย์สินของลูกค้าทั้งนี้ต้องไม่นำทรัพย์สินของลูกค้ามาต่อรองเพื่อผลประโยชน์ของสำนักงาน บัญชีเช่นการยืมบัญชีและเอกสารของลูกค้าไว้โดยไม่ส่งคืน และในกรณีที่ลูกค้ามอบหมายให้เป็นผู้กระทำการใด ๆ แทน เช่น การนำส่งภาษีของลูกค้าการนำส่งเงินสมทบกองทุนประกันสังคมเป็นต้นสำนักงานบัญชีต้องนำส่งและ ดำเนินการให้ครบถ้วนตามที่ลูกค้ามอบหมาย

1.4 การปฏิบัติงานและการจัดการเอกสารของสำนักงานบัญชี

การปฏิบัติงาน หมายถึง การปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน หรือปฏิบัติงาน ตามคู่มืออย่างเคร่งครัด มาตรฐานหรือคู่มือการปฏิบัติงานก็จะต้องมีความถูกต้อง ครบถ้วนตามหลักการและหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

การจัดการเอกสาร หมายถึง สำนักงานบัญชีต้องจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าและของตนเองในลักษณะที่ป้องกันความเสียหายสูญหายหรือเสื่อมสภาพและกำหนดระยะเวลาจัดเก็บตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องในกรณีที่มีการเก็บข้อมูลในรูปของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต้องมีการสำรองข้อมูลตามรอบระยะเวลาและ สถานที่ที่เหมาะสม การติดตามตรวจสอบ ของสำนักงานบัญชี

การติดตามของสำนักงานบัญชี หมายถึง มีการติดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพทางบัญชีอย่างต่อเนื่อง และมีการติดตามผลการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงติดตามการร้องเรียนปัญหาของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง แล้วนำมาวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้น และหาแนวทางป้องกันแก้ไขเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาเดิมขึ้นซ้ำอีกและควรมีการบันทึกผลการดำเนินงานไว้อย่างต่อเนื่อง

1.5 ตรวจสอบของสำนักงานบัญชี หมายถึง สำนักงานบัญชีต้องมีกระบวนการในการตรวจสอบการปฏิบัติงานของตนเองตามช่วงเวลาที่เหมาะสมเพื่อให้ทราบถึงผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผนธุรกิจและข้อกำหนดของกฎหมายโดยการตรวจสอบนี้จะกระทำโดยตนเองหรือบุคคลภายนอกก็ได้ และควรมีการบันทึกผล การดำเนินงานไว้อย่างต่อเนื่อง

2. คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความสามารถในการสร้างการบริการให้เหนือความคาดหวังของผู้รับบริการ โดยการบริการด้วยความเต็มอกเต็มใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส บริการรวดเร็ว ทันต่อเวลา และมีการรักษาระดับการบริการ หรือมาตรฐานการบริการที่คงที่เสมอต้นเสมอปลายอย่างต่อเนื่อง และหมั่นพัฒนาความรู้ ความสามารถอยู่ตลอดเวลาซึ่งคุณภาพการบริการประกอบด้วย

2.1 ความเชื่อถือของการให้บริการ หมายถึง ความเสมอต้นเสมอปลายของการให้บริการ การรักษามาตรฐานการบริการได้อย่างต่อเนื่อง

2.2 การให้ความเชื่อมั่นของการให้บริการ หมายถึง การสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการขององค์กร โดยการแสดงความรู้ ทักษะ และความสามารถที่เกี่ยวกับงานที่บริการอย่างเต็มความสามารถ และเป็นผู้ค้นหา ความรู้ที่เกี่ยวกับงาน และมีการประเมิน ประสิทธิภาพการให้บริการต่อลูกค้าอยู่ตลอดเวลา

2.3 ภาพลักษณ์ของสำนักงาน หมายถึง ลักษณะขององค์กรที่บุคคลภายนอกรับรู้ เช่น มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง มีการใช้เทคโนโลยีอย่างทันสมัย มีพนักงานที่มีบุคลิกภาพที่ดี ให้บริการด้วยความดูแลเอาใจใส่ ห่วงใยเปรียบเสมือนครอบครัว

2.4 การดูแลการให้บริการ หมายถึง ใส่ใจต่อความต้องการของลูกค้า การให้บริการด้วยความกระตือรือร้นเอาใจใส่ต่อลูกค้า บริการด้วยความเป็นมิตร บริการด้วยความเป็นกันเอง ใส่ใจทุกเรื่องที่ลูกค้าเรียกร้อง และบริการอย่างเต็มความสามารถคอยให้คำแนะนำที่ดี ค้นหาความรู้ที่เกี่ยวกับงานอย่างต่อเนื่อง

2.5 การตอบสนองต่อการให้บริการ หมายถึง การบริการด้วยความเต็มอกเต็มใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส และสามารถบริการได้อย่าง ถูกต้อง รวดเร็ว ครบถ้วน ทันเวลา และมีสถานบริการที่สะอาดมีความสะดวกสบาย รวมถึงความปลอดภัยในการเข้าใช้บริการ

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า หลักเกณฑ์และข้อกำหนดการเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพถือเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่ง ในการกำหนดของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เพื่อส่งเสริมและพัฒนาสำนักงานบัญชีให้มีการจัดทำบัญชีถูกต้องตามกฎหมาย มีการยกระดับคุณภาพให้มีมาตรฐาน และจะได้รับความเชื่อถือในผลงานการให้บริการของสำนักงานบัญชีทั้งจากหน่วยงานของภาครัฐและภาคเอกชน ดังนั้น จึงตั้งเป็นสมมุติฐานการวิจัยได้ ดังนี้

สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1: ความรับผิดชอบของผู้บริหารมีผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีคุณภาพในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 2: ข้อกำหนดทางด้านจริยธรรมมีผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีคุณภาพในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 3: กระบวนการเกี่ยวข้องกับลูกค้ามีผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีคุณภาพในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 4: การปฏิบัติงานและการจัดการทรัพยากรมีผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีคุณภาพในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 5: การติดตาม ตรวจสอบ ของสำนักงานบัญชีมีผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีคุณภาพในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

วิธีการดำเนินวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากร ได้แก่ ผู้บริหาร, ผู้จัดการ, หัวหน้าผู้จัดการ, กรรมการบริษัทสำนักงานบัญชีคุณภาพ จำนวน 68 แห่ง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. 2555)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาวิเคราะห์ข้อมูลความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยหาค่า IOC เท่ากับ 1.0 ซึ่งมีความเชื่อถือและยอมรับได้ เนื่องจากค่าดัชนีความสอดคล้องกับเนื้อหาจะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปจึงถือว่ายอมรับได้และเชื่อถือได้และนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์ของแอลฟา (Cronbach Alpha) เท่ากับ 0.752 ซึ่งถือว่ายอมรับได้ เนื่องจากปัจจัยมีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไปถือว่ามีความเชื่อมั่นสูง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงพื้นที่แจกแบบสอบถามและทางออนไลน์ ให้กับกลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวน 68 แห่ง ของสำนักงานบัญชีคุณภาพในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ตั้งแต่เดือนมิถุนายน-เดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2562

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อหาค่าสถิติดังต่อไปนี้

สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าการกระจายของข้อมูล (F test) การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัย เรื่องการศึกษาสำนักงานบัญชีคุณภาพต่อคุณภาพการให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีประเภทประกอบกิจการเป็นบริษัทจำกัด จำนวน 45 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 66.2 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี 44 คน คิดเป็นร้อยละ 64.7 มีประสบการณ์ด้านจัดทำบัญชี ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงมากกว่า 15 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 มีระยะเวลาดำเนินงานส่วนใหญ่อยู่ในช่วงมากกว่า 20 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 70.6 มีตำแหน่งงานส่วนใหญ่เป็นกรรมการบริษัท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 การได้รับรองผ่านการเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพส่วนใหญ่อยู่ในช่วงปี 2555 จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 64.9 มีจำนวนพนักงานจัดทำบัญชีส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 11-20 คน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 มีจำนวนลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ในช่วงมากกว่า 100 ราย จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ตามข้อกำหนดการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชี ในแต่ละด้าน

หลักเกณฑ์ข้อกำหนดการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชี	กลุ่มตัวอย่าง (N = 68)		การแปลความหมาย
	($\bar{X}$)	(S.D.)	
ด้านความรับผิดชอบของผู้บริหาร	4.49	0.66	มาก
ด้านข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณของสำนักงานบัญชี	4.55	0.46	มากที่สุด
ด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าของสำนักงานบัญชี	4.55	0.37	มากที่สุด
ด้านการปฏิบัติงานและการจัดการทรัพยากรของสำนักงานบัญชี	4.52	0.44	มากที่สุด
ด้านการติดตาม ตรวจสอบ ของสำนักงานบัญชี	4.63	0.36	มากที่สุด
รวม	4.55	0.45	มากที่สุด

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อหลักเกณฑ์ตามข้อกำหนดการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชี ด้านความรับผิดชอบของผู้บริหาร อยู่ในระดับมาก ด้านข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณของสำนักงานบัญชี ด้านกระบวนการ ด้านการปฏิบัติงานและการจัดการทรัพยากร ด้านการติดตามตรวจสอบ อยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติงานตามคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชี ในแต่ละด้าน

ข้อ	ระดับการปฏิบัติงานที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ	($\bar{X}$)	(S.D.)	การแปลความหมาย
1	ด้านความเชื่อถือของการให้บริการ	4.61	0.45	มากที่สุด
2	ด้านความเชื่อมั่นของการให้บริการ	4.32	0.59	มาก
3	ด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี	4.17	0.57	มาก
4	ด้านการดูแลการให้บริการ	4.62	0.47	มากที่สุด
5	ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ	4.61	0.45	มากที่สุด
	รวม	4.46	0.50	มาก

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือของการให้บริการ ด้านการดูแลการให้บริการและด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านความเชื่อมั่นของการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ของสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับมาก

ตาราง 3 การเปรียบเทียบหลักเกณฑ์ตามข้อกำหนดการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชีต่อคุณภาพการให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวมเป็นรายด้านจำแนกตามจำนวนลูกค้า

หลักเกณฑ์ข้อกำหนดการรับรองคุณภาพ ของสำนักงานบัญชี	แหล่งของความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ด้านความรับผิดชอบของผู้บริหาร	ระหว่างกลุ่ม	0.37	2	0.18	0.42	0.65
	ภายในกลุ่ม	28.93	65	0.44		
	รวม	29.31	67			
ด้านข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณของ สำนักงานบัญชี	ระหว่างกลุ่ม	0.14	2	0.07	0.33	0.71
	ภายในกลุ่ม	14.15	65	0.21		
	รวม	14.29	67			
ด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าของ สำนักงานบัญชี	ระหว่างกลุ่ม	0.37	2	0.18	1.32	0.27
	ภายในกลุ่ม	9.19	65	0.14		
	รวม	9.57	67			
ด้านการปฏิบัติงานและการจัดการทรัพยากร ของสำนักงานบัญชี	ระหว่างกลุ่ม	0.20	2	0.10	0.52	0.59
	ภายในกลุ่ม	13.00	65	0.20		
	รวม	13.21	67			
ด้านการติดตาม ตรวจสอบของสำนักงานบัญชี	ระหว่างกลุ่ม	0.75	2	0.37	2.90	0.06
	ภายในกลุ่ม	8.39	65	0.12		
	รวม	9.14	67			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.24	2	0.12	1.35	0.26
	ภายในกลุ่ม	5.90	65	0.09		
	รวม	6.14	67			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ พบว่า จำนวนลูกค้าต่อหลักเกณฑ์ตามข้อกำหนดการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลให้เกิดคุณภาพการให้บริการ โดยรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ .05

ตาราง 4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับข้อกำหนดการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชี และระดับการปฏิบัติงานต่อคุณภาพการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยภาพรวม

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามของสำนักงาน บัญชีคุณภาพต่อด้านข้อกำหนดการรับรองคุณภาพ ของสำนักงานบัญชี	ข้อกำหนดการรับรองคุณภาพของ สำนักงานบัญชีและระดับการ ปฏิบัติงานต่อคุณภาพการให้บริการ		t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (C)	0.660	0.467	1.225	0.002*
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริหาร (ROE)	0.113	0.039	2.930	0.004*
ด้านข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณ (ETH)	0.295	0.068	4.337	0.000*
ด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า (CRP)	0.175	0.090	1.219	0.000*
ด้านการปฏิบัติงานและการจัดการทรัพยากร (RSM)	0.120	0.083	1.192	0.002*
ด้านการติดตามตรวจสอบ(FOL)	0.229	0.080	2.872	0.005*
F = 16.682 p=0.00 Adj R ² = 0.395				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .50

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อหลักเกณฑ์ข้อกำหนดการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชี ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริหาร (ROE) ด้านข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณของสำนักงานบัญชี (ETH) ด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าของสำนักงานบัญชี (CRP) ด้านการปฏิบัติงานและการจัดการทรัพยากรของสำนักงานบัญชี (RSM) ด้านการติดตาม ตรวจสอบของสำนักงานบัญชี (FOL) โดยมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หลักเกณฑ์ข้อกำหนดการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชีและคุณภาพการให้บริการสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$0.660_{(C)} + 0.113_{(ROE)} + 0.295_{(ETH)} + 0.175_{(CRP)} + 0.120_{(RSM)} + 0.229_{(FOL)}$$

ซึ่งจากสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ข้อกำหนดการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชีและระดับการปฏิบัติงานต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (F = 16.682; p = 0.000) และค่าสัมประสิทธิ์ของพยากรณ์ Adj r² เท่ากับ 0.395 เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรข้อกำหนดการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชีและระดับการปฏิบัติงานต่อคุณภาพการโดยรวม

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง: การศึกษาสำนักงานบัญชีคุณภาพต่อคุณภาพการให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ผลการวิเคราะห์จากผู้ตอบแบบสอบถามทำให้ทราบว่าสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ส่วนใหญ่มีประเภทประกอบกิจการบริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 66.2 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.7 มีประสบการณ์ด้านจัดทำบัญชีส่วนใหญ่อยู่ในช่วงมากกว่า 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 66.2 มีระยะเวลาดำเนินงานส่วนใหญ่อยู่ในช่วง มากกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 70.6 มีตำแหน่งงานส่วนใหญ่เป็นกรรมการบริษัท คิดเป็นร้อยละ 61.8 การได้รับรองผ่านการเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพส่วนใหญ่อยู่ในช่วงปี 2555 คิดเป็นร้อยละ 64.7 % มีจำนวนพนักงานจัดทำบัญชีส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 11-20 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 มีจำนวนลูกค้า ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง มากกว่า 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.1 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนัสวีร์ วิญญาภาพ (2557) ผลกระทบของมาตรฐานการปฏิบัติงานสำนักงานบัญชีคุณภาพที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย เพื่อศึกษามาตรฐานการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพส่งผลต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย ประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารหรือผู้จัดการ หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย จำนวน 129 แห่ง ผลการวิจัย ด้านข้อกำหนดทางด้านจริยธรรม ด้านการจัดการทรัพยากร ด้านการตรวจสอบ มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อมาตรฐานการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์จากผู้ตอบแบบสอบถามต่อหลักเกณฑ์ข้อกำหนดการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อหลักเกณฑ์ข้อกำหนดการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชี โดยรวมอยู่ระดับที่มากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ด้านการติดตาม ตรวจสอบ ด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ด้านข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณ ด้านการปฏิบัติงานและการจัดการทรัพยากรของสำนักงานบัญชี ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริหาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์ (2557) ระบบคุณภาพของสำนักงานบัญชีคุณภาพในเขตอำเภอเมืองและอำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี เพื่อศึกษาประสิทธิผลของประเภท การให้บริการและโครงสร้างองค์การของสำนักงานบัญชีรวมถึงศึกษาถึงคุณลักษณะตามองค์ประกอบระบบคุณภาพของสำนักงานบัญชีที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ประชากรที่ทำการศึกษามี 2 กลุ่ม คือ ผู้บริหาร เจ้าของกิจการ, พนักงานบัญชีที่ทำงานในสำนักงานบัญชีคุณภาพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำนวนทั้งสิ้น 13 สำนักงานบัญชีคุณภาพ รวม 55 คน ผลการวิจัย พบว่า สำนักงานบัญชีอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าและการจัดการเอกสารและมีคุณลักษณะ ตามองค์ประกอบระบบคุณภาพของสำนักงานบัญชีที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ความรับผิดชอบต่อผู้บริหาร การจัดการทรัพยากร การปฏิบัติงานและการติดตามตรวจสอบของสำนักงานบัญชี

ผลการวิเคราะห์การศึกษาสำนักงานบัญชีคุณภาพต่อคุณภาพการให้บริการต่อระดับการปฏิบัติงานตามคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในสำนักงานบัญชีคุณภาพ มีความคิดเห็นต่อระดับการปฏิบัติงานตามคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชี โดยรวมอยู่ระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตยา ไชยสาร (2554) ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะไร่ จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะไร่จังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะไร่ จังหวัดฉะเชิงเทรา ประชาชนผู้มารับบริการจากองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะไร่ จำนวน 300 คน ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะไร่ โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มี

ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ รองลงมาคือ ด้านการตอบสนอง ด้านการสร้างเชื่อมั่น ด้านความน่าเชื่อถือและด้านบุคลิกภาพทางกายภาพ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ที่ติดต่อกับหลักเกณฑ์ข้อกำหนดการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อหลักเกณฑ์ ข้อกำหนดการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชี ด้านความรับผิดชอบของผู้บริหาร ด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ด้านข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณด้านการปฏิบัติงานและการจัดการทรัพยากร ด้านการติดตาม ตรวจสอบของสำนักงานบัญชีมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 13.82$; $p = 0.000$) และค่าสัมประสิทธิ์ของพยากรณ์ $AdjR^2$ เท่ากับ 0.375 เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีต่อหลักเกณฑ์ข้อกำหนดการรับรองคุณภาพของสำนักงานบัญชีโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร ดอกไม้ทอง; และ วรวิทย์ เพ็ชรรัตน์ (2556) ศักยภาพของสำนักงานบัญชีคุณภาพในเขตภาคเหนือตอนล่าง เพื่อศึกษาศักยภาพของสำนักงานบัญชีในเขตภาคเหนือตอนล่างในการเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพ โดยพิจารณาการปฏิบัติตามเกณฑ์ควบคุมคุณภาพของ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ กลุ่มตัวอย่างเป็นสำนักงานบัญชีในเขต 9 จังหวัด ภาคเหนือตอนล่าง เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อแยกพิจารณาตามองค์ประกอบแต่ละด้านของระบบควบคุมคุณภาพ เมื่อพิจารณาคุณภาพแยกตามแต่ละองค์ประกอบของระบบควบคุมคุณภาพจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ พบว่า ด้านความรับผิดชอบของผู้บริหาร ด้านข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณด้านการกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าและด้านการปฏิบัติงาน พบว่า มีคุณภาพอยู่ในระดับ ดี ถึง ดีมาก ซึ่งสามารถพิจารณาได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีศักยภาพในการเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพสำหรับการเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการศึกษางานวิจัยฉบับนี้กับกลุ่มตัวอย่างประชากรอื่น ๆ หรือตัวแปรอื่นที่มีความสัมพันธ์ต่อมาตรฐานการปฏิบัติงานสำนักงานบัญชีคุณภาพเพื่อให้ครอบคลุมมากขึ้น

ควรมีการเปลี่ยนวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นการสอบถามแบบเชิงลึกเพื่อได้ข้อมูลและความคิดเห็นที่ตรงประเด็นถูกต้อง และตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2555). **หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี พ.ศ. 2555.**

สืบค้นจาก <http://www.dbd.go.th>.

จตุรภัทร วงศ์สิริธิดาพร. (2561). **ผลกระทบคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีคุณภาพในภาคเหนือของประเทศไทยที่มีต่อความภักดีของลูกค้า.** วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต.

นิตยา ไชยสาร. (2554). **ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะไร่ อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา.** งานวิจัย โรงเรียนสุจริต.

ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์. (2559). **ระบบคุณภาพของสำนักงานบัญชีในเขตอำเภอเมืองและอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี.** วารสารการจัดการสมัยใหม่. 14(1): 51-66.

- ปรีชาติ มณีมัย; ภัทรพงศ์ เจริญกิจจารุกร; ภัทรชนน ชูเศษ; อรัญญา แซ่ทั้ง; รติพร รักษาวงศ์, เปรมจิตต์. (2557). คุณภาพและปัจจัยที่ส่งผลคุณภาพการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย. **วารสารการจัดการสมัยใหม่**. 14(1): 117-128.
- พัฒนพร กุลวงศ์. (2553). การศึกษาคุณภาพการให้บริการของเว็บไซต์สมัครงาน. บทที่ 2 : หน้า 8-11 Parasuraman; et al., 1998. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เพ็ญธิดา พงษ์ธานี. (2552). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์. (2559). ระบบคุณภาพของสำนักงานบัญชีคุณภาพในเขตอำเภอเมืองและอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- สุภาพร ดอกไม้ทอง; และ วรวิทย์ เพ็ชรรัตน์. (2556). ศักยภาพของสำนักงานบัญชีคุณภาพในเขตภาคเหนือ. **วารสารการบัญชีและการจัดการ**.
- _____. (2561). จำนวนสำนักงานบัญชีคุณภาพ. สืบค้นจาก <https://www.dbd.go.th>.

วิทยาเขตสะพานใหม่

6/999 ซอยพหลโยธิน 52 ถ.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

www.northbkk.ac.th

